

**MANAJEMEN SIARAN MUSIK PADA *MUSIC DIRECTOR* RADIO  
FRESH 94,3 FM PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI**

Oleh :

**Ruth Dikta Novriski**

**Dosen Pembimbing : Nova Yohana, S,Sos, M.I.Kom**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau, Pekanbaru  
Kampus Bina Widya Jl. HR Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru  
Pekanbaru 28293  
Telp/Fax. 0761 – 6377

***Abstract***

*Radio is an institution electronic media beside television which still exist from competition with other media type, such as competition or promotion of product. The determination of the music genre as a characteristic of a radio because music is the lifeblood of a radio, then in order to maintain the existence and survival of a companies, it should takes good management regulation to reach the goals of the enterprise agencies. Fresh Radio 94.3 FM is one of radio with new management and different style to the other radio. Fresh Radio 94.3 FM properly managed by Music Director, , so that the songs are set according to the segmentation, in accordance with the atmosphere, where it captures the audience radio class A and B, the middle and upper.*

*This research used qualitative method. The technique of collection data in this study used interviews. The location of this research was in Radio Fresh 94, 3 Fm, Pekanbaru. The writer had 3 informant for this research, they are the Music Director, Program Director and Station Manager of Radio Fresh 94, 3 Fm Pekanbaru. The researcher took an informants by using purposive sampling technique. The researcher used interactive and analytical methods for checking the validity of the data, then, researchers used data triangulation technique.*

*The result of this reseacrh shows that planning 94.3 Fm Radio Fresh Pekanbaru include determining segmentation, then create music programs, and determine the genre of music as a characteristic of the radio itself. Organizing conducted regulate processes including scheduling program that is formed with the aim of creating an image format radio station Fresh 94, 3 Fm Pekanbaru. Directing the work done in coordination between the Program Director and Music Director in making a music program, but in fact frequent breakdowns caused their employees (staff) incorrectly translates the command from the leadership. Radio Fresh 94,3Fm Pekanbaru have two kind of evaluation namely the evaluation of the monitoring is to evaluate existing programs, and evaluation of impact, how the results and impact of programs already established.*

***Keyword : Radio, Management, Music Director***

## PENDAHULUAN

Media radio merupakan salah satu produk elektronik yang sengaja dirancang untuk keperluan komunikasi informasi. Selain itu radio memiliki kekhasan seperti kecepatan, kepraktisan, ketepatan, dan berkualitas. Berdasarkan aspek-aspek tersebut radio sebagai media mampu meniadakan jarak, ruang dan waktu antara dua tempat yang berbeda. Hal ini yang membedakan radio dengan media lainnya, sehingga tidak heran radio mampu bersaing dengan media-media lainnya.

Media radio dianggap memiliki kekuasaan yang begitu hebat, hal ini disebabkan oleh tiga faktor, yakni: *pertama*, radio siaran sifatnya adalah langsung. Untuk mencapai sasarannya, yakni para pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikan oleh media radio tidaklah mengalami proses yang kompleks. *Kedua*, radio siaran tidak mengenal jarak dan waktu. Selain waktu, ruangpun bagi media radio siaran tidak merupakan sebuah masalah. Bagaimanapun jauhnya jarak sasaran yang akan dituju, dengan media radio akan dengan mudah dapat dicapainya. *Ketiga*, radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah karena disebabkan oleh sifatnya yang serba hidup. Hal ini berkat tiga unsur yang ada pada media radio, yakni: musik, kata-kata (tentunya kata-kata yang disampaikan oleh seorang penyiar), dan efek suara (Effendy 1981 : 140).

Radio sebagai sarana hiburan, menyajikan program musik, *infotainment*, *news*, dan program hiburan lainnya. Radio memanjakan pendengarnya dengan memberikan

variasi program. Siaran radio menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Perkembangan radio tidak hanya didukung segi fisiknya tapi juga konten program didalamnya. Variasi dalam program hiburan maupun edukasi memberikan pilihan pada pendengar dan meningkatkan persaingan dengan radio-radio lainnya.

