



# Strategi Adaptasi MGT Radio 101.1 Fm Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital

Ridwan Abdul Jabbar<sup>1\*</sup>, A.S. Haris Sumadiria<sup>1</sup>, Abdul Aziz Ma'arif<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*[ridwanabduljabbar@gmail.com](mailto:ridwanabduljabbar@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi MGT Radio 101.1 FM untuk mempertahankan eksistensinya di era digital. Peneliti menggunakan konsep manajemen strategi dari Fred R David yang menjelaskan bahwa dalam strategi terdapat tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan, (1) pada tahapan pra produksi, *program director* dan produser bertanggung jawab untuk menentukan perencanaan program, ide konten serta pembuatan naskah; (2) pada tahap produksi atau pelaksanaan produksi program MGT Radio yang dilakukan penyiar melalui tiga tahap, yaitu *pra on air*, *on air*, dan *closing*; (3) tahap pasca produksi yaitu tahap akhir dari hasil pra produksi dan produksi serta evaluasi yang dilakukan MGT Radio dalam 3 periode yaitu harian, mingguan dan bulanan. Pada tahap ini seluruh jajaran tim termasuk direksi terlibat.

**Kata Kunci:** Strategi Radio, Eksistensi, Era Digital.

## ABSTRACT

*This study aims to describe how MGT Radio 101.1 FM's strategy is to maintain its existence in the digital era. Researchers use the concept of strategic management from Fred R David who explains that in the strategy there are three stages, namely planning, implementation and evaluation. This research method uses a qualitative descriptive method. The results of the research show, (1) in the pre-production stage, the program director and producer are responsible for determining program planning, content ideas and script writing; (2) at the stage of production or implementation of the production of the MGT Radio program carried out by broadcasters through three stages, namely pre-on air, on air and closing; (3) the post-production stage, namely the final stage of the pre-production and production results as well as the evaluation carried out by MGT Radio in 3 periods, namely daily, weekly and monthly. At this stage the entire team including the board of directors is involved.*

**Keywords:** Radio Strategy, Existence, Digital Era

## PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi membawa pengaruh bagi kehidupan manusia, begitupun dengan perkembangan teknologi dan ilmu yang sangat pesat. Banyak dari pekerjaan dan tugas manusia yang dilakukan sehari-hari terbantu karena keberadaan teknologi. Maka dalam hal ini perkembangan teknologi dapat dikatakan sangat penting bagi kehidupan manusia dan akan membawa suatu peradaban manusia memasuki era digitalisasi.

Cangara (2010:126) menjelaskan bahwa dalam hal komunikasi, perkembangan teknologi telah mengubah sistem yang disebut dengan digitalisasi penyiaran, yaitu komunikasi dari analog menjadi digital. Adanya perubahan ini memunculkan media baru yang bernama internet. Keberadaan internet memberi dampak yang dapat menyebabkan media penyiaran atau media massa konvensional terancam eksistensinya. Media massa atau penyiaran merupakan salah satu sarana dalam penyampaian pesan kepada khalayak melalui alat komunikasi seperti Surat kabar, televisi, radio dan film.

Selain merupakan tuntutan globalisasi informasi, digitalisasi penyiaran memberikan peluang dan manfaat bagi perkembangan sistem penyiaran di Indonesia. Begitupun dengan negara-negara tetangga di Asia Tenggara yang sistem penyiaran nasional mereka sudah digitalisasi total. Pada awalnya, Lembaga penyiaran televisi dan radio di Indonesia menggunakan frekuensi gelombang radio untuk menyebarluaskan isi siaran. Namun penyebaran informasi tersebut tidak merata dikarenakan jumlah kanal frekuensi yang digunakan oleh televisi dan radio terbatas jumlahnya.

Pada era digitalisasi ini, media massa melakukan banyak kolaborasi dengan media baru atau new media dengan berbagai bentuk.” Salah satunya dengan Youtube, platform media audiovisual ini mirip dengan radio yaitu *Podcast*. Keduanya banyak diminati masyarakat dikarenakan memiliki fitur-fitur yang menarik. Platform-platform media social yang lain seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan sebagainya pun menjadi yang paling banyak digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi.

Anggraini (2018:21) menjelaskan bahwa kecanggihan internet yang mempengaruhi bentuk digitalisasi penyiaran tidak mematikan semua media penyiaran seperti radio dan televisi. Hal ini dikarenakan industri konvensional mulai berbenah dengan menyesuaikan terhadap perkembangan teknologi sehingga audiens tetap memilih media tersebut sebagai sarana informasi ataupun hiburan. *Nielsen Radio Audience Measurement* mengatakan bahwa pendengar setia radio terbukti memiliki angka persentase yang mencapai hingga 38%. Dalam kedudukannya, Radio juga menjadi media yang potensial, diantara kelebihan radio itu sendiri adalah biaya untuk siarannya jauh lebih murah dibandingkan

dengan televisi, dan radio juga digunakan masyarakat sebagai sumber informasi dan hiburan.

Hanya saja tren akses informasi atau komunikasi saat ini sudah bergeser. Keunikan media lain semakin ditonjolkan dengan hadirnya media baru. Salah satu media yang menunjukkan hal tersebut adalah radio. Faktor personal dan keakraban antara penyiar dan pendengar radio selalu terjalin, dan tidak ada media lain yang bisa menandinginya. Akibatnya, banyak stasiun radio yang masih beroperasi mencoba beradaptasi dengan perubahan teknologi melalui konvergensi media.

Akibat penyiaran digital, banyak media cetak dan elektronik di Indonesia berbondong-bondong melakukan konvergensi media. Hal ini sesuai dengan apa yang ditulis Hapsari (2018:62) dalam buku hariannya yang menyebutkan bahwa selama tahun 2015 ini, berbagai media cetak di Indonesia gulung tikar dan mulai merambah ke ranah media digital. Perusahaan yang bertahan, menurut Tapsell dalam jurnal Muhammad Ashari, beradaptasi dengan menempuh strategi merger dan akuisisi yang diarahkan pada dunia internet dan konvergensi.

