

Cite this: J.SSE, Vol 1 (1):  
26-31, 2022

## Manajemen Inovasi Penyiaran Radio: Studi Kasus Smart Fm Makassar – Kg Radio Network

### *Radio Broadcasting Innovation Management: A Case Study of Smart FM Makassar – Kg Radio Network*

Novika Ayu Triany<sup>1\*</sup>, Muhammad Ridwan Arif<sup>2</sup>, Citra Rosalyn Anwar<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

<sup>2</sup> Politeknik Negeri Ujung Pandang, Kota Makassar, 90245, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Makassar, Kota Makassar, 90222, Indonesia

\*Email: [novika.ayu@ciputra.ac.id](mailto:novika.ayu@ciputra.ac.id); (Email institusi, [pascasarjana@unifa.ac.id](mailto:pascasarjana@unifa.ac.id))

#### Received Date:

12 April 2022

#### Accepted Date:

12 Mei 2022

#### Keywords:

Innovation; Management; Smart FM;  
Radio Digital Transformation

**Abstract.** This research is motivated by the development of broadcasting technology with digital transformation, which has begun to become an alternative media used other than analog radio. With the presence of digital radio technology, namely streaming and podcasting, it is also possible for changes or transformations to occur in the dissemination of broadcast content. The process of radio broadcasting management innovation that results in digital transformation in radio broadcasting is the focus of research. This research was conducted with the aim of knowing the Innovation Management Process managed by Smart FM Makassar in the context of digital transformation of radio broadcasting to maintain its existence. The significant of this research is divided into theoretical benefits and practical benefits. The research type used in this study is a case study by describing the obtained data and constructing the interview results with the object of research. Data was collected through observation, interviews and documentation. This research was analyzed by using George R. Terry's theory of media management. The research results indicated that Smart FM Makassar applies management innovation in the context of digital transformation of its broadcasts and makes various new breakthroughs to maintain its existence. Among other things, innovations are the migration of broadcast content from analog to digital broadcasts or commonly called streaming and podcasting. In the development and utilization of digital technology, Smart FM Makassar applies the concept of Planning, Organizing, Actuating and Controlling (POAC).

**Keywords:** innovation management, Smart FM Makassar, radio, digital transformation.

#### Kata kunci:

manajemen inovasi, Smart FM  
Makassar, radio, transformasi digital

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi berkembangnya teknologi penyiaran dengan transformasi digital, yang sudah mulai menjadi alternatif media yang dipakai selain radio analog. Dengan hadirnya teknologi digital radio yaitu streaming dan podcasting ini memungkinkan terjadinya pula perubahan atau transformasi dalam penyebaran konten siaran. Proses Inovasi manajemen siaran radio yang menghasilkan transformasi digital dalam penyiaran radio inilah yang menjadi titik fokus penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Proses Manajemen Inovasi yang dilakukan Smart FM Makassar dalam rangka transformasi digital penyiaran radio untuk mempertahankan eksistensinya. Adapun kegunaan penelitian ini terbagi atas manfaat teoritis dan manfaat praktis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan mendeskripsikan data-data yang diperoleh serta mengonstruksi hasil wawancara terhadap objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dibedah dengan menggunakan teori manajemen media Goerge R. Terry. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Smart FM Makassar melakukan inovasi manajemen dalam rangka transformasi digital siarannya dan melakukan berbagai terobosan baru untuk mempertahankan eksistensinya. Antara lain inovasi yang dilakukan adalah migrasi konten siaran dari analog ke siaran digital atau biasa disebut *streaming* dan *podcasting*. Dalam pengembangan dan pemanfaatan teknologi digital, Smart FM Makassar menerapkan konsep *Planning, Organizing, Actuating* dan *Controlling* (POAC).

