

**PERUBAHAN PROGRAM SIAR METTA FM DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP JUMLAH *ENGAGEMENT* PENDENGAR PADA MASA
PANDEMI COVID-19**



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program
Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh:

MUHAMMAD WAHYUDIN

F3218045

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2021

commit to user

ABSTRAK**PERUBAHAN PROGRAM SIAR METTA FM DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP JUMLAH *ENGAGEMENT* PENDENGAR PADA MASA
PANDEMI COVID-19****MUHAMMAD WAHYUDIN****F3218045**

Manajemen Perusahaan memiliki peran besar berkaitan dengan kebijakan yang ditawarkan supaya jumlah pendengar meningkat di masa pandemi dan jumlah interaksi antara pendengar serta penyiar meningkat. Dengan memberikan perubahan pada acara-acara khususnya di bagian *on-air* selama masa pandemi. Apabila perusahaan dapat melakukan *engagement* dengan konsumen, maka konsumen tersebut akan bertahan pada perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang lama. Sehingga dalam perubahan program-program siar tersebut perlu diketahui apa saja penerapan yang dilakukan Radio Metta FM dalam perubahan program siar selama pandemi serta mengetahui hasil dari penerapan perubahan program siar Metta FM dalam upaya meningkatkan jumlah *engagement* di Radio Metta FM selama pandemi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara studi pustaka dan melakukan wawancara ke karyawan Metta FM khususnya dibagian divisi *station* dan *production*. Data yang telah diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis tematik dan deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa penerapan perubahan program siar yang dilakukan oleh Metta FM tersebut menggunakan strategi programming yang terdiri dari elemen kesesuaian (*compatibility*), pemeliharaan sumber daya program (*Conservation of program resources*) dan Pengendalian Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*) memberikan hasil yang maksimal dalam meningkatkan jumlah pendengar dan meningkatkan jumlah interaksi pendengar melalui sosial media dari radio Metta FM.

commit to user
Kata kunci: Program Siar, *Engagement*, Pandemi Covid-19

ABSTRACT***METTA FM BROADCASTING PROGRAM CHANGES AND THEIR
IMPLICATIONS ON THE NUMBER OF HEARING ENGAGEMENT
DURING THE COVID-19 PANDEMIC*****MUHAMMAD WAHYUDIN****F3218045**

The Company's management has a major role in relation to the policies offered so that the number of listeners increases during the pandemic and the number of interactions between listeners and broadcasters increases. By making changes to events, especially in the on-air section during the pandemic. If the company can engage with consumers, then these consumers will stay with the company for a long time. So that in changing the broadcasting programs, it is necessary to know what applications have been made by Radio Metta FM in changing broadcast programs during the pandemic and to know the results of the implementation of changes to the Metta FM broadcast program in an effort to increase the number of engagements on Radio Metta FM during the pandemic.

The technique of collecting data in this research is by studying literature and conducting interviews with employees of Metta FM, especially in the station and production divisions. The data that has been obtained is then processed and analyzed using qualitative descriptive and thematic analysis methods.

The results of this study indicate that the implementation of changes to the broadcast program carried out by Metta FM uses a programming strategy consisting of elements of compatibility (compatibility), maintenance of program resources (Conservation of program resources) and Control of Audience Flow. maximum results in increasing the number of listeners and increasing the number of listener interactions through social media from Metta FM radio.

Keywords: Broadcast Program, Engagement, Covid-19 Pandemic

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

PERUBAHAN PROGRAM SIAR METTA FM DAN IMPLIKASINYA TERHADAP JUMLAH *ENGAGEMENT* PENDENGAR PADA MASA PANDEMI COVID-19

Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing
Tugas Akhir Program Studi Diploma Manajemen Pemasaran
Sekolah Vokasi
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta, 2021

Pembimbing



Maeda Dicky Candra S.M., M.Sc.

NIP. 1987061920200801

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**PERUBAHAN PROGRAM SIAR METTA FM DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP JUMLAH *ENGAGEMENT* PENDENGAR PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 5 Juli 2021

Tim Penguji Tugas Akhir
Penguji



Desy Mayasari S.E., M.Sc.

NIP. 1987121120130201

Pembimbing



Maeda Dicky Candra S.M., M.Sc.

NIP. 1987061920200801

Dekan
Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Mananto, M.Si., Ak

NIP. 196909241994021001

Mengetahui,

Ketua Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran



Desy Mayasari S.E., M.Sc.

NIP. 1987121120130201

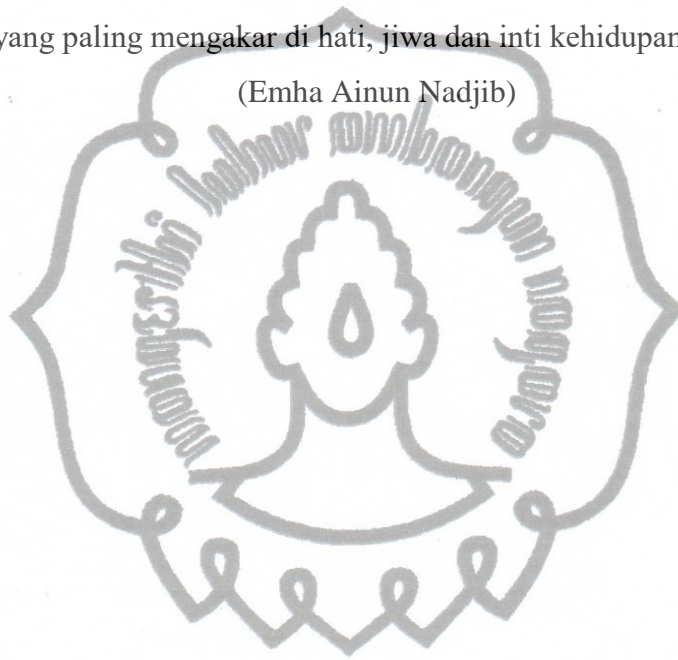
MOTTO

“Main-main dahulu malas kerja kemudian! Maka dari itu kerja keraslah dahulu untuk main ke tempat yang kau impikan. “

(Farid Stevy)

“Hakikat hidup bukanlah apa yang kita ketahui, bukan buku-buku yang kita baca atau kalimat-kalimat yang kita pidatikan, melainkan apa yang kita kerjakan, apa yang paling mengakar di hati, jiwa dan inti kehidupan kita.”