Radio merupakan salah satu media massa yang menyampaikan informasi secara cepat. Karena media penyiaran memiliki kemampuan yang kuat untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas secara cepat dan serentak. Meskipun radio merupakan salah satu media komunikasi massa tertua dan paling dikenal di dunia, dan terlepas dari kenyataan bahwa banyak media baru telah berkembang di era digital saat ini, seperti internet, radio masih menjadi salah satu media komunikasi massa yang hidup dan berkembang hingga saat ini. Karena radio masih dianggap sebagai media komunikasi pilihan masyarakat, maka radio berperan penting dalam menyebarluaskan informasi, baik berita maupun hiburan, serta dalam membina interaksi antara penyaji dan pendengar.

Potensi radio lainnya ada karena, di tengah wabah global Covid-19, pemerintah Indonesia menghimbau masyarakat untuk tetap di rumah (*stay at home*) guna memutus mata rantai penyebaran virus. Sehingga mayoritas individu di rumah memiliki banyak waktu untuk mendukung sebagian aktivitasnya melalui media online. Namun, pandemi Covid-19 memberikan pengaruh ekonomi pada beberapa aspek kehidupan, khususnya ekonomi, sehingga menyulitkan individu untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, seperti memanfaatkan media berbasis internet yang memerlukan aktivasi internet dalam bentuk kuota atau pulsa.

Alhasil, beberapa radio tetap bertahan di tengah pandemi Covid-19 dengan berbagi informasi atau hiburan yang bisa dinikmati secara offline guna mengantisipasi kesulitan memperoleh informasi secara online. Terlepas dari konvergensi media ke arah digital, radio masih merupakan jenis media tradisional

yang populer yang dapat dikonsumsi baik online maupun offline. Sekalipun masyarakat tidak memiliki akses internet, mereka tetap dapat memperoleh informasi atau kesenangan. Akibatnya, memberikan prospek yang baik bagi radio untuk menjaga kepatuhan informasi bagi masyarakat melalui konvergensi media.

Dalam hal ini, jurnalisme radio sangat bergantung pada kemajuan teknologi digital, dengan hampir setiap industri radio tradisional yang masih beroperasi saat ini berusaha untuk mengadaptasi dan menerapkan strategi untuk memungkinkan konvergensi media dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, infrastruktur, dan foto di media penyiaran. seperti radio streaming online dan menggunakan aplikasi radio digital. Kolaborasi dengan situs media sosial lainnya termasuk YouTube, Facebook, dan Instagram. Hal ini dilakukan untuk menjaga radio tetap hidup dalam menghadapi persaingan dari media lain, serta untuk memberikan kemudahan interaktivitas kepada publik dengan memanfaatkan opsi yang ada.

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki jumlah stasiun radio komersial terbesar, mendorong para akademisi untuk memusatkan penelitian mereka pada jurnalisme radio di Bandung. Karena tingkat persaingan atau persaingan dalam bisnis penyiaran yang semakin meningkat, pesatnya perkembangan radio swasta dan komunitas di Bandung menimbulkan kekhawatiran. Selain itu, media radio menghadapi masalah signifikan yang memerlukan sumber daya tambahan untuk memastikan kelangsungan hidupnya. Dengan sumber daya media yang terbatas, kelangsungan hidup radio swasta hampir pasti terancam.

Radio swasta didukung oleh pendapatan iklan yang prospektif. Karena sudah membayar tarif iklan, hampir semua radio swasta memiliki kewajiban penuh kepada sponsor atau pengiklan untuk memutar iklannya. Radio swasta, lebih spesifiknya, adalah organisasi penyiaran komersial yang mengudara tanpa batas waktu. Akibatnya, jika sebuah stasiun radio tidak menggunakan media baru dalam konvergensi media saat ini, ia tidak akan mampu menjual iklan kepada mereka yang lebih jauh.

MGT Radio 101.1 FM adalah stasiun radio komersial terpopuler di Bandung. Radio MGT merupakan salah satu stasiun radio yang menggunakan berbagai media di era konvergensi ini. Untuk mengikuti perkembangan teknologi dan informasi terkini, MGT Radio 101.1 FM menggunakan media baru atau media internet untuk mendistribusikan informasi kepada masyarakat. Tidak hanya itu, media ini juga digunakan untuk memperluas jangkauan pendengar dan pemasang iklan di MGT Radio 101.1 FM.

Tentunya untuk dapat bertahan di era digitalisasi media ini, Radio MGT 101.1 FM sebagai stasiun radio swasta memiliki strategi adaptasi tersendiri untuk

mempertahankan posisinya sebagai media siaran yang diminati dan memenuhi kebutuhan di berbagai bidang seperti teknologi, komunikasi, informasi, dan hiburan. Ketertarikan penulis untuk mengkaji strategi adaptasi yang dilakukan Radio MGT 101.1 FM dalam konteks mempertahankan eksistensi di era digitalisasi di Bandung bermula dari beberapa faktor. Radio MGT 101.1 FM Bandung, misalnya, merupakan salah satu radio tertua di kota ini, yang mengudara sejak 1981 dengan segmentasi unik untuk anak muda hingga dewasa. Kedua, radio MGT 101.1 FM adalah stasiun radio pertama yang menggunakan media sosial untuk menjangkau pendengarnya, yang semakin populer sejak 2010.

MGT Radio sudah memiliki halaman Twitter, Facebook, Path, dan Instagram, yang sering menampilkan semua aktivitas visual siaran dan tema acara, serta informasi berita online berbasis tulisan milik radio MGT 101.1 FM. Radio MGT juga menggunakan WhatsApp untuk mengirim permintaan lagu dan berinteraksi dengan pendengar, di mana administrator media sosial dan obrolan sosial MGT Radio 101.1 FM menjawab pendengar secara pribadi, membuat pendengar merasa lebih terhubung dengan radio. Radio MGT 101.1 FM juga meraih juara pertama dalam kompetisi pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Kementerian Pendidikan dalam beberapa tahun terakhir.

