

STRATEGI KREATIF RADIO SMARTFM MAKASSAR DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL

Aqny Paramitha¹, Ibnu Qayyim Na'iem²

¹Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial, Universitas Fajar

Email : Paramithaaqny12@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial, Universitas Fajar

Email: ibnu.unifa@gmail.com

Abstrak

Radio masih cukup bersaing dengan media-media lain, walaupun radio disebut-sebut sebagai media yang akan tertimbun oleh media baru, namun buktinya saat ini masih banyak program radio yang tetap eksis dan banyak diminati oleh pendengar. Tingkat kreativitas dari penggiat radio memang sangat diuji saat ini, dimana mereka harus berlomba-lomba memberikan program yang tidak kalah menariknya dengan media online. Dengan streaming pula, radio dapat menjelma menjadi media online, namun tidak kehilangan jati dirinya sebagai media yang bersifat audio. Maka dari itu radio harus memiliki strategi kreatif dalam mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeksripsikan strategi kreatif, faktor pendukung dan faktor penghambat pada radio Smartfm Makassar dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Metode yang digunakan, metode deksriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mandalam, observasi, dokumentasi, jurnal, serta media online yang relevan dengan penelitian. Dari analisis menggunakan teknik analisa data menurut Miles dan Hubermen dengan langkah-langkah reduksi data, model data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan teknik trigulasi data.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk mendapatkan hasil peneliti yang dibutuhkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kreatif radio Smartfm Makassar melewati beberapa tahap pertama perencanaan meliputi, analisis konten dan penetapan media, kedua pelaksanaan meliputi program siaran menarik dan membuat podcast, ketiga faktor pendukung meliputi kemampuan sumber daya manusia, media social, perangkat atau property dan kerjasama tim dan faktor penghambat meliputi Sumber Daya Manusia. Keempat evaluasi.

Kata Kunci: Radio Smartfm Makassar, Strategi kreatif radio

1. PENDAHULUAN

Saat ini kita sangat memperhatikan perkembangan teknologi informasi dan media massa di era digital. Hal ini dibuktikan dengan adanya berbagai mediainformasi seperti televisi, radio, surat kabar dan internet. Menurut survei Nielsen *Consumer Media View* (Survei Nielsen Indonesia 2017) dibandingkan dengan jenis media lainnya, tingkat penetrasi radio masih menduduki peringkat keempat. Selain itu, tingkat penetrasi media luar ruang mencapai

53%, Internet mencapai 44%, dan media penyiaran menempati urutan keempat yaitu 37%. Tingkat penetrasi media surat kabar hanya 7%, dan tingkat penetrasi majalah dan tabloid 3%. Media penyiaran merupakan media yang populer karena mudah dikonsumsi. Terlepas dari munculnya berbagai media yang lebih menarik, seperti televisi dan internet, di era globalisasi ini, penyiaran tidak kehilangan kehadirannya di media.

Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada batasan peneliti agar penelitian ini ruang lingkup yang akan diteliti lebih jelas. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan metode wawancara dan observasi sebagai fase pengumpulan data untuk menjawab semua rumusan masalah. Maka pada penelitian ini, memfokuskan penelitiannya mengenai Strategi Kreatif Radio Smart FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengelolaan penyiaran yang dilakukan Radio Suara Bumi Lasinrang sebagai media sosialisasi program Pemerintah?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Radio Suara Bumi Lasinrang dalam strategi pengelolaan penyiaran sebagai media sosialisasi program Pemerintah?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi-strategi kreatif yang digunakan oleh radio Smartfm dalam mempertahankan eksistensinya di era digital
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi-strategi kreatif yang digunakan oleh radio Smart FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

Manfaat Penelitian

Berlandaskan latar belakang diatas, dengan ini yang menjadi manfaat penelitian yaitu:

1. Mampu memberikan sumbangsi pemikiran untuk kajian strategi-strategi kreatif pda radio.
2. Dapat memberikan masukan bagi peneliti baru tentang strategi kreatif dalam mempertahankan eksistensinya radio di era digital.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari Bahasa latin communication, dan Bahasa latinnya komunikasi berasal dari kata communis yang memiliki arti dan perasaan yang sama terhadap sesuatu. Oleh karena itu, jika dua orang atau lebih berpartisipasi dalam pertukaran, misalnya dalam bentuk dialog, maka pertukaran akan berlanjut selama makna konten yang dibahas dalam pertukaran tersebut serupa.