Kota Pekanbaru sendiri merupakan kota yang perkembangan media radionya sangat pesat. Setiap radio yang ada di kota Pekanbaru memiliki segmentasi pendengar yang berbeda-beda. Saat ini ada beberapa radio yang sedang berkembang di Pekanbaru yakni: Cendana FM, Aditya FM, Mandiri FM, Gress FM, Persada FM, dan lain-lain. Radio ini berkembang ditengah-tengah persaingan yang ada dalam merebut jumlah khalayak. Masing-masing radio diatas memiliki ciri khas masing-masing dalam menyajikan informasi sesuai target pendengar yang diinginkan.

Radio berupaya meraih pendengar sebanyak mungkin dengan menyajikan berbagai jenis program. Radio-radio yang ada di Kota Pekanbaru saling bersaing untuk mendapatkan tempat tersendiri ditelinga para pendengarnya dan mempertahankan eksistensinya, berbagai inovasi pada program akan dilakukan agar berbeda dengan para pesaing dan memiliki ciri khas tersendiri.

Radio sebagai instansi media elektronik selain televisi juga tidak luput dari persaingan dengan media lain yang sejenis, seperti persaingan sebagai media maupun promosi produk, penentuan genre musik sebagai ciri khas sebuah radio karena

musik adalah urat nadi sebuah radio, maka demi menjaga eksistensi dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan seperti radio diperlukan manajemen yang baik untuk mengatur pelaksanaan pencapaian tujuan instansi perusahaan tersebut.

Manajemen merupakan ilmu dan seni untuk mengatur dan melaksanakan sumber daya yang ada demi mencapai tujuan instansi yang telah ditetapkan atau direncanakan, seperti yang dikatakan George R. Terry (dalam Suprpto, 2009 : 108) manajemen yaitu suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Radio *Fresh* 94.3 FM didirikan tanggal 17 Juli 2012, yang bernaung dibawah management Riau Televisi Group dengan nama badan usaha “PT. RADIO SUARA FAJAR SAFITRI”, tag line yang diusung radio *fresh* ini sendiri “Modern, Lifestyle, Entertainment“. Menyajikan informasi dan hiburan yang ter *update* dan *fresh* yang dikemas dengan penyampaian yang menarik, dengan target audience atau pendengar 17 – 45 tahun (menengah keatas, remaja sampai dengan dewasa). Selama 4 tahun berdiri, *Fresh* cukup mempertahankan keeksistensinya dengan berbagai macam program-program yang inovatif dipersembahkan untuk pendengarnya, serta bekerjasama dengan Rtv juga dan event-event lainnya sebagai salah satu cara mempertahankan keeksistensinya.

Terbukti Radio *Fresh* semakin eksis dengan salah satu program unggulannya yaitu “*Fresh*

On Show”, dimana program ini bekerjasama dengan Rtv, dengan konsep Radio *Fresh* tampil di televisi. Program ini hanya dimiliki oleh *Fresh* dan menjadi ciri khas tersendiri bagi *Fresh* dan makin di kenal khalayaknya.

Radio *Fresh* juga memiliki ciri khas musik tersendiri yang membedakannya dengan radio-radio lain yang ada di Pekanbaru. Radio *Fresh* mengusung genre musik Jazz untuk ciri khas radionya, karena sesuai dengan segmentasinya, dari 100% hampir 70% lagu-lagu bergenre Jazz diputar untuk menemani radio mengudara. Tetapi tidak menutup kemungkinan lagu-lagu ter-*update* juga diputar di radio ini, agar *fresh* seperti nama radio itu sendiri. (Sumber : *Data dari Radio Fresh*)

Ciri Khas yang dimiliki Radio *Fresh* tentunya tidak lepas dari manajemen yang baik, dimana meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengawasan dan evaluasi. Memang tidak mudah untuk menjadi nomor satu ditelinga para pendengarnya karena persaingan yang ada, tetapi bagaimana usaha yang dilakukan Radio *Fresh* untuk mampu bersaing dengan para pesaingnya. Apa saja yang dipersiapkan, bagaimana pelaksanaannya, pengorganisasiannya, serta pengawasannya agar terbangun ciri khas dari Radio *Fresh* itu sendiri.