Menurut studi AC Nielsen yang dilakukan setahun sekali pada akhir tahun, jumlah pendengar Radio MGT 101,1 FM di kota Bandung mencapai 17.000 pada November 2010. Radio MGT 101,1 FM didengarkan oleh 17,6% masyarakat Bandung, dan menjadikannya sebagai stasiun radio dewasa no.1 di kota Bandung (Andri, 2020: 2). MGT Radio 101.1 FM adalah stasiun radio yang memperluas kehadiran internetnya. Sejak tahun 2000, stasiun radio ini telah melakukan transmisi melalui platform online.

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, skripsi dari hasil Penelitian Bezky Dwiyantama Putra (2021) dapat disimpulkan bahwa perlunya melakukan riset evaluasi terhadap suatu program agar perencanaan program siaran berikutnya dapat diperbaiki, termasuk bidang marketing dalam mengevaluasi sponsor. Proses evaluasi dilakukan dalam 3 periode yaitu harian, mingguan dan bulanan sehingga program program yang sudah dilaksanakan dievaluasi sebanyak lima kali dalam sebulan. Pada evaluasi tersebut pun seluruh elemen termasuk jajaran direksi dilibatkan.

Skripsi dari hasil penelitian Kemal Alimin (2021) menunjukkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi radio perlu dilakukan tiga tahapan yaitu pra produksi, berlangsungnya produksi dan pasca produksi. Pada tahapan pasca produksi, dilakukan evaluasi secara berkala terhadap setiap individu dan divisi supaya dapat dibandingkan antara kinerja yang telah dilaksanakan dan yang akan

Jurnal dari hasil penelitian Tresna Yumina Ayu dan Kartini Rosmalah Dewi Katili (2019) bahwa ada enam hal pokok dalam mempertahankan eksistensinya. Pertama, perlunya ilmu atau informasi untuk setiap tema yang akan dihadirkan. Kedua mencari narasumber yang berkompeten dalam bidang yang akan dibahas. Ketiga mengumpulkan ide yang datang dari pendengar melalui angket, media sosial dan diskusi. Keempat, melakukan inovasi dengan menggelar kegiatan off air, mempromosikan program baik melalui media sosial maupun mulut ke mulut. Kelima, mempertahankan ciri khas seperti nama dan kemasan program. Keenam, menggunakan radio analog untuk memperluas distribusi program seperti streaming, satelit dan relay.

Jurnal dari hasil penelitian Anindita Tri Noviana, penelitian ini membahas tentang bagaimana di era konvergensi media saat ini menjadi salah satu strategi untuk melebarkan pasar audiens dan memberi banyak ruang untuk iklan untuk kemajuan media itu sendiri karena di era konvergensi saat ini media dipaksa untuk mengikuti perkembangan teknologi dan memiliki beberapa platform digital sebagai alat menyebarkan informasi. Hasil dari penelitian ini adalah radio perlu melakukan beberapa strategi untuk memperluas khayalak yakni branding, promosi, positioning, riset, dan memanfaatkan teknologi saat ini.

Jurnal dari hasil Penelitian Rika Ilma Putri (2016) Penelitian ini memiliki hasil bahwa media radio Dahlia 101.5 FM memiliki berbagai macam cara untuk tetap terhubung kepada para pendengarnya dengan menyesuaikan diri dengan era digital. Sebagai contoh, radio Dahlia 101.5 FM memanfaatkan *internet* sebagai alat untuk mempermudah hubungan antara radio dan pendengar. Kemudian, radio Dahlia mengeluarkan inovasi-inovasi baru untuk mendukung perkembangan radio.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi MGT Radio 101.1 FM pada tahapan pra produksi program untuk mempertahankan eksistensi di era digital?; (2) Bagaimana strategi MGT Radio 101.1 FM pada tahapan produksi program untuk mempertahankan eksistensi di era digital?; (3) Bagaimana strategi MGT Radio 101.1 FM pada tahapan pasca-produksi program untuk mempertahankan eksistensi di era digital?

Lokasi penelitian yang dijadikan sebagai lokasi observasi yaitu Peneliti memilih MGT Radio 101.FM yang beralamatkan di Jalan Buah Batu No.8 Kota Bandung, Jawa Barat sebagai lokasi observasi. Alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan peneliti menemukan beberapa masalah yang berkaitan dengan topik yang diambil.

Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini.

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang digunakan MGT Radio 101.1 FM untuk beradaptasi dengan era digital dan mempertahankan eksistensinya. Menurut Sukmadinata (2006), penelitian kualitatif deskriptif berusaha menggambarkan dan mencirikan suatu fenomena yang ada secara bersamaan, dengan memperhatikan ciri, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Sifat penelitian ini adalah dengan tidak merusak atau mengubah data yang diperoleh. Temuan penelitian akan dikumpulkan berdasarkan fakta yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, tanpa masukan dari sudut pandang pribadi peneliti. Pendekatan deskriptif kualitatif dianggap dapat diterima dalam penelitian ini karena dapat menggambarkan bagaimana informan penelitian, khususnya pengelola media, menerima gambaran strategi Radio MGT 101.1 FM untuk mempertahankan eksistensinya di era digital. Metode ini juga digunakan untuk mengkarakterisasi dan validasi temuan penelitian yang hilang sehingga temuan tersebut dapat digabungkan menjadi penelitian deskriptif.

## **LANDASAN TEORITIS**

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini, yang dikembangkan oleh Fred R. David, bertujuan untuk menentukan strategi radio dalam tiga tahap: perencanaan strategis, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Strategi perencanaan, yaitu kegiatan yang dikenal sebagai perencanaan strategi adalah salah satu yang dilakukan secara metodis untuk mencapai tujuan yang diinginkan di masa depan. Rencana yang dikembangkan harus memiliki dampak jangka panjang; itu juga disepakati dengan tim. Mengembangkan profil perusahaan, mengetahui ancaman dan peluang eksternal, mengetahui kelemahan dan kekuatan internal, merumuskan visi dan misi perusahaan, mengidentifikasi tujuan jangka panjang, mempertimbangkan strategi alternatif, dan memilih strategi mana yang akan digunakan adalah bagian dari tahap strategi perencanaan.

