

PENDEKATAN RADIO KISSFM MEDAN TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL GEN-Z

Fithri azzahral¹, Rizky cahya wahyuni², Cici hardiyanti³, Najwa amelia⁴, Anggryani syahfitri⁵

Raaaa4231@gmail.com¹, rizkycahyawahyuni@gmail.com², hardiyantiicici@gmail.com³,
najwaamelia0507@gmail.com⁴, anggisyafitri982@gmail.com⁵

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

ABSTRAK

Radio adalah salah satu bentuk media tertua yang saat ini masih dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat di Kota Medan. Pada masa ini radio lebih diutamakan sebagai media hiburan yang mana ternyata sebagian besar pendengar radio saat ini adalah Milenial. Salah satu radio yang identik dengan milenial adalah radio Kiss FM Medan karena Kiss FM dinilai konsisten dengan konsep anak muda dan jumlah pendengar muda yang banyak. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan program yang dimiliki Kiss FM Medan sehingga mampu meraup pendengar-pendengar milenial. Penelitian ini juga akan melihat apakah strategi yang dilakukan Kiss FM sudah benar-benar tepat dan bisa memenuhi keinginan para pendengar milenial ini. Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan didukung dengan pengambilan data kuantitatif. Penelitian ini bermaksud menggambarkan kejadian atau fakta yang terdapat pada suatu objek penelitian dengan cara melakukan wawancara yang dibandingkan dengan data pendukung yang didapatkan dengan cara penyebaran kuesioner. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa Radio Kiss FM Medan memiliki strategi yang tepat, dengan menggunakan social media untuk mempromosikan penyiar dan kontennya kepada pendengar. Disamping itu, social media juga digunakan untuk berinteraksi secara langsung lewat portal yang sama untuk mengetahui konten seperti apa yang disukai pendengar. Kiss FM Medan juga mengedepankan pemilihan musik dan juga personality penyiar untuk mendapatkan jumlah pendengar yang lebih banyak lagi, karena menurut survei, musik dan personality penyiar adalah hal yang paling diminati pendengar milenial.

Kata Kunci: Radio, Gen z, pendekatan, social

ABSTRACT

Radio is one of the oldest media that a lot of people in Indonesia still enjoy, especially in Medan. In this time radio is preferred as an entertainment media, which surprisingly a lot of the listeners are Millennial. One of the radio that well known as a Millennial Radio is Kiss FM Medan, because Kiss FM Medan consistent with a concept for youngsters, and has a lot of young listeners. The purposes of this research is to find out how is the program maintenance strategy of Kiss FM so they can get the Millennial listeners. This research is also will see if this strategy is really work and 691 can fulfill the millennial's wish. The form of this research is using descriptive method with the qualitative approach supported with the quantitative data. This research is intended to describe facts from the object by using interview as the method which will be compared with the supporting data from the questionnaire. The conclusion from this research found the fact that Kiss FM has the right strategy by using social media to promote the announcers and the content to the listeners. Social media is also being used as a platform where they can interact with the listeners directly. Kiss FM also prioritizing their music selection and the personality of their announcers to

get more listeners, because according to the survey, music and the personality of the announcers are 2 two things that millennial listeners love the most.

Keywords: *Radio, Gen z, Approach, sosial*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Radio adalah salah satu bentuk media tertua yang saat ini masih dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat di Kota Medan. Radio ditemukan pertama kali oleh Guglielmo Marconi pada awal 1900an dan sejak itu menjadi perantara pertukaran informasi yang efektif di kalangan masyarakat luas. Radio sejak dulu menjadi salah satu tempat masyarakat dalam mencari informasi dan juga hiburan dalam bentuk audio, dalam hal ini radio lebih spesifiknya memberikan hiburan utama dalam format musik dan lagu. Radio adalah media elektronik yang friendly dan bisa didengarkan gratis dimana saja.

Radio bisa disebut juga sebagai media imajinasi, dimana radio memstimulasi berbagai macam suara yang kemudian mengarahkan pendengar untuk bisa membayangkan apa yang sebenarnya ingin disampaikan oleh radio. Radio dapat memproyeksikan penyiarannya menjadi apa saja, sesuai visualisasi pribadi pendengar melalui kata-kata yang diucapkan dan nada suara yang dikeluarkan oleh penyiar. Pada masa ini radio lebih digunakan sebagai media hiburan, yang mana sebagian besar radio saat ini menggunakan musik personality penyiarannya yang muda dan dinamis sebagai konten utama dalam usahanya menghibur pendengar.

Radio-radio yang masih beroperasi sekarang, sebenarnya tidak hanya berfokus pada musik yang diputar di program-program yang mereka miliki. Di Kota Medan sendiri misalnya, ada beberapa radio yang difokuskan justru pada diskusi bisnis, atau justru berfokus pada pelaporan informasi terkini dan juga berita- 2 berita, namun tetap radio yang paling berkembang di Kota Medan adalah radio yang berfokus pada

rekomendasi musik-musik terbaru dengan personality penyiar-penyiarannya yang dinamis.

