

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PT RADIO START SRASI SWARA  
102, 6 FM DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN PADA  
PENDENGARNYA**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**IRA WAHYUNI  
(178530105)**



**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/10/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/10/25

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya hasil plagiat dalam Skripsi ini.



Medan, 16 Juni 2021

Hormat Penulis,



Ira Wahyuni

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Penelitian** : Manajemen Komunikasi PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6  
FM Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Pendengarnya

**Nama Mahasiswa** : Ira Wahyuni

**NPM** : 178530105

**Program Studi** : Ilmu Komunikasi

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Dr. Nina Siti S, Siregar, M.Si

Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Her Kusmanto, MA

Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm

Dekan

KA. Prodi

Tanggal Lulus : 16 Juni 2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/10/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/10/25

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Rea, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ira Wahyuni  
NPM : 178530105  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non- exclusive Royalty-Free-Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul Manajemen Komunikasi PT Radio Start Sراسي Swara Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Pendengarnya. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 16 Juni 2021

Yang Menyatakan,



Ira Wahyuni

## ABSTRAK

Manajemen Komunikasi merupakan tren baru yang menggabungkan suatu pengelolaan komunikasi antar individu dalam berbagai hal yang berhubungan dengan komunikasi. Radio yaitu alat yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi. Judul penelitian ini adalah Manajemen Komunikasi PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Pendengarnya. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, dengan sumber daya yakni data primer (informan penelitian) dan data sekunder (buku referensi dan *website*). Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian pustaka. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM, ditemukan manajemen komunikasi yang diterapkan meliputi beberapa aspek yaitu perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), dan pengawasan dan evaluasi (*Controlling*) dan analisis SWOT. Sehingga program acara yang dibuat berjalan dengan baik. Dalam penelitian ini menemukan bahwa program acara Radio Start FM mendapatkan respon positif dari pendengarnya. Mereka sangat setuju dengan program acara Radio Start FM karena sangat mengikuti perkembangan zaman dan mengetahui yang diinginkan oleh pendengar. Dengan ini manajemen komunikasi Radio Start FM sangat efektif dan tepat dalam pembuatan program acara untuk disajikan kepada pendengar, sehingga manajemen komunikasi dan manajemen programnya sangat baik mulai dari penentuan khalayak, materi penyiaran dan eksekusi nya tepat sasaran.

**Kata kunci: Manajemen Komunikasi, Analisis SWOT, Pelayanan Pendengar**

## **ABSTRACT**

*Communication Management is new trend that combines communication management between individuals in various matters relating to communication. Radio is a tool used to transmit signals by means of modulation. The title of this research is The Communication Management of PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM in Improving the Quality of Service to Listener. The main problem in this research is how the communication management carried out by PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM in improving the quality of service to its listeners. This study used a qualitative descriptive approach, with the resources informants as the primary data) reference books and websites as secondary data. The data collection in this research is through observation, interviews, documentation, and library studies. Based on research conducted on PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM, it is found that applied communication management includes several aspects, that is Planning, Organizing, Actuating, and Controlling, and SWOT analysis. So that the program made by Start FM able to run well. In this study, it is found that the Start FM Radio program received a positive response from its listeners. They strongly agree with the Start FM Radio program because they are very up to date and know what their listeners want. With this, communication management is very effective and precise in making event program presented to listeners, so that communication management and program management are very good starting from determining the audience, broadcasting material and its execution on target.*

**Keywords: Communication Management, SWOT Analysis, Listener Service**

## KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sholawat serta salam semoga terlimpah kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Pada penulisan proposal skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan seperti keterbatasan waktu, kurangnya literatur yang dibutuhkan, dan kurangnya kemampuan penulis dan sebagainya. Namun, dengan kemauan keras dan tanggung jawab yang dilandasi dengan iktikad baik, maka kesulitan tersebut dapat teratasi. Ada pun judul yang diajukan dalam penyusunan proposal skripsi ini adalah **“Manajemen Komunikasi PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan pada Pendengarnya”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dibantu oleh beberapa pihak. Melalui kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelimpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dr. Nina Siti S Siregar, M. Si selaku Dosen Pembimbing I.
6. Ibu Ilma Saakinah Tamsil M.Comm selaku Dosen Pembimbing II.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta seluruh staf administrasi Fisipol Universitas Medan Area.
8. Orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat-Nya dan membalas semua kebaikan mereka. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan membutuhkan berbagai perbaikan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Medan, 16 Juni 2021

Penulis,

Ira Wahyuni

(178530105)

## DATAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Komunikasi Massa .....	11
1. Pengertian Komunikasi Massa .....	11
2. Karakteristik Komunikasi Massa .....	12
B. Media Massa.....	15
1. Fungsi Media Massa.....	16
C. Radio.....	17
1. Pengertian Radio.....	18
2. Sejarah Radio.....	18
3. Karakteristik Radio.....	20
4. Kelebihan dan Kekurangan .....	21
D. Manajemen .....	23
E. Manajemen Komunikasi.....	28
1. Fungsi Manajemen Komunikasi.....	31
2. Efektivitas Manajemen Komunikasi .....	33
3. Manajemen <i>Public Relation Internal</i> dan <i>Eksternal</i> .....	34
G. Teori Analisis SWOT.....	37
H. Teori Pelayanan .....	38
I. Penelitian Terdahulu .....	39
J. Kerangka Pemikiran .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Metode Penelitian.....	44
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	44
C. Sumber Data .....	45
D. Teknik Pengumpulan Data .....	46
E. Instrumen Penelitian .....	47
F. Teknik Analisis Data.....	48
G. Informan Penelitian .....	49

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM .....	52
1. Sejarah Singkat Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM.....	52
B. Gambaran Umum Informan.....	64
C. Hasil Penelitian.....	71
D. Pembahasan .....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>



## DAFTAR GAMBAR

1.1. Gambar Segmen pendengar radio Start FM .....	4
1.2. Gambar Struktur Organisasi Radio Start FM .....	5
4.1. Gambar Informan I/Informan Kunci .....	64
4.2. Gambar Informan II/Informan Utama .....	65
4.4. Gambar Informan III/Informan Tambahan .....	66



## DAFTAR BAGAN

2.1. Bagan Kerangka Pemikiran .....	42
-------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Melakukan Penelitian
2. Dokumentasi Wawancara dengan Informan .....110
3. Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Riset



## DAFTAR TABEL

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	40
4.1. Tabel Program Acara Radio Start FM .....	56



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era modren saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung kepada informasi. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Hal itu sangat berkaitan erat dengan media massa, baik media massa cetak maupun elektronik. Salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat dan ditunjang dengan teknologi tinggi adalah radio (Masduki, 2006:2).

Radio merupakan salah satu media penyiaran komunikasi tertua dan paling bersejarah (Ardianto, 2007:123). Pada tahun 1887 J.C. Maxwell dan Helmholtz Hertz pertama kali berhasil membuat gelombang radio kemudian penemuan itu terus dikembangkan dan menjadi media massa yang sampai sekarang dipercaya masyarakat (Morissan, 2008:2). Peran radio sebagai media massa yang memberikan informasi yaitu:

*“radio sebagai teknologi telekomunikasi tidak dapat melepaskan perannya dalam komunikasi. Radio dengan peran komunikasi untuk menginformasikan, salah satu fungsi radio sekarang adalah menginformasikan segala sesuatu, baik itu menyangkut peristiwa pemerintah, ekonomi, sosial ataupun dalam bentuk hiburan. Selain peran menginformasikan radio juga berperan dalam mengedukasi masyarakat, melalui informasi-informasi yang disampaikan melalui radio, masyarakat menjadi mengerti dan paham tentang suatu informasi”*(Arsyad, 2004:3).

Sebagai maksud dari kutipan di atas, bahwa radio merupakan teknologi pada bidang komunikasi, yang memiliki fungsi berikut:

1. Memberikan informasi. Informasi adalah kumpulan pesan, informasi yang disampaikan menyangkut segala hal mulai dari informasi pemerintah, ekonomi, sosial, dan sebagainya.

2. Hiburan. Selain informasi yang diperoleh di radio, radio juga bisa menjadi hiburan. Misalnya lagu-lagu yang diputar, penyiar yang seru dan asyik dan ada juga program siaran yang mengajak komunikasi langsung dengan pendengar serta banyak lagi lainnya.

3. Edukasi. Radio dapat berperan sebagai sarana pendidikan. Misalnya upaya peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia.

Ditengah banyaknya media-media baru yang hadir seperti internet dewasa ini, media komunikasi radio masih terus bertahan, bahkan berkembang dengan sangat pesat. Sampai saat ini radio masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal dimasyarakat, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi.

Kekuatan radio sangat efektif dalam memberikan stimulus (rangsangan) dan mempengaruhi masyarakat untuk menerima pesan suara yang disampaikan oleh komunikator. Radio adalah salah satu media massa yang mempunyai banyak kelebihan, antara lain: pesan yang disampaikan oleh radio dapat diterima oleh pendengarnya dimana saja tanpa dibatasi ruang. Radio bisa didengarkan didalam mobil, tempat terbuka, warung-warung kopi, di daerah pegunungan dan lain-lain. Radio juga bisa didengarkan di waktu pagi, siang, sore, atau malam hari, bahkan sekarang ada radio melakukan siaran selama 24 jam.

Radio sebagai teknologi telekomunikasi tidak dapat melepaskan perannya dari komunikasi. Selain memberi informasi, radio juga berperan dalam mengedukasi dan menghibur pendengar. Dalam konsep komunikasi, radio

memegang peran sebagai *channel* atau perantara. Radio digunakan sebagai sarana untuk mengirimkan informasi dari sumber kepada penerima. Perannya sebagai *channel* menuntut untuk efektifnya peran dan fungsi dari radio dalam mengirimkan informasi ke penerima.

Dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio, menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu, radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya. Radio dapat menjadi apa saja, sesuai visualisasi dari pendengar melalui kata-kata yang disampaikan, dan nada suara yang dikeluarkan oleh penyiar. Radio merupakan satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan “gambar” atau rekaan di ruang imajinasi pendengar yang berkesan mendalam bagi pendengarnya yang menggunakan telinga. Emosinya lebih mudah tergugah, terlebih lagi cerita itu didukung oleh efek suara (*background*).