Strategi Pelaksanaan, yaitu ketika sebuah tim telah menyepakati sebuah strategi dan telah merencanakannya secara strategis, strategi tersebut segera diterapkan dalam organisasi. Membuat struktur organisasi, melakukan pemasaran ulang, mengatur uang, menggunakan sistem informasi, dan menginspirasi sumber daya manusia adalah bagian dari tahap implementasi rencana.

Strategi Evaluasi, yaitu jika strategi tersebut berhasil maka kemajuan perusahaan juga akan berhasil, tetapi jika terjadi kemunduran bagi perusahaan atau kegiatan yang tidak terealisasi maka strategi tersebut diganti dengan strategi lain agar tujuan perusahaan dapat terealisasi. Evaluasi strategi adalah meninjau kembali strategi yang telah diterapkan dan melihat kemajuan dalam kegiatan

tersebut. Memeriksa elemen internal dan eksternal, mengukur keberhasilan, dan mengambil tindakan perbaikan adalah tiga langkah tinjauan strategi. Jika strategi tersebut tidak maju atau tidak berhasil memenuhi tujuan perusahaan, strategi tersebut diganti dengan strategi lain. Kerangka konseptual dapat membantu peneliti melacak penelitian mereka dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang mereka pelajari.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian berupa data wawancara akan diinterpretasikan dan dibahas pada bagian ini. Penelitian ini, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, menggunakan metodologi kualitatif, yaitu strategi penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan langsung dan tidak langsung dari individu dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini memiliki judul “Strategi MGT Radio 101.1 Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”. Berikut pembahasan tentang bagaimana pra produksi, produksi dan pasca produksi program MGT Radio 101.1 FM.

Informan dalam penelitian ditujukan pada produser, program director, serta penyiar dari MGT Radio. Informan dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan kriteria penelitian yang sebelumnya sudah ditentukan oleh peneliti. Adapun tiga informan tersebut, yakni Anot Soejanto, Muhamamd Zailan, dan Gege Maula.

### **Pra Produksi Program MGT Radio 101.1 FM**

Hasil penelitian berupa data wawancara akan diinterpretasikan dan dibahas pada bagian ini. Penelitian ini, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, menggunakan metodologi kualitatif, yaitu strategi penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan langsung dan tidak langsung dari individu dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini memiliki judul “Strategi MGT Radio 101.1 Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”. Berikut pembahasan tentang bagaimana pra produksi, produksi dan pasca produksi program MGT Radio 101.1 FM.

Perencanaan dapat digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi jalannya kegiatan, karena sifat rencana itu adalah sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan. Dengan begitu, perencanaan adalah tahap yang paling penting dalam melaksanakan sebuah kegiatan termasuk dalam industri penyiaran radio yang memerlukan perencanaan yang begitu matang karena harus menggunakan data dan fakta yang lengkap dan perencanaan tersebut juga adalah sebuah dampak yang kuat dan besar bagi industri penyiaran radio.

Taktik pra produksi dari kedua informan disajikan pada bagian perencanaan penelitian ini membahas perencanaan program siaran di MGT

Radio 101.1 FM. Perencanaan berasal dari kata "rencana", yang mengacu pada desain atau struktur tugas yang mencakup beberapa elemen penting, termasuk tujuan (apa yang ingin Anda capai), kegiatan (tindakan untuk mencapai tujuan), dan waktu (ketika kegiatan itu dilakukan). untuk dilaksanakan). Menyatakan bahwa perencanaan ini merupakan proses yang berkesinambungan dengan dua komponen, yaitu pembuatan rencana dan pelaksanaannya.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa MGT Radio 101.1 FM melakukan penilaian rutin dan mengumpulkan data apa saja yang perlu diubah saat mengembangkan program yang akan datang berdasarkan temuan. Acuan mereka adalah evaluasi terhadap data yang menyimpang dari kebenaran tersebut, sehingga penyiaran radio menjadi lebih efektif dan berdampak lebih besar. Tim radio akan mengumpulkan informasi tentang proyek yang akan datang untuk membangun program yang akan digunakan setelah peninjauan tahunan selain peningkatan terkait.

George R. Terry (2008:6) dalam bukunya yang berjudul Prinsip - Prinsip Manajemen, perencanaan merupakan persiapan yang dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan mengenai bagaimana langkah - langkahnya dan juga pelaksanaannya, dengan membuat perencanaan yang terstruktur untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Aspek perencanaan yang diuraikan disini menyajikan strategi perencanaan dari dua informan mengenai bagaimana proses perencanaan program siaran di MGT Radio 101.1 FM. Perencanaan berasal dari kata rencana, yang artinya rancangan atau rangka sesuatu yang akan dikerjakan dimana terdiri dari beberapa komponen penting, yakni tujuan (apa yang ingin dicapai), kegiatan (tindakan-tindakan untuk merealisasikan tujuan) dan waktu (kapan bilamana kegiatan tersebut hendak dilakukan) (Abee, 2005). Menurut Listyaningsih (2014:90) perencanaan ini merupakan suatu proses yang berkelanjutan dimana terdiri atas dua aspek, yaitu formulasi perencanaan dan pelaksanaannya.

Berlanjut ke tahap Pra Produksi. Tim produksi yang terdiri dari produser dan pengarah program kemudian menyiapkan konsep program, seperti gagasan dan tema tayang, yang kemudian disetujui melalui rapat produksi. Produser kemudian mulai mencari judul dan topik pembahasan yang sesuai dengan tema yang diangkat, dan proses tersebut kemudian berlanjut. dengan membuat naskah siaran yang nantinya akan dibacakan pada saat siaran oleh pihak penyiar. Membuat nama acara, meneliti subjek siaran, membuat skrip, memilih jadwal siaran, memilih format program, dan menemukan ide konten adalah bagian dari proses praproduksi.

