

**MANAJEMEN RADIO UNTUK MENGELOLA  
PENDENGAR ANAK MUDA  
(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai  
Manajemen Penyiaran di Solo Radio)**

**Monica Veronita, Firdastin Ruthnia, Hari Wiryawan**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen  
Universitas Sahid Surakarta

**Abstract**

*The objective of the research is to determine the radio management that applied for manage the young listener segmentation in soloradio. This research belong to qualitative descriptive study that emphasize how to understanding the phenomenon of the experience with describe it into speech.*

*The results of this research is broadcasting management of soloradio of soloradio using 4 stages it is , planning, organizing, actuating and controlling. In the management, planning is good enough with the weekly meeting, monthly and yearly for planning programs that's compatible for young segmentation. Organizing is neatly supported by adequate human resources and the selection of the target youth broadcaster to be broadcast by both the sound according to the type of young people . Actuating done by providing guidance , motivation and good relations with the present approach to doing good broadcasting program and in accordance with the young listeners by joining in every event organized . As for the controlling is done by a general manager who is directly and indirectly. But for the head of the division as program director to supervise directly due oversees announcer during the broadcast to keep it out of the path of a young.*

**Keyword: Planning, Organizing, Actuating, Controlling.**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Radio merupakan salah satu media hiburan dan media komunikasi yang tidak asing lagi bagi masyarakat, mulai dari masyarakat dengan golongan ekonomi bawah, menengah maupun atas. Perkembangan radio saat ini tidak kalah jika dibandingkan dengan media lain seperti televisi yang bukan hanya berupa audio namun audio visual. Radio saat ini masih banyak diminati oleh masyarakat walaupun diketahui bahwa perkembangan media komunikasi sekarang banyak bermunculan dengan kecanggihan masing-masing. Namun pada kenyataannya radio sendiri tidak ditinggalkan oleh masyarakat karena media satu ini merupakan media yang sangat murah dan mudah. Saat ini radio identik dengan memutar lagu-lagu mulai dari lagu-lagu baru hingga lagu yang lama, berbeda dengan radio jaman dulu yang menjadi salah satu sumber informasi dengan menyajikan berita-berita karena media pada jaman dahulu sangat terbatas. Radio memiliki seorang penyiar yang dapat mendukung kelancaran sebuah program karena selain menyajikan lagu, radio juga menyajikan informasi-informasi yang disampaikan oleh penyiar dengan warna suara yang baik dan jelas. Lagu dan

penyiar menjadi sebuah satu kesatuan dalam sebuah stasiun radio karena dari kedua itu dapat menarik pendengar untuk tetap setia mendengarkan siaran radio.

Solo Radio merupakan salah satu radio yang ada di kota Surakarta, alasan penulis memilih tempat ini sebagai tempat penelitian karena penulis ingin mengetahui bagaimana cara Solo Radio mengemas manajemen radio sehingga radio ini tetap digemari oleh pendengar khususnya anak muda, walaupun kita ketahui banyak sekali muncul stasiun-stasiun radio baru di lingkungan kota Solo. Namun Solo Radio tetap bertahan mengudara dengan banyaknya pesaing di industri penyiaran. Solo radio banyak diminati oleh kalangan anak muda, hal ini dapat dilihat dari sms yang masuk setiap bulan, contohnya pada bulan Desember 2012, sms yang masuk dari keseluruhan program sebanyak 15.339 sms. Dari *report* sms yang masuk pada setiap bulan, Solo Radio menjadi favorit bagi pendengar setia dari semua kalangan, khususnya anak muda. Stasiun radio yang berfrekuensi 92,9 FM ini bergenre pop, lagu-lagu yang diputar ialah lagu-lagu hits pilihan pendengar. Selain lagu-lagu yang *up to date*, berita atau informasi yang disampaikan oleh penyiar pun *up to date*, apalagi didukung dengan kecakapan penyiar yang dapat membuat pendengar tertawa dan tidak bosan jika mendengarkan program siaran radio yang memiliki *tagline Famous, Fit dan Fashionable* ini.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang manajemen radio khususnya manajemen penyiaran yang dalam hal ini pengelolaan segmentasi pendengar Solo radio.