Tasmara mengatakan dalam Suryanto (2017: 14) bahwa menyelaraskan asal kata komunikasi (Communicare) (dalam bahasa latin untuk partisipasi), atau berasal dari kata "commons" yang artinya sama = pengertian umum adalah berbagi informasi, Untuk mencapai konsensus antara satu orang dengan orang lain.

Evergar M. Rogers dan Lawrence Kincaid mengemukakan dalam Cangara (2019: 18) bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian gagasan dari sumber kepada satu atau lebih penerima untuk mengubah perilakunya.

Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "strategi", yang berarti tindakan umum untuk mengalahkan musuh dalam pertempuran, yaitu kumpulan senjata yang digunakan musuh dalam pertempuran. Oleh karena itu, memang benar bahwa istilah "strategi" aslinya berasal dari militer dan sering disebut sebagai "cara yang digunakan para jenderal untuk memenangkan perang." Namun, istilah strategi telah digunakan oleh semua jenis organisasi, dan tetap mempertahankan gagasan utama yang terkandung dalam makna aslinya, tetapi penerapannya sesuai untuk jenis organisasi yang menerapkan strategi tersebut.

Secara umum, strategi diartikan sebagai metode yang digunakan oleh manajer senior atau pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi merupakan dasar awal bagi organisasi dan elemen pembentuknya untuk merumuskan langkah atau tindakan ketika mempertimbangkan faktor internal dan eksternal untuk merumuskan tujuan yang telah ditentukan.

Strategi Kreatif Radio

Perencanaan strategi (*strategic planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penemuan strategi, kebijakan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan penetapan metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah diimplementasikan.

Tinjauan Teori

Metode teori dasar (*Grounded Theory*) merupakan penelitian yang dilakukan untuk menemukan suatu teori atau menguatkan teori yang sudah ada dengan mengkaji prinsip dan kaidah dasar yang ada lalu dibuat kesimpulan dasar yang membentuk prinsip dasar dari suatu teori. Dalam melakukan metode ini, peneliti perlu memilah mana fenomena yang dapat dikatakan fenomena inti dan mana yang bukan untuk dapat diambil dan dibentuk suatu teori.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Metode penelitian ini merupakan pengamatan yang bersifat ilmiah yang dilakukan secara hati-hati dan cermat yang bertujuan untuk menyelesaikan sesuatu atau peristiwa. Metode ini menggambarkan Strategi kreatif radio Smart FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

Kehadiran Peneliti

Peneliti dalam penelitian ini akan bertindak sebagai instrument sekaligus pengumpul data. Peran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai pengamat penuh. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini memiliki status yang diketahui oleh informan atau subjek penelitian.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul "Strategi Kreatif Radio Smartfm Makassar Dalam Mempertahanka Eksistensinya Di Era Digital" maka tempat penelitian dilakukan di Jl. Cendrawasih No. 430, Kec. Mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Dengan waktu penelitian dilaksanakan dalam waktu satu bulan terhitung mulai dari bulan Juli sampai selesai.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi. Beberapa metode pengumpulan data penelitian kualitatif, yakni:

1. Data Primer

a. Observasi

Pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki di lapangan. Observasi sebagai alat pengumpulan data dilakukan secara spontan. Dalam hal ini, peneliti mengobservasi lokasi tempat penelitian yakni Radio Smart FM Makassar. Observasi dilakukan guna mendapatkan data yang relevan tentang gambaran Strategi Kreatif Radio Smart FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi dengan informan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Dengan metode ini peneliti dapat meminta tanggapan langsung dari informan secara lebih terperinci dan mengetahui reaksi yang ada pada informan dalam waktu yang relative singkat.

2. Data Sekunder

Data sekunder peneliti adalah sumber yang tidak langsung, yang mampu memberikan tambahan serta penguatan data terhadap penelitian. Sumber data sekunder ini dari dokumentasi dan studi kepustakaan. Data dokumentasi berupa dokumen yang terkait dengan pribadi informan. Adapun studi pustaka, data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan, diantaranya buku-buku, jurnal-jurnal, tesis, maupun media online yang relevan dengan penelitian. Studi pustaka ini penting di hadapan karena latar belakang konseptual terhadap pemahaman penulis tentang tema yang diteliti, baik dalam teori maupun praktiknya.