Sebagai radio yang baru dengan manajemen yang baru, tentu tidak mudah untuk mem-*packing* radio agar di sukai segmentasi. Butuh proses mulai dari penyusunan program-program yang menarik, manajemen siaran musik yang menarik, Pemancar radio yang baik,

*announcer* yang berkualitas, serta penentuan dan penyusunan lagu-lagu yang akan diputar tujuannya untuk membedakan radio *Fresh* dengan radio lainnya sesuai dengan segmentasinya.

Radio harus mampu bersaing dengan para pesaing, seperti dalam hal musik, Radio *Fresh* memiliki pesaingnya yaitu Radio *Aditya* dan Radio *Green* dalam genre musik yang sama, karena radio-radio tersebut juga memutar lagu-lagu *Jazz*, Tentunya Radio *Fresh* harus memiliki ciri khasnya tersendiri, yang pastinya Radio *Fresh* dari 100% hampir 70% lagu-lagu *jazz* mengudara di Radio *Fresh*. (<http://freshradioriau.com>).

#### a. Aplikasi Sistem Manajemen Komunikasi di Radio Siaran Swasta

##### a) Perencanaan:

Menjadi landasan utama yang dilakukan oleh pengelola RSS untuk menentukan serta memprediksi sasaran dan langkah-langkah strategis dalam mengelola perusahaan/organisasi. Perencanaan merupakan salah satu pijakan penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan/organisasi yang disesuaikan dengan *format* dan *positioning* RSS tersebut. Bentuk perencanaan kerja maupun program kerja yang ada di RSS meliputi ;

- a. Perencanaan terhadap sasaran dan target RSS, jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.
- b. Perencanaan terhadap pendelegasian pekerjaan, yang meliputi tugas, wewenang, dan tanggung

jawab masing-masing SDM di RSS

- c. Perencanaan terhadap spesifikasi pekerjaan, yang meliputi tugas dan tanggung jawabnya dalam melaksanakan deskripsi pekerjaan.
- d. Dalam bidang program (acara/siaran) meliputi rencana terhadap topik acara sampai dengan jenis lagu yang akan disiarkan
- e. Dalam bidang komersial, adalah rencana terhadap target pemasukan iklan dan sponsor dan jadwal penayangan iklan tersebut.
- f. Dalam bidang *traffic program*, membuat rencana terhadap jadwal waktu siaran kata, musik, dan iklan.

##### b) Pengorganisasian:

Aplikasi dari perencanaan dan digambarkan dalam struktur organisasi, penetapan tugas-tugas yang harus dikerjakan, siapa yang mengerjakan, bagaimana cara mengerjakan, besar tanggung jawab masing-masing karyawan, siapa pengambil keputusan dan yang melaksanakan kegiatan tersebut. Dengan demikian, pengorganisasian adalah proses penyusunan pembagian kerja yang digambarkan melalui pendelegasian wewenang dan tanggung jawab, penempatan karyawan dan jabatan di dalam struktur organisasi RSS - yang bertujuan agar para karyawan di RSS bekerja sesuai dengan deskripsi pekerjaannya.

##### c) Penggiatan:

Merupakan tahap tindak lanjut dari pola aktivitas pekerjaan yang dibuat berdasarkan perencanaan dan pembagian kerja (struktur

organisasi). Dalam hal ini tahap penggiatan di RSS dilakukan sesuai dengan spesifikasi format maupun *positioning* masing-masing. Namun, dalam pelaksanaan terutama RSS yang menetapkan format jurnalistik bagi program siarannya, sering dijumpai hal-hal yang tidak dapat diprediksi sebelumnya.

#### **d) Monitoring dan Evaluasi:**

Tahap akhir dalam fungsi manajemen yang diperlukan untuk meyakinkan apakah aktivitas organisasi dijalankan pada jalur yang telah direncanakan. Sebagian besar RSS menyadari pentingnya tahapan ini, dimana efektivitas SDM dapat diketahui sesuai atau tidak dengan rencana dan tujuan perusahaan/organisasi. (Dewi K, 2009 : 108).