### **Perumusan Masalah**

Dengan melihat uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana manajemen radio khususnya manajemen penyiaran untuk mengelola segmentasi pendengar anak muda di Solo Radio?

### **Tujuan Penulisan**

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui manajemen penyiaran radio yang diterapkan dalam mengelola segmentasi pendengar anak muda di Solo Radio.

### **Kajian Teori**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori menurut George R. Terry dalam Herujito (2001) “manajemen adalah suatu proses yang berbeda terdiri dari *planning, organizing, actuating dan controlling* yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditentukan dengan menggunakan manusia dan sumber daya lainnya. *Planning* yaitu kegiatan yang menentukan berbagai tujuan dan penyebab tindakan-tindakan selanjutnya. Dalam *planning* terdapat rapat mingguan, rapat bulanan, rapat tahunan dan, mengelola pendengar anak muda. *Organizing* yaitu kegiatan membagi pekerjaan di antara anggota kelompok dan membuat ketentuan dalam hubungan-hubungan yang diperlukan. Di dalamnya terdapat pengorganisasian, *recruitment* tenaga kerja, dan pengorganisasian acara. *Actuating* yaitu kegiatan menggerakkan anggota-anggota kelompok untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas masing-masing. Di dalam *actuating* terdapat pengarahan dan pemberian motivasi, hubungan komunikasi, dan pendekatan pendengar anak muda. Sedangkan *controlling* yaitu kegiatan untuk menyesuaikan antara pelaksanaan dan rencana-rencana yang telah ditentukan. Di dalamnya terdapat pengawasan *HRD, General Manager* dan *Program Director*, dan kendala yang dihadapi. Penelitian dalam radio ini termasuk dalam lembaga penyiaran swasta karena lembaga penyiaran ini bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Sumber pembiayaannya berasal dari siaran iklan, dan usaha lain yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. (UUD RI No 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran). Selain itu radio

juga memiliki karakteristik pendengar meliputi heterogen ialah massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial politik budaya, dan kepentingan. Kedua, pribadi yaitu pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau organisasi karena, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antar pribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya “ngobrol”. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran. Ketiga, aktif yaitu pendengar radio siaran tidak pasif, tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi, dan menilai apa yang didengarnya. Keempat, selektif ialah pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, atau stasiun radio mana saja sesuai selera. Penyiar tidak bisa “memaksa” pendengar *stay tune* di gelombang yang sama tiap saat.