Penentuan Informan

Sumber data dengan memilih informan yang dianggap layak dalam pemberian data. Dalam penelitian ini peneliti memilih melakukan wawancara kepada informan utama yang dapat mendukung kelengkapan data yang dibutuhkan, adapun informan yang dimaksud adalah:

1. Silviana Dunggio selaku Station Manager Radio Makassar
2. Tarsisius Dedy selaku Produser Radio Smartfm Makassar
3. Jamila Bagenda selaku Penyiar Radio Smartfm Makassar

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data terkumpul dengan menggunakan teknik analisis model interaktif. (Sugiono,2011) Dengan proses pengumpulan data berdasarkan alur tahapan sebagai berikut:

- 1) Reduksi Data
- 2) Model Data
- 3) Penarikan Kesimpulan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Strategi Kreatif Radio Smartfm Makassar Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital

Radio Smartfm Makassar dalam penetapan strategi kreatif, terlebih dahulu memberikan penjelasan tentang strategi kreatif yang direncanakan untuk mempertahankan eksistensinya di era seperti sekarang ini yaitu era digital. Untuk itu radio Smartfm harus lebih kreatif agar bisa mempertahankan eksistensinya di era sekarang ini.

Strategi kreatif tidak lepas dari proses perencanaan, pelaksanaan, faktor pendukung dan faktor penghambat, dan evaluasi untuk mencapai tujuan. Berdasarkan hasil wawancara dilapangan bahwa, ada beberapa tahap strategi kreatif yang dilakukan radio Smartfm Makassar.

Peneliti akan memaparkan strategi kreatif yang dilakukan Radio Smartfm Makassar dalam mempertahankan eksistensinya di era digital:

1. Perencanaan (*planning*)

1) Analisis Isi Konten

Berdasarkan fakta dilapangan menyatakan bahwa radio Smartfm Makassar menyusun strategi kreatif diawali dengan melakukan analisis isi konten yang dilihat pada era digital ini. Mencari tahu terlebih dahulu konten-konten yang diinginkan oleh para pendengar. Analisis tersebut untuk mengetahui keberhasilan dari sebuah isi konten pada suatu program siaran.

Pak Dedy selaku Head program (Produser) mengatakan bahwa:

“Kami disini harus menyesuaikan isi konten siaran dengan kebutuhan pasar atau apa yang dibutuhkan saat ini oleh para pendengar.”

Ibu Siviana Dunggio selaku Station Manager mengatakan bahwa:

“Kami harus bisa mengakomodir tuntutan pasar atau mengikuti trend yang ada saat ini, membuat program-program yang lebih menarik dan tidak semata-mata hanya mengikuti trend program-program siaran yang lagi trend, memastikan konsistensi dari sebuah program dan isinya juga bisa membuat para pendengar betah dengan program baru tersebut.”

2) Penetapan Media

Pemilihan media yang dilakukan radio Smartfm Makassar untuk melakukan berbagai kegiatan di era digital ini merupakan hal yang sangat penting karena untuk mempertahankan eksistensinya di era digital ini radio Smartfm Makassar harus memilih media yang tepat sebagai sarana agar berbagai kegiatan bisa juga dilihat oleh para pendengar.

Ibu Silviana Dunggio selaku Station Manager mengatakan bahwa:

“Kita juga menyesuaikan di zaman seperti ini kan semua radio juga menggunakan beberapa media social, kami memakai beberapa media social untuk lebih memperluas media yang bisa dipakai untuk menyiarkan isi siaran kami, dan masyarakat juga tidak hanya bisa mendengarkan melalui konvensional bisa juga melalui streaming di website resmi radio Smartfm Makassar dan beberapa media social yang kami miliki seperti Instagram, Youtube, dan Facebook.”

2. Pelaksanaan

1).Program Siaran Menarik

Dalam industri siaran radio membuat program siaran yang menarik dan terbaru akan menjadi daya tariknya, jika tidak menarik akan membuat pendengar akan berpaling dari siaran tersebut.

Ibu Silviana Dunggio selaku station manager mengatakan, bahwa:

“Dengan membuat program-program siaran yang lebih fresh dari sebelum-sebelumnya juga bisa membuat para pendengar tidak bosan dengan program yang monoton, jadi kami harus bisa mengutamakan program siaran apa yang di inginkan oleh para pendengar.”

2).Membuat Podcast

Podcast merupakan program khusus dan baru yang ada di smartfm Makassar yang menjadi salah satu ide kreatif bertemakan khusus bisnis yang telah dibuat dari permintaan beberapa klien.