#### **Music Director**

MD dalam sebuah radio, bertanggung jawab mengenai pembagian lagu di tiap-tiap programnya, tepat atau tidak untuk memperdengarkan lagu tipe A di program C. Lagu yang diperdengarkan bisa lagu lama atau pun lagu baru. Untuk lagu baru, MD memiliki peran penting untuk memperkenalkannya kepada pendengar. Mengingat banyaknya musik baru yang masuk ke radio setiap hari, MD juga berperan untuk membuat, menjaga, dan merapikan database musik-musik yang ada di tempat ia bekerja.

Divisi *Music Director* bertugas untuk membuat format audio lagu dan iklan jika terdapat pesanan dari biro iklan, setelah membuat audio, divisi ini mencatat data-data tersebut. Data-data ini diperlukan oleh bagian lainya seperti divisi produksi dan siaran berupa data lagu dan iklan yang akan diputar

pada saat itu. Manajemen radio mempersiapkan divisi *music director* ini sebagai divisi yang dapat menerima permintaan segala jenis/bentuk format audio lagu dan iklan untuk diolah agar hasilnya dapat didengar secara menarik dan berkualitas.

#### **Radio**

Radio merupakan salah satu bentuk media massa yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses informasi. Radio pertama kali ditemukan oleh Marconi pada tahun 1896. Pada awalnya radio berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan berita ataupun untuk kepentingan kenegaraan secara umum. Radio publik atau komersil baru muncul pada tahun 1920-an. Sejak itu perkembangannya sangatlah pesat.

Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampai berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas dan kasir, hingga propaganda politik dan ideologi.

Di Indonesia, radio sebagai media yang terkait dengan medium kebutuhan lokal. Media komunikasi massa yang hanya memiliki skala lokalitas suatu daerah tertentu berbeda dengan televisi dan film yang skalanya nasional. Fungsi radio sama dengan media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk, tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi.

Menurut Errol Jonathan sosok radio siaran mempunyai karakteristik media antara lain:

1. Menjaga Mobilitas

Radio tetap menjaga mobilitas pendengar agar tetap tinggi dan dapat didengar tanpa harus menghentikan aktifitas seperti sambil belanja, membaca, bekerja di dapur, mengendarai mobil, dan sebagainya.

2. Sumber Informasi Tercepat  
Ada yang menyebutkan radio dengan istilah “*Radio is now medium*” pengertian *now* adalah masalah kesegarannya dibandingkan dengan televisi dan media cetak lainnya, radio tercatat tercepat dalam penyangganya, sehingga dimungkinkan lebih cepat dalam penyampaian informasi.
3. Daya Jangkau Luas  
Dalam hal distribusi, media radio punya keuntungan untuk meraih areal sasaran yang luas. Teknologinya memungkinkan untuk mengatasi hambatan-hambatan geografis, cuaca maupun waktu.
4. Selintas/ tak terdokumentasi  
Sebagai kelemahan yang harus dibaca penyiar produksi siaran radio bersifat selintas artinya suara yang muncul diudara tidak bertahan lama. Sekali dia muncul maka pada saat itu juga hilang tanpa bekas.
5. Auditif  
Meskipun radio hanya suara bukan visual sejenis media cetak atau visual bergerak seperti televisi, radio masih memiliki beberapa keunggulan disamping kelemahannya.

## **Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi sangat penting di pelajari karena sekarang ini banyak orang memanfaatkannya untuk mencapai atau mewujudkan tujuan organisasi. Menurut Yasir (2009:124) :

“Tujuan organisasi adalah menghasilkan pendapatan, tetapi berbagai tujuan lain mendukung harus pula dicapai jika tujuan akhir tersebut ingin dipenuhi, Organisasi merupakan suatu kumpulan atau sistem individu yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja, berupaya mencapai tujuan yang ditetapkan”.

Jadi, organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang, jabatan atau kedudukan yang memungkinkan semua individu memiliki perbedaan posisi yang jelas, seperti pimpinan, staf pimpinan dan karyawan.

“Komunikasi organisasi merupakan antarmanusia yang terjadi dalam konteks organisasi dengan batasan arus pesannya dalam satu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain” (Yasir, 2009:124).