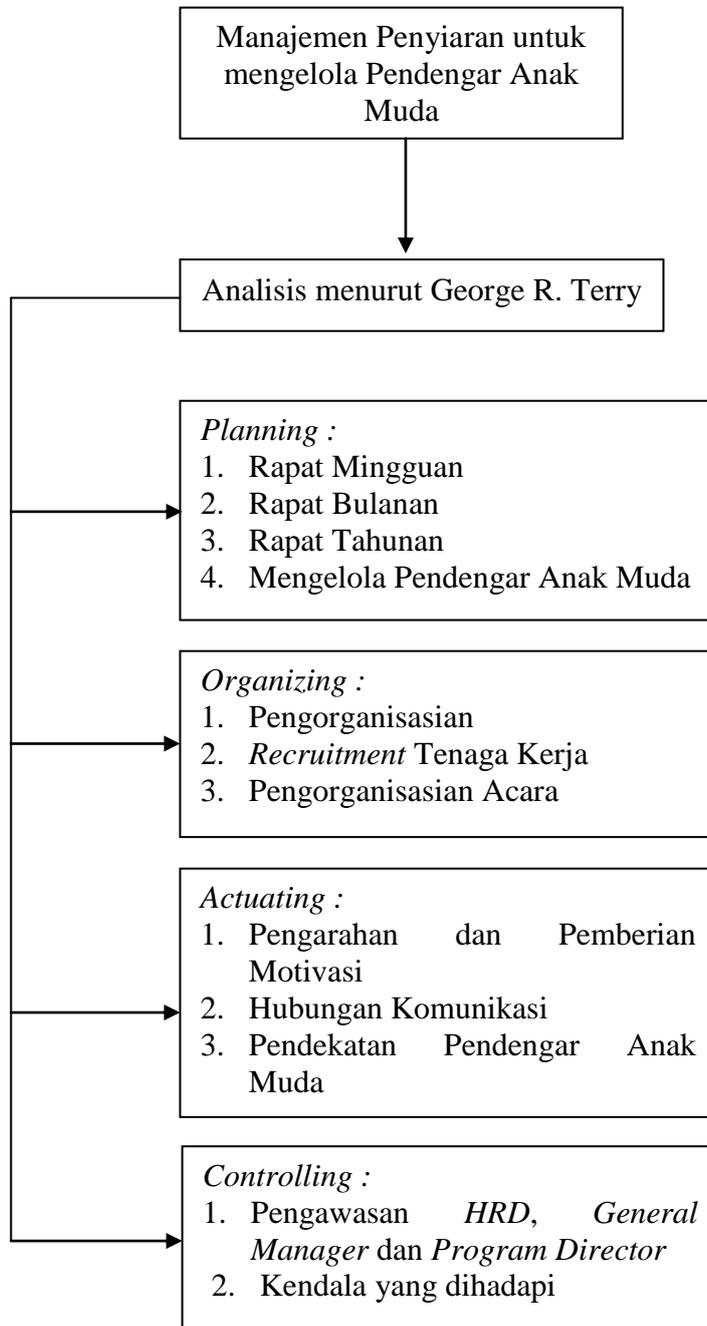
## **METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan induktif, tidak menggunakan prosedur analisis statistik. Penelitian jenis ini lebih menekankan pada bagaimana memahami fenomena tentang hal yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Solo Radio yang beralamatkan di Jalan Menteri Supeno No. 6 Manahan, Solo 57139. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer meliputi *General Manager, Human Resource Development, Program Director*, dan *Music Director*, dan sumber data sekunder yaitu buku, literatur, dokumen, dan *website*. Selanjutnya dilakukan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dalam penelitian ini dilakukan oleh kedua pihak antara pewawancara dengan yang diwawancarai. Pengumpulan data ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai objek penelitian yaitu Solo Radio untuk memperoleh data sesuai fakta yang akan dianalisa. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dari sumber tertulis, yaitu buku referensi, dokumen, informasi dari internet yang mendukung dalam analisa penelitian ini dengan mencari literatur mengenai teori tentang manajemen radio.

Pada teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan oleh para peneliti untuk mengetahui permasalahan yang menjadi objek yang akan diteliti dan dapat memberikan informasi sesuai dengan tujuan yang akan dilakukan dalam penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan atau *General Manager* Solo Radio untuk mendapatkan berbagai informasi tentang pengelolaan atau manajemen radio yang diterapkan di stasiun radio tersebut. Setelah peneliti mendapatkan informasi tentang manajemen radio yang dikelolanya, peneliti dapat membandingkan apakah hasil wawancara tersebut telah sesuai dengan apa yang diterapkan atau sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan. (Hadi, 2004:91).