Pada tahap *Planning*, agar program MGT Radio menarik bagi pendengar,

tahapan perencanaan dilakukan dalam proses pemilihan konten yang akan dipilih sesuai dengan topik yang telah dikembangkan sebelum mempertimbangkan apa yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Penempatan penyiar yang akan mendistribusikan konten yang dikembangkan juga harus diperhitungkan selama tahap perencanaan untuk memastikan bahwa presentasi berjalan sesuai rencana.

Dalam perencanaan terdapat SWOT (*Strength* – kekuatan), (*Weakness* – kelemahan), (*Opportunities* – peluang), (*Threats* - ancaman) yang dikemukakan oleh Prof. Hafied Cangara (2014:6) yang mengartikan bahwa SWOT merupakan perencanaan strategi yang dapat mengidentifikasi faktor dalam dan faktor luar, baik yang mendukung atau tidak mendukung. Morissan (2015:278) dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi mengatakan bahwa peluang yaitu menganalisis para audien untuk menyesuaikan apa saja kebutuhan audien dari berbagai kelas audien yang berbeda – beda. Maka dari itu radio ini mencari tahu apa saja yang dibutuhkan audiennya tentunya dengan segmentasi anak muda, memberikan isi program yang uptodate sesuai dengan zaman baik pendidikan, teknologi dan hiburan.

Program itu sendiri tentunya tidak harus selalu di produksi oleh stasiun penyiaran itu sendiri tapi program juga dapat dibeli apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan yang memadai tapi stasiun penyiaran tersebut mempunyai ide yang dapat dikembangkan. Kemasan program siaran radio pun tentunya beragam yang dapat kita ketahui lima diantaranya adalah produksi siaran berita dan informasi, iklan, jingle, talkshow, interaktif, info seputar hiburan (Masduki, 2004:69).

Hal ini sesuai dengan pernyataan informan bahwa mereka juga menentukan perencanaan waktu siaran, dimana mereka akan memperkirakan waktu yang tepat untuk menyiarkan konten dengan melakukan analisis terlebih dahulu apa saja aktivitas orang-orang setempat pada jam tertentu, dalam hal ini di Kota Bandung dan nantinya akan menyajikan konten yang dapat mendukung aktivitas atau apa yang sedang dilakukan oleh kebanyakan orang di sana pada waktu tertentu yang sebelumnya dipaparkan.

Tidak hanya itu, di MGT Radio 101.1 FM juga diadakan perencanaan pemasaran/promosi sebagaimana yang disebutkan dalam teori. Berdasarkan hasil didapat bahwa mereka melakukan perencanaan pemasaran dengan melihat kebiasaan sponsor untuk memasang iklan di tahun tahun sebelumnya itu siapa saja dan tentunya menjadi target dan apa saja yg diinginkan client atau sponsor dari waktu ke waktu. Selain itu, mereka juga berkoordinasi dengan tim program dalam membuat rancangan rencana tahunan tersebut. Produksi program siaran dapat dikatakan juga sebagai perpaduan ilmu wawasan yang melahirkan sebuah hasil kreatifitas dan sebuah kemampuan untuk mengoperasikan segala peralatan yang berhubungan dengan produksi.

## **Produksi Program MGT Radio 101.1 FM**

Hasil penelitian ini mendukung pemikiran bahwa dampak era digital sangat bermanfaat dalam proses penyebaran informasi atau program pemasaran karena telah menyebar ke dunia digital melalui berbagai media sosial, seperti Instagram, Tik Tok, Facebook, Twitter, dan lain-lain. hanya satu platform radio tradisional. Namun, karena setiap platform media sosial memiliki kualitas uniknya sendiri dan karena perilaku pengguna bervariasi dari satu platform media sosial ke platform lainnya, media tidak dapat menggeneralisasi atau membandingkan platform mana yang telah melihat pertumbuhan pendengar yang lebih besar.

*Pra On Air*, *On Air*, dan *Closing* merupakan bagian dari tahap produksi. Maksimal 10 menit sebelum siaran, produser melakukan pengarahan tentang pembahasan pokok bahasan yang telah direncanakan dari awal sebelum penyiar mengudara. Untuk memastikan berita yang disampaikan akurat dan bebas hoaks, produser membuat naskah siaran yang disebar melalui media internet terpercaya. Memasuki tahap *On Air* Pada program Geng Pagi, terbagi menjadi empat bagian dan program Geng Sore terbagi menjadi tiga segmen.

Aspek pelaksanaan yang diuraikan disini menyajikan strategi pelaksanaan dari dua informan mengenai bagaimana proses pengekseskuan program-program siaran di MGT Radio 101.1 FM yang telah direncanakan sebelumnya melalui tahap perencanaan. Pelaksanaan di sini maksudnya, adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya dan kapan waktu dimulainya (Westra dalam Adisasmita, 2011).

Tahap pertama yaitu pembuatan naskah, naskah yang dibuat informasinya harus terupdate, viral dan disukai oleh banyak masyarakat. Setiap hari pembuatan naskah di MGT Radio berbeda – beda isi topiknya dan tentunya isi topiknya harus yang unik dan menarik, sehingga pendengar tidak akan bosan mendengarkan siaran radio ini setiap hari. Hal tersebut sama dengan pernyataan dari Traintanto (2010:13) bahwa naskah dibuat harus semenarik mungkin supaya bisa menarik hati para pendengar dan terus mendengarkan radio ini setiap harinya tentunya membuat isi materi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar dan tujuan sasaran pendengar

Tahap kedua yaitu penyiar, penyiar harus memiliki skill yang sesuai dengan programnya seperti program Hits Sore, dimana penyiar harus mempunyai karakter yang akrab, santai, humoris, uptodate dan berwawasan luas sesuai dengan isi naskah dan program yang akan disiarkan. Jika penyiarnya masuk kedalam kriteria tersebut serta bisa memikat suasana hati para pendengar, maka

siaran radio tersebut bisa dikatakan berhasil dalam menyampaikan informasi dan juga hiburan kepada pendengar. Hal tersebut diperkuat oleh Traintanto (2010:113) yang menyatakan bahwa elemen utama siaran radio yaitu penyiar, dimana penyiar dilihat dari karakter dan cara berkomunikasi tentunya gaya siarannya.