Ibu Jamila Bagenda selaku penyiar mengatakan, bahwa:

“Podcast merupakan program yang beda dari yang lain dan berdiri sendiri tidak disiarkan secara langsung saat siaran radio di mulai, podcast merupakan program tersendiri untuk klien yang ingin membuat brand usaha mereka lebih berkembang atau untuk para komunitas-komunitas.”

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Adapula faktor-faktor yang mempengaruhi strategi kreatif radio Smartfm Makassar dalam mempertahankan eksistensinya di era digital ini.

Faktor pendukung nya adalah:

1. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Kemampuan atau keahlian sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor pendukung yang paling besar, dengan adanya kemampuan sumber daya manusia (SDM) bisa mengerluarkan ide-ide yang cemerlang dan kreatif.

Ibu Silviana Dunggio selaku Station manager mengatakan, bahwa:

“Yang menjadi faktor pendukung paling besar adalah kemampuan dari sumber daya manusia (SDM) nya, karena media kalau tidak kreatif tidak akan bisa maju, jadi kami harus mengutamakan kemampuan sumber daya manusia yang kreatif dan bisa memberi ide-ide cemerlang untuk isi program-program siaran yang kreatif demi memajukan radio ini”

2. Media social (medsos)

Media social juga merupakan salah satu faktor pendukung strategi kreatif radio Smartfm Makassar, di era digital ini hampir semua masyarakat telah menggunakan media social untuk mencari beberapa informasi, media social pun digunakan radio Smartfm Makassar untuk menyiarkan isi-isi siaran mereka.

Pak Tarsisius Dedy selaku produser mengatakan, bahwa:

“Di era seperti ini media social sangatlah penting, jadi kami memakai media social untuk menyiarkan siaran-siaran kami, agar orang tidak sempat mendengarkan siaran kami bisa mengetahui apa-apa saja isi konten kami.”

3. Kerjasama tim

Kerjasama tim juga termasuk faktor pendukung yang amat penting, tanpa adanya kerjasama tim ide kreatif yang direncanakan tidak akan berjalan dengan baik dan benar.

Pak Dedy selaku Produser mengatakan, bahwa:

“Kerjasama tim yang termasuk penting ya, karena jika tim tidak kompak dalam sebuah program siaran semuanya akan jadi hancur, apalagi jika tidak ada yang mau menyatukan pikiran. Tidak adanya kerjasama dalam tim strategi yang disusun dengan baikpun tidak akan terlaksana dengan baik.”

Faktor penghambat nya adalah:

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) juga bisa menjadi satu faktor dalam pembentukan strategi kreatif.

Ibu Silviana Dunggio selaku station manager mengatakan, bahwa:

“Sumber daya manusia (SDM) juga bisa menjadi faktor pendukung dan menjadi faktor penghambat jika tidak memiliki kinerja yang baik dan konsisten.”

Pembahasan

Strategi Kreatif Radio Smartfm Makassar Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital

Strategi kreatif tidak lepas dari proses perencanaan, pelaksanaan, faktor pendukung dan faktor penghambat, dan evaluasi untuk mencapai tujuan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, bahwa, strategi kreatif radio Smartfm.

Adapun strategi kreatif Radio Smartfm dalam mempertahankan eksistensinya di era digital ini. Peneliti akan memaparkan Strategi kreatif yang dilakukan Radio Smartfm Makassar di era digital ini sebagai berikut:

1. Perencanaan

Menurut Robbins dan Coulter dikutip dari Ernie Tisnawati (2016, 96) mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses yang dimulai dari penerapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi. Merupakan tahapan yang harus dilakukan agar dalam penyusunan strategi kreatif radio Smartfm Makassar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Radio Smartfm Makassar dalam perencanaan strategi kreatifnya dalam mempertahankan eksistensinya juga menerapkan hal tersebut, dari data yang ditemukan oleh peneliti melalui wawancara mendalam dan observasi, Radio Smartfm Makassar melakukan perencanaan pada tahun berjalan untuk tahun selanjutnya. Perencanaan ini berdasarkan dalam hasil evaluasi yang dilakukan oleh Radio Smartfm Makassar sendiri. Hampir semua perencanaan yang dilakukan oleh Radio Smartfm Makassar perencanaannya berjalan secara lancar dan dilaksanakan sampai rekomendasi tahap akhir. Berikut perencanaan dari Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital:

1. Analisis isi konten

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio smartfm Makassar menganalisis isi konten dengan melihat kebutuhan pasar, sehingga bisa mengikuti perkembangan yang ada pada era digital ini. Berdasarkan fakta lapangan bahwa isi konten atau program-program radio Smartfm Makassar membuat para *entrepreneur* atau pebisnis tertarik dengan program-program siaran yang radio Smartfm Makassar miliki.