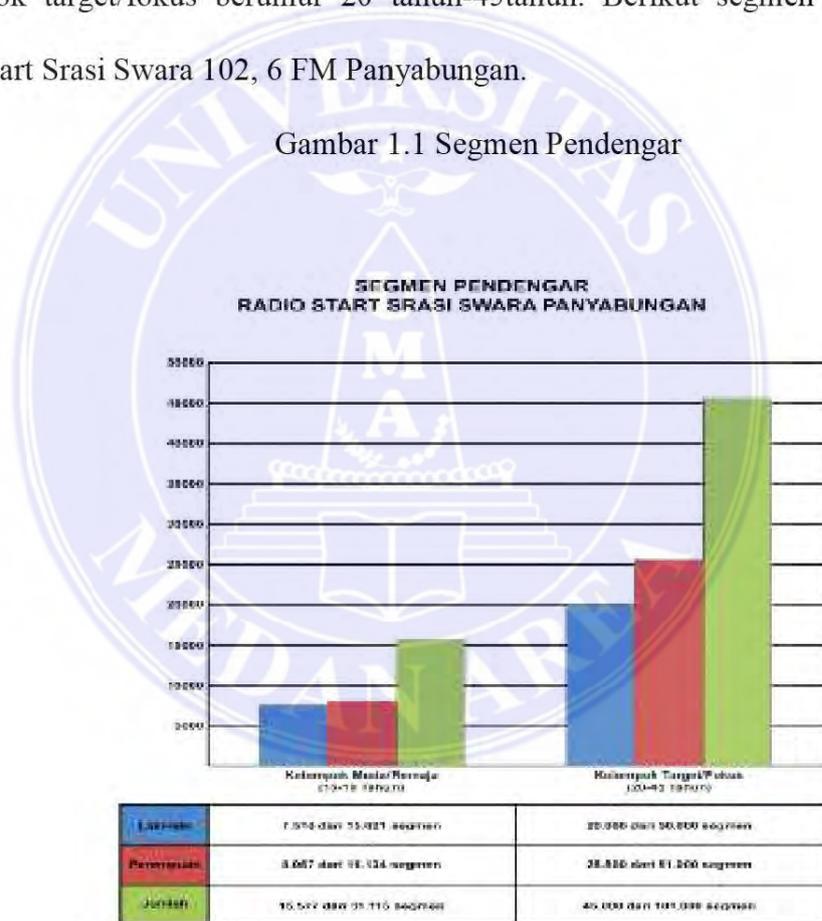
#### 1. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM

Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM atau yang kerap disapa Radio Start FM adalah salah satu radio di daerah Mandailing Natal yang memiliki jargon “*satu kata penuh makna pasti selalu dihati*”. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM sebagai lembaga penyiaran swasta yang independen, netral dan komersial berfungsi memberikan informasi, pendidikan, hiburan, serta menjaga citra positif. Radio ini berdiri pada tahun 2007 berlokasi di Jl. AMD Lama, Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan Kota, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara.

Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM menetapkan *positioning*-nya sebagai musik, layanan jasa, dan berita yang disajikan secara informatif.

Radio Start Sراسي Swara 102 6 FM salah satu radio dengan program yang terformat dan memiliki para penyiar yang berpengalaman. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam mempertahankan eksistensinya dengan cara mengikuti *trend* dan mengetahui apa yang disukai oleh masyarakat. Sasaran segmen acara radio ini yaitu kelompok muda/ remaja yang berumur 15 tahun-19 tahun dan kelompok target/fokus berumur 20 tahun-45tahun. Berikut segmen pendengar radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM Panyabungan.

Gambar 1.1 Segmen Pendengar



Sumber: Data Internal Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM

Di Panyabungan sendiri banyak stasiun radio yang bisa kita jumpai seperti radio Mass FM, Dino FM, akan tetapi Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM mempunyai kelebihan yang sangat berbeda dengan radio yang lain. Dimana Radio Start Start Sراسي Swara 102, 6 FM terdapat struktur organisasi, mempunyai kualitas dalam segi penyiaran program dan memiliki dan sudah memiliki surat izin dari yang berwenang. Selain itu, Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM sudah terdaftar di Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) dan pemerintah kominfo Panyabungan.

Adapun struktur organisasi dalam P.T Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM sebagai berikut:

Gambar: 1.2 Sturuktur Organisasi PT. Radio Start Sراسي Swara



Sumber: <https://startfinmadina.com>

Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM di dukung oleh beberapa sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dalam bidangnya, mulai dari bagian marketing, produser, *music director*, penyiar. Dalam pembuatan program acara radio, peran produser dan penyiar sangat berperan penting. Produser bertanggung jawab atas program dan penyiar bertanggung jawab ketika proses penyampaian pesan ke pada pendengar. Terutama mengenai informasi-informasi terbaru yang terpercaya.

Program acara di Radio Start Sراسي Swara ini sangat berbeda dengan program acara radio lainnya. Oleh karena itu, inilah yang menjadi keunggulan dari radio ini. Seperti program acara ruang Faslak yang mendatangkan pembicara ke studio radio untuk menginspirasi para pendengar. Selain itu radio ini memiliki segmen acara yang unik yaitu ketabo-ketabo, segmen ini bertujuan melestarikan seni budaya kearifan lokal, Start FM hadir dengan program budaya yang menyajikan adat istiadat, gonjak sianyang (canda) pantun yang dihantar dalam bahasa mandailing, pendengar (sahabat Start FM) inilah yang menjadikan khas dan karakter Radio Start FM. Dikutip dari <https://mdn.biz.id/n/134708/> Radio Start FM menerima KPID Award tahun 2014 dalam penghargaan konten lokal acara ketabo-ketabo yang meraih nominator 3 besar kategori *Talk Show* dan Hiburan. Program acara radio ini memiliki kemampuan untuk menarik pendengarnya seperti program acara musik 3 warna, musik nusantara, cakrawala musik informasi, oke-oke aja, *top news*, *starts news* dan lain-lain.

Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM tetap menunjukkan eksistensinya sebagai radio yang mampu bersaing dengan radio-radio komersial yang ada di Panyabungan. Setiap radio memiliki karakteristiknya masing-masing yang memang ditujukan kepada segmentasi yang menjadi target pendengarnya. Banyak hal yang dilakukan oleh masing-masing radio untuk mampu bersaing menghadapi bisnis media. Salah satunya adalah yang dilakukan produser Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM yang sudah menerapkan beberapa manajemen komunikasi dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan manajemen komunikasi. Faktor yang paling penting dalam menentukan

keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah manajemen program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan strategi manajemen *programming* atau penata acara. Mulai dari *planning, organizing, actuating, dan controlling*. Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalan sehingga terbentuk *station format* dengan tujuan menciptakan *image* stasiun penyiaran radio.

Program yang sudah dirancang sedemikian rupa, tidak mungkin dapat terjangkau oleh khalayak lain tanpa adanya manajemen komunikasi. Oleh karena itu peran manajemen komunikasi sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu acara. Namun permasalahan di radio ini ada beberapa acara yang belum terlaksana karena kurangnya manajemen komunikasi didalamnya. Fenomena yang terjadi ini menarik perhatian peneliti untuk meneliti lebih jauh tentang manajemen komunikasi program yang dilakukan Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam program acara radio.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mendalami masalah tersebut dengan judul **“Manajemen Komunikasi PT. Radio Start Sراسي Swara 102,6 FM dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Pendengarnya”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini dimaksud untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan (Moleong, 2010). Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Manajemen Komunikasi PT.

Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan pada Pendengarnya” yang objek utamanya merupakan Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM yang ada di Panyabungan.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Bagaimana proses perencanaan (*Planning*) program yang dilakukan oleh PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.
2. Bagaimana proses pengorganisasian (*Organizing*) program yang dilakukan oleh PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.
3. Bagaimana proses pelaksanaan (*Actuating*) program yang dilakukan oleh PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.
4. Bagaimana proses pengawasan dan evaluasi (*Controlling*) program yang dilakukan PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen komunikasi PT. Radio Start Sراسي Swara 102,6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya. Sedangkan secara khususnya untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan (*Planning*) program yang dilakukan oleh PT. Radio Start Sراسي Swara 102, FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses pengorganisasian (*Organizing*) program yang dilakukan oleh Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.
3. Untuk mengetahui proses pelaksanaan (*Actuating*) program yang dilakukan oleh PT. Radio Start Sراسي Swara 102,6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.
4. Untuk mengetahui bagaimana proses pengawasan dan evaluasi (*Controlling*) program yang dilakukan PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian dilihat dari tiga aspek, yakni: manfaat teoritis, akademis, dan praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

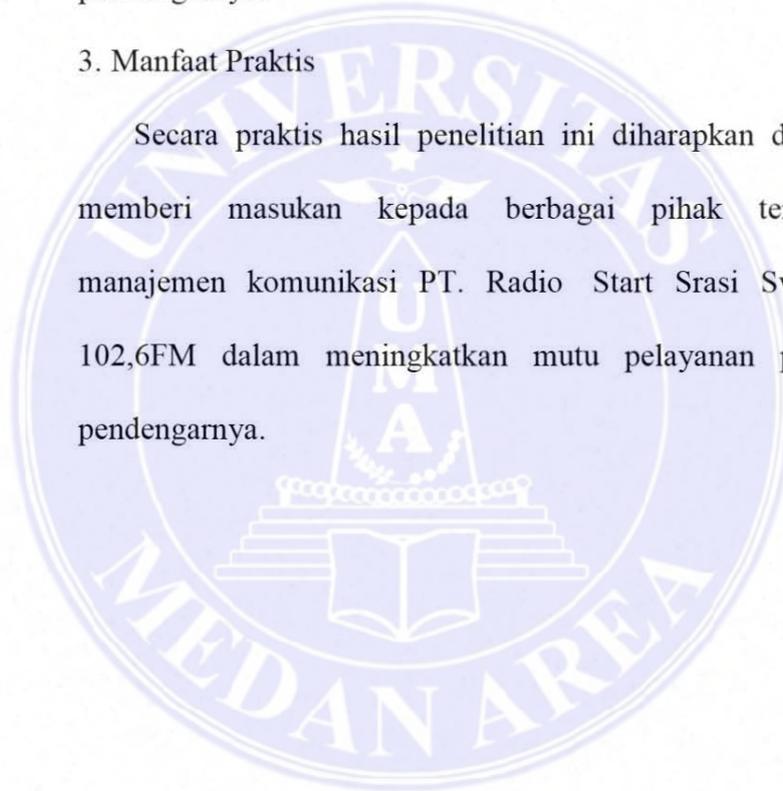
Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi, khususnya manajemen komunikasi PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.