Menurut Masduki (2004:32) karena radio sifatnya audio saja maka penyiar harus mempunyai ciri khas. Ketika penyiar berbicara maka pendengar bisa berimajinatif apa yang dimaksud oleh penyiar dengan gaya bahasa penyiarnya. Lalu juga dengan mendengarkan suara dari penyiarnya saja, para pendengar bisa mengetahui bahwa siaran radio yang didengarkannya adalah siaran MGT Radio

Demi menjaga eksistensi radio sebagai media informasi, para pengelola radio dituntut untuk mempertahankan standar mutu mereka. Begitu juga yang harus dilakukan oleh MGT Radio agar mempermudah mencapai tujuan mereka sesuai visi dan misinya serta menerapkan aturan-aturan yang telah dibuat sehingga dapat mempertahankan eksistensi MGT Radio sebagai media untuk para pendengar mendapatkan informasi dan sebagai media yang dinilai bermanfaat bagi pendengarnya. Karena, strategi sebagai langkah penentu pada suatu perusahaan dengan memilih sebuah tindakan atau tujuan untuk mewujudkannya (Kardiman, 1990:58)

Pada pelaksanaan, tentunya media penyiaran radio tidak lepas dari tantangan dan hambatan. Apalagi di era digital saat ini, dimana Salah satu hal yang mendasar dalam era digital adalah Sumber Daya Manusia (SDM) profesional yang mempunyai sejumlah keahlian (multi skilled professional). (Domingo et al., 2007)

Pada tahap *Organizing* produksi program, tim yang beranggotakan tiga orang dibentuk pada tahap perencanaan produksi program siaran. Posisi pertama diisi oleh program director yang bertugas mengawal jalannya seluruh program MGT Radio. Yang kedua adalah produser, yang mengawasi semua aspek yang disajikan MGT Radio, termasuk pemilihan materi, penulisan naskah siaran, dan eksekusi siaran. Yang ketiga adalah seorang penyiar yang menyiarkan dan menyampaikan pesan sesuai dengan konsep yang telah diputuskan sejak awal oleh tim produksi. Hal ini berlanjut pada tahap *actuating* produksi program MGT Radio, khususnya pada proses pelaksanaan rencana program setelah semuanya dianggap selesai pada saat perencanaan program produksi. Tema dan skenario yang dibuat oleh produser dan disetujui oleh tim produksi digunakan oleh penyiar untuk menyiarkan materi. Penyiar yang lokasinya telah dipilih oleh direktur program kemudian mengudara untuk memulai program.

### **Pasca Produksi Program MGT Radio 101.1 FM**

Pasca produksi lebih merupakan tahap review untuk semua program MGT

Radio 101.1 FM. Tinjauan tersebut diharapkan dapat meningkatkan aspek teknis dan non-taktis dari seluruh program. Proses penilaian biasanya dilakukan sebulan sekali dengan semua divisi saat ini, namun evaluasi dalam tim produksi dilakukan melalui percakapan informal antara direktur program, produser, dan penyiar setelah siaran berakhir.

Di era digital saat ini memang sangat penting mempertahankan standar mutu agar tidak tertinggal oleh radio lain atau media lainnya dan diiringi berkolaborasi dengan media baru seperti media digital, sebagai harapan radio tetap menjadi pilihan pendengarnya untuk mendapatkan informasi. Menggunakan media digital membuat prosesnya memiliki ciri khas dan lebih spesifik (Astuti, 2008:55).

Aspek pengawasan dan evaluasi yang diuraikan disini menyajikan bagaimana proses pengawasan dan evaluasi mengenai program-program siaran di MGT Radio 101.1 FM yang telah dilaksanakan melalui tahap pra produksi dan produksi sebelumnya. Secara bahasa pengawasan disebut *controlling*, dimana berarti pengawasan tidak hanya melihat sesuatu dengan seksama dan melaporkan hasil kegiatan mengawasi, tetapi juga mengandung arti memperbaiki dan meluruskannya sehingga mencapai tujuan yang sesuai dengan apa yang direncanakan (Syarif, 1991).

Evaluasi menurut Husein Umar (2005:37) yaitu adanya proses untuk mengetahui sejauh mana kegiatan perencanaan tersebut yang telah dicapai, dengan melihat perbedaan pencapaian dari tahun ke tahun dan membandingkan dengan harapan yang diinginkan. Evaluasi yang dilakukan oleh radio ini sama dengan perkataan Husein yaitu melakukan perbandingan perkembangan dari tahun ke tahun, apakah strategi yang dibuat meningkat atau tidak seperti kenaikan followers di media sosial, banyaknya iklan, dan banyaknya jumlah pendengar. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana mereka melakukan pengawasan terkait program-program di MGT Radio 101.1 FM pada era konvergensi media ini dengan mengarahkan dalam setiap kegiatannya dengan melibatkan seluruh elemen termasuk jajaran direksi. Seluruh tim di MGT Radio 101.1 FM bekerja sama untuk saling mengingatkan apabila terjadi kesalahan maupun kejadian viral yang dapat dibahas dalam sebuah program siaran. Hal ini juga karena seluruh elemen tim di radio termasuk direksi dan manajemen sudah menyadari betapa pentingnya digitalisasi di era konvergensi media ini.

Pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai atau sesuatu yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam hal ini berarti, pelaksanaan dan pengelolaan program adalah sebuah kegiatan yang berhubungan dengan apa yang telah direncanakan. Perilaku audiens menjadi

sebuah dasar yang dapat menentukan jadwal pelaksanaan program, kebiasaan audiens atau pendengar dalam mendengarkan radio pada waktu-waktu tertentu, maka dari itu perlunya strategi bagi stasiun penyiaran untuk menata dan menyusun program yang akan ditayangkan.

Mendukung teori tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai hasil dari perencanaan mengenai waktu siar yang disesuaikan dengan perilaku audiens, terjadi peningkatan jumlah pendengar di MGT Radio 101.1 FM. Hal ini juga dipengaruhi oleh dampak konvergensi media itu sendiri. Dalam *Dictionary of Media* disebutkan bahwa bahwa istilah konvergensi yang merujuk pada konvergensi media maksudnya yakni proses dimana media lama dan media teknologi baru tersedia secara terpisah atau bersama-sama melalui digitalisasi. Melalui teknologi digital memungkinkan isi media dapat dikirim ke seluruh platform media (internet, televisi, surat kabar, radio), dimana kemudian konsumen dapat menikmati melalui berbagai platform (telepon seluler, gawai, netbook, laptop, televisi, dan komputer) sama halnya dengan radio saat ini yang sudah melakukan pemasaran secara luas dengan menggabungkan sejumlah platform yang awalnya radio hanya dapat didengarkan dengan media elektronik fisik kini sudah dapat didengarkan dimanapun dan kapanpun dan tentunya dimana saja karena hasil dari konvergensi media itu sendiri yang saat ini dapat memutar frekuensi radio melewati smartphone atau media lain dengan koneksi internet dan melakukan streaming radio pada smartphone itu sendiri.

Selain itu, pada hasil penelitian juga diketahui bahwa pihak media radio menetapkan standar keberhasilan program dari seberapa banyaknya orang-orang yang mampu mengetahui dan menikmati program-program MGT Radio 101.1 FM. Tak lupa, mereka mencatat pencapaian dari penyiaran sehingga dapat mengetahui apa saja hal yang belum dicapai sejauh ini di MGT Radio 101.1 FM. Hal yang belum tercapai tersebut adalah awareness dari warga Bandung sendiri. Tim program penyiaran radio tersebut kemudian mengatakan bahwa minimal mereka harus menempati urutan ke 15 hingga 10 sebagai media radio yang dikenal dikalangan Bandung Raya.

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Dalam hal pengawasan program, manager program harus mempersiapkan standar stasiun penyiaran, mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku, memelihara catatan (records) program yang disiarkan, mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program dan memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan (Morissan, 2008:315).

Hal itu menjadi bahan evaluasi pula bagi program-program yang dilakukan MGT Radio 101.1 FM. Evaluasi merupakan proses yang sistematis dan

berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menyajikan informasi tentang suatu program untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun program selanjutnya (Widoyoko, 2012:6).

Dalam menjaga standar mutu, MGT Radio juga menjalankan peraturan yang sudah di ditetapkan yaitu penyiar dan narasumber harus konsisten agar program siaran akan berjalan sesuai SOP dari MGT Radio dan selalu mengikuti aturan-aturan yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan memberikan manfaat bagi para pendengarnya dengan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dan berkaitan dengan para pendengarnya. strategi sebagai hal penting agar sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki. Hal ini merupakan langkah suatu perusahaan dengan memilih sebuah tindakan untuk mewujudkannya (Kardiman 1990:58).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian di mana mereka mengarahkan setiap tindakan untuk menggabungkan semua elemen, termasuk dewan direksi, sambil mengawasi program di Radio MGT 101.1 FM selama periode konvergensi media ini. Ketika terjadi kesalahan atau kejadian viral yang mungkin terliput dalam sebuah program siaran, seluruh staf di Radio MGT 101.1 FM bekerja sama untuk saling mengingatkan. Ini juga karena semua orang di tim radio, termasuk manajemen dan direktori, telah memahami pentingnya digitalisasi di era konvergensi media ini.

Selain itu, pada hasil penelitian juga diketahui bahwa pihak media radio menetapkan standar keberhasilan program dari seberapa banyaknya orang-orang yang mampu mengetahui dan menikmati program-program MGT Radio 101.1 FM. Tak lupa, mereka mencatat pencapaian dari penyiaran sehingga dapat mengetahui apa saja hal yang belum dicapai sejauh ini di MGT Radio 101.1 FM. Hal yang belum tercapai tersebut adalah awareness dari warga Bandung sendiri. Tim program penyiaran radio tersebut kemudian mengatakan bahwa minimal mereka harus menempati urutan ke 15 hingga 10 sebagai media radio yang dikenal dikalangan Bandung Raya.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh MGT Radio 101.1 FM dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital menghasilkan poin-poin penting sebagai berikut, 1) Pada tahap pra produksi, seluruh tim MGT Radio saling berkoordinasi dan melihat hasil evaluasi penelitian pelaksanaan program dari tahun sebelumnya untuk merencanakan program untuk setahun kedepan beserta tekniknya. Pada tahap praproduksi, atau tahap perencanaan sebelum penayangan. Ini termasuk

mengembangkan konsep program, mencari ide dan topik, dan membuat skrip siaran sehingga dapat berfungsi sebagai panduan untuk tahap produksi berikutnya; 2) Pada tahap produksi terbagi menjadi 3, yaitu Pra-on air, on air, dan closing. Tahap pra-on air yaitu Produser telah menulis skenario siaran yang telah disiapkan sejak awal sebelum acara ditayangkan. Kemudian tahap on air yaitu pelaksanaan siaran yang dilakukan secara on air oleh penyiar yang dipilih berdasarkan kemampuannya dalam menyampaikan isu-isu yang telah disiapkan.