Triangulasi yang digunakan oleh peneliti yaitu triangulasi sumber dan metode. Triangulasi dengan sumber ialah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Sedangkan untuk triangulasi metode yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. (Moleong, 2007:330-331). Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data deskriptif kualitatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen penyiaran radio yang diterapkan dalam mengelola segmentasi pendengar anak muda di Solo Radio. Analisis tersebut melalui proses observasi langsung terhadap tempat yang dijadikan objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Pertama yang dilakukan oleh peneliti yaitu mencari tahu apakah manajemen radio sebuah stasiun radio itu benar-benar sama dengan apa yang terjadi di lapangan. Peneliti melakukan observasi manajemen radio untuk pendengar anak muda di Solo Radio. Setelah peneliti melakukan observasi, selanjutnya peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan menggunakan teori menurut George R. Terry untuk dapat mengetahui manajemen radio yang diterapkan di Solo Radio. Teori yang dipakai yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Perencanaan atau *planning* maksudnya menentukan tujuan untuk lebih memudahkan target-target apa saja yang harus dilakukan sesuai dengan tujuan awal dan agar tujuan dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. Yang kedua dilakukan pengorganisasian atau *organizing* dengan cara membentuk struktur organisasi yang sesuai dengan *job desk* masing-masing. Tentunya yang sesuai dengan tujuan

yang telah dibuat demi kelancaran suatu radio. Setelah itu dilakukan *actuating*, di mana karyawan harus mampu melaksanakan tugas/pekerjaannya sesuai dengan *job desk*-nya dan dengan cara pendekatan untuk pendengar muda. Yang terakhir dilakukan pengawasan/*controlling*. Pengawasan dilakukan untuk mengetahui apakah tujuan yang telah ditentukan tersebut berhasil atau tidak, agar kita dapat mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan Solo Radio dalam mengelola pendengar anak muda.

Dalam *planning* terdapat rapat rutin yang dilakukan dalam manajemen Solo Radio. rapat tersebut meliputi rapat mingguan, rapat bulanan dan rapat tahunan. Rapat mingguan dihadiri oleh semua kepala divisi masing-masing, *GM*, *Corporate secretary* dan *Human Resource Development* atau lebih sering disingkat *HRD* di bawah pengawasan Direktur. Rapat tersebut membahas program kerja yang direncanakan setiap divisi dan disampaikan oleh kepala divisi dalam rapat tersebut. Setiap anggota rapat dapat mengungkapkan pendapatnya, baik itu merevisi program kerja dari divisi lain maupun menerima atau menolak program kerja dari divisi lain. Hasil pendapat tersebut dikumpulkan terlebih dahulu untuk dipertimbangkan dan keputusan diambil oleh *GM* dan *HRD*. Untuk rapat bulanan membahas hasil program kerja setiap minggunya, membahas kegiatan yang akan dilakukan untuk *event-event* di bulan berikutnya, contoh