## 2. Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang komunikasi khususnya tentang manajemen komunikasi PT. Radio Start Sراس Swara 102,6FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.

## 3. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada berbagai pihak terkait manajemen komunikasi PT. Radio Start Sراس Swara 102,6FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Komunikasi Massa

##### 1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Elvinaro, 2012:3). Komunikasi massa menjadi salah satu bidang kajian dalam ilmu komunikasi. Komunikasi massa hadir sejak orang dapat berkomunikasi tanpa harus bertatap langsung namun menggunakan alat-alat mekanik. Ditemukan setengah abad oleh Johannes Gutenberg yang merupakan ilmuan penemu mesin cetak tahun 1450. Dengan menggunakan alat yang ditemukan oleh Johannes Gutenberg, komunikasi banyak disebarkan dan akhirnya menjadi komunikasi massa. Sebab, komunikasi tersebut bisa dinikmati dan ditujukan oleh banyak orang. Zaman sebelum munculnya komunikasi massa disebut dengan zaman Prapublisistik dan zaman setelah adanya komunikasi massa disebut dengan zaman Publikistik (Wiryanto,2000:2).

Komunikasi massa atau *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya. Kata komunikasi massa berasal dari bahasa Inggris *Mass Communication*, atau dari *mass media communication*. Jadi komunikasi massa bisa diartikan komunikasi yang menggunakan media atau salurannya dalam penyampaiannya (Wiryanto,2000:2).

Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, radio, televisi, internet, dan sebagainya.

Sama halnya seperti yang diungkapkan oleh Susanto, bahwa komunikasi massa menggunakan media dalam penyalurannya. Media atau salurannya dalam penyampaian komunikasi memiliki fungsi dan peranan yang berbeda-beda, tergantung bentuk yang disampaikan (Suryanto, 2015:143-144).

Peran komunikasi massa menurut Djuarsa Sendjaja (2002), studi komunikasi secara umum membahas dua materi pokok yaitu: *pertama*, studi komunikasi massa yang melibatkan peran masyarakat luas beserta institusi-institusi. Hal ini menjelaskan posisi atau kedudukan media massa dalam masyarakat yang terjadi saling mempengaruhi berbagai struktur masyarakat. *Kedua*, komunikasi massa yang melihat hubungan media yang dapat mempengaruhi audiensnya. Pada pembahasan ini lebih menekankan efek-efek audiens sebagai interaksi dengan media (Morissan, 2008:14).

Media massa dapat membentuk pola pemikiran atau prespektif sasaran. Begitu banyak yang disajikan media, hingga media berkompetisi untuk dapat menarik perhatian. Pengaruh yang diberikan dan yang terjadi sangat besar, bahkan opini-opini baru bisa bermunculan (Bafadhal, 2017:49).

## **2. Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus atau karakteristik yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Karakteristik komunikasi massa tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Artinya komunikasi dengan menggunakan media masa berlaku dalam satu arah (*One way communication*) dimana semua informasi diberikan oleh sumbernya atau komunikator kepada khalayak ramai tanpa respon pada waktu bersamaan sebagaimana terjadi pada komunikasi personal atau dengan kata lain tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Seperti penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya.

### 2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Artinya media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yaitu suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga tersebut, peranannya dalam proses komunikasi ditinjau oleh orang-orang lain. Pada kenyataannya komunikator dalam komunikasi massa tidak bekerja sendiri, melainkan bersama-sama dengan orang lain. Oleh sebab itu komunikator seperti itu disebut komunikator kolektif.

### 3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Artinya pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa. Media massa tidak akan menyiarkan informasi yang bersifat khusus seperti pesan yang hanya diperuntukkan untuk

seseorang atau kelompok tertentu. Informasi yang diberikan adalah informasi untuk orang banyak.

#### 4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Artinya yang dimaksud keserempakan adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk satu dengan yang lainnya berada dalam keadaan terpisah. Secara lebih sederhana, berarti informasi diterima secara serentak, radio dan televisi, karena merupakan media massa elektronik tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak mendengarkan acara radio.

#### 5. Komunikasikan komunikasi massa bersifat heterogen

Artinya komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai jenis masyarakat. Dengan kata lain, ia memberikan posisi yang sama untuk semua orang tanpa memandang umur, jenis kelamin, bangsa dan siapa saja yang dapat mendengar, menonton, dan membaca.

Pada umumnya memang media massa bersifat seperti diatas baik media cetak maupun media elektronik. Akan tetapi masyarakat tidak menyadari bahwa salah satu sifat dari media massa dapat menimbulkan keserempakan di lingkungan masyarakat.

## B. Media Massa

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting proses komunikasi massa (Vivian, 2008:4). Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (*printed media*), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, video, dan lain-lain (Vivian, 2008:4).

Media massa sekarang berkembang apalagi dengan adanya media massa dewasa ini, yaitu internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak.

Shirley Biagi (2010:10) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Dari seluruh penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa juga merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan. Menurut sejarahnya, buku adalah media massa pertama, sedangkan internet adalah media massa terbaru.

### **1. Fungsi Media Massa**

Dalam arti penting media massa, Dennis McQuail (1987) (Nuruddin, 2013:34) memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media massa di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

1. Media massa merupakan sebuah industri. Media massa terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa. Di sisi lain, industri media tersebut diatur oleh masyarakat.
2. Media massa berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, atau sumber lainnya, dalam kehidupannya.
3. Media massa menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik dari dalam negeri maupun internasional.

4. Media massa berperan sebagai wahana pengembang budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama, maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini yang semuanya didapat dari informasi di media.
5. Media massa menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat.

### **C. Radio**

Radio salah satu jenis media massa satu arah yang berperan untuk menyampaikan pesan (berita, informasi, dan hiburan) kepada masyarakat dalam jangkauan luas. Radio ini telah menjalani proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti saat ini.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas, dan merambat lewat udara, dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Seperti yang diketahui, radio merupakan media komunikasi yang biasa digunakan untuk mendapatkan informasi terkait berbagai hal. Radio memiliki sistem kerja yang mengandalkan gelombang radio sebagai sumber sinyalnya.

Gelombang radio akan dikirimkan dengan menggunakan cara modulasi atau radiasi. Gelombang radio akan dibagi sesuai dengan pusat stasiun radionya sehingga membuat setiap sinyal radio akan memiliki frekuensi yang berbeda.

### **1. Pengertian Radio**

Menurut Margono (2017:9) radio adalah media yang sangat menghibur juga menjadi media informasi yang efektif dan berguna bagi masyarakat banyak. Menurut Asep (2017) radio merupakan salah satu media massa seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah. Radio adalah “suara”, yakni didengar dan dikonsumsi oleh telinga. Jadi apapun yang disajikan oleh radio berupa suara atau audio (Asep, 2017:14). Berdasarkan pengertian di atas, radio merupakan salah satu media massa yang berbentuk audio atau suara yang dikonsumsi bagi masyarakat.

### **2. Sejarah Radio**

Sejarah penyiaran awalnya dibagi menjadi dua bagian, yaitu penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sebagai suatu industri. Pada waktu itu, radio hanya sebagai salah satu penemuan yang ditemukan para ahli Eropa dan Amerika oleh Heinric Hertz pada tahun 1887. Kemudian berkembang lagi dan berhasil mengirimkan sinyal morse (berupa titik dan garis) menggunakan alat pemancar yang ditemukan oleh Gugliemo Marconi. Kesuksesan Marconi pada masa itu, bisa mengirim sinyal morse hingga menyeberangi Samudra Atlantik (Morissan, 2008:2).

Seiring perkembangan kemudian berganti menjadi sebuah tatanan industri dimulai di Amerika. Mulanya Frank Conrad mendirikan stasiun Radio di garasi rumahnya di Pittsburgh AS, pada tahun 1920. Conrad menyiarkan lagu, mengumumkan hasil pertandingan bola dan menyiarkan instrumen musik yang dimainkan oleh putranya sendiri. Ternyata dalam waktu yang singkat, siaran yang dilakukan oleh Conrad yang dimulai dari hobi tersebut, didengar oleh banyak orang. Dari stasiun Conrad inilah penyiaran radio menjadi penyiaran industri. Akibat keberhasilan stasiun yang dibangun oleh Frank Conrad, berdampak banyak stasiun-stasiun yang berdiri di Amerika (Morissan, 2008:3).

Perkembangan penyiaran di Indonesia di mulai pada tahun 1925. Pada masa pemerintahan Hindia-Belanda, Prof Komans dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat, dari kejadian tersebut, kemudian diikuti berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Pada tahun 1930 amatir radio di Indonesia membentuk organisasi yang menamakan dirinya NIVERA (*Netherland Indische Vereniging Radio Amateur*). Pada tahun 1945, amatir radio bernama Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia (Morissan, 2008:8).

Setelah berdirinya organisasi NIROM, kemudian di tahun 1945 ada sebuah organisasi yang menamai dirinya dengan PRAI (Persatuan Radio Amatir Indonesia). Dari organisasi tersebut, muncul radio amatir-amatir kecil yang berkomunikasi antar pulau. Namun di tahun 1952, pemerintah mengeluarkan ketentuan bahwa radio amatir tidak boleh mengudara dan

hanya boleh mengudara radio milik pemerintah yaitu Radio Republik Indonesia (RRI) serta diperkuat dengan dikeluarkan undang-undang No 5 tahun 1964.