Terakhir tahap closing yang dilakukan setelah tiga jam tayang, yang diisi dengan berbagai segmen dan diselingi dengan musik terhebat, iklan, dan membaca komentar dari para pendengar. Kemudian pada pelaksanaannya, tim-tim di Radio MGT bekerja sama untuk mengeksekusi dan mengelola pemrograman di MGT 101.1 FM di era digital, menggunakan berbagai saluran digital dan media sosial untuk menyebarkan materi dan program; 3) Tahap pasca produksi yaitu tahap terakhir yang melibatkan penilaian keberhasilan pelaksanaan program MGT Radio Setiap tindakan di Radio MGT 101.1 FM Bandung selalu dipantau dan ditinjau, dan dewan direksi selalu terlibat. Ketika terjadi kesalahan atau kejadian penting yang mungkin terliput dalam sebuah program siaran, seluruh staf di Radio MGT 101.1 FM bekerja sama untuk saling mengingatkan Kurang lebih lima kali evaluasi yang dilakukan MGT Radio terhadap program yang telah dikerahkan dalam sebulan sejak evaluasi dilakukan secara 3 periode yaitu harian, mingguan, dan bulanan. Evaluasi sementara mengungkapkan bahwa awareness program MGT Radio belum maksimal sehingga perlu upaya branding program yang lebih besar, setidaknya se-Bandung Raya.

Dalam melakukan penelitian, peneliti memberikan saran untuk akademik maupun non akademik, pertama, Dalam ilmu komunikasi, khususnya jurnalistik radio, penelitian ini dirasa penting karena menjelaskan tentang strategi adaptasi penyiaran program radio untuk mempertahankan eksistensi di era digital. Untuk itu, mencari berbagai macam buku atau referensi yang membahas strategi media radio penyiaran untuk mempertahankan eksistensi di era digital sangat diperlukan untuk para civitas yang sedang berjalan di jalan akademik. Kedua, MGT Radio 101.1 FM adalah media radio digital yang telah memanfaatkan digital sebaiknya lebih agresif dalam memberikan informasi yang akurat dan terpercaya serta dapat menghasilkan tayangan yang mendidik dan menghibur dengan memanfaatkan era digital. Kemudian lebih imajinatif dalam pemilihan tema siaran pada program MGT Radio atau produksinya untuk disiarkan kepada khalayak. Terakhir yaitu untuk mencegahnya tumpang tindih antar peran, MGT Radio bisa menambahkan sumber daya manusia atau memanggil spesialis di setiap divisi. Ini dilakukan agar di setiap bagiannya lebih berkonsentrasi pada tugasnya. Ketiga, Penelitian ini membahas mengenai “Strategi Adaptasi MGT Radio 101.1 FM untuk Mempertahankan Eksistensi di Era Digital” dengan

melibatkan program director, produser, serta yang lainnya untuk keabsahan data. Untuk menghindari kesamaan dalam meneliti, diharapkan untuk penelitian-penelitian selanjutnya menggunakan sudut pandang yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Ius Y, T. (2010). *Broadcasting radio*. Yogyakarta: Pustaka Book.
- Alam, H. S. N. (2021). *Strategi pemberitaan Radio Kandaga dalam menjaga eksistensi untuk mendukung penyaluran informasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung: Studi kasus pada Radio Kandaga Diskominfo Kabupaten Bandung*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Amalia, S. I. (2017). *Jurnalisme radio: Teori dan praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Anggraini, N. D. S. (2018). *Penggunaan media sosial sebagai strategi konvergensi pada radio di Kota Serang Banten: Studi deskriptif penggunaan media sosial pada Radio Xchannel 103.2 FM di Kota Serang Banten* (Skripsi tidak diterbitkan). Banten: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Azizah, I. (2021). *Urgensi teknologi pendidikan: Analisis kelebihan dan kekurangan teknologi pendidikan di era revolusi industri 4.0*. Retrieved from [http://books.uinsby.ac.id/id/eprint/635/1/Munawir\\_Urgensi%20teknologi%20pendidikan.pdf](http://books.uinsby.ac.id/id/eprint/635/1/Munawir_Urgensi%20teknologi%20pendidikan.pdf).
- Cahyo, M. H. (2017). *Kecenderungan bias politik pada kasus korupsi Dahlan Iskan (Studi analisis isi pemberitaan terkait kasus Dahlan Iskan di Koran Jawa Pos periode 25 Oktober - 10 November 2016)* (Skripsi). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, P. H. (2014). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hapsari, D. T. (2018). Jurnalisme radio pada era digital: Transformasi dan tantangan. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, 44(1).
- M, S. F., & Satlita. (2016). Pelaksanaan strategi dinas pariwisata dan kebudayaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan. *Parivisata*, 1-12.
- Masduki. (2004). *Menjadi broadcaster profesional*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- McQuail, D. (1987). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2009). *Manajemen media penyiaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mufid, M. (2005). *Komunikasi dan regulasi penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhtadi, A. S. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Putra, D. B. (2021). *Strategi MGT Radio 101.1 FM pada era konvergensi media*.

Ridwan Abdul Jabbar, A.S. Haris Sumadiria, Abdul Aziz Ma'arif

Jakarta: Latar Belakang.

- Putri, R. I. (2019). *Adaptasi radio di era digital: Studi deskriptif radio Dablia 101.5 FM Bandung*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rachmawati, S. N. (2019). *Strategi manajemen siaran radio komunitas dalam mempertahankan eksistensi radio (Studi deskriptif kualitatif strategi manajemen siaran radio Saka FM Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi radio periode 2018)* (Skripsi). Yogyakarta: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Reese, P. J., & Shoemaker, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. New York, NY: Longman Publisher.
- Sugiharto, E. (2015). *Strategi adaptasi penghuni rumah susun dan masyarakat sekitarnya dalam perolehan air di Kelurahan Menanggal, Kota Surabaya* (Skripsi). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Tania, C. (2018). *Implementasi strategi dinas pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam pengembangan daerah wisata pantai di Kecamatan Pandan* (Skripsi). Yogyakarta: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Terry, G. R. (2008). *Prinsip-prinsip manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wati, A., & Erna, H. (2016). Pengaruh komisaris independen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap manajemen laba. *NeO~bis. Manajemen*, 62-77.