dalam *on air* pada bulan-bulan tertentu terdapat hari-hari besar yang pantas untuk dijadikan tema, dan dari rapat itu dibahas hal-hal yang dilakukan dalam satu bulan. Masing-masing divisi memiliki *project* sendiri-sendiri. Untuk itu diadakan rapat per bulan untuk saling mengetahui *project* apa yang sedang dilakukan masing-masing divisi. Di sini *GM*, *Corporate secretary* dan *HRD* mengetahui dan menyetujui atau tidaknya program tersebut. Sedangkan pada rapat tahunan yang disebut dengan raker (rapat kerja). Rapat ini diadakan setahun sekali untuk membahas hasil kerja selama setahun dengan presentasi di hadapan semua pengurus dan dihadiri oleh semua pengurus Solo Radio, baik dari petinggi seperti Komisaris, Direktur hingga ke bawahan-bawahannya. Perkembangan atau penurunan dibicarakan dalam rapat tersebut untuk mengetahui apabila ada penyebab ketidakberhasilan suatu acara dan mencari solusi untuk mengembangkan kegiatan agar lebih baik lagi dari sebelumnya. Rapat tahunan dilakukan oleh setiap divisi untuk memaparkan atau mempresentasikan hasil kerja yang telah dilakukan dan evaluasi untuk membenahi jika ada kekurangan dalam hasil kerja selama satu tahun. Rapat tersebut juga dilakukan untuk mempertemukan semua pengurus manajemen yang ada di Solo dengan para pemegang saham di luar kota Solo. Pemegang saham Solo Radio terdiri dari empat orang yang salah satunya menjabat sebagai Direktur yaitu Budi Soesetyo. Sebenarnya di antara rapat tahunan tersebut juga terdapat rapat enam bulan. Maksudnya ialah rapat enam bulan sekali yang dilakukan untuk membenahi apa yang sudah dilakukan selama enam bulan pertama. Rapat enam bulan pertama dihadiri oleh komisaris yang ada di Solo saja. Mereka memaparkan hasil kerja selama enam bulan. Apakah kinerjanya selama enam bulan itu telah sesuai dengan *planning* yang sudah dibuat pada awal perencanaan atau malah menyimpang dari yang sudah direncanakan. Hal-hal tersebut sangat detail disampaikan karena itu salah satu hasil yang harus komisaris ketahui, agar pada waktu rapat tahunan yang sekali setahun dan dihadiri oleh semua komisaris tersebut tidak banyak yang perlu dibenahi dan bisa untuk membuat *planning* satu tahun ke depannya. Selanjutnya dilakukan cara untuk mengelola pendengar anak muda dengan lebih menekankan dengan membuat program-program siar yang *up to date*, mudah dipahami dan hal-hal yang bersifat ringan karena tipe anak muda lebih menyukai hal-hal ringan. Solo Radio mengemas program siarnya disesuaikan dengan kriteria anak muda. Jam siar Solo Radio dimulai dari pukul 05.00 – 02.00 WIB. Program-program acara pun juga disesuaikan dengan anak muda. Program acara pagi meliputi *Playlist Pagi*, *Enam To Nine (morning show)*, *Click And Play Click And Tips* (lagu hits dan informasi), siang harinya ada program *Indo Banget* (lagu indonesia dalam negeri), *Indo Sakodi* (tangga lagu dan info-info artis), *Afterhours* (lagu-lagu mancanegara), *Kongkow-Kongkow* (request lagu dalam negeri),