**Kata kunci:** manajemen inovasi, Smart FM Makassar, radio, transformasi digital

## PENDAHULUAN

Smart FM Makassar jaringan Kompas Gramedia Radio Network sebagai salah satu radio bisnis terbesar di Sulawesi Selatan telah melakukan terobosan penggunaan teknologi internet dalam operasional siarannya, termasuk pemakaian teknologi radio *streaming* dan *podcasting*, bahkan tidak hanya itu saja penggunaan media sosial (instagram, facebook, twitter, youtube) dalam menunjang siaran yang dilakukan. Dilatarbelakangi adanya pergeseran *trend*, dimana pada saat ini untuk mendengarkan radio banyak orang sudah tidak lagi menggunakan radio analog, tetapi beralih ke penggunaan aplikasi *streaming* yang tersedia di *gadget* yang mereka miliki, ditambah pula dengan pertumbuhan konsumsi internet melalui akses bergerak (*mobile*) seperti telepon genggam dan *wi-fi* terus meningkat.

Riset Nielsen melaporkan sepanjang tahun 2016 hingga 2018, penetrasi radio turun perlahan dari 37,6% menjadi 34,3%. Bahkan hasil pendengar radio terakhir berkisar 13,31% dari orang Indonesia. Radio digital atau online di tahun 2017 terdapat sekitar 1998 melalui *website* kolaborasi. Tetapi apabila mengacu pada alokasi kanal frekuensi radio yang sudah disediakan Pemerintah Indonesia yaitu sebanyak 4380 kanal FM, artinya sebagian besar dari lembaga penyiaran radio ini belum mendistribusikan konten siarannya melalui website atau internet. Sementara jika melihat laporan terbaru dari *we are social* pengguna internet pada tahun 2020 di Indonesia ada diangka 175,4 juta pengguna. Indonesia menjadi negara yang memiliki ruang pertumbuhan jumlah pengguna internet yang jumlahnya dapat mencapai dua digit setiap tahun. Pertumbuhan ini didukung dari data yang menunjukkan bahwa setiap orang mengakses internet setidaknya adalah satu kali setiap bulan sehingga, hasil ini mendudukkan Indonesia pada peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet.



Sumber : We Are Social, 2020

**Gambar 1.** Pengguna internet dan mobile pintar di Indonesia

Sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi internet menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia saat ini semakin gemar mengakses berbagai *content* melalui media digital. Waktu luang yang biasanya dipergunakan seseorang untuk mendengarkan radio, sekarang mereka lebih tertarik ber-*online* di dunia *cyber*. Salah satu contoh sebagai media baru, internet mampu memberikan musik yang disukai masyarakat. Sedangkan saat masyarakat membutuhkan informasi atau berita, masyarakat dapat langsung mengakses di situs-situs berita melalui internet. Media penyiaran radio perlu mencari terobosan inovasi baik dari pengembangan teknologi penyiarannya maupun materi siaran yang disiarkan. Transformasi digital pada konten siaran menjadi solusi agar dapat bersaing dengan media lain di era konvergensi ini. Strategi atau media apa yang masih relevan dengan konten di era saat ini harus terus dipikirkan oleh industri penyiaran radio, sambil tentunya melihat sejauh mana metode pemasaran ini berkembang melalui *platform digital* yang ada.

Prinsip kerja radio internet yakni mengubah transmisi analog yang digunakan radio konvensional dengan mentransmisikan gelombang suara lewat jaringan internet. Perubahan menuju radio *streaming* tersebut telah menyebabkan konsekuensi akan beberapa hal, seperti hilangnya sifat radio yang mulanya terbatas oleh jarak telah berganti dengan jangkauan yang tanpa batas, seiring dengan sifat internet yang bisa diakses dari seluruh dunia. Hambatan

akan batas wilayah, pemancar kini tidak lagi terasa akibat kehadiran radio *streaming* yang berbasis *webcasting* yang menular secara luas melalui sarana nirkabel yang dapat menyediakan saluran audio terus menerus dan tidak ada kontrol operasional penyiaran seperti media penyiaran radio sebelumnya.