Pada tahun 1966-1967 diberbagai daerah mulai membentuk persatuan radio amatir kecil-kecil. Pada tahun 1966 radio Ampera mengudara yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan radio Orde Baru. Pada 9 juli 1968, berdiri ORARI (Organisasi Radio Amatir Republik Indonesia) dan pada saat itu juga digelar rapat untuk mengembalikan tugas dan fungsi dari RRI.

Meskipun mengalami beberapa peristiwa bersejarah, stasiun radio masih banyak berdiri artinya radio masih diminati. Eksistensi radio sampai sekarang pun masih diakui di masyarakat, karena sampai sekarang masih bisa mendengarkan siaran radio dimana saja. Sehingga radio tidak menjadi mudah terpuruk dengan perkembangan media lainnya.

### 3. Karakteristik Radio

Karakteristik radio yang dimiliki radio menurut Romli (2007: 22-24) sebagai berikut:

1. Auditif, artinya suara merupakan karakter utama pada radio. Apapun yang disampaikan radio pasti dalam bentuk suara atau audio. Karena hanya berbentuk audio, maka radio hanya bisa didengar tidak bisa dilihat.
2. *Make picture*, radio harus bisa menggambarkan atau membangun imajinasi pendengar.

3. *Treath of mind*, menyebutkan secara detail apa yang disampaikan. Dari sinilah pendengar akan bisa membangun imajinasi (*make picture*).

4. *Live music*, pendengar bisa mendengar musik secara gratis dengan radio, adapun musik yang diputarkan oleh radio bersifat *surprise*, pendengar tidak mengetahui lagu apa yang akan diputar. Namun untuk beberapa program terkadang menawarkan kepada pendengar ataupun pendengar bisa *request* lagu apa yang ingin diputar.

Karakteristik radio secara umum sama seperti media massa lainnya, seperti publisitas (dapat diakses atau dikonsumsi oleh publik), universalitas (pesannya bersifat umum), kontinuitas (berkesinambungan dan terus menerus), serta aktualitas (berisi hal-hal baru, baik berita atau informasi terbaru) (Asep, 2017:13).

Karakteristik khas yang dimiliki radio dan tidak dimiliki oleh media lainnya menurut Asep (2017:14) dibagi menjadi dua yaitu karakteristik positif (kelebihan) dan karakter negatif (kelemahan). Karakteristik yang dimiliki oleh radio menjadi pondasi dan manajemen program dan teknik siaran menjadi penyesuaian sebuah program siaran.

#### **4. Kelebihan dan Kekurangan**

Sebagaimana yang diketahui keberadaan radio hingga sekarang masih dicari oleh orang. Dengan begitu radio memiliki keunggulan dan kekurangan dibandingkan dengan media massa lainnya. Menurut (Romli, 2007 :22) adapun kelebihan dan kekurangan radio dibandingkan dengan media massa lainnya sebagai berikut:

## 1. Kelebihan

- a. Kelebihan pertama sangat umum adalah cepat dan langsung. Dibandingkan media massa seperti koran dan televisi dalam menyampaikan informasi radio merupakan media tercepat sebab tanpa melalui proses panjang seperti siaran televisi.
- b. Selain terdengar akrab keunggulan yang lainnya juga terdengar hangat, perpaduan kata-kata siaran oleh penyiar dipadukan dengan pemutaran musik bisa dipengaruhi emosi pendengar.
- c. Mendengarkan siaran radio bisa dilakukan oleh semua kalangan tanpa ada batasan umur, jenis kelamin dll, serta bisa didengar dimana saja dan kapan saja.
- d. Dibandingkan dengan media massa cetak seperti koran atau media gambar seperti televisi yang sekarang berlangganan, radio lebih murah dan bahkan pendengar nya tidak dipungut bayaran.
- e. Siaran radio juga memiliki sifat fleksibel karena radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain, tanpa mengganggu pekerjaan.
- g. Mendengarkan radio lebih mudah dicerna dibandingkan dengan media cetak seperti koran. Karena, penyiar menyampaikan seperti mengobrol jadi tidak ada kesalah pahaman intonasi baca.

## 2. Kelemahan

- a. Bila didengar sekilas, siaran radio bersifat sekali dengar jadi mudah untuk dilupakan pendengar. Sebab, siaran radio tidak berbentuk tulisan yang bisa disimpan kembali.

b. Seringkali dijumpai bahwa siaran radio bersifat global, tidak detail, tidak rinci. Berbeda dengan koran yang menyebutkan informasi secara tepat dan rinci.

c. Kelemahan radio juga memiliki batasan waktu. Dimana siaran radiodiatur oleh jadwal oleh waktu hanya 24 jam. Serta siaran beralur linear, program siaran yang disiarkan radio berdasarkan jadwal yang sudah ditentukan.

d. Masalah yang paling banyak ditemui oleh pendengar adalah sinyal, terkadang sinyal bisa tidak sampai atau tidak terjangkau karena terkendala beberapa faktor sinyal hilang dan tidak bisa mendengar radio.

#### **D. Manajemen**

Manajemen adalah suatu proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh sesuatu dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain (Ferianto, 2015:4).

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan (2014:2). Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisiensi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Sedamaryanti (2014:2) manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengambil keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien.

Secara sederhana, manajemen merupakan suatu proses tindakan atau seni perencanaan, mengatur, pengarahan dan pengawasan yang dinamis yang menggerakkan organisasi mencapai tujuannya. Secara umum, ada empat fungsi manajemen yang sering orang menyebutnya “POAC”, yaitu *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*.

### 1. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan susunan langkah-langkah secara sistematis dan teratur untuk mencapai tujuan organisasi atau memecahkan masalah tertentu. Perencanaan juga diartikan sebagai upaya memanfaatkan sumber-sumber yang tersedia dengan memperhatikan segala keterbatasan guna mencapai tujuan secara efisien dan efektif. Dalam melaksanakan perencanaan ada kegiatan yang harus dilakukan, yaitu melakukan perkiraan (rencana) kegiatan organisasi dan penganggaran (*budgeting*).

Perkiraan berfungsi untuk menentukan rencana kegiatan yang dilaksanakan kedepan oleh organisasi sebagai upaya mencapai tujuan organisasi. Dalam melakukan perkiraan, haruslah selalu memperhatikan tujuan organisasi, sumber daya organisasi dan juga melakukan suatu analisis organisasi (bisa menggunakan SWOT) untuk mengetahui potensi internal dan eksternal. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam

melakukan perencanaan, yakni harus *smart*. *Smart* yaitu *specific* artinya perencanaan harus jelas maksud maupun ruang lingkupnya. Langkah-langkah dalam membuat perencanaan:

a. Analisis situasi & identifikasi masalah

Melakukan analisa dan identifikasi terhadap situasi organisasi dengan memperhatikan tujuan organisasi. Dalam melakukan analisa situasi dapat menggunakan teknik analisis SWOT.

b. Menentukan skala prioritas

Setelah dianalisa dan mengidentifikasi masalah, maka perlu dilakukan penentuan skala prioritas terhadap pelaksanaan kegiatan. Hal ini agar kebutuhan organisasi yang mendesak didahulukan untuk menjamin keberlangsungan organisasi.

c. Menentukan tujuan program

Agar pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi akan mengarah pada pencapaian tujuan organisasi, maka dibutuhkan penentuan tujuan program, sehingga nantinya pelaksanaan program dapat diukur capaiannya.

d. Menyusun rencana kerja operasional (termasuk didalamnya menyusun anggaran).

## 2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian diartikan sebagai kegiatan pembagian tugas-tugas pada orang yang terlibat dalam aktivitas organisasi, sesuai dengan kompetensi sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegiatan ini merupakan keseluruhan proses

memilih orang-orang serta mengalokasikannya sarana dan prasarana untuk menunjang tugas orang-orang itu dalam organisasi, serta mengatur mekanisme kerjanya sehingga dapat menjamin pencapaian tujuan program dan tujuan organisasi. Menurut George R. Terry, tugas pengorganisasian adalah mengharmonisasian kelompok orang yang berbeda, mempertemukan macam-macam kepentingan dan memanfaatkan seluruh kemampuan ke suatu arah tertentu. Dalam pengorganisasian kegiatan yang dilakukan yakni *staffing* (penempatan staf) dan pepaduan segala sumber daya organisasi. Langkah-langkah pengorganisasian:

- a. Tujuan organisasi harus dipahami oleh staf (menjelaskan keseluruhan staf tentang tujuan organisasi yang harus dicapai).
- b. Mendistribusikan pekerjaan ke staf secara jelas (mendudukan orang-orang yang berkompetensi pada posisi tepat). Dan jangan sampai ada posisi strategis yang kosong, karena akan berpengaruh pada keseluruhan pencapaian organisasi.
- c. Menentukan prosedural staf (menentukan cara kerja dan evaluasi para staf, serta *punishment* dan *reward* yang diterima. Selain itu juga menjelaskan tentang garis koordinasi dan sinergitas dalam organisasi, sehingga seluruh posisi dipadukan untuk menuju tujuan organisasi.
- d. Mendelegasikan wewenang (berani untuk mendelegasikan wewenang sesuai dengan tugas dan fungsi tiap-tiap staf).

### 3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Perencanaan dan pengorganisasian yang baik kurang berarti bila tidak diikuti dengan pelaksanaan kerja organisasi yang bertanggung jawab.

Untuk itu, maka semua sumber daya manusia (SDM) yang harus dioptimalkan untuk mencapai visi, misi, dan program kerja organisasi. Inti dari *actuating* adalah menggerakkan semua anggota kelompok bekerja agar mencapai tujuan organisasi. Dalam mengimplementasikan aktivitas organisasi, pelaku organisasi harus:

- a. Merasa yakin dan mampu melakukan suatu pekerjaan.
- b. Percaya bahwa pekerjaan telah menambah nilai untuk diri mereka sendiri.
- c. Tidak terbebani oleh masalah pribadi atau tugas lain yang lebih penting atau mendesak.
- d. Tugas yang diberikan cukup relevan.
- e. Hubungan harmonis antar rekan kerja.