*Jomblish* (acara curhat bagi pendengar), *Youngstalk* (obrolan mengenai tanggapan anak muda tentang kehidupan). Dalam program acara Solo Radio ada beberapa hal yang menggunakan bahasa asing yaitu dengan bahasa Inggris. Itu salah satu cara juga untuk mengelola pendengar anak muda karena kita ketahui anak muda sekarang lebih menyukai hal-hal ringan dan juga hal-hal unik yang membuat mereka penasaran. Bahkan untuk sekarang ini bahasa Inggris pun seperti sudah menjadi kebiasaan anak muda karena mereka beranggapan itu sebuah *trend*. Yang pasti itu semua didukung oleh seorang penyiar dengan warna suara yang sesuai pendengar anak muda dan bagaimana cara penyiar itu membawakan sebuah acara.

Dalam *organizing* dilakukan pengorganisasian dalam membagi posisi atau jabatan pada organisasi tidak hanya berdasarkan tingkat pendidikan, umur, dsb. Tingkat pengalaman, kemampuan, keahlian salah satunya yang mendasari Solo Radio menentukan siapa-siapa yang berhak berada di posisi atau jabatan tersebut. Namun dalam pengorganisasiannya tidak monoton, contoh seorang yang jabatannya di awal sebagai *front office*, tidak menutup kemungkinan bisa pindah posisi menjadi *marketing* bahkan yang lainnya. Ada *rolling* dalam setiap jabatan yang dipegangnya agar lebih *fresh* dalam menjalankan tugas-tugas barunya, tentunya dengan *progress* kerjanya yang baik. Dalam perekrutan tenaga kerja Solo Radio mengumumkannya melalui media, bisa lewat radio, koran, ataupun jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*. Kriteria-kriteria khusus juga disampaikan dalam pengumuman lowongan kerja. Khususnya untuk penyiar, penyiar di Solo Radio tergolong tidak tetap, berbeda dengan karyawan kantor lainnya. Bagi calon penyiar yang ingin daftar *recruitment* sebelumnya harus mengumpulkan *sample* suara beserta persyaratan terlebih dahulu ke Solo Radio. Tidak ada audisi khusus dalam mencari calon-calon penyiar, biasanya hanya sebatas pengumuman itu saja. Untuk penyeleksiannya berawal dari mendengarkan suara calon penyiar yang sudah dikirim dan kemudian dipilih suara mana yang cocok atau layak menjadi seorang penyiar Solo Radio yang bersegmentasi anak muda. Solo Radio membatasi umur untuk seorang penyiar tidak lebih dari 30 tahun karena semua disesuaikan dengan suara yang memang cocok untuk anak muda. Sistem kontrak penyiar itu sendiri ialah *part time*. Setelah hasil pengumuman yang menyatakan penyiar diterima, penyiar menandatangani nota kontrak kerja. Kontrak kerja tersebut dilakukan bagi penyiar agar mereka mengikuti peraturan yang telah ada. Dapat dikatakan bahwa kontrak kerja tersebut sebagai pegangan perusahaan atau pengikat mereka dalam meminimalkan seorang penyiar merubah jadwal kerja sesuai dengan kemauannya sendiri dan tidak menuruti aturan. Setelah calon penyiar tersebut diterima, sebelum diizinkan untuk siaran di dalam studio pasti diberikan *training* terlebih dahulu. Biasanya untuk penyiar, Solo Radio lebih cenderung memilih anak-anak SMA atau mahasiswa karena dapat dikatakan mereka bisa dengan cepat diterima oleh pendengar karena segmentasi Solo Radio ialah anak muda. Untuk pengorganisasian acara telah dilaksanakan sesuai dengan jadwal pelaksanaannya. Berdasarkan segmentasinya, Solo Radio telah membagi dalam ketentuan-ketentuan pendengar anak muda dengan status sosial ekonomi menengah ke atas. Solo Radio membatasi lagu-lagu dangdut dalam proses penyiarnya. Karena sebagian besar penikmat musik dangdut berasal dari kalangan masyarakat dewasa. Hal ini menunjukkan konsistensi Solo Radio dalam menunjukkan tujuan sebagai radio anak muda walaupun dewasa ini banyak anak muda yang gemar dengan musik tersebut.

*Actuating* dilakukan mulai dari pengarahan dan pemberian motivasi, hubungan komunikasi, dan pendekatan dengan pendengar anak muda. Pengarahan biasanya dilakukan pada saat awal mau bekerja. Selain pengarahan karyawan pun diberikan motivasi untuk mereka giat dalam bekerja karena karyawan pasti membutuhkan itu. Dengan adanya pengarahan dan motivasi terhadap karyawan, mereka beranggapan bahwa kerja mereka diperhatikan. Proses komunikasi yang baiklah yang mampu menggerakkan karyawan untuk bekerja lebih giat karena adanya hubungan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan tidak menjadikan mereka takut atau minder antara satu sama lain hanya saja tingkat

jabatannya yang berbeda. Komunikasi tersebut dilakukan secara tatap muka dan bisa juga tidak tatap muka dengan melalui bbm, sms, telpon/email. Jika mengenai pekerjaan, karyawan Solo Radio menggunakan media online dengan mengirim email bahkan bagi karyawan diwajibkan untuk mengecek email setiap hari. *General manager* menerapkan hal tersebut untuk memperlancar jalannya komunikasi apabila tidak dapat bertemu langsung. Selain itu juga diadakannya pertemuan antar karyawan untuk menghilangkan rasa canggung antara atasan dan bawahan seperti makan siang bersama, *outbond* agar karyawan tidak jenuh menghadapi rutinitasnya setiap hari. Selain itu penggerakan ini dilakukan dengan cara pendekatan melalui program, lagu, konten siaran, penyiar dengan gaya siarannya yang disesuaikan dengan pendengar anak muda. Dengan program acara masing-masing, membuka *line* telepon, sms, atau *social* media bagi mereka yang mau berinteraksi langsung dengan penyiar. Terlihat dengan adanya antusias anak muda yang mengikuti interaksi tersebut.

