



## Strategi Komunikasi Global Radio 88.4 FM Jakarta dalam Memelihara Eksistensi sebagai Radio Anak Muda

Vivian Aprilia<sup>1\*</sup>, Elpa Hermawan<sup>2</sup>, Ondy<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [vivianaprilia7@gmail.com](mailto:vivianaprilia7@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract.** *This study aims to analyze the communication strategy implemented by Global Radio 88.4 FM Jakarta in maintaining its existence as a youth radio amidst the rapid growth of digital media. Using a descriptive qualitative approach, the study collects data through in-depth interviews, observations, and documentation. The data obtained is analyzed using Cangara's communication strategy theory and George R. Terry's POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) management theory. The results show that Global Radio 88.4 FM Jakarta implements several key strategies, including program segmentation to meet the needs of young audiences, optimizing the use of social media such as TikTok and Instagram, and strengthening emotional relationships with listeners. The success of these strategies is influenced by well-planned content, efficient team organization, and flexible execution that responds to trends among the youth generation. However, amidst the growing competition in the digital world, challenges faced include changes in media consumption patterns and limited resources. This study provides insights into the importance of adapting communication strategies to maintain the existence of traditional radio in the digital era.*

**Keywords:** *Communication Strategy; POAC Management; Radio Existence; Social Media; Youth Radio.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Global Radio 88.4 FM Jakarta dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio anak muda di tengah pesatnya perkembangan media digital. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teori strategi komunikasi dari Cangara dan teori manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) dari George R. Terry. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Global Radio 88.4 FM Jakarta menerapkan beberapa strategi utama, antara lain segmentasi program untuk memenuhi kebutuhan audiens muda, optimalisasi penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta penguatan relasi emosional dengan pendengar. Keberhasilan strategi ini dipengaruhi oleh perencanaan konten yang matang, pengorganisasian tim yang efisien, serta pelaksanaan yang fleksibel dan responsif terhadap tren yang berkembang di kalangan generasi muda. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia digital, tantangan yang dihadapi termasuk perubahan pola konsumsi media dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki radio. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya adaptasi strategi komunikasi untuk mempertahankan eksistensi radio tradisional dalam era digital.

**Kata Kunci:** Eksistensi Radio; Manajemen POAC; Media Sosial; Radio Anak Muda; Strategi Komunikasi.

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Platform seperti YouTube, Spotify, dan layanan podcast mendorong pergeseran konsumsi dari radio konvensional ke layanan streaming, sehingga radio menghadapi tekanan besar dalam mempertahankan pendengar serta model bisnisnya (Hayati & Ariestanty, 2023). Pandemi COVID-19 mempercepat perubahan tersebut, ditandai dengan penurunan jumlah pendengar dan durasi mendengarkan radio, yang berimbas pada pendapatan iklan serta keberlanjutan beberapa stasiun (Gumilang, 2021). Di sisi lain, penetrasi internet di Indonesia meningkat signifikan. Survei APJII (2023) menunjukkan jumlah pengguna internet yang terus

naik dari tahun ke tahun, disertai dengan adopsi masif platform audio digital. Kondisi ini menghadirkan ancaman sekaligus peluang bagi radio konvensional untuk bertransformasi melalui konvergensi media dan multiplatform.

Menurut laporan We Are Social terbaru, pada februari 2025, menurut survei tersebut terdapat 42,6% responden indonesia yang merupakan pengguna internet pada usia lebih dari 16 tahun yang aktif mendengarkan podcast tertinggi setiap minggunya. Maka dari itu indonesia menduduki posisi teratas sebagai proporsi pendengar podcast, dan juga memperlihatkan bahwasannya negara indonesia juga menjadi negara yang paling banyak dalam mendengarkan sutau podcast disusul juga dengan negara meksiko yang juga mempunyai presentase yang tinggi di angka 41,8%.

Sebuah media konvensional juga harus mampu berkembang dan berinovasi dalam menarik khalayak baru (Pamungkas, 2022). Salah satunya dengan konvergensi media menjadi strategi penting bagi radio konvensional untuk mempertahankan serta memelihara eksistensi yang menarik bagi pendengar baru. Studi terbaru menunjukkan bahwa radio juga harus bertransformasi bukan hanya melalui audio namun juga menjadi multiplatform meliputi siaran on air, streaming digital atau bahkan juga radio bisa mengikuti perkembangan masa kini yang aktif dalam ide-ide menarik, serta konten audio visual di media sosial guna memperluas jangkauan dan *engagement* pada media radio.