Goldhaber (dalam Djuarsa,2002), komunikasi

organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jatingan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (*the law of message within a network of interdependent relationships*). Arus komunikasi dalam organisasi meliputi komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Masing-masing arus komunikasi tersebut mempunyai perbedaan dan fungsi yang sangat tegas.

Komunikasi vertikal dengan bentuk komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah pemberian atau penyampaian instruksi kerja, penjelasan dari pimpinan tentang tugas yang perlu dilaksanakan, penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku, dan pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

Sedangkan komunikasi *upward communication* terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah penyampaian informasi tentang pekerjaan atau tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan, dan penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

Sementara itu, arus komunikasi berikutnya adalah komunikasi horizontal (*horizontal*

*communication*). Tindak komunikasi ini berlangsung diantara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horizontal adalah memperbaiki koordinasi tugas, upaya pemecahan masalah, saling berbagi informasi, upaya pemecahan konflik, dan membina hubungan melalui kegiatan bersama. Komunikasi organisasi dapat berjalan efektif bila manajer mampu menjalankan fungsi-fungsi manajemen melalui sistem manajemen komunikasi yang terpadu.

### **Model Shannon Weaver**

Model Shannon Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan suatu pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi suatu sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (*receiver*). Dalam percakapan, sumber informasi adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata terucapan), yang ditransmisikan lewat udara (sebagai saluran). Penerima (*receiver*), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi yang sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi pesan dari sinyal. Tujuan (*destination*) adalah (otak) orang yang menjadi tujuan tersebut.

### **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang akan digunakan adalah penelitian

kualitatif. Desain penelitian yang menjadi arahan bagi penulis adalah penelitian deskriptif yang menggambarkan dan melukiskan keadaan subjek atau objek peneliti (lembaga, masyarakat, daerah, dan lain-lain), pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak kualitatif mencoba mendalami dan menerobos gejalanya dengan menginterpretasikan masalah atau mengumpulkan kombinasi dari berbagai permasalahan sebagaimana disajikan situasinya (Moleong, 2005:4).

Subjek Penelitian menurut Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sedangkan subjek penelitian menurut Arikunto (2007: 152) merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti mengambil informan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang peneliti buat berdasarkan tujuan riset (Krisyantono, 2010: 158).

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik yang menjadi perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori yang bersangkutan. Menurut Chaer (2007: 17). Objek penelitian pada penelitian ini yaitu bagaimana manajemen

komunikasi *music director*, Station manager, dan program director pada radio *fresh 94,3fm* pekanbaru.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Perencanaan Manajemen Siaran Musik Pada “Music Director” Radio Fresh 94,3 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Pekanbaru**

Penelitian terhadap audien merupakan salah satu aspek penting bagi keberhasilan stasiun radio. Music director pada dasarnya dapat melakukan sendiri riset atas audiennya, namun music director radio Fresh 94, 3 Fm Pekanbaru menyewa konsultan riset atau bekerja sama dengan pihak lain untuk membantu melakukan riset. Jika music director telah dapat mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dan kemudian menganalisis data itu, maka tahap selanjutnya melakukan diskusi dengan pihak manajemen radio dan mengajukan sejumlah rekomendasi kepada kepala program.

Pasar yang dibidik oleh radio Fresh 94,3 FM adalah masyarakat yang bekerja, karena setelah pihak radio melakukan riset, di kota pekanbaru sendiri terdapat 85 % pegawai, oleh karena itu pihak radio mengemas program *mixmax* antara siaran musik dan saluran informasi, dikarenakan program seperti inilah yang dibutuhkan oleh khalayak.

salah satu faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan



programming atau penata acara. Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan image stasiun penyiaran radio.

Perencanaan dilakukan untuk menjangkau tercapainya tujuan perusahaan. Dengan analisis tujuan, dapat ditentukan kegiatan-kegiatan yang perlu dijalankan dan hal ini kemudian dituangkan ke dalam kebijakan radio itu sendiri. Dalam mempersiapkan strategi dan rencana, musik director sebagai pelaksana program musik harus melakukan analisis cermat terhadap persaingan materi lagu stasiun penyiaran dan persaingan program lain yang ada pada segmen pasar audien.