2. Penetapan Media

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio Smartfm Makassar melakukan penetapan media dengan memiliki beberapa media social yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau berita-berita terbaru yang terjadi di kota Makassar. Berdasarkan fakta lapangan bahwa media-media social yang mereka pilih menjadi pilihan tepat di era digital ini, untuk menyampaikan informasi atau berita-berita terbaru yang ada di kota Makassar.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan aktifitas atau usaha-usaha yang dilaksanakan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan dilengkapi segala kebutuhan, alat-alat yang diperlukan, siapa yang melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya mulai dan bagaimana cara yang harus dilakukan, suatu proses rangkaian kegiatan tindak lanjut setelah program atau kebijakan ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional atau kebijakan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang ditetapkan semula.

1. Program Siaran Menarik

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio Smartfm Makassar membuat beberapa program menarik yang di inginkan para pendengar setia radio Smartfm Makassar. Berdasarkan fakta lapangan bahwa beberapa program yang radio Smartfm Makassar miliki membuat para pendengar tertarik terutama pada program siaran yang mengedukasi para pendengar.

2. Membuat podcast

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio Smartfm Makassar membuat *podcast* untuk mengikuti perkembangan di zaman sekarang. Berdasarkan fakta lapangan bahwa para klien sangat senang dengan adanya program *podcast* ini bisa membantu para *klien* untuk mengembangkan produk mereka dan bisa lebih dikenal oleh banyak orang melalui *podcast* ini.

3. Faktor pendukung dan faktor penghambat

1. Faktor pendukung strategi kreatif di era digital

Beberapa faktor pendukung strategi kreatif Radio Smartfm Makassar di era digital ini, dari hasil wawancara dan observasi peneliti:

a. Kemampuan sumber daya manusia (SDM)

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio Smartfm Makassar membutuhkan kemampuan-kemampuan dari sumber daya manusia agar terbentuknya ide-ide kreatif dalam menyusun beberapa program yang bagus di radio Smartfm Makassar. Berdasarkan fakta lapangan kemampuan sumber daya manusia sangat berperan penting dan menjadi faktor pendukung yang lebih utama, tanpa adanya kemampuan sumber daya manusia, ide- ide kreatif tidak akan ada. Kemampuan sumber daya manusia (SDM) sangat penting dalam menentukan ide kreatif radio.

b. Media social

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio Smartfm Makassar menggunakan media social untuk menyiarkan program-program siaran radio Smartfm Makassar. Berdasarkan fakta lapangan beberapa *media social* yang digunakan radio Smartfm Makassar bisa membantu beberapa pendengar untuk mengetahui informasi atau berita-berita terbaru di kota Makassar dan juga mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan radio Smartfm Makassar.

Dikuatkan oleh teori menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) media social adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain.

c. Kerja sama tim

Berdasarkan hasil wawancara pada radio Smartfm Makassar mengatakan bahwa, radio Smartfm Makassar kerja sama tim sangatlah penting dalam menyusun strategi-strategi kreatif untuk sebuah program siaran. Berdasarkan fakta lapangan kerja sama tim yang dilakukan oleh radio Smartfm Makassar berjalan dengan baik karena sudah membentuk beberapa program-program siaran yang membuat para pendengar betah dengan program-program terbaru tersebut.

2. Faktor penghambat strategi kreatif di era digital

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, faktor penghambat strategi kreatif radio Smartfm Makassar adalah dari sumber daya manusia dari radio smartfm Makassar

sendiri, jika sumber daya manusia tidak mengeluarkan ide-ide kreatifnya maka tidak akan terbentuk susunan untuk strategi kreatif itu sendiri. Dan semua isi-isi konten program siaran tidak akan menarik para pendengar di era digital seperti ini.

Dikuatkan oleh teori menurut Nawawi (2011) Sumber Daya Manusia (SDM) mengandung pengertian yang erat kaitannya dengan pengelolaan sumber daya manusia atau pegawai dalam perusahaan. Sumber daya manusia dapat juga disebut sebagai personil, tenaga kerja, pekerja, karyawan, potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.