Radio sebenarnya memiliki keunggulan khas yang sulit tergantikan, seperti kedekatan penyiar dengan pendengar, imajinasi yang dibangun lewat audio, dan local intimacy. Modal inilah yang dapat dimanfaatkan radio untuk tidak sekadar bersaing, tetapi juga melengkapi platform digital. Melalui strategi konvergensi menggabungkan audio dengan visual dan memanfaatkan media sosial radio modern dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan audiens muda (Lathifah & Ismandianto, 2021).

Sementara itu penyebaran informasi yang diutamakan dengan perkembangan media digital ini hanyalah melalui televisi dan juga media sosial, dan bersamaan dengan pengembangan teknologi yang dimana semakin cepat tidak dipungkiri akan banyaknya kebutuhan informasi yang kita cari, terlebih lagi masyarakat bergantung kepada informasi. Informasi yang aktual, cepat dan juga kredibel. Tentu hal ini sangat berkaitan dengannya media massa yang diketahui memiliki penyebaran informasi yang luas dan juga cepat adalah radio.

Adanya manajemen yang dilakukan untuk memperhatikan apa yang terjadi di dalam lingkungan organisasi. Manajemen menangani apa yang seharusnya dilakukan untuk, meningkatkan produktivitas pegawai. Manajemen strategis sekarang ini sudah banyak digunakan dalam pengelolaan organisasi bisnis. Lingkungan bisnis yang jian kompetitif

membuat organisasi bisnis sangat cermat memperhitungkan apa yang terjadi pada lingkungan internal dan lingkungan eksternal organisasi. Menurut Saladin, manajemen strategis ini penting karena memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/perusahaan, membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak, dapat mengantisipasi setiap perusahaan dan terkait dengan efektivitas dan efisiensi.

Proses manajemen strategis akan sangat membantu dalam menjalankan pengelolaan organisasi media massa. Tidak hanya memerhatikan lingkungan internal organisasinya tapi juga memerhatikan lingkungan eksternal organisasi. Kekuatan dan kelemahan yang dikelola dengan baik yang ada pada lingkungan internal organisasi tidak akan banyak manfaatnya bila tidak disertai dengan memerhatikan pula eksternalnya.

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena mencerminkan usaha media konvensional tidak hanya untuk bertahan, tetapi juga bertransformasi menjadi lebih fleksibel dan strategis dalam memenuhi kebutuhan di masa kini. Perubahan ini tentunya dipengaruhi oleh peran penting yang dimainkan oleh manajemen, penyiar, dan juga strategi komunikasi yang diterapkan dengan cara terencana. Maka dari itu, penelitian ini penting untuk dilakukan untuk melengkapi gap yaitu dengan cara mengetahui bagaimana strategi komunikasi Global Radio 88.4FM Jakarta dalam memelihara eksistensi sebagai radio anak muda dan mengetahui apa saja tantangan yang dihadapi oleh Global Radio 88.4FM Jakarta dalam memelihara eksistensi sebagai radio anak muda. Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan penelitian ini mampu untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi di media penyiaran publik.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Dalam menghadapi tantangan dan fenomena tersebut, dapat dipandang melalui sudut pandang teoritis. Pertama, Teori POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) menurut George R. Terry, Teori ini menekankan empat fungsi manajemen strategis: Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling, yang dapat digunakan untuk merencanakan hingga mengawasi agar strategi sesuai dengan sasaran dan target (Desiaristi & Mulyadi, 2024). Kemudian, model komunikasi oleh Lasswell dipandang sebagai suatu proses komunikasi yang dijabarkan melalui lima elemen utama, yakni siapa yang menyampaikan pesan, isi pesan yang disampaikan, media atau saluran yang digunakan, pihak penerima pesan, serta dampak atau efek yang ditimbulkan dari penyampaian pesan tersebut (*who, says what, in which channel, to whom, and with what effect*).

Dengan adanya strategi yang baik, sehingga, dapat membantu dalam memenuhi kualitas dari program berita. Dalam buku *Jurnalistik Teori dan Praktis*, Berita yang layak harus terdapat unsur-unsur sebagai berikut : Berita harus akurat, Berita harus berimbang, Berita harus objektif, Berita ditulis secara jelas dan tepat, serta adanya kebaruan informasi. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2017).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan filosofi postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Metode penelitian kualitatif disebut juga metode metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpolo), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, lebih bersifat deskriptif, karena data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka (Sugiyono, 2023).