Penjelasan diatas sangat sejalan dengan misi yang dimiliki Smart FM Makassar, yakni meningkatkan terus-menerus kualitas layanan dan konten siaran, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pendengar dan mitra usahanya. Transformasi layanan ini tidak terlepas dari inovasi yang dihadirkan manajemen Smart FM Makassar yang akhirnya menjadi daya tarik peneliti.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka, peneliti tertarik untuk meneliti proses manajemen inovasi dalam rangka transformasi digital siaran radio Smart FM Makassar untuk mempertahankan eksistensinya. Apakah terjadi perubahan yang signifikan pada konten siaran dan menelaah apakah terdapat pola manajemen khusus disaat Smart FM Makassar sebagai obyek penelitian, menjalankan siarannya dengan menggunakan teknologi digital. Berdasarkan masalah tersebut, peneliti merumuskan judul penelitian ini dengan, Manajemen Inovasi Penyiaran Radio (Studi Kasus Smart FM Makassar–KG Radio Network.

Substansi penelitian ini pada manajemen inovasi Smart FM Makassar dalam melakukan transformasi digital dengan ruang lingkup dan batasan penelitian pada proses manajemen inovasi. Fokus penelitian adalah bagaimana proses manajemen inovasi dalam rangka transformasi digital siaran radio Smart FM Makassar dalam mempertahankan eksistensinya? Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk menganalisa manajemen inovasi dalam rangka transformasi digital siaran radio Smart FM Makassar untuk mempertahankan eksistensinya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang nantinya peneliti gunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Diantaranya, penelitian yang berjudul Proses Transformasi Penyebarluasan Konten Radio Siaran (Studi Kasus Tentang Proses Transformasi Penyebarluasan Konten Siaran melalui Radio Streaming di Radio Ardan 105.9 FM) pada tahun 2016 yang dilakukan Mohamad Arief.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yaitu metode analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus-kasus manajemen inovasi pada penyiaran radio. Penelitian ini diarahkan dengan menghimpun dan menganalisis data untuk dapat memperoleh pemahaman dari kasus penelitian dengan bersifat luwes. Objek penelitian ini adalah manajemen inovasi penyiaran radio dalam rangka transformasi digital yang dilakukan.

Data Primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung melalui metode pengumpulan data. Adapun data primer dalam penelitian ini bersumber dari informan-informan yang terdiri dari Station Manager Radio Smart FM Makassar Silvana Dunggio, Head Product Smart Makassar FM Dedy Detarsius, IT / Teknisi Rezky Eka Darmawan dan Produser Smart FM Makassar Emil Bagenda melalui metode pengumpulan data. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui kajian pustaka. Peneliti mencari rujukan teoritis yang relevan terkait dengan manajemen inovasi penyiaran radio dengan cara membaca artikel, buku, jurnal *online* dan hasil-hasil penelitian, yang sesuai dengan kajian penelitian.

Teknik pengumpulan data adalah merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian ini karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan terbagi atas *Library Research* (riset kepustakaan) dan *Field Research* (riset lapangan). *Library Research* (Riset Kepustakaan) Riset kepustakaan yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, dengan cara mengumpulkan data-data atau dokumen-dokumen perusahaan maupun literatur-literatur yang terkait dengan penelitian.

*Field Research* (Riset Lapangan) Observasi merupakan suatu kegiatan penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung lapangan (Hadi M.A 1989). Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung mengunjungi objek penelitian dan mencatat informasi-informasi yang didapat dari observasi

untuk digunakan sebagai data penunjang penyelesaian dari pertanyaan – pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah. Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis (Kriyantono Ph.D 2006). Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Wawancara dilakukan dengan mewawancarai informan yang telah ditetapkan sesuai dengan data dan informasi yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan dengan berpegang pada daftar pertanyaan yang dielaborasi dari rumusan masalah serta berdasarkan hasil temuan yang diperoleh dari observasi, untuk mendapatkan jawaban sesuai tujuan penelitian. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu secara induktif atau dari data ke teori. Teknik ini berangkat dari data khusus hasil penelitian lapangan berupa proses interpretasi transkrip hasil wawancara, pengamatan dan dokumen yang telah terkumpul, kemudian dikorelasikan dengan pendekatan teori yang digunakan untuk menarik suatu kesimpulan umum.