Terakhir dilakukan pengawasan atau *controlling* oleh *HRD*, *GM* dan *Program Director*. Pengawasan dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang telah ditentukan berhasil atau tidak dan dapat diketahui sejauh mana tingkat manajemen dalam pengelolaannya. Tujuan pengawasan sendiri untuk mencari tahu tingkat keberhasilan suatu program dimana pada saat *planning* itu sudah tersusun rapi dan mencari tahu fakta atau kebenaran itu sesuai dengan tahap perencanaan. Pengawasan di dalam program itu langsung dari *program director* karena secara *on air* atau kepenyiaran itu memang tugas seorang *program director*. *Program director* langsung berhubungan dengan penyiar yang langsung *on air*. Namun seorang *general manager* juga bertanggung jawab dalam pengawasan dan dari dulu pun yang bertanggung jawab penuh dalam *on air* ialah *general manager*.

Berdasarkan hasil analisis data tersebut dapat dilihat bahwa manajemen yang diterapkan oleh Solo Radio tergolong cukup baik dan sesuai dengan apa yang seharusnya ada di suatu manajemen. Dapat dilihat dari jumlah sumber daya manusianya, Solo Radio memiliki 30 karyawan lebih dengan tingkat jabatannya masing-masing. Dari jumlah karyawan tersebut dapat dibagi sesuai dengan *job desk* masing-masing sehingga dapat terbentuk struktur organisasi pada Solo Radio. Rapat mingguan, bulanan dan tahunan dihadiri oleh semua divisi. Untuk rapat tahunannya selain dihadiri oleh semua divisi juga dihadiri oleh komisaris Solo Radio karena rapat tahunan ini dapat dikatakan skalanya besar. Sumber daya manusia menentukan keberhasilan suatu perusahaan, begitu juga dengan Solo Radio. Sumber daya manusia di sini tergolong dalam pengorganisasian. Untuk *recruitment* sendiri diumumkan lewat media dengan syarat-syarat khusus bagi calon pendaftar. Pendidikan dan pengalaman juga berpengaruh dalam *recruitment* karyawan di Solo Radio. *General manager* di Solo Radio ditentukan oleh komisaris dengan berbagai pertimbangan tentunya dengan pengalaman-pengalamannya. Sedangkan penempatan karyawan baru didiskusikan oleh *general manager*, *HRD*, *corporate secretary*. Penempatan kerja lebih berdasarkan kepada pengalaman karena pendidikan belum tentu menentukan kualitas kinerja karyawan.

Berikutnya yaitu *actuating*, dimana *actuating* ini proses penggerakkan karyawan yang harus mampu melaksanakan tugasnya sesuai dengan *job desk* masing-masing. Solo Radio sendiri melakukan penggerakan dengan meliputi pengarahan, motivasi, hubungan komunikasi yang baik antara satu dengan yang lainnya dan melakukan pendekatan dengan pendengar muda. Tahap yang terakhir yaitu *controlling*. *Controlling* dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan itu sesuai dengan tahap awal perencanaan dan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan manajemen dalam pengelolaannya. Pengawasan di Solo Radio dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Pengawasan tidak langsung dapat dilakukan dengan seorang *general manager* mendengarkan radio di suatu tempat. Dan jika ada kesalahan pada saat *on air* yang meliputi pemutaran lagu, *chit-chat* penyiar, salah pengucapan, *general manager* dapat segera menghubungi *program director*, *station manager* dan bawahannya yang terlibat langsung di bagian program.