Penelitian dilakukan di Global Radio Jakarta. Unit analisis dalam penelitian ini adalah proses komunikasi organisasi yang terjadi di lingkungan kerja Global Radio, khususnya dalam kaitannya dengan proses keberlangsungan segmentasi program-program Global Radio. Fokus Objek penelitian ini meliputi Program & Music Director, Produser, dan Penyiar. Unit ini dipilih karena menjadi inti dari fenomena yang akan diteliti agar dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana organisasi media membentuk sistem komunikasi internal yang efektif demi tujuan produksi yang optimal.

Dengan informan yang dipilih pada penelitian ini adalah Program & Music Director (Dita Prahara Putri), Produser Global Radio (Ariesta Martin Gumelar), Penyiar Global Radio (Laras Tahira). Dengan Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. (Sugiyono, 2023). Wawancara untuk menggali informasi mendalam, Observasi proses produksi, Dokumentasi berupa materi program, naskah, rundown, cue card, dan konten promosi. Analisis Data menggunakan model Miles & Huberman dengan empat tahap: Pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Reduksi data dengan memilah dan menyusun data sesuai kategori fokus penelitian. Penyajian data dalam bentuk naratif, diagram, atau bagan. Penarikan dan verifikasi kesimpulan melalui triangulasi sumber dan dokumen pendukung. Keabsahan diperoleh melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, untuk memastikan konsistensi, validitas, dan reliabilitas data penelitian. (Sugiyono, 2023).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan pengumpulan data melalui tiga tahapan, yaitu Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Proses penelitian berlangsung dengan kurun waktu dua bulan, serta lokasi penelitian dilakukan di Global Radio Jl. Kebon Sirih No No.17 Kav. 17-19, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340. Pemilihan lokasi penelitian ini didasari karena dimana proses produksi dilakukan. Sehingga hal tersebut mampu memberikan kemudahan bagi penulis untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penelitian ini akan menguraikan dan menjelaskan data yang telah ditemukan untuk dianalisis. Data-data yang ditampilkan berupa data dari hasil penelitian wawancara dengan informan, observasi, serta dokumentasi melalui data yang mendukung strategi komunikasi Global Radio 88.4 FM Jakarta Dalam Memelihara Eksistensi Sebagai Radio Anak Muda

##### **POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)**

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Global Radio berjalan sesuai prinsip POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling).

Tahap *planning* atau perencanaan merupakan tahap yang penting dalam merumuskan strategi, terlebih untuk suatu industri penyiaran dalam memproduksi suatu program pada media. Secara keseluruhan, proses perencanaan yang dijalankan oleh Global Radio telah memenuhi prinsip POAC dan strategi komunikasi modern. Tahapan ini menjadi landasan penting dalam menjaga konsistensi *brand* sebagai radio anak muda yang adaptif terhadap perubahan tren dan teknologi. Hal ini juga sekaligus mencerminkan pendekatan PR yang proaktif, dengan menjembatani hubungan antara media dan khalayaknya melalui komunikasi yang terencana dan terukur dan juga dalam penyusunan materi kepada publik.

Pengorganisasian atau *Organizing* merupakan proses penataan sumber daya manusia dan tugas agar strategi yang telah direncanakan dapat dijalankan secara sistematis. Dalam konteks Global Radio, fungsi *organizing* tercermin dari pembagian peran yang jelas antara Program Director, Produser, Penyiar, dan Tim Media Sosial.

*Actuating* atau pelaksanaan merupakan tahap di mana seluruh rencana dan struktur organisasi dijalankan secara nyata dalam bentuk program siaran, promosi, dan interaksi dengan audiens. Di Global Radio, pelaksanaan strategi komunikasi berlangsung secara konsisten melalui dua jalur utama: siaran on-air dan konten digital. Program-program seperti “*Global Gimme More*” dan “*Global Unplugged*” menjadi contoh pelaksanaan strategi yang memadukan

musik *trending*, topik ringan, serta interaksi langsung antara penyiar dan pendengar. Penyiar menyampaikan konten dengan gaya komunikasi yang energik dan *relate* dengan Gen Z dan milenial.