Proses analisis data dimulai dengan mencernah seluruh data yang ada dari berbagai sumber seperti dari wawancara, hasil pengamatan, (observasi), dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan lain sebagainya. Proses analisis data terdiri dari pemrosesan satuan, kategorisasi termasuk pemeriksaan keabsahan data, kemudian diakhiri dengan penafsiran data (Hadi M.A 1989).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mewujudkan misi Smart FM Makassar yaitu meningkatkan mutu siaran melalui konten siaran yang telah bertransformasi secara digital, maka perlu adanya inovasi dari manajemen Smart FM Makassar. Manajemen inovasi merupakan perpaduan dari manajemen sebagai sebuah proses inovasi dan manajemen perubahan. Hal ini mengacu pada produk, proses bisnis, dan inovasi organisasi.

Dalam dunia bisnis, sebuah perusahaan tidak boleh terlepas dari inovasi, terutama media massa yang sangat responsif terhadap perubahan zaman. Sebagai entitas bisnis, perusahaan media, baik cetak maupun penyiaran harus mampu membuat terobosan baru sesuai zaman untuk pandai-pandai mempertahankan produksinya. Upaya Smart FM Makassar dalam mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan industri dunia penyiaran hingga saat ini tentu tidak terlepas dari pola manajemen media yang diterapkan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengembangan inovasi Smart FM Makassar menerapkan empat prinsip dasar manajemen konsep George R. Terry yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), *Controlling* (Pengawasan) yang disingkat POAC. Keempat prinsip dasar tersebut dijabarkan dalam aktivitas roda organisasi Smart FM Makassar sehari-hari.

### a. Perencanaan (*Planning*)

Setiap tahun menjelang pergantian tahun baru, Smart FM Makassar menggelar rapat kerja (raker) tahunan yang diikuti seluruh anggota struktur organisasi untuk memaparkan capaian kinerja selama setahun dan juga rencana program, biaya dan target pendapatan untuk tahun berikutnya. Dalam rapat kerja tahunan tersebut, seluruh divisi membawa masukan dari hasil rembuk pada divisi masing-masing. Usulan perencanaan proyeksi tahunan yang dilakukan Smart FM Makassar tidak selalu berasal dari manajemen level atas atau *Top Management* melainkan semua semua level manajemen dilibatkan dalam proses perencanaan tersebut. Dalam proses perencanaan. Smart FM Makassar membuatnya sedetail mungkin dengan mengatur strategi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Perencanaan yang baik akan meningkatkan persentase keberhasilan yang tinggi pula.

### b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah manajemen menjalankan sebuah *planning* maka langkah selanjutnya adalah menyusun struktur organisasi yang akan menempati posnya masing-masing, anggotanya harus mengerti tugas pokok dan fungsi masing-masing. Proses pengorganisasian atas tugas-tugas di Smart FM Makassar biasanya ditentukan di level manajemen tingkat menengah. Pengorganisasian dilakukan dengan mengelompokkan beberapa individu ke dalam kelompok tertentu sesuai dengan kemampuan, tanggung

**c. Pergerakan/Pelaksanaan (*Actuating*)**

Pergerakan dari seluruh anggota kelompok sangat bergantung atas pencapaian dari tujuan manajemen, Pergerakan ini mulai dari tingkat atas, menengah sampai kebawah. Setiap program dari manajemen harus terarah untuk setiap sasarannya mengingat kegiatan yang tidak terarah kepada sasarannya hanyalah merupakan pemborosan terhadap tenaga kerja, uang, waktu dan materi atau dengan kata lain merupakan pemborosan terhadap *tools of management*. Hal ini sudah barang tentu merupakan *mis-management*.