Untuk keseluruhan, manajemen Solo Radio dapat dikatakan cukup baik karena semua yang dilakukan itu terarah, jarang sekali yang menyimpang dengan apa yang sudah ditentukan. Solo Radio dapat dengan cepat mengatasi masalah-masalah agar tidak berlarut-larut dan melebar pada yang lainnya. Hubungan komunikasi yang baik lah faktor utama keberhasilan sebuah Solo Radio dan juga program-program yang sesuai dengan sasaran dan segmentasi anak muda. Pada manajemen tersebut pengelolaan untuk pendengar anak muda sendiri terlihat pada *planning* bahwa pendekatannya didasarkan dengan cara membuat program acara sebaik mungkin dari mulai tema, *jingle*, lagu, konten isinya. Nama program pun disisipi dengan menggunakan bahasa Inggris agar lebih menarik dan sebagian anak muda menyukai hal tersebut. Untuk pengorganisasian acara sesuai dengan segmentasi anak muda dengan tidak memutar lagu-lagu di luar anak muda seperti lagu dangdut, karena Solo Radio membatasi lagu-lagu yang tidak sesuai dengan target pendengarnya. Sedangkan proses pendekatan dengan pendengar muda yaitu melalui cara berinteraksi dengan penyiar lewat *request-request* melalui telepon, sms, dan *mention* di *social media*. Selain itu juga ada kegiatan di luar studio untuk menunjang kedekatan dengan pendengar muda. Dan untuk *controlling* dilakukan oleh *program director* dalam mengawasi siaran dengan mengawasi langsung dan mendengarkan siarannya.

## SIMPULAN

Secara keseluruhan proses pengelolaan pendengar anak muda sendiri telah dilakukan mulai dari melaksanakan semua tahapan dengan kerangka target pendengar yaitu 15-25 tahun. Kegiatan yang dilakukan dalam pengelolaan pendengar yang khususnya anak muda terlihat dalam empat tahap yaitu *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*. Dalam perencanaan program dibuat dari satu tahun, tema diambil pada tiap bulan yang terdapat *moment-moment* besar agar dapat dijadikan tema perbulannya. Caranya dengan membuat *id's*, *single*, radio ekspos dan *inserting* mengenai informasi-informasi. Selain itu nama program juga disisipkan dengan menggunakan bahasa Inggris agar lebih menarik untuk pendengar. Untuk pengorganisasiannya secara *on air* tepat waktu sesuai dengan jadwal siar yang sudah ditentukan dan berdasarkan segmentasi pendengar anak muda. Solo Radio membatasi untuk lagu-lagu dangdut karena lagu dangdut tidak termasuk dalam segmentasi pendengar anak muda. Pengorganisasian tersebut dilakukan untuk menjaga agar pendengar anak muda tetap setia menjadi pendengar Solo Radio. Sedangkan proses penggerakannya dilakukan dengan pendekatan melalui program, isi acara, konten siaran, dan penyiar dengan gaya siaran sang penyiar dengan cara berinteraksi dengan penyiar melalui *line* telepon, sms atau *mention* lewat *twitter* dan *facebook*. Dan untuk pengawasan *on air* dilakukan oleh seorang *program director* dan *general manager*. *Program director* mengawasi langsung dengan berada di dalam studio, sedangkan untuk seorang *general manager* mengawasi lewat jarak jauh dengan menggunakan jalur yang terstruktur dan melalui mendengarkan langsung siaran radionya. Apabila terdapat kesalahan pada penyiar yang sedang siaran, seorang *general manager* langsung turun tangan dengan menghubungi kepala divisi program yaitu *program director* karena secara terstruktur memiliki garis koordinasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Herujito, Yayat M. 2001. *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Romli, Asep Syamsul M. 2004. *Broadcast Journalism*, Bandung: Nuansa.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

### **Buku Institusi**

Data media dari Solo Radio 2013