Salah satu aspek penting dalam perencanaan ini adalah memiliki keuntungan kompetitif, yaitu suatu hal khusus yang dimiliki atau dilakukan stasiun penyiaran yang memberikannya keunggulan dibandingkan competitor, dimana dalam hal ini musik director juga harus selalu memperhatikan *update chart* lagu yang selalu berubah.

Segmentasi diperlukan agar radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru dapat melayani audiensnya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju. Ada kalanya segmentasi tidak diperlukan yaitu bila struktur audiens bersifat monopolistic. Misalnya jika Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru merupakan satu-satunya stasiun yang ada pada suatu daerah, namun ketika stasiun lain muncul dan jumlahnya semakin banyak, maka

perlahan – lahan audien mulai memiliki preferensi.

Proses perencanaan di dalam Radio Fresh 94, 3 Fm Pekanbaru, diketahui bahwa suatu program music praktis tidak bisa menguasai seluruh lapisan masyarakat, music director sendiri harus memilih segmentasi mana yang ingin dikuasai dan untuk itu harus diketahui secara jelas siapa audiensnya.

Konsep segmentasi audiens memberi pegangan yang sangat penting dalam memahami audien penyiaran. Konsep ini juga memberikan anjuran agar memilih bagian tertentu saja dari khalayak audien yang sangat luas agar dapat memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya. Selama ini hampir tidak ada satu program pun yang dapat melayani kebutuhan seluruh segmen audien, dengan adanya segmentasi audien, diharapkan radio Fresh 94, 3 Fm Pekanbaru dapat mendesain program yang lebih responsif terhadap kebutuhan audiennya.

### **Pengorganisasian Manajemen Siaran Musik Pada “Music Director” Radio Fresh 94,3 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Pekanbaru**

Radio Fresh 94,3 FM Pekanbaru menempatkan pendengarnya sebagai subyek dan peserta yang terlibat. Untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan komunitasnya. Hal ini dilakukan untuk melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran. Sehingga segala sesuatu

yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik.

Pengorganisasian itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk format dengan tujuan menciptakan image stasiun Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru.

#### 1. Analisis Segmentasi

Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru mempunyai segmen menengah ke atas sebab bidikan Radio Fresh adalah masyarakat yang bekerja dan sering mendengarkan radio. Ini yang membedakan Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru dengan radio yang lainnya. Format siaran disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pekerja karena segmentasi Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru adalah pekerja segala usia, status sosial, tidak menutup kemungkinan segmen anak muda yang senang dengan lagu-lagu yang diputar oleh Fresh 94,3 Fm Pekanbaru.

#### 2. Analisis Target Audien

Target audien adalah memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. Targeting disebut juga dengan selecting, audien harus diseleksi. Target audien mempunyai dua fungsi, yaitu menyeleksi audien sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu dan menjangkau audien sasaran tersebut. Dalam targeting, audien melakukan suatu proses selective exposure, artinya audien secara aktif memilih mau atau tidak mau mengekspos dirinya terhadap informasi, misalnya iklan sekalipun stasiun penyiaran melakukan promosi dengan membabi buta kepada audien (misalnya melalui

iklan radio yang menjangkau khalayak secara umum) namun audien akan menyeleksi mau atau tidak ia menerima informasi itu.

#### 3. Analisis Positioning

Pernyataan positioning berupa kata-kata yang diolah dalam bentuk rangkaian kalimat menarik dan disampaikan dengan menarik. Kata-kata adalah atribut yang menunjukkan segi-segi keunggulan suatu produk. Pernyataan positioning harus dapat diungkapkan dengan jelas dan tegas dan disebarluaskan dengan teknik-teknik audiovisual yang baik dan dengan frekuensi yang cukup sering.

Upaya diferensiasi yang dilakukan oleh Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru, yang menjadikan music jazz sebagai brand image radio, dan menghadirkan program Late Night sebagai program acara unggulan mempunyai nilai-nilai lebih yang dicari oleh para audiens, sehingga menjadikan radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru menjadi unik dan berbeda dimata audiensnya.