Dengan adanya pengorganisasian dapat dihindari kemungkinan terjadinya persaingan yang tidak sehat dan kesimpangsiuran di dalam bertindak antara orang-orang yang terlibat dalam mencapai tujuan. Koordinasi ini mengajak semua sumber daya manusia yang tersedia untuk bekerjasama menuju ke satu arah yang telah ditentukan.

#### 4. *Controlling* (Pengendalian/Pengawasan)

*Controlling* bukanlah hanya sekedar mengendalikan pelaksanaan program dan aktivitas organisasi, namun juga mengawasi sehingga bila perlu dapat mengadakan koreksi dengan demikian apa yang dilakukan staf dapat diarahkan ke jalan yang tepat dengan maksud pencapaian tujuan yang telah direncanakan. Inti dari *controlling* adalah proses memastikan pelaksanaan agar sesuai dengan rencana.

Fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian (pengawasan) merupakan kekuatan para pemimpin dalam melaksanakan fungsi manajerial organisasi. Jika seorang pemimpin mampu secara baik merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan organisasi serta segala sumber daya yang ada di dalamnya, maka tujuan dari organisasi akan dengan mudah tercapai.

### **E. Manajemen Komunikasi**

Manajemen komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang perspektif, paradigma, teori, model, metodologi penelitian, dan konsep-konsep komunikasi serta aspek-aspek manajerial untuk kepentingan pengelolaan sumber daya komunikasi dalam berbagai bentuk dan konteks dalam mewujudkan efektivitas komunikasi. Konsep manajemen dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses mempengaruhi orang lain. Selain itu, konsep dari manajemen komunikasi juga memberi saran kepada kita bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah dapat kita pelajari dan kita kembangkan.

Sebagai contohnya, kita dapat meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi agar dapat menjadi seorang komunikator yang memiliki kredibilitas. Di sinilah letak kegunaan mempelajari manajemen komunikasi, yaitu agar kita dapat lebih mengerti bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan orang lain, sehingga komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi yang efektif. Manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang diaplikasikan dalam berbagai *setting* komunikasi.

Secara harfiah, manajemen komunikasi merupakan ilmu untuk menyelesaikan pekerjaan melalui suatu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan kepemimpinan. Sedangkan, komunikasi diartikan sebagai proses interaksi antar individu atau kelompok untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi untuk terhubung dalam lingkungan orang lain. Oleh karena itu, pengertian manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dengan teori manajemen untuk diterapkan dalam berbagai *setting* komunikasi.

Pengertian manajemen komunikasi adalah bagaimana cara orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam konteks komunikasi. Untuk menjelaskan istilah lebih jauh, kita perlu mengetahui definisi dari kedua tersebut, yaitu kata manajemen. Beberapa ahli menjelaskan pengertian manajemen komunikasi, di antaranya yaitu:

Pengertian manajemen komunikasi menurut Michael Kaye dalam (Riinawati, 2019:34) adalah bagaimana orang-orang mengelola proses komunikasi mereka dengan orang lain dalam berbagai konteks komunikasi. Misalnya dalam situasi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Menurut Parag Diwan dalam (Riinawati, 2019:34) manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya manusia secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengertian manajemen komunikasi menurut Lebler dan Barker dalam (Riinawati, 2019:35) adalah proses yang sistematis antara anggota organisasi dalam menjalankan fungsi-fungsi

manajemen untuk menyelesaikan pekerjaan melalui proses negoisasi pengertian/ pemahaman antara satu individu maupun lebih yang bertujuan mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan beberapa pengertian manajemen komunikasi di atas, maka yang dimaksud dengan manajemen komunikasi adalah proses timbal balik untuk memberi, membujuk, dan memberikan perintah dari suatu informasi kepada orang lain serta merupakan tuntutan untuk menjembatani teoritisi komunikasi dan praktisi komunikasi. Manajemen komunikasi akan membentuk suatu alur komunikasi agar terciptanya koordinasi yang tidak saling tumpang tindih dan untuk memberikan solusi jika terjadi perbedaan pendapat antar individu.

Menurut Soesanto dalam buku (Riinawati, 2019:35), komunikasi bertujuan untuk menciptakan keharmonisan di antara pelaku-pelaku komunikasi. Pola tindakan komunikasi untuk mencapai itu semua bukan hanya reaktif semata, tetapi juga harus penuh dengan strategi. Manajemen komunikasi yang menggabungkan antara pendekatan manajemen dengan pengelolaan komunikasi memungkinkan kita untuk mewujudkan keharmonisan dalam komunikasi yang kita lakukan. Karakteristik ilmu komunikasi antara lain bersifat *irreversible*, kompleks, berdimensi sebab akibat, dan mengandung potensi *problem*. Dilihat dari karakteristik tersebut, suatu proses komunikasi sangatlah rumit. Maka suatu tindakan komunikasi haruslah dikelola secara tepat. Di sinilah subdisiplin manajemen komunikasi dapat memberikan kontribusinya.

Komunikasi adalah penting untuk suatu kedudukan yang efektif. Karier dalam bisnis, pemerintah, atau pendidikan memerlukan kemampuan dalam

memahami situasi komunikasi, mengembangkan strategi komunikasi efektif, memerlukan kerjasama antara satu dengan yang lain, dan dapat menerima kehadiran ide-ide yang efektif melalui saluran komunikasi.

## 1. Fungsi Manajemen Komunikasi

Proses komunikasi merupakan bagian integral dari perilaku organisasi untuk menjalankan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab pimpinan, staf pimpinan, dan pegawai. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka dalam suatu organisasi komunikasi mempunyai beberapa fungsi. Menurut Maman Ukas bahwa komunikasi adalah: fungsi informasi, fungsi komando akan perintah, fungsi mempengaruhi dan penyaluran serta fungsi integrasi. Kothler mengemukakan empat fungsi komunikasi organisasi, yaitu:

### 1. Fungsi Informasi

Dari fungsi komunikasi tersebut, bahwa fungsi informasi, dengan melalui komunikasi maka apa yang ingin disampaikan oleh narasumber atau pemimpin kepada bawahannya dapat diberikan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Melalui lisan manajer atau pemimpin dengan bawahan dapat berdialog langsung dalam menyampaikan gagasan dan ide. Seseorang administrator organisasi harus membuat keputusan mengenai program yang mesti disusun dalam tahapan tertentu berdasarkan informasi dari sejumlah komponen organisasi yang semuanya bermuara pada kebutuhan informasi yang tepat waktu, benar dan memiliki validitas tinggi.

## 2. Fungsi Regulatif

Fungsi ini dimaksudkan sebagai proses yang dilakukan manajer yaitu mengawasi perpindahan perintah informasi pengiriman pesan kepada bawahan. Perintah itu dipahami oleh bawahan sebagai peraturan yang harus dikerjakan. Fungsi regulasi akan perintah tentunya berkaitan dengan kekuasaan, dimana kekuasaan orang adalah hak untuk memberi perintah kepada bawahan dimana para bawahan tunduk dan taat dan disiplin dalam menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab. Suatu perintah akan berisikan aba-aba untuk pelaksanaan kerja yang harus dipahami dan dimengerti serta yang dijalankan oleh bawahan. Dengan perintah terjadi hubungan atasan dan bawahan sebagai yang diberikan tugas.

## 3. Fungsi Persuasif

Dalam fungsi persuasif berarti memasukkan unsur-unsur yang meyakinkan dari atasan baik bersifat motivasi maupun bimbingan, sehingga bawahan merasa berkewajiban harus menjalankan pekerjaan atau tugas yang harus dilaksanakan. Dalam kegiatan mempengaruhi, komunikatornya harus luwes untuk melihat situasi dan kondisi dimana bawahan akan diberikan tugas dan tanggung jawab, sehingga tidak merasa bahwa sebenarnya apa yang dilakukan bawahannya ini merupakan beban, ia akan merasakan tugas dan tanggung jawab.

#### 4. Fungsi Interaktif

Pada fungsi integrasi bahwa organisasi sebagai suatu sistem harus berintegrasi dalam suatu total kesatuan yang saling berkaitan dan semua urusan satu sama lain tak dapat dipisahkan, oleh karena itu orang-orang yang berada dalam suatu organisasi atau kelompok merupakan suatu kesatuan sistem, dimana seseorang itu akan saling berhubungan dan saling memberikan pengaruh kepada satu sama lain dalam rangka terciptanya suatu proses komunikasi untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan.

Untuk itu dalam rangka meningkatkan efektivitas komunikasi dalam organisasi perlu ditingkatkan kesadaran akan kebutuhan komunikasi yang efektif untuk memperlancar tugas dan pencapaian tujuan.

#### 2. Efektivitas Manajemen Komunikasi

Dalam prosesnya bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial untuk mentransmisikan atau menyampaikan perasaan atau informasi baik yang berupa ide-ide atau gagasan-gagasan dalam rangka mempengaruhi orang lain. Agar komunikasi berjalan efektif komunikator hendaknya mampu mengatur aliran pemberitaan ke tiga arah, yakni ke bawah, ke atas, ke samping, atau mendatar. Bagi setiap orang atau kelompok dalam organisasi hendaknya mungkin untuk berkomunikasi dengan setiap orang atau kelompok lain, dan untuk menerima respon sikap, itu diminta oleh komunikator.

Menurut Marsetio Donosepoetro dalam proses komunikasi ada beberapa ketentuan antara lain:

1. Karena komunikasi mempunyai suatu maksud, maka suatu *message* atau stimulus selalu ditujukan kepada sekumpulan orang tertentu. Ini disebut penerima yang tertentu.
2. Komunikator berkeinginan menimbulkan suatu respon kepada penerima yang sesuai dengan maksud yang dibawakan oleh *message* stimulus tertentu.
3. Suatu komunikasi dinyatakan berhasil jika respon yang timbul pada penerima, sesuai dengan maksud komunikasi.

Dalam melaksanakan suatu program organisasi atau lembaga aktivitas menyebarkan, menyampaikan gagasan-gagasan dan maksud-maksud ke seluruh struktur organisasi sangat penting. Proses komunikasi dalam menyampaikan suatu tujuan lebih dari pada sekedar menyalurkan pikiran-pikiran atau gagasan-gagasan dan maksud-maksud secara lisan atau tertulis.