Alasan mengapa radio-radio dengan rekomendasi musik terbaru justru menjadi radio yang paling berkembang, salah satunya dipengaruhi oleh generasi milenial yang menjadi pendengar paling banyak radio saat ini. Hal ini dibuktikan dengan data dari Nielsen tahun 2016 yang menyatakan bahwa 57% dari pendengar radio adalah generasi Z (10-14 tahun) dan milenial (15-35 tahun). Berikut data pendengar radio berdasarkan riset Nielsen pada kuartal ketiga tahun 2016:

Milenial menjadi target pasar utama radio-radio saat ini, karena milenial dianggap sebagai konsumen masa depan. Karakteristik milenial yang lebih mengutamakan hiburan membuat radio-radio harus mulai menggeser konsep awal mereka sehingga bisa lebih relevan dengan milenial dan membuat milenial lebih ingin mendengarkan radio mereka. Namun dengan banyaknya radio yang mulai menggeser konsep siarannya, maka persaingan akan semakin ketat untuk untuk memenangkan pendengar milenial ini, sehingga para pelaku bisnis radio harus melakukan pembelahan baik secara program maupun promosi. Saat ini radio yang

paling banyak digelmarai adalah radio swasta yang berkonsep music station yang juga memiliki berbagai macam segmen yang bisa memenuhi berbagai macam karakteristik dan minat milenial ini.

Milenial adalah generasi yang tidak bisa lepas dari ponsel dan banyak pendengar radio di Indonesia, juga ternyata mendengarkan radio melalui ponsel. Menurut riset yang dilakukan Nielsen tahun 2016, 4 dari 10 orang Indonesia mendengarkan radio melalui ponsel [1]. Kota Medan sendiri menempati posisi kedua untuk tingkat konsumsi radio melalui ponsel, dengan persentase sebesar 44%. Berikut persentase penggunaan radio melalui ponsel di Indonesia: Walaupun banyak milenial yang mendengarkan radio, namun persaingan antar media tidak bisa direlakan. Salah satu pesaing radio pada masa ini adalah media yang aksesnya sama-sama paling banyak diakses melalui ponsel yaitu Internet. Asumsi ini kemudian dibuktikan oleh survei Nielsen tahun 2016 yang menunjukkan bahwa persentase pengguna internet di Indonesia mencapai 40% sedangkan radio hanya 38% [1]. Berikut data lengkap penggunaan media di Indonesia berdasarkan laporan riset Nielsen pada 2016:

Walaupun perkembangan penggunaan internet melonjak naik setiap tahunnya namun nyatanya banyaknya penggunaan internet ternyata tidak membuat konsumsi radio menjadi turun. Banyak asumsi yang menyatakan bahwa pendengaran radio saat ini perlahan-lahan turun, karena dampak bertumbuhnya media online saat ini. Data Nielsen Radio Audience Measurement kuartal ketiga 2016 ini menunjukkan meskipun penggunaan radio dikalahkan oleh internet namun durasi mendengarkan radio per minggu, ternyata tetap bertambah dari tahun ke tahun.

Selain itu beberapa layanan streaming musik online juga menjadi salah satu ancaman nyata yang sedang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan radio. Salah satu layanan streaming musik yang menjadi ancaman radio adalah Spotify yang mana selain menjadi layanan musik paling lengkap dan aksesibel saat ini, namun juga sudah berkembang menjadi portal podcast nomor satu saat ini. Pada 12 Juni 2019 Spotify merilis salah satu fitur yang menjadi ancaman utama radio yang disediakan 5 oleh Spotify adalah fitur playlist "Your Daily Drive" yang benar-benar menggantikan peran radio secara komplit.

Walaupun baru berjalan di Amerika Serikat, fitur ini dikatakan sebagai pengganti peran radio karena fitur ini tidak hanya mengisi playlist dengan musik-musik yang sering kita dengarkan namun juga memasukkan potongan-potongan berita terbaru dari beberapa podcast berita seperti Wall Street Journal, NPR, dan PRI. Playlist ini diperbaharui setiap harinya dengan tujuan khusus sebagai konsumsi ketika berkeluarga atau commuting, pengguna dapat mendengarkan berita di sela-sela beberapa lagu. Secara tidak langsung, Spotify telah membuat radio masa kini di mana personalisasi adalah nilai jual tinggi. Berikut data pertumbuhan durasi pendengaran radio di Indonesia dari tahun 2014-2016:

Lebih lanjut banyaknya keinginan milenial ini menjadi salah satu permasalahan yang sedang dihadapi oleh radio-radio yang memang memfokuskan pendengarannya pada kelompok anak-anak muda. Karena pada akhirnya radio-radio harus melakukan

perubahan strategi pemrograman siaran mereka agar bisa memenuhi sebanyak-banyaknya keinginan milenial ini. Fenomena yang terjadi saat ini dan menjadi kendala dalam menjalankan strategi program siaran yang tepat adalah sulitnya melakukan pendataan minat pendengar milenial ini, sehingga berapa strategi baru yang dilakukan di radio-radio Kota Medan saat ini belum tentu tepat untuk dilakukan.