#### **Pengarahan Manajemen Siaran Music Pada 'Music Director' Radio Fresh 94,3 Fm Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Pekanbaru**

Pengarahan bertujuan untuk membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha – usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan. Oleh karena itu tercapainya tujuan bukan hanya tergantung pada penggerak dan pengawasan. Perencanaan dan

pengorganisasian hanyalah merupakan landasan yang kuat untuk adanya penggerak yang terarah kepada sasaran yang dituju.

Efektivitas pelaksanaan kegiatan di dalam penyiaran program acara music di Radio Fresh 94, 3FM Pekanbaru seringkali dibatasi oleh adanya keterbatasan announcer di dalam pengambilan keputusan. Suatu keputusan diambil oleh manajemen umumnya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang ada pada saat itu, antara lain informasi yang tersedia, keterbatasan waktu, dan beberapa variabel lain baik internal maupun eksternal (lingkungan).

Dalam kenyataannya, sering dijumpai bahwa beberapa keputusan yang diambil secara demikian memberikan hasil yang kurang efektif dibandingkan dengan apa yang diharapkan. Keterbatasan ini merupakan keterbatasan alamiah yang dihadapi oleh manajemen di dalam pelaksanaannya. Pengorganisasian telah didesain dengan sebaik-baiknya, namun kegagalan dapat terjadi yang disebabkan adanya pegawai (staf) yang salah menerjemahkan perintah dari pimpinan.

Kesalahan dalam menerjemahkan suatu perintah dapat disebabkan dari ketidaktahuan atau kecerobohan pegawai yang bersangkutan. Terjadinya kegagalan dapat lebih diperparah apabila kegagalan menerjemahkan perintah dilakukan oleh seorang pimpinan.

Suatu proses pengarahan di dalam proses manajemen, dapat

dikatakan berjalan efektif apabila semua pihak atau unsur dalam organisasi mulai dari tingkat tertinggi hingga terendah melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya. Meskipun suatu organisasi memiliki pengorganisasian manajemen yang memadai sekalipun, pengorganisasian tersebut tidak akan dapat mencapai tujuannya jika staf atau bahkan seorang pimpinan mengabaikan pelaksanaan.

### **Evaluasi Manajemen Siaran Musik Pada “Music Director” Radio Fresh 94,3 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Pekanbaru**

Evaluasi sama pentingnya dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya, yaitu perencanaan, pengorganisasian atau pelaksanaan, pemantauan (monitoring) dan pengendalian. Terkadang fungsi monitoring dan fungsi evaluasi, sulit untuk dipisahkan. Penyusunan sistem dalam organisasi dan pembagian tugas, fungsi serta pembagian peran pihak-pihak dalam organisasi, adakalanya tidak perlu dipisah-pisah secara nyata.

Evaluasi adalah proses penilaian yang sistematis, pemberian nilai, atribut, apresiasi dan pengenalan permasalahan serta pemberian solusi atas permasalahan yang ditemukan. Dalam berbagai hal, evaluasi dilakukan melalui monitoring terhadap sistem yang ada. Namun demikian, evaluasi kadang-kadang tidak dapat dilakukan dengan hanya menggunakan informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi pada organisasi saja.

1. Evaluasi monitoring (Monitoring evaluation).

Evaluasi monitoring ini sangat tepat digunakan ketika program sudah dalam pelaksanaan. Evaluasi ini sudah melibatkan pengembangan sistem untuk pemantauan kemajuan program. Indikator kinerja kuantitatif sudah harus digunakan sebagai alat untuk mengorganisasikan data dalam evaluasi monitoring.

2. Evaluasi dampak (Impact evaluation).

Evaluasi ini digunakan untuk menilai hasil dan dampak program yang sudah mapan. Evaluasi ini dapat digunakan untuk membuat keputusan tentang penghargaan, atau kemanfaatan program. Evaluasi ini disebut juga evaluasi sumatif (Sumative evaluation).

Tujuan evaluasi sangat tergantung dari kebijakan pimpinan organisasi yang diberi wewenang untuk melakukan evaluasi dengan mempertimbangkan berbagai kendala yang ada. Evaluasi yang dilakukan oleh pihak luar harus secara eksplisit menyatakan tujuan evaluasi tersebut secara jelas, sehingga dapat didesain suatu evaluasi yang secara pragmatis dapat mencapai tujuan-tujuan itu.