### **3. Manajemen *Public Relation* Internal dan Eksternal**

Manajemen *Public Relation* (PR) adalah proses melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan komunikasi yang diprakarsai oleh sebuah organisasi. Pada dasarnya PR merupakan kegiatan komunikasi yang melibatkan seluruh anggota organisasi untuk menciptakan citra yang baik di mata *public* yang dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi. Terdapat banyak sekali definisi mengenai *public relations*, diantaranya adalah menurut (Cutlip, Centre & Broom, 2006:6) definisi *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat

antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Menurut Oemi Abdurrachman (2001:34) *Public Relation* adalah *internal public* dan *eksternal public*. *Internal Public Relation* merupakan hubungan yang dijalin antara perusahaan dengan karyawan dan pemegang saham. *Eksternal Public Relation* merupakan hubungan yang dijalin perusahaan dengan pelanggan, khalayak sekitar, instansi pemerintah, pers, dan kelompok-kelompok lain diluar perusahaan.

*Public eksternal* sama pentingnya dengan *public internal* karena hubungan *Public Relation* dengan kedua publik tersebut sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan untuk meraih kesuksesan. Oleh karena itu sesuai dengan konteks pernyataan diatas Oemi Abdurrachman (2001:37). Terdapat hubungan-hubungan yang dinamakan dengan:

1. Hubungan dengan Publik Internal (*Internal Public Relations*)

a. Hubungan dengan karyawan (*Employee Relations*)

Merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis yang dibina dan diabadikan dalam hubungan dengan perorangan sehari-hari dalam lingkungan kerja.

b. Hubungan dengan pemegang saham (*Stakeholder Relations*)

Merupakan salah satu hubungan yang penting karena modal merupakan hal yang sangat mempengaruhi maju mundurnya perusahaan.

2. Hubungan dengan Publik Eksternal (*Eksternal Public Relation*)

a. Hubungan dengan pelanggan (*Customer Relations*)

Merupakan mempertahankan hubungan dengan konsumen, atau pelanggan yang telah ada dengan cara mengelolanya agar melakukan pembelian berulang, sehingga konsumen tidak akan lari ke kompetitor.

b. Hubungan dengan Khalayak Sekitar (*Community Relation*)

Merupakan hubungan yang dijalin perusahaan dengan masyarakat sekitar perusahaan yang berfungsi untuk meningkatkan citra positif perusahaan.

c. Hubungan dengan Pemerintah (*Government Relation*)

Merupakan hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan aparat pemerintah di sekitar perusahaan, hal ini juga sangat berguna untuk menjalin kerjasama dan meningkatkan citra positif perusahaan.

d. Hubungan dengan Pers (*Press Relations*)

Hubungan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dengan media massa akan memperlancar kegiatan publisitas.

## G. Teori Analisis SWOT

Manajemen komunikasi memerlukan teori analisis SWOT, karena teori analisis SWOT merupakan alat yang digunakan oleh suatu organisasi untuk melakukan perencanaan dan manajemen strategis. Ketika ia menggunakan analisis SWOT, organisasi harus dapat melihat kekuatan dan kelemahan organisasi dengan realistis.

SWOT adalah akronim dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Menurut Harisson (2010) yang dimaksud dengan analisis SWOT adalah penyelidikan terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi, peluang pertumbuhan dan perbaikan organisasi, dan ancaman lingkungan eksternal yang ada agar organisasi dapat bertahan. Karena dengan analisis SWOT dapat membantu perbaikan atau penyesuaian hal-hal yang dipandang tidak baik. Analisis SWOT juga dapat membantu pemahaman yang lebih baik tentang bisnis, membantu perencanaan dan membuat tujuan menjadi semakin solid karena hasil analisis menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi. Dalam analisis SWOT terdapat empat komponen utama, yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*.

1. *Strengths* atau kekuatan yang mengacu pada berbagai faktor internal yang mendukung organisasi mencapai tujuannya.
2. *Weaknesses* atau kelemahan mengacu pada berbagai faktor internal yang dapat menjadi hambatan bagi organisasi mencapai tujuannya.
3. *Opportunities* atau peluang mengacu pada berbagai faktor eksternal yang memberikan keuntungan bagi organisasi.

4. *Threats* atau ancaman mengaju pada berbagai faktor eksternal yang dapat menyebabkan masalah bagi organisasi (Rangkuti, 2017:23).

## H. Teori Pelayanan

Kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan manajemen komunikasi. Faktor yang paling penting dalam menentukann keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio adalah manajemen program atau acara. Oleh karena itu, dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengar radio memerlukan manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi yang baik akan menghasilkan pelayanan yang baik.

Menurut Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Moenir (2015:40) pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Selanjutnya Sinambela (2008:7) mengemukakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berkaitan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, produser atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat

terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka.

#### 1. Kualitas Layanan

Dalam memberikan layanan yang berkualitas sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan dapat berpedoman pada dimensi kualitas jasa. Tjiptono dan Chandra (2013:75) menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi pokok dalam menganalisis atau mengukur kualitas jasa, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangibles*.

#### 2. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Tjiptono dan Chandra (2013:318) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

### I. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tinjauan kepustakaan yang penulis telusuri, sudah ada beberapa penelitian yang membahas tentang manajemen komunikasi di radio. Adapun penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai referensi adalah sebagai berikut:

No.	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber	Perbedaan Penelitian
1.	Paramita Amelia	Strategi Manajemen Radio RRI Pro-2 Dalam Meningkatkan Minat Dengar Masyarakat Kecamatan Medan Denai di Kota Medan. 2020	Kreatifitas yang ingin dibentuk melalui siaran di Program 2 adalah karakter pribadi anak muda yang berorientasi kepada hasil terbaik dan karya yang orisinal.	Jurnal.Dhar mawangsa.a c.id	penelitian tersebut hanya berfokus kepada strategi manajemen dalam meningkatkan minat dengar masyarakat tidak mengukur kepuasan pendengar. Sementara penelitian penulis membahas tentang Manajemen Komunikasi PT. Radio Start Sراسي Swara 10,2 6 FM Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Pendengarnya dan mengukur kepuasan pendengar
2.	Candra Dwi Putra	Manajemen Komunikasi Organisasi Radio Komersial Lokal dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar. 2019	Mendeskripsikan manajemen komunikasi organisasi radio komersial lokal dalam meningkatkan kualitas penyiar	Eprints.um m.ac.id	Penelitian ini berfokus kepada manajemen komunikasi organisasi dan Penelitian tersebut tidak menyinggung analisis SWOT. Sementara penelitian penulis menyinggung analisis SWOT.
3.	Risha Titara Galiskha Hamid	Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program Medan Plus. 2020	Strategi yang diterapkan penyiar program BK Medan Plus meliputi beberapa aspek yaitu strategi komunikasi gagasan, komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, strategi pengucapan, dan strategi kontrol suara yang sesuai dengan teori strategi komunikasi penyiar oleh Ben G. Henneke	Repository. uma.ac.id	Dalam Penelitian ini, penulis hanya membahas strategi komunikasi penyiar dan tidak mencantumkan penelitian terdahulu. Sementara penelitian penulis membahas manajemen komunikasi radio dan akan mencantumkan penelitian terdahulu
4.	Wisnu Adi Wicaksono	Strategi Manajemen Penyiaran Radio Komunitas Pasca Terbitnya Izin Siaran (ISR).	mengetahui strategi manajemen penyiaran radio komunitas pascaterbitnya izin siaran radio (ISR)	Repository. bakrie.ac.id	Pada penelitian ini tidak membahas tentang teori manajemen. Sementara penelitian penulis membahas tentang teori manajemen

		(Studi kasus pada rasio komunitas swarakota FM Provinsi DIY). 2018			
5.	Arditya Pratama Yuswanto	Manajemen Penyiaran Dalam Pengelolaan Radio Masyarakat Dakwah (Masda FM). 2020	Radio Masda telah menerapkan proses manajemen penyiaran mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan dalam Radio Masda	Repository.perpus.iains asalatiga.ac.id	Pada penelitian ini hanya berfokus membahas manajemen penyiaran dalam pengelolaan radio dan Pelaksanaan wawancara yang dilakukan via chat whatsapp dikarenakan masa pandemic Covid-19. Sementara penelitian penulis membahas tentang manajemen komunikasi dan melakukan wawancara langsung ke lapangan
6.	T. Muhamad Fadhli	Penerapan Fungsi Manajemen Media Massa Di Radio Mandiri FM Pekanbaru. 2014	memposisikan radio (positioning) merupakan strategi yang dirancang untuk mengkomunikasikan segala sesuatu didalam radio dimulai dari identitas radio, segmentasi, target, format dan produk radio (program) serta analisa pesaing.	Ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id	Penelitian ini membahas tentang penerapan fungsi manajemen media dan penelitian ini tidak menjelaskan tentang informan penelitian. Sementara penulis membahas tentang manajemen komunikasi dan menjelaskan tentang infoman penelitian.
7.	Defhany	Manajemen Media Penyiaran Radio Mora FM Dalam Meningkatkan Kualitas Program Siaran Radio Di Era New Media. 2019	Dengan menerapkan manajemen media penyiaran radio yang baik dan secara optimal, Radio MoraFM dapat meningkatkan kualitas program siaran radio di era new media	Ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id	Penelitian ini mengkaji tentang manajemen media penyiaran dan Penelitian ini tidak membahas tentang radio. Sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang manajemen komunikasi radio
8.	Amalia Rahayuningtyas	Manajemen Penyiaran Berita di Mahaka Radio Integra (Gen FM dan Jak FM). 2016	Menunjukkan bahwa manajemen penyiarannya menekankan pada format berita <i>highlight</i> dan menyiarkan segmen berita sebanyak 2 kali dalam	Kc.umn.ac.id	Penelitian ini fokus membahas tentang manajemen penyiaran sedangkan penelitian penulis membahas tentang manajemen komunikasi pada radio

			satu jam untuk program siaran <i>primetime</i> pagi dan sore, serta satu jam sekali untuk siaran reguler		
9.	Nurhasanah Nasution	Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM Dalam Persaingan Infomasi Digital. 2018	Menunjukkan bahwa segmen pasar pendengar radio KISS Fm Medan adalah remaja yang berusia 15- 25 tahun.	Umsu.ac.id	Penelitian ini membahas tentang strategi manajemen penyiaran dan menggunakan teori manajemen dari Wahyudi. Sedangkan penelitian penulis membahas tentang manajemen komunikasi dan menggunakan teori manajemen dari George R Terry
10	Ivan Reza	Strategi Manajemen Nedia Radio Pas FM Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar Untuk Manjaga Eksistensi Radio. 2015	Strategi komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Pas FM Solo dengan penyiar yaitu dengan mendekati diri dengan penyiar dan terus memberikan arahan tentang teknik siaran secara rutin agar kualitas output dari penyiar tetap terjaga	Eprints.ums.ac.id	Penelitian ini hanya berfokus kepada Strategi Komunikasi dan menggunakan teori manajemen dari Wayne Mondy (1993) dan teori analisis SWOT dari Effendy (2003). Sementara penelitian penulis berfokus kepada manajemen komunikasi dan menggunakan teori manajemen analisis SWOT dari George R Terry (2010) dan teori analisis SWOT dari Freddy Rangkuti (2017)