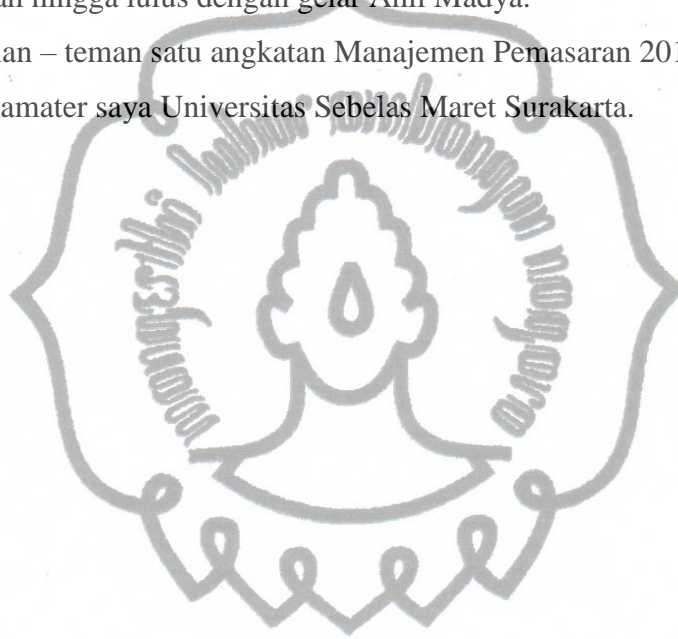
(Emha Ainun Nadjib)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah, saya mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya.
2. Kedua kakak saya.
3. Kepada Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing saya dari saya masuk kuliah hingga lulus dengan gelar Ahli Madya.
4. Teman – teman satu angkatan Manajemen Pemasaran 2018.
5. Almamater saya Universitas Sebelas Maret Surakarta.



commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PERUBAHAN PROGRAM SIAR METTA FM DAN IMPLIKASINYA TERHADAP JUMLAH *ENGAGEMENT* PENDENGAR PADA MASA PANDEMI COVID-19 “

Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat - syarat mencapai gelar Ahli Madya pada Program DIII Manajemen Pemasaran, Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami hambatan, namun penulis mendapat banyak masukan serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs.Santoso Tri Hananto, M.Si., Ak. selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Ibu Desy Mayasari S.E., M.Sc. selaku Kepala Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Bapak Maeda Dicky Candra S.M., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan nasihat, memberikan dukungan dan selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran yang telah memberikan pengarahan penulis dalam penyelesaian praktik kerja lapangan dan Tugas Akhir.
4. Metta FM yang telah membantu memberikan keperluan yang penulis butuhkan dalam penyusunan Tugas Akhir.

commit to user

5. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan.
6. Seluruh teman – teman D3 Manajemen Pemasaran Angkatan 2018 atas kebersamaan dan kerjasamanya selama di bangku perkuliahan.
7. Teman magang saya Jundy Muhammad Ikhsan dan Zhafran Afghani atas kebersamaannya menjalani kegiatan magang dan selalu menemani saya.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis berharap nantinya mendapatkan kritik dan saran agar Tugas Akhir ini dapat lebih baik dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Juni 2021

Penulis

Muhammad Wahyudin

F3218045

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I	4
A. Latar Belakang	5
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
A. Bauran Pemasaran.....	11
B. Bauran Promosi.....	12
C. Produk.....	13
D. Teori Radio.....	21
E. <i>Programming</i> Radio	23
F. Pengertian <i>Customer Engagement</i>	32
BAB III.....	35
A. Desain Penelitian	35
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Teknik Pengumpulan Data.....	36
D. Teknik Analisis Data	36
BAB IV	38
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
1. Profil Singkat Metta Media	38
2. Visi dan Misi	39
3. Struktur Organisasi.....	40
4. Metta Media.....	40
5. Logo Perusahaan	46
B. Laporan Magang.....	47

1. Deskripsi Magang Kerja.....	47
2. Tujuan Magang Kerja.....	48
3. Manfaat Magang Kerja.....	48
4. Lokasi dan Pelaksanaan Magang Kerja.....	49
5. Jam Kerja.....	49
6. Kegiatan Magang Kerja.....	49
C. Deskripsi Data	61
1. Deskripsi Wawancara Penerapan Perubahan Program Siar	61
D. Pembahasan	67
1. Cara Penerapan Perubahan Program Siar Metta FM	68
2. Respon Pendengar ditinjau dari <i>Engagement</i> Metta FM	74
BAB V.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Keterbatasan penelitian.....	79
C. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
Lampiran	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	40
Gambar 4. 2 Program Siar Metta FM.....	42
Gambar 4. 3 Logo Metta Media	46
Gambar 4. 4 Logo Metta FM	46
Gambar 4. 5 Logo Metta EO.....	47
Gambar 4. 6 Logo Metta COMM	47



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Pendengar	44
Tabel 4. 2 Usia Pendengar Metta FM	44
Tabel 4. 3 Rata-rata Penghasilan Pendengar.....	45
Tabel 4. 4 Deskripsi Magang	60
Tabel 4. 5 Strategi Penerapan Perubahan Program	66