Fenomena lain yang terjadi saat ini adalah para milenial menggunakan radio hanya sebagai alternatif hiburan dimana untuk konsultasi kontennya masih didapatkan melalui internet. Data Nielsen yang menunjukkan bahwa durasi mendengarkan radio bertumbuh setiap tahunnya selanjutnya akan menggambarkan fakta bahwa sebenarnya program-program radio saat ini sebenarnya masih sesuai dengan keinginan milenial, hanya saja belum diketahuinya sebenarnya konten seperti apa yang paling diinginkan milenial ini sehingga radio-radio melakukan perbaikan tanpa sebenarnya mengetahui apa yang sebenarnya harus diperbaiki.

Salah satunya adalah Radio 105.0 Kiss FM Medan yang mengganti banyak spesial programnya demi memfokuskan pada perbaikan segmen dan playlist musiknya. Awalnya Radio Kiss FM Medan memiliki program-program spesial dengan segmen yang spesifik seperti program khusus komunitas, program khusus musik rock, hingga program khusus anak SMA dan Mahasiswa, namun untuk respon pendengar yang didapatkan setiap harinya tidak memuaskan atau tidak memenuhi target. Karena hal itu saat ini Radio Kiss FM Medan menyelenggarakan program-programnya, dimana penyiar bisa menyajikan apapun tanpa harus terbatas oleh segmen program dan memfokuskan pada pemilihan musik.

Awalnya Kiss FM Medan membatasi pemutaran musiknya dan dibagi ke dalam beberapa spesial program tersendiri, misalnya seperti musik metal dan hardcore hanya bisa diputar pada program Noisetrout yang khusus memutar lagu-lagu yang berdistorsi saja atau lagu-lagu dance dan EDM hanya bisa diputar di program Danceaholic saja. Saat ini Kiss FM Medan mulai mendistribusikan lagu-lagu dari berbagai macam genre ke tiap jam siarannya yang mana berdasarkan anggapan bahwa pendengar tidak ingin mendengarkan genre musik tertentu hanya pada satu waktu saja. Perubahan lain mengenai musik yang dilakukan Kiss FM Medan adalah mengubah pemilihan lagu di dalam playlist mereka yang lebih menitikberatkan pada lagu-lagu yang sedang dalam trending atau chart musik dunia seperti Billboard 100, karena sebelumnya Kiss FM Medan terlalu menyajikan single-single yang berbeda dan jarang atau belum pernah didengarkan orang yang mana ternyata tidak sesuai dengan keinginan pendengar umum yang ingin mendengarkan musik yang sedang trending.

Strategi yang dilakukan Kiss FM Medan dengan menyelenggarakan program-programnya juga banyak dilakukan oleh radio-radio lain baik regional maupun nasional, namun lagi-lagi konsultasi radio yang general dan mengedepankan perbaikan playlist musik, tidak bisa menjamin apakah pendengar milenial mau mendengarkan radio tersendiri atau tidak. Radio Kiss FM sedang mengalami kebingungan dalam memenuhi keinginan para pendengar milenial ini, terlebih lagi karena dampak

dengan persaingan dengan internet, maka dari itu penting untuk mengetahui keinginan milenial yang sebenarnya.

Hal-hal yang sudah dijabarkan di atas memaksa radio untuk melihat apakah ada aspek lain diluar program siaran on air yang mungkin harus dilakukan agar keinginan milenial ini bisa dipenuhi dan membuat mereka mau kembali mendengarkan radio. Berdasarkan penjelasan di atas, hal ini menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji dan diteliti oleh peneliti untuk mengetahui apa sebenarnya yang menjadi keinginan milenial selama ini dan kemudian dibandingkan dengan strategi pemrograman siaran Kiss FM Medan saat ini, untuk melihat apakah yang dilakukan oleh Kiss FM Medan saat ini sudah tepat atau belum.

Peneliti ingin mengetahui apakah strategi yang dilakukan Kiss FM Medan saat ini efektif untuk bisa menyajikan program-program yang sesuai keinginan milenial sehingga dapat menambah jumlah pendengar milenial Kiss FM Medan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, milenial yang pada dasarnya adalah orang-orang yang sedang berada pada rentang umur 15-35 tahun saat ini dianggap sebagai konsumen masa depan, dimana bagi radio semakin banyak pendengar milenial yang memilih untuk mendengarkan program mereka maka akan memperkuat eksistensi mereka, yang kemudian banyaknya jumlah pendengar dan respon yang didapatkan radio dari pendengar milenial ini selanjutnya bisa digunakan untuk mendapatkan pengiklan-pengiklan baru yang menjadi sumber kelulusan radio.