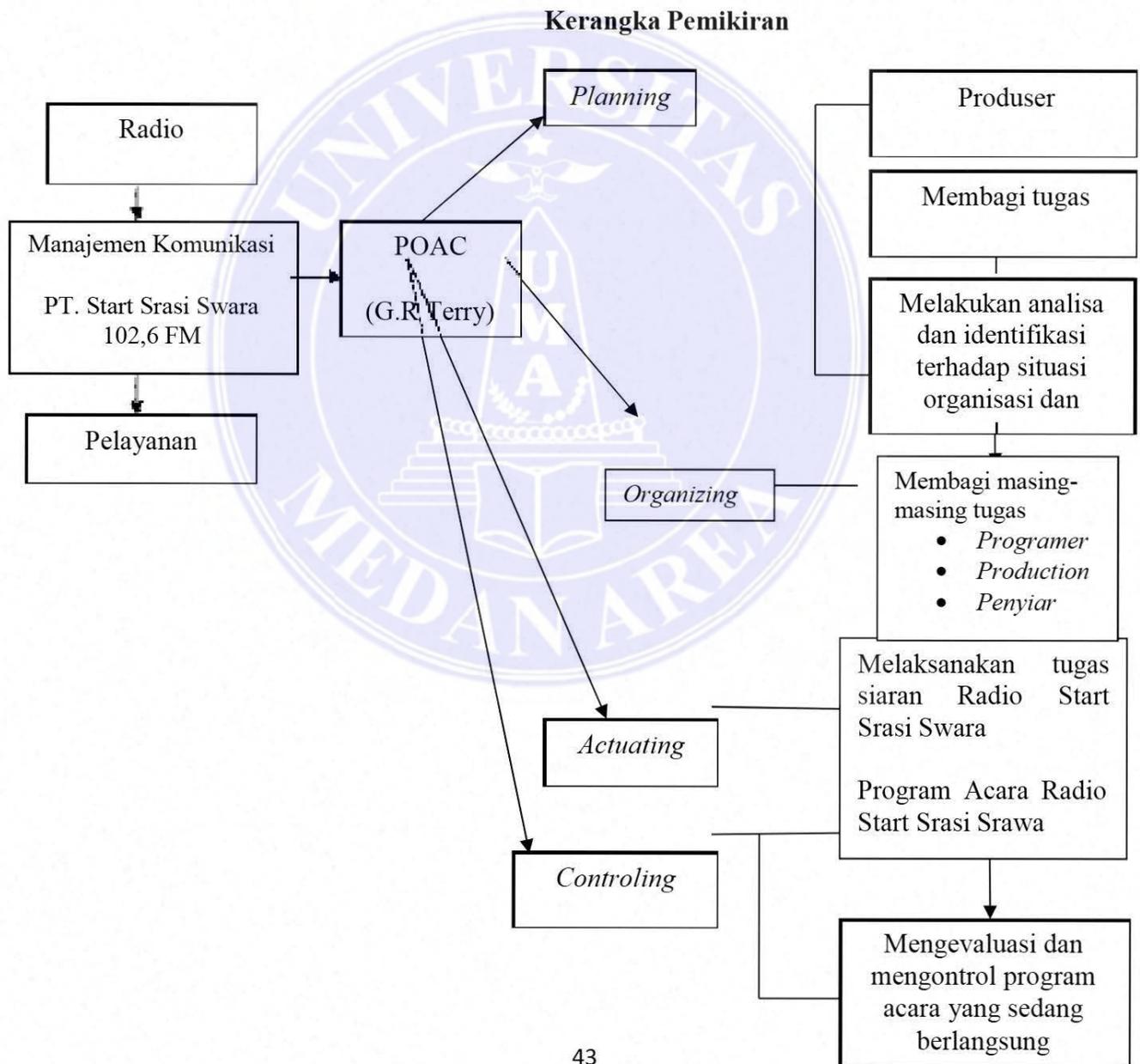
Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu

Sumber: Peneliti

## J. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara ataupun rangkuman terhadap segala sesuatu menjadi sebuah objek permasalahan yang dimana menggunakan argumentasi-argumentasi yang dapat dipertanggung jawabkan dan akhirnya melahirkan suatu kesimpulan

Menurut Uma Sekaran (1992) dalam Harbani Pasolong (2016:83) kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang mendesak. Pada dasarnya kerangka berfikir adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan penelitian.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, secara lebih terperinci dengan maksud dapat menerangkan, menjelaskan dan menjawab permasalahan peneliti. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek penelitian.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mendapatkan, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak ditekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

##### 1. Waktu penelitian

Penelitian ini akan mulai pada bulan Januari tahun 2021 sampai dengan Februari tahun 2021.

## 2. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM. Jl. AMD lama, Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan Kota, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Uta.

## C. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekkunder.

### 1. Sumber Data primer

Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan staf karyawan PT. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dan dari pendengar PT. Radio Start Sراسي Swara.

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah didapat melalui wawancara dan observasi. Pengumpulan data dilakukan oleh studi kepustakaan yaitu mengumpulkan dan mempelajari dokumen, situs-situs atau buku-buku ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang diperlukan dan digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### a. Wawancara

Wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan peneliti berkeinginan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan informan yang lebih mendalam. Metode *interview* adalah sebuah dialog atau tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih yaitu pewawancara atau terwawancara (narasumber) dilakukan secara berhadapan-hadapan (*face to face*).

Dengan demikian mengadakan wawancara atau *interview* pada prinsipnya merupakan usaha untuk menggali keterangan yang lebih dalam sebuah kajian dari sumber yang relevan berupa pendapat, kesan, pengalaman, pikiran dan sebagainya.

### b. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara itu yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari dokumen yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada.

## E. Instrumen Penelitian

Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Instrumen selain manusia (seperti: angket, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan sebagainya) dapat pula digunakan, tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen kunci. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti adalah mutlak, karena peneliti harus berinteraksi dengan lingkungan baik manusia dan non manusia yang ada dalam kawah penelitian. Kehadirannya dilapangan peneliti harus dijelaskan, apakah kehadirannya diketahui atau tidak diketahui oleh subjek penelitian. Ini berkaitan dengan keterlibatan peneliti dalam kawah penelitian, apakah terlibat aktif atau pasif (Muri, 2017).

Menurut Gulo (2000:23), Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan, yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi. Instrumen itu disebut pedoman pengamatan atau pedoman wawancara atau kuesioner atau pedoman dokumenter, sesuai dengan metode dipergunakan (Gulo, 2000:23). Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan penelitian dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, sehingga mudah diolah (Arikunto, 2000:108).

## F. Teknik Analisis Data

Setiap penelitian perlu adanya data-data sebagai penunjang dari penelitian tersebut, maka data penelitian yang sudah terkumpul perlu diolah untuk diorganisasikan data-data tersebut yang kemudian dijelaskan sesuai dengan maksud dan tujuan dari penelitian ini.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang telah ditanyakan. Setelah dianalisis bila jawaban yang diwawancarai terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Tahapan-tahapan analisis data di lapangan menurut Miles & Huberman (1984) dalam buku Sugiyono, yaitu:

*“bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing atau verification”*.

### 1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemulihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan selama meneliti untuk memilih informasi yang mana dianggap yang menjadi pusat penelitian lapangan.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data yaitu sebagai kumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan atau pengambilan tindakan. Pengambilan data ini membantu penulis memahami

peristiwa yang terjadi dan mengarah pada analisa dan tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman. Alasan dasar yang dilakukan pada tahapan ini adalah menyederhanakan informasi yang kompleks kedalam suatu bentuk yang disederhanakan dan mudah dipahami.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data disajikan, maka dilakukan kesimpulan data atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2008:252). Pada penelitian ini, kesimpulan awal dikemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data yang diperoleh peneliti di lapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan mengenai permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini.

## G. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan data dan informasi. Menurut Afrizal (2016:139) informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam dalam penelitian kualitatif. Informan dibagi menjadi tiga yaitu:

### 1. Informan Kunci

Menurut Afrizal (2016:139) informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat peneliti. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan informan

kunci adalah Khoiruddin Faslah Siregar yang menjabat sebagai Direktur yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional studio sehari-hari. Seperti kita ketahui, bahwa seorang Direktur harus mengetahui tugas-tugas kerja semua bidang di radio, hal ini disebabkan agar proses kerja jangka pendek atau panjang berjalan dengan lancar.

## 2. Informan Utama

Menurut Afrizal (2016:139) informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari. Yang menjadi informan utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Serta dalam penelitian ini informan utama yaitu:

### 1. Roy Samsuri

Roy Samsuri adalah karyawan PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM yang menjabat sebagai produser di radio yang berumur 31 tahun dan sudah bekerja selama 3 tahun di radio Start FM.