## KESIMPULAN

Setelah penelitian selesai dilakukan kemudian dilanjutkan dengan membahas bagaimana manajemen siaran music "Music Director" Radio Fresh 94,3 Fm pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan yang dilakukan oleh music director fresh radio 94,3 fm Perencanaan program yang dilakukan oleh music director mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program. Perencanaan program music mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program mengetahui kondisi khalayak masyarakat kota Pekanbaru yang mayoritas pekerja, tepat sekali Fresh 94,3 FM yang memiliki karakteristik program siarannya 100% Fresh, akan mampu menjadi radio masa depan sebab memiliki kekhasan yang tidak dimiliki oleh radio lain.

2. Pengorganisasian yang dilakukan oleh music director fresh 94,3 fm di dalam mempertahankan eksistensinya adalah melakukan positioning pada segmentasi. Segmentasi diperlukan agar Radio Fresh 94,3 Fm dapat melayani audiennya secara baik, memuaskan kebutuhan dan keinginan audien.

3. Langkah-langkah pengarahan yang dilakukan music director radio fresh

- 94,3 fm dalam proses pelaksanaan dalam penyiaran siaran music di dalam Fresh 94,3 Fm Pekanbaru meliputi: Penentuan Standar, Mengadakan Pemeriksaan, Mengadakan tindakan perbaikan dan pembedulan.
4. Music Director Radio Fresh 94,3 Fm di dalam mempertahankan eksistensinya memfokuskan evaluasi siaran musik ke dalam 2 hal, yaitu berupa Evaluasi Monitoring dan Evaluasi Kelompok.
- Darwis, Eni Yulinda dan Lamun Bahtera, 2009, *Dasar-dasar Manajemen*, Cetakan Pertama, Witra Irzani, Pekanbaru.
- Djuarsa Sendjaja, 2002, *Teori Komunikasi*, Cetakan Pertama, Universitas Terbuka, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana, 1991. *Radio Siaran Teori Dan Praktek*, Bandar Maju, Bandung
- Hasibuan, 2005, *Dasar-dasar manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara
- Hadiwardoyo, Wahyu S. 2008. *Manajemen siaran on air dan manajemensiaran off air*

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Budhiyono, 2004, Haris, *Pengantar Manajemen*, Edisi Kedua, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Arikunto, 2005, *Manajemen Penelitian*, Cetakan VII, Jakarta, Rineka Cipta.
- Ardi, M, 2000, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta, Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Kusyawa, Wihardir 2001, *Metode Penelitian*, Universitas Terbuka, Jakarta
- Krisyantono, Rachmat, 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Masduki, 2001, *Jurnalisme Radio : Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy, J. 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

- . 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, Cetakan Keduapuluhsatu, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- . 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Morissan, 2008, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Muhammad, Arni, 2000, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Akasia, Jakarta
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Onong U Effendy, 1981 *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Bamdug Alumni.
- Patilima, Hamid, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama, Alfaberta, Bandung.
- Ruslan, Rosady, 2004, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soedarsono, Dewi K, 2009, *Sistem Manajemen Komunikasi (teori, model dan aplikasinya)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- Suprpto, Tommy, 2009, *Pengantar Ilmu Komunikasi (dan peran manajeen dalam komunikasi)*. Yogyakarta : CAPS
- Triartanto, A. Ius Y. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Yasir, 2009, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan Pertama, Witra Irzani, Pekanbaru.
- Widyawati, Sri Lestari. 2006. *Siaran Musik Stasiun Radio di Kota Semarang (Studi Kasus Stasiun Radio IBC dan POP FM)*.
- Sumber Lain :
- <http://freshradioriau.com> Di Akses 2 Maret Pukul 08:00
- [www.romelteamedia.com](http://www.romelteamedia.com)-book  
Asep Syamsul M. Romli, 2007, *Siaran Radio Manajemen Program & Teknik Produksi* Di Akses 15 Maret Pukul 19:00
- [www.wahyusha.blogspot.com](http://www.wahyusha.blogspot.com) Di Akses 15 Maret Pukul 19:00