3. Evaluasi

Evaluasi adalah pengukuran dan perbaikan dalam kegiatan yang dilaksanakan, seperti membandingkan hasil-hasil kegiatan yang dibuat. Tujuannya agar rencana-rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dapat terselenggarakan. Evaluasi Radio Smartfm Makassar tidak ingin strategi perencanaan dan pelaksanaan dalam pengelolaan penyiaran yang dilaksanakan sia-sia tanpa kejelasan tentang hasil yang dicapai. Untuk itu, tanpa keraguan apa pun, evaluasi terhadap pengelolaan penyiaran mutlak dikerjakan.

Berdasarkan strategi kreatif radio Smartfm Makassar dalam proses perencanaan, pelaksanaan, faktor pendukung dan penghambat dan evaluasi, peneliti mengidentifikasi strategi yang digunakan berdasarkan teori menurut Stufflebeam (2019:56) evaluasi merupakan sebuah proses yang terdiri atas beberapa kegiatan pokok, pertama adalah proses menggambarkan segala kegiatan yang sudah berjalan dari awal hingga akhir. Proses lainnya adalah pemanfaatan informasi sebagai *alternative* dalam mengambil keputusan. Artinya segala informasi yang diperoleh dari sebuah kegiatan digunakan sebagai rujukan untuk mengambil sebuah tindakan. Biasa berupa kebijakan yang bersifat memperbaiki cara kerja, ataupun pergantian secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi kreatif radio Smartfm Makassar dalam mempertahankan eksistensinya di era digital menerapkan strategi kreatif dari perencanaan, pelaksanaan, faktor pendukung dan faktor penghambat serta evaluasi. Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara mendalam serta mengumpulkan data lapangan tepatnya di Radio Smartfm Makassar, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi yang diterapkan Radio Smartfm Makassar dalam strategi kreatif di era digital ini melewati beberapa tahap yaitu pertama; perencanaan yaitu Analisis konten dan penetapan media kedua; membuat siaran menarik, dan membuat program *podcast*.
2. Adapun faktor pendukung strategi kreatif Radio Smartfm Makassar di era digital ini yaitu kemampuan sumber daya manusia (SDM), media *social, property* atau alat dan kerjasama tim radio Smartfm Makassar. Adapun faktor-faktor penghambat komunikasi pemasaran di era digital ini yaitu sumber daya manusia, jika sumber daya manusia tidak dapat konsisten semua strategi kreatif yang telah dibuat akan berantakan.

5. REFERENSI

- Cangara, Hafied. 2019. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok : PT Raja Grafindo, Hal 18
- Cangara, Hafied. 2019. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo, Hal 27-28
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, Hal 23-29
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Hal 12
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT raja Grafindo Persada. Hal 7
- Rohim, Syaiful, H. 2016. *Teori Komunikasi (edisi revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta

Rahmawati, Indah & Rusnandi, Doddy, 2011. *Berkarir di Dunia Broadcast Televisi & Radio*. Bekasi: Laskar Aksara

Sadiman, Arif S. 2011. *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sanjaya, Wina. 2010. *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana

Prilani, 2010. *Radio Kampus*, Yogyakarta: STAIN Kediri

Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*, Bandung Simbiosis Rekatama Media

M. Romli, Asep Syamsul. 2009. *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa

A.Ius.Y, Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book

A.Ius.Y, Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Hal 30-31

Masduki, 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*: Yogyakarta: Hal 15

Masduki, 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*: Yogyakarta Hal 15-18

Masduki, 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*: Yogyakarta Hal 45

A.Ius.Y, Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Hal 96

Masduki, 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*: Yogyakarta Hal 46

Masduki, 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*: Yogyakarta Hal 47

Romli, 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter & Scrip Writer*, Bandung: Nuansa Hal 77

Masduki, 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*: Yogyakarta Hal 101-103

Sumber lain:

Aini Aliftha Qiroatul, 2016. *Strategi Radio Swara Kendal Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Online*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kuncoro Sulthon Salamuddin, 2018. *Strategi Kreatif Program Hiburan Radio Swasta Dalam Meraih Pendengar Di Salatiga*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Musyarofah, 2016. *Strategi Kreatif Radio Unisia Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Radio*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pangestu Indra, 2018. *Strategi Kreatif Serang Radio Sebagai Radio Jaringan Etnikom*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten.

Perdana Firza Rizky, 2016. *Upaya Paduka FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Fungsi Sosial Radio Di Era Konvergensi Media*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Rafardhan Irfan, 2015. *Strategi Radio Silaturahmi AM 720 Cibubur Bekasi Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Media Dakwah*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.