Melihat data Nielsen tahun 2019, persentase belanja iklan pada 2019 naik 10% jika dibandingkan dengan 2018 [2]. Total belanja iklan 2019 baik media televisi, radio dan cetak mencapai Rp. 168 Triliun berdasarkan gross rate card. Tercatat pada akhir 2019 total belanja iklan radio mencapai Rp1,7 Triliun dimana hal ini berarti bahwa iklan radio masih lumayan diminati. Hal lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh radio dari para milenial yang hidupnya tidak bisa lepas dari handphone dan penggunaan internet yang massif ini, adalah kemungkinan ekspansi radio ranah digital yang menjadi ekosistem utama milenial saat ini. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi program dan keinginan milenial ini dalam sebuah penelitian yang berjudul: "Strategi Pengelolaan Program Radio KISS FM Medan Ditengah-Tengah Keinginan Pendengar Milenial".

2. Tinjauan Pustaka

a.Strategi

Craig dan Grant (2016:29) menyatakan bahwa, strategi adalah penetapan sasaran serta tujuan jangka panjang (targeting and long-term goals) sebuah organisasi dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (achieving the goals and objectives). Rangkuti menjelaskan, strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif yang menjelaskan bagaimana perusahaan mencapai tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya [3].

b.Manajemen

Melihat Abdullah, manajemen adalah keseluruhan dari aktivitas yang

berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan suatu perusahaan melalui fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan demi mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan dengan bantuan sumber daya organisasi (man, money, material, machine and method) dengan efisien dan efektif [4]. Menurut Hasibulan, manajemen berasal dari kata to manage yang berarti mengatur apa yang diatur, apa tujuannya diatur, mengapa harus diatur, siapa yang mengatur, dan bagaimana mengaturnya [5].

c. Radio

Masudnya berpendapat, karena sebagian besar bagian dari radio adalah suara, menjadikan suara sebagai modal utama radio ke publik dan stimulasi yang dikonseksikan kepadanya oleh publik [6]. Murni (2001:66) menyatakan, secara langsung format radio akan memengaruhi publiknya. Berikut adalah beberapa format radio yang sedang berjalan di Indonesia:

- News / Berita
- Adult Contemporary
- Top 40 Music Station
- Radio Dangdut
- Classic/Oldies/Nostalgia

d. Minat

Menurut Djaja, minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu yang berhubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri [7]. Menurut Suldirman, minat seseorang terhadap sebuah objek akan lebih terlihat apabila objek tersebut sesuai dengan sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan [8]. Kesimpulannya, minat adalah rasa ketertarikan seseorang yang didasari atas keinginan mencari kesenangan yang kemudian mengarahkan kepada perlakuan yang akan dilakukan kemudian.

e. Milenial

Yuswady berpendapat dalam artikel Milennial Trends bahwa, Generasi milenial (Millennials Generation) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu dari awal 1980 hingga tahun 2000 [9]. Tahun 2010, Pew Research Center juga mempublikasikan laporan riset dengan judul Millennials: A Portrait of Generation Next [10]. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, berikut karakteristik generasi milenial:

- Milenial lebih percaya Usher Generation Content (UGC)
- Mereka tidak terlalu percaya perusahaan besar dan iklan karena lebih memertingkan pengalaman pribadi dibanding iklan atau review konvensional.
- Milenial lebih memilih ponsel dibanding TV.
- Milenial wajib punya media sosial.

f. Penggunaan Internet Oleh Milenial dan Perusahaan Radio

Menurut Sulvel Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 menyatakan bahwa generasi milenial adalah pengguna internet terbanyak, mereka yang berada pada rentang umur 15 hingga 19 tahun, tercatat

bahwa sebanyak 91 persen telah menggunakan internet. Disusul peringkat 20 sampai 24 tahun sebesar 88,5 persen, kemudian peringkat 25 hingga 29 tahun sebanyak 82,7 persen [11]. Perusahaan radio sendiri juga menggunakan internet untuk bisa terhubung dengan pendengarnya dan meraih jumlah pendengar yang lebih banyak dan usaha yang dilakukan paling banyak saat ini adalah radio streaming dan podcast.

Melalui Meldoff dan Kayel, ada beberapa manfaat yang bisa dimanfaatkan dari radio streaming dan podcast [12], diantaranya:

- File audio web dapat didengarkan setiap saat
- Podcasts dapat disimak dari mana saja di dunia, terlepas dari tempat asal mereka
- Radio online dapat didengar dan dilihat. Lirik lagu, band rock dalam konser.
- Berita dapat dilihat sebagai teks, grafik, atau video
- Radio internet mendukung multitasking atau khlayak dapat mendengarkan program audio saat melakukan hal lainnya di komputer, seperti mengerjakan tugas dan bahkan saat surfing di web.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan penggunaan pendekatan kualitatif yang didukung dengan data-data kuantitatif. Penelitian ini akan dilakukan di kantor Radio Kiss FM Medan yang bertempat di Jalan Cut Nyak Dieng No.16 Medan. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Mei 2020 sampai dengan selesai.