**d. Pengawasan (*Controlling*)**

Dalam sebuah organisasi proses *control* atau pengawasan mempunyai peranan atau kedudukan yang sangat penting. Fungsi dari proses *control* adalah untuk menguji apakah dalam pelaksanaan kerja dari setiap anggota manajemen berjalan teratur tertib, terarah atau tidak. Meskipun *planning, organizing, actuating* berjalan dengan baik, tetapi apabila dalam proses pelaksanaan kerja tidak teratur, tertib dan terarah, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Dengan demikian *control* mempunyai fungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasarannya, sehingga tujuan dalam manajemen yang telah ditetapkan dapat tercapai

**KESIMPULAN**

Secara garis besar, dalam menghadapi persaingan industri penyiaran di Sulawesi Selatan, Smart FM Makassar hadir dengan inovasi kekinian. Hanya saja, dalam proses manajemen inovasinya, Smart FM Makassar belum maksimal menerapkan prinsip dasar manajemen yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengeorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), *Controlling* (Pengawasan) atau yang disingkat POAC.

Secara spesifik, Smart FM Makassar bergerak mengikuti arus perkembangan teknologi dengan melakukan berbagai inovasi agar tetap bisa eksis bersiaran dan mempertahankan pasar pendengarnya. Antara lain inovasi yang dilakukan adalah transformasi digital pada konten siaran dari siaran analog ke siaran digital atau saluran internet Radio dan bekerjasama dengan media Radio lainnya untuk memperkaya produk, konten dan programnya.

Dalam mempertahankan eksistensi organisasi penyiaran Smart FM Makassar, kendala yang dihadapi organisasi adalah persaingan konten dengan media sosial. Tidak adanya regulasi khusus yang mengatur konten siaran media sosial membuat publik dengan bebas bias memproduksi sendiri kontennya dengan biaya yang minim. Dari segi produksi konten berkualitas, minimnya peralatan dan kurangnya jumlah SDM juga masih menjadi kendala yang dihadapi Smart FM Makassar.

**REFERENSI**

1. Cordeiro, P. 2012. *Radio Becoming R@dio: Convergence, Interactivity and Broadcasting trends in perspective*, *Participations*. Journal of Audience and Reception Studies, 9 (2).
2. Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. 1997. *Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan Dan Pengembangan Budaya Daerah Riau*. 1st ed. Riau: Depdikbud.
3. Hadi, Sutrisno. 1989. *Metodologi/Research*. Edisi 1. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
4. Prayudha, H. 2007. *Penyiar Its Not Just A Talk*. Malang: Bayu Media.
5. Haryanto, Agus Tri. n.d. 2020. Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses Maret 2022.
6. Haryati, C.Suprpti Dwi Takariani, Wiwik Novianti, Qoute Nuraini Cahyaningrum, Sapta Sari, Sumiaty Noneng, Hj. Neti Sumiati Hasandinata, and Ibn. Ghifarie. 2013. *Eksistensi Media Lokal Di Era Konvergensi*. Bandung: Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (BPPKI), Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi Dan Informatika. 11 (1).
7. Iriantara, Yosol. 2014. *Manajemen Media Massa*. II. Jakarta: Prenada.
8. Meier, Justin, Stephen F. Austin, and Mitchell Crocker. 2010. *Generation Y in the Workforce: Managerial Challenges*. The Journal of Human.
9. Prasetyo W.T, Ade Putranto. 2020. *Manajemen Media Massa: Konsep Dasar, Pengelolaan, Dan Etika Profesi*. 1st ed. Jakarta: Pustaka Baru Press.
10. Sari, Weni Yetifa. 2011. "Kompetisi Media Radio Lokal Berdasar Tingkat Kepuasan Pengiklan (Kompetisi Media Radio

Lokal Dalam Memperebutkan Kepuasan Pengiklan Berdasarkan Perhitungan Superiority Direction Dan Superiority Magnitude Di Solo Radio, Radio Prambors Solo Dan Radio Sas FM.” Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

11. Sukarna. 2011. Dasar-DasarManajemen.Bandung: CV. Mandar Maju.