### 2. Feby Azhar

Feby Azhar adalah karyawan PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM yang menjabat sebagai administrasi radio dan penyiar di radio, yang berumur 31 tahun dan sudah bekerja selama 5 tahun di radio Start FM.

### 3. Informan Tambahan

Menurut Afrizal (2016:139) informan tambahan merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dan penelitian kualitatif. Yang menjadi

informan tambahan dalam penelitian ini adalah beberapa masyarakatpanyabungan yang mendengarkan siaran acara radio start srsi swara.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT Radio Start Sراس Swara 102, 6 FM mengenai permasalahan “Manajemen Komunikasi PT Radio Start Sراس Swara 102, 6 FM Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Pendengarnya” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dengan menggunakan teori POAC dalam mewujudkan komunikasi yang saling berhubungan, saling berproses dan penyampaian pesan. Radio Start FM membuat sebuah program acara sebagai media komunikasi massa yang ingin memberikan informasi, pendidikan, serta hiburan khususnya kepada pendengar radio Start FM melalui:

1. Perencanaan (*Planning*): Radio Start FM membuat program acara untuk meningkatkan pelayanan pada pendengarnya dengan menentukan apa yang ingin dicapai dalam program acara tersebut, siapa sasaran program acara tersebut dan pesan apa yang ingin disampaikan kepada pendengar. Hal ini merujuk kepada beberapa faktor seperti minat pendengar terhadap program acara yang dibuat. Maka, radio Start FM harus mengikuti perkembangan zaman dan mengetahui apa yang diinginkan oleh pendengar.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) yang dilakukan radio Start FM dalam membuat program acara dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya dengan cara produser membagikan tugas kepada anggota menurut keahliannya. Misalnya musik direktur, produksi direktur, dan

penyiar. Dalam pelaksanaan pengorganisasian, diawali dengan rapat koordinasi untuk membahas program acara yang akan disiarkan.

3. Pelaksanaan (*Actuating*) program yang dilakukan radio Start FM dalam membuat program acara dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya yakni penyiar harus menjadi *creator* yang menghasilkan gagasan-gagasan baru, segar dan kreatif dalam siarannya, karena tugas penyiar adalah menghibur melalui siaran harus tetap menjaga etika penyiar yang tidak rasis dan tidak menyinggung orang lain.
4. Pengawasan dan Evaluasi (*Controlling*) program yang dilakukan radio Start FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya, melalui program acara yang diawasi oleh produser yang bertanggung jawab pada suatu program yang disampaikan oleh penyiar. Misalnya penyiar tidak boleh mengucapkan kata-kata kasar dan menyinggung orang lain, memperhatikan apakah dalam penyiaran tersebut mengandung unsur SARA, sehingga dapat mempertahankan estetika penyiaran dan menjaga hal-hal yang tidak diinginkan.

Secara umum manajemen komunikasi PT Radio Start Swara 102, 6 FM ini sudah menerapkan dan melaksanakan manajemen komunikasi sebagai bagaimana mestinya. Radio Start FM sudah melakukan perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), Pengawasan dan Evaluasi (*Controlling*) pada program acara yang akan dibuat. Dengan menggunakan manajemen komunikasi yang baik, pesan yang akan disampaikan kepada pendengar dapat tersampaikan dengan baik sehingga dapat meminimalisir

sebuah kegagalan pendengar merasa puas terhadap program dan pelayanan yang diberikan oleh Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM. Pada saat observasi dilapangan, pendengar Radio Start Sراسي Swara juga mengatakan bahwasanya mereka merasa puas terhadap program dan pelayanan yang diberikan oleh radio Start FM.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat SWOT di PT Radio Start Sراسي Swara, yang secara umum radio Start FM memiliki kekuatan yang dapat mempertahankan eksistensi radio, radio Start FM juga memiliki program acara yang terstruktur dan mempunyai audio yang bagus sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat didengar secara jelas oleh pendengar, radio Start FM memiliki penyiar yang berpengalaman dan berkualitas, radio Start FM juga sudah menggunakan sosial media seperti *instagram*, *youtube*, *facebook*, *live streaming* dan internet dalam penyebaran informasi. Selain kekuatan, Radio Start FM juga memiliki kelemahan dan ancaman seperti kurangnya sumber daya manusia (SDM) pada bidang komunikasi dan bidang pemberitaan namun hal ini tidak terlalu berpengaruh karena radio Start FM sudah mengantisipasi segala kelemahan dan ancaman yang akan terjadi di masa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, seorang ahli manajemen komunikasi Nadra Ismet Vita berpendapat terhadap manajemen komunikasi PT Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pendengarnya yaitu manajemen komunikasinya sudah berjalan namun perlu untuk peningkatan lagi dimana persaingan dengan media lain begitu pesat. Dengan menggunakan analisis SWOT juga akan membantu manajemen untuk mengenal kekuatan dan hambatan yang ada di radio tersebut. Maka dari itu,

kekuatan dan visi dari perusahaan juga perlu disampaikan kepada seluruh bagian manajemen dengan cara yang komunikatif.

## **B. Saran**

1. Radio Start Sراسي Swara 102, 6 FM harus dapat memaksimalkan promosi melalui media lain dengan melakukan barter melalui kerjasama yang lebih baik sebelumnya sehingga ini dapat menekankan anggaran untuk promosi.
2. Sebagai radio swasta yang cukup dikenal masyarakat khususnya daerah Panyabungan, Radio Start FM harus selalu meningkatkan kualitas program acara dan selalu menjalin kedekatan dengan para pendengarnya agar dapat menambah SDM yang berkompetensi di bidangnya agar dapat mendukung semua program acara di radio Start FM.
3. Pesan yang dikomunikasikan radio Start FM sebaiknya memiliki tujuan untuk menarik perhatian, menciptakan kesadaran, memunculkan keinginan agar memunculkan tindakan membeli.
4. Untuk penelitian yang akan datang, peneliti berharap penelitian ini dikembangkan menggunakan tema yang sama, tetapi objek penelitiannya berbeda dan kemudian dilakukan perbandingan antara

manajemen Radio Start FM dengan Manajemen yang diterapkan oleh radio lain, sehingga akan diketahui perbedaan manajemen yang digunakan oleh kedua radio tersebut.

5. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi pembaca mengenai manajemen komunikasi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abeng, Tanri. 2006. *Profesi Manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, Zein. 2009. *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar, Arsyad. 2004. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agustinova, Danu Eko. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis.
- Biai, Shirley. 2010. *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humaika.
- Cutlip, Scott M. 2007. *Effective Public Relations, Edisi IX, Cetakan Ke-2*. Jakarta: Kencana.
- Donosepoetra, Marsetio. 2005. *Manajemen dalam Pegertian dan Pendidikan Berpikir*. Surabaya. Bina Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana 1989. "Kamus Komunikai". Bandung: PT. Manda Maju
- Hasibuan, Drs. H. Malayu S.P. 2011. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relation Edisi Ke Lima*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Ferianto, Andri. *Pengantar Manajemen (3 in 1)*. Kebumen: Mediaterra.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Margono, Indroyono. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Margono, Indroyono 2017. *Menjadi Broadcaster Radio*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Masduki. 2006. *Menjadi Broadcaster Proffesional*. Yogyakarta: LKIS

- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Moenir, 2015. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moore, H. Frazire. 2005. *Humas Membangun Citra Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya
- Morissan. 2008. *Manajemen Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Muhammad, Arni. 2008. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Muri, Yusuf. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Nuruddin, Ahmad. 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Surabaya: Raja Grafindo Persada.
- Pasolong, Harbani. 2016. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy, 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru
- Romli, Asep. 2017. *Manajemen Program Dan Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Dan Cendikia.
- Romli, Asep. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Ruslan, Rosady. 2011. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah. 2011. *Teori dan Publik Relation*. Depok: Gramata Publishing.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2002. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.

- Sedarmayanti. 2014. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.
- Sinambela, Lijian Poltak. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik dan Implementasi*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2005. "*Memahami Penelitian Kualitatif*". Jakarta: Gramedia Utama.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi (1)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Siagian, Sondang. P. 2012. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Terry, George, R dan Leslie W.Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Terry, George, R. 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ukas, Maman. 2004. *Manajemen Konsep, Prinsip dan Aplikasi*. Bandung. Cetakan Ketiga Agnini.
- Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bndung: Simbiosis Rekatama Media.
- Vivian, Jhon. 2008. *The Media Of mass Communication*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Warta, W. 2017. *Manajemen Reputasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- W. Gulo. 2000. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo.
- Wahyuni, Nursih Isti. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wiryanto. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia WidiasaranaIndonesia.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo
- Karya Ilmiah:
- Ahnad, Nur. 2015. *Radio sebagai sarana Media Massa Elektornik*. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran*. Kudus. 3(2):233-255.
- Bafadhal, Madri. 2017. *Komunikasi Ritual Penggunaan Aplikasi Whatsapp: Studi Konsumsi Berita Lewat Group Whatsapp*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Jakarta. V(1): 49-56.

Taufiq Ramadhan. Strategi Komunikasi Manajemen Program Acara “Pranti Babaung” di Radio Paranti 105, 6 FM Pandeglang . Skripsi. Serang, 2014.

Safa’atun. 2015. *Strategi Komunikasi Radio Dais 107,9 Semarang Dalam Siaran Streaming*. Skripsi Diterbitkan. Fakultas Dakwah UIN Walisongo Semarang. Interdisiplinary Journal of Communication (INJECT). Salatiga 2(1): 1-26.

Siregar, Nina Siti Salmaniah. 2012. *Interaksi Komunikasi Organisasi*. Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas Isipol UMA. Volume 5 Nomor 1.

Sumber Lain:

Harrison, J. (2010). Strategic Planning and SWOT Analysis. Essentials of Strategic Planning in Healthcare. <https://doi.org/10.1080/01425690701737481>

<https://pakarkomunikasi.com/teori-swot-dalam-periklanan/amp>

Vita, Nadra Ideyani. 2021. *Wawancara Langsung*. Ahli Manajemen Komunikasi. Medan.