Ada 2 jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu internal dan eksternal. Data internal yang akan digunakan oleh peneliti berasal dari manajemen Radio Kiss FM yang berhubungan dengan strategi pemrograman program yang sedang berjalan sekarang. Data eksternal yang akan digunakan peneliti didapat dari jawaban-jawaban responden mengenai keinginan milenial yang sebelumnya sudah diselenggarakan.

Data primer dari penelitian ini didapatkan melalui 2 cara yaitu, wawancara dan kuisioner. Peneliti melakukan wawancara tatap muka dengan cara memberikan pertanyaan kepada informan kunci yaitu kepada Direktur Utama dan juga Program Director dari Radio Kiss FM Medan (PT. Kidung Indah Sellaras Sulara). Kuisioner dari penelitian ini akan dibagikan kepada 100 orang yang menjadi informan pendengar, yaitu pendengar Radio Kiss FM Medan.

Informan yang diteliti dalam penelitian ini dibedakan menjadi 3, yaitu informan kunci, informan utama dan informan pendukung. Informan kunci pada penelitian ini adalah Belldi Dimardi Abbas selaku Direktur Utama Radio Kiss FM Medan, informan utama adalah Bela Dini Soara Lubis selaku Program Director dari radio Kiss FM Medan, dan informan pendukung yang ditetapkan peneliti adalah masyarakat milenial yang mendengarkan radio Kiss FM Medan sebanyak 100 orang.

Penulis menggunakan analisis data versi Miles dan Huberman dimana terdapat 3 alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi [13].

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Alur Utama Strategi Pengelolaan Program Kiss FM Medan

Strategi yang dilakukan Kiss FM saat ini adalah menggunakan penyiar-penyiar sebagai ujung tombak untuk mempromosikan program dengan menggunakan influencer dan persona yang dimiliki masing-masing penyiar. Kiss FM Medan berfokus pada kesempatan pergerakan social media-nya dalam mempromosikan kemungkinan penayangan iklan digital, maka dari itu Kiss FM Medan sedang giat-giatnya untuk melakukan aktivasi social media mereka. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh Direktur Utama Radio Kiss FM Medan Bapak Belldi Dimardi Abbas, didapatkan data bahwa dalam mengelola program Kiss FM Medan, proses dibagi ke dalam 3 fase, dimulai dari sebelum, saat, dan sesudah siaran.

Sebelum sebuah program siaran dijalankan dilakukan penggodokan konsel lebih dulu, dimana pada proses ini penyiar dan produser harus mengetahui terlebih dahulu apa yang ingin dikerjakan dalam rentang waktu planning sebelum siaran. Tahap selanjutnya terjadi ketika show sedang berlangsung, konsel yang sudah digodok sebelumnya dijalankan sambil dilihat bagaimana reaksi pendengar dan jumlah respon yang didapatkan selama program siaran berlangsung. Tahap akhir dari pengelolaan program ini terjadi setelah program disiarkan dimana penyiar harus menyusun laporan dengan menuliskan jumlah respon yang didapatkan dari setiap periode siaran.

2. Promosi Pendengar Milenial dalam Persaingan Radio dan Internet

Saat ini salah satu jenis radio yang dinilai paling potensial adalah radio anak muda. Anak muda atau yang lebih dikenal sebagai milenial adalah pendengar masa depan karena hasil riset Nielsen Radio Audience Melasulselmen menunjukkan bahwa 57% pendengar radio adalah Generasi Z dan Milenial. Karakteristik milenial yang sangat aktif terhadap internet, membuat internet menjadi salah satu saingan besar radio saat ini. Seperti yang sebelumnya sudah dijelaskan pada teori, pada tahun 2016 pengguna radio berjumlah 38% dibawah internet yang berjumlah 40%. Pada hasil temuan pada poin yang sama, tercatat bahwa hanya 61% dari seluruh responden yang masih memiliki perangkat radio saat ini.

Tahun 2010, Pew Research Center mengatakan bahwa milenial lebih memilih menggunakan ponsel ketimbang media lainnya dan riset Nielsen mengatakan bahwa 4 dari 10 orang memprediksi radio menggunakan ponsel. Radio Kiss FM Medan mempromosikan cara dimana internet dapat menjadi alat untuk mendukung perkembangan radionya termasuk dalam mempromosikan pendengarnya. Kiss FM Medan membuat sebuah website dimana didalamnya berisi info-info yang telah dibawakan pada siaran sebelumnya dan di dalam website tersebut juga terdapat fitur live streaming dimana pendengar bisa memprediksi siaran Kiss FM Medan melalui internet.

3. Manfaat Internet dan Social Media dalam Mempromosikan Penyiar dan Konten

Karakteristik milenial yang addicted dengan social media, maka ideal sekali

jika radio menggunakan social media untuk mempromosikan program maupun pelnyairnya. Kiss FM Medan menyadari hal itu dan menggunakan postingan social media tidak hanya sebagai sarana promosi program dan pelnyairnya, namun juga mengizinkan konten-konten di luar siarannya.

Hasil survei menunjukkan 100% pendengar milenial menggunakan internet sebagai media mencari informasi dan sebagian besar milenial menggunakan internet untuk berinteraksi lewat media sosial. Kiss FM Medan menyadari hal itu dan menggunakan postingan social media tidak hanya sebagai sarana promosi program dan pelnyairnya, namun juga mengizinkan konten-konten di luar siarannya.

Penggunaan social media Kiss FM bisa dikatakan berhasil, karena berdasarkan survei yang dilakukan didapatkan data bahwa sebanyak sebanyak 61% pendengar Kiss FM melakukan interaksi dengan penyiar melalui social media, di atas penggunaan aplikasi chatting seperti Whatsapp yang hanya 38%. Hal ini berarti penggunaan social media untuk mendekatkan penyiar dan pendengar dinilai efektif. Berdasarkan jawaban survei pendengar yang dilakukan didapatkan data bahwa sebanyak 80% pendengar menyatakan bahwa mereka benar mendapatkan update informasi terbaru melalui postingan social media Kiss FM.

4. Pemilihan Waktu dan Siaran Prioritas Dibandingkan dengan Jumlah Pendengar dan Jumlah Respon

Siaran radio dibagi ke dalam 2 waktu yang berbeda yaitu primetime dan reguler time, dimana pada Kiss FM Medan ditunjukkan waktu primetime adalah dari jam 6-10 pagi dan 4 sore hingga jam 8 malam. Yang menjadi prioritas untuk Kiss FM Medan saat ini adalah 2 program Primetime, yaitu Wake Up dan Ngopi Aja. Adapun 2 program lainnya yang juga dipertimbangkan adalah Parade on Kiss FM, After School dan Kiss Me karena kedua program tersebut memiliki komunitas pendengarnya sendiri. Penentuan jam primetime sebagai prioritas dinilai cukup tepat karena, menurut hasil survei jam yang paling umum digunakan untuk mendengarkan radio adalah pada pukul 16.00 – 20.00 dan 20.00 – 02.00.

Hasil survei pendengar menunjukkan bahwa menurut para pendengar waktu yang paling tepat untuk melakukan respon adalah pada 20.00 – 02.00 dengan persentase 44%. Jika dibandingkan hasil survei dengan apa yang dijalankan, maka didapatkan kesimpulan bahwa program prioritas Kiss FM tidak menjadi program dengan respon dan jumlah pendengar terbanyak.

5. Keterkaitan Milenial Terhadap Program Siaran Radio berdasarkan Musik

Pada saat siaran radio terdapat beberapa konten seperti musik dan informasi. Dari survei yang sudah dilakukan kebanyakan pendengar milenial mengaku lebih menyukai musik ketimbang konten pembicaraan dari siaran radio tersebut. Sebanyak 84% responden mengatakan bahwa konten yang paling mereka cari dari sebuah siaran radio adalah musiknya. Hal ini kemudian didukung data selanjutnya yang menyatakan bahwa sebanyak 68% responden paling banyak mendengarkan program yang berbentuk chart musik.

Program Director Kiss FM Bela Dini Soara Lubis, mengatakan bahwa Kiss FM menggunakan rekomendasi musik yang dipilih oleh penyiar yang membuat

pendengar tidak bosan mendengarkan musik-musik yang mereka sukai saja. Usaha Kiss FM yang memaksa para pendengarnya untuk memiliki selera musik yang bagus dirasa berhasil karena menurut hasil survei sebanyak 79% responden mengatakan bahwa mereka mendapatkan rekomendasi musik baru dari Kiss FM Medan.

Program Director Kiss FM Medan Bela Dini Soara Lubis mengatakan bahwa, komposisi playlist lagu yang ada di Kiss FM Medan dibagi menjadi 2, 60% lagu dan 40% konten bahasan pendengar. Statemen tersebut ternyata sesuai dengan keinginan pendengar milenial, dalam survei yang dilakukan sebanyak 75% responden menyatakan bahwa mereka lebih menyukai program siaran yang lebih banyak memutar musik ketimbang konten dari si pendengar.

6. Pemilihan Pendengar dalam Usaha Memenuhi Keinginan Pendengar Milenial

Dalam menyusun sebuah program siaran penentuan konten tentu saja melalui brainstorming 3 pihak yaitu Program Director, produser dan pendengar. Penyusunan konten yang sebelumnya rupa ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengar akan konten yang sesuai dengan keadaan dan mood pada waktu-waktu tertentu. Menurut hasil survei sebanyak 66% responden menyatakan bahwa pendengar adalah alasan mereka mendengarkan sebuah program siaran.

Kiss FM Medan memiliki pendapat bahwa radio anak muda harusnya memiliki pendengar yang muda pula agar bisa relate dengan kehidupan anak muda sehari-hari. Alasan Kiss FM memilih pendengar pada rentang umur 18 – 25 tahun tepat sekali, karena menurut hasil survei sebanyak 67% responden menyukai pendengar yang berada pada kisaran usia 20 – 25 tahun. Setelah melakukan pemilihan pendengar maka langkah selanjutnya yang dilakukan Kiss FM Medan adalah memberikan pelatihan dan arahan kepada tiap pendengarnya. Dalam usaha memberikan arahan kepada para pendengarnya Program Director Kiss FM, Bela Dini Soara Lubis menyatakan bahwa format yang disarankan Kiss FM kepada pendengarnya, antara lain:

- Tidak mengucapkan kata kasar
- Tone siaran dinamis dan cheerful
- Tidak mengeluh dan sara
- Selalu membalas respon social media pendengar

Hal tersebut dinilai berhasil diterapkan Kiss FM kepada para pendengarnya, karena menurut survei yang dilakukan sebanyak 95% responden mengatakan bahwa pendengar Kiss FM cepat dalam merespon request pendengar. Meskipun begitu namun sayangnya untuk respon dan request kepada pendengar sendiri ternyata belum benar-benar efektif. Terhitung hanya 39% dari responden yang sering melakukan respon kepada pendengar, sedangkan 61% sisanya tidak.

7. Peninjauan Terhadap Isi Konten dan Mekanisme Siaran

Selain musik dan info yang disampaikan oleh pendengar, dalam sebuah program siaran terdapat beberapa konten lainnya seperti topik, game, interaktif dan juga iklan. Cara menguji data yang didapatkan melalui survei menyatakan bahwa sebanyak 60% responden justru tidak pernah mengikuti kuis yang diadakan oleh Kiss FM Medan, dengan begitu pelaksanaan kuis ternyata tidak

telrlalu belpelngaruh dalam melnngkatkan jumlah pelndelngar pada jam telrselbult.

Ulntuk konteln intelrvielw selndiri, Kiss FM Meldan selring selkali melngadakan intelrvielw delngan belrbagai macam pihak mullai dari artis, komulnitas, bahkan kel pelrusahaan yang suldah memiliki nama belsar. Ulntuk pelmilihan jam intelrvielw, biasanya ulntuk artis dan komulnitas bisa dilakukan di jam mana saja, namuln ulntuk klieln dan sponsor di prioritaskan pada jam Primel timel, delngan kata lain jika pihak yang akan di intelrvielw mellakukan pelmbayaran ulntuk promosi maka akan dijatuhkan pada jam primel timel yang mana adalah jam prioritas.

Ulntuk pelnyiar-pelnyiar Kiss FM selndiri suldah dirasa baik dalam melnyampaikan topik obrolan, karelna selulai data pada sulrveli dinyatakan bahwa selbesar 88% relspondeln melnyeltuljuli bahwa topik dan gamels yang dibawakan pelnyiar Kiss FM melnarik ulntuk disimak. Sellain konteln yang dibicarakan langsung oleh pelnyiar selpelrti 3 konteln diatas, dalam selbulah siaran julga telrdapat iklan yang julga telrmasuk konteln yang pasti ada didalam selbulah siaran. Iklan-iklan yang ada biasanya belrdulrasi 30-90 deltik dan di Kiss FM biasanya melmultarkan 1-2 iklan dalam satul selgmeln.

8. Elvalulasi Program

Jika sulatul program tidak melndapatkan relspon yang selulai delngan harapan manajelmeln maka kelmuldian akan dilakukan elvalulasi program ulntuk mellihat apakah program masih bisa dipelrtahankan ataul tidak. Program Direlctor Kiss FM Bela Dini Soara Lubis melnyatakan bahwa elvalulasi program dilakukan sellama 3 bullan selkali. Saat pelnellitian ini belrlangsulng Kiss FM Meldan mellakukan pelrgantian pelnyiar pada 2 program primel timelnya yaitul Wakelr dan Ngopi Aja, karelna dianggap tidak melmelnulhi elkspelktasi relspon yang diinginkan.

Sellain melngganti host ulntuk keldula program primel timel-nya Kiss FM julga melmultulskan ulntuk melmindahkan jam siaran keldula program telrselbult. Wakelr yang awalnya dimullai dari jam 6-10 pagi dirulbah melnjadi 6-9 pagi, dan Ngopi Aja yang selmulla dari 4 sorel – 8 malam melnjadi 3 sorel hingga 6 sorel.

9. Pelnggulnaan Layanan Strelaming dan Pelrtulmbulhan Pelndelngar

Melngacul pada landasan telori, dikeltahuli bahwa selbanyak 0,9% pelnggulna intelrnelt melnggulnakan intelrnelt ulntuk melndelngarkan radio selcara onlinel mellalui layanan livel strelaming pada portal welbsitel www.kissfmmeldan.com/strelam. Sayangnya pelnelliti tidak bisa mellihat apakah layanan strelaming belpelngaruh signifikan ataul tidak telrhadap pelrtulmbulhan pelndelngar Kiss FM Meldan. Kiss FM Meldan bellulm memiliki aplikasi khulsuls ulntuk melmuldahkan pelndelngar yang ingin melndelngarkan siaran Kiss FM Meldan selcara onlinel, belrbelda delngan salah satul pelsaingnya yaitul Prambors FM Meldan yang suldah memiliki aplikasi layanan strelaming yang telrintelgrasi bahkan layanan TV kabell selndiri.

KESIMPULAN

Belrdasarkan hasil pelnellitian melngelnai stratelgi pelngellolaan program pada Kiss FM Meldan dapat disimpullkan bahwa:

1. Pada dasarnya Radio Kiss FM Meldan melnggulnakan stratelgi SO (Strelngh-Opportulnity), stratelgi yang dilakukan Kiss FM saat ini adalah melnggulnakan

pelnyiar- pelnyiarinya selbagai uljulng tombak ulntulk melraulp pelndelngar delngan melnggulnakan influlelncel dan pelrsona yang dimiliki masing-masing pelnyiarinya. Stratelgi yang digulnakan Kiss FM mellipulti belbelrapa poin selpelrti pelnggulnaan intelrnelt selbagai pelrpanjangan konteln siaran, pelmilihan pelnyiar dan prioritas jam siaran, selrta komposisi pelmultaran mulsik dan konteln siaran.

2. Stratelgi program yang dilakukan oleh Kiss FM Meldan dinilai telpat, namuln Kiss FM Meldan haruls melmpelrhatikan layanan strelaming yang bisa melnjadi salah satul potelnsi pelnambahan pelndelngar. Stratelgi Kiss FM Meldan yang melngeldelpankan pelmilihan mulsik dan pelrsonality pelnyiar dinilai selulai delngan kelinginan para pelndelngar yang melmang melmilih ulntulk melndelngarkan sulatul program belrdasarkan playlist mulsik yang baguls dan pelrsonality pelnyiarinya, hal ini dibulktikan delngan hasil positif yang melnyatakan hampir selmula pelndelngar melnggulnakan Kiss FM dan tastel dari pelnyiar selbagai relkomelndasi mulsik melrelka.

Belrdasarkan kelsimpullan dari pelnellitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat dibelrikan adalah selbagai belrikult

1. Radio Kiss FM Meldan harulsnya melmprioritaskan program yang meliliki julmlah relspon paling banyak dan stabil.
2. Kiss FM haruls melmpelrkaya konteln social meldia delngan konteln-konteln yang lelbih belragam dan maintelnancel ulntulk portal welbsitel dan livel strelaming.

DAFTAR PUSTAKA

- [Niellseln, "Radio Masih Meliliki Telmpat Di Hati Pelndelngarnya," 2016. [Onlinel]. Available: <https://www.niellseln.com/id/elnd/prelss-rellelasels/2016/radio-masih-meliliki-telmpat-di-hati-pelndelngarnya/>.
- M. Lulbis, "Bellanja Iklan 2019 Ditultulp Delngan Treln Positif," 2020. [Onlinel]. Available: <https://www.niellseln.com/id/id/prelss-rellelasels/2020/bellanja-iklan-2019-ditultulp-delngan-treln-positif/>.
- F. Rangkulti, *Telknik Melmbeldah Kasuls Bisnis Analisis SWOT: Cara Pelrhitulngan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Grameldia Pulstaka Utama, 2013.
- M. Abdulllah, "Manajelmeln dan elvalulasi kinelrja karyawan." Aswaja Prelssindo, 2014.
- M. S. . Hasibulan, *Manajelmeln Sulmbelr Daya Manulsia*. Jakarta: Bulmi Aksara, 2011.
- Masdulki, *Melnjadi Broadcastelr Profelsional*. Yogyakarta: Pulstaka Popullelr, 2004.
- Djaali, *Psikologi pelndidikan*. Jakarta: Bulmi Aksara, 2008.
- A. M. Sardiman, *Intelraksi Dan Motivasi Bellajar Melngajar*. Jakarta: Raja Grafindo Pelrsada, 2004.
- Yulswohady, "Millelnnial Trelnnds 2016," 2016. [Onlinel]. Available: <https://www.yulswohady.com/2016/01/17/millelnnial-trelnnds-2016/>.
- P. Taylor, S. Keleltelr, and P. R. Celntelr, *Millelnnials: A Portrait of Gelnelration Nelxt: Confidelnt, Connelcteld, Opeln to Changel*. Washington D.C: Pelw Relselarch Celntelr, 2010.
- Asosiasi Pelnyellelnggara Jasa Intelrnelt Indonelsia, "Pelneltrasi dan Profil Pelrilakul Pelnggulna Intelrnelt Indonelsia," APJII, Jakarta, 2018.
- H. Harliantara, "Welbsitel pada Indulstri Pelnyiaran Radio di Indonelsia: Livel Strelaming dan Podcasting," *J. Stuld. Komuln.*, vol. 3, no. 1, pp. 82–100, 2019.

H. Ulsman and P. S. Akbar, Metodologi penelitian sosial. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.