Pelaksanaan konten digital dilakukan melalui unggahan *reels*, *behind-the-scene*, *polling*, dan *live Instagram* yang didukung penuh oleh tim media sosial. Penyiar tidak hanya aktif di ruang siaran, tetapi juga di media sosial, sehingga keterlibatan audiens bisa dilakukan secara dua arah.

*Controlling* merupakan tahapan akhir dalam POAC yang bertujuan untuk memastikan seluruh proses berjalan sesuai rencana serta melakukan evaluasi terhadap pelaksanaannya. Global Radio menerapkan pengawasan melalui rapat rutin mingguan yang melibatkan seluruh tim produksi, termasuk penyiar, produser, dan tim media sosial. Dalam proses ini, evaluasi dilakukan terhadap performa siaran (konten dan penyampaian), efektivitas promosi digital (melalui *data engagement*), serta *feedback* langsung dari pendengar baik melalui telepon maupun media sosial.

### **Proses Komunikasi**

Model Komunikasi Lasswell digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan mengenai bagaimana strategi komunikasi Global Radio 88.4 FM Jakarta Dalam Memelihara Eksistensi Sebagai Radio Anak Muda dijalankan sebagai proses komunikasi Publik yang sistematis.

Who, Penyampaian pesan dalam segmentasi Global Radio 88.4FM Jakarta dan juga siaran yang berlangsung yang dilakukan mulai dari Program Director & Music Director, Produser dan Penyiar dan seluruh Tim dengan cara untuk merancang, mengatur, dan juga untuk menyampaikan pesan informasi yang berlangsung melalui segmentasi program yang dijalankan juga dengan siaran yang berlangsung.

Says What, Pesan yang disampaikan pada segmentasi Global Radio 88.4FM Jakarta dan juga pada siaran yang berlangsung merupakan suatu informasi ataupun berita yang ringan, hiburan, tren anak muda, konten anak muda.

In Which Channel, Saluran yang digunakan pada Global Radio 88.4FM Jakarta meliputi dari siaran *on-air* juga dengan media sosial (*Tiktok*, *Instagram*, *Youtube*) dan meliputi kegiatan *off-air*.

To Whom, Sasaran penyampaian disampaikan kepada generasi muda, khususnya generasi millennial sampai generasi Z.

With what effect, Efek yang dihasilkan dari strategi komunikasi ini adalah meningkatnya keterlibatan audiens melalui interaksi di media sosial, partisipasi dalam *event*.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Global Radio 88.4 FM Jakarta dalam memelihara eksistensinya sebagai radio anak muda dilakukan secara terstruktur dan menyeluruh dengan pendekatan POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan tersebut terpenuhi. Global Radio berhasil menerapkan strategi komunikasi yang terintegrasi melalui kombinasi program on-air, kegiatan off-air, serta konten digital/multiplatform. Program-program seperti Global On The Move, Global Unplugged, Global On Board, hingga Global Gimme More membuktikan bahwa radio mampu beradaptasi dengan gaya hidup generasi muda. Keterlibatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube semakin memperkuat daya jangkauan dan kedekatan dengan audiens. Dalam pembahasan, strategi tersebut dapat dianalisis menggunakan kerangka komunikasi Lasswell dan fungsi manajerial POAC, yang menunjukkan adanya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa Global Radio bukan hanya bertahan, tetapi juga bertransformasi menjadi media interaktif yang tetap relevan bagi millennial dan Gen Z.

Tantangan yang ditemukan seperti variasi selera musik, persaingan ketat dengan platform digital, serta kebutuhan akan inovasi berkelanjutan menjadi catatan penting bagi manajemen. Namun, melalui strategi kreatif dan adaptif, radio masih memiliki ruang untuk mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan lanskap media. Dengan demikian, terdapat kesesuaian antara tujuan penelitian pada bagian pendahuluan dan hasil yang diperoleh pada bagian pembahasan. Penelitian ini membuktikan bahwa strategi komunikasi yang dirancang secara tepat dapat menjaga keberlangsungan eksistensi radio anak muda di era digital, sekaligus memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi pengembangan studi komunikasi media.

## DAFTAR REFERENSI

- APJII. (2023). *Laporan survei penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia tahun 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>
- Desiaristi, D., & Mulyadi, R. (2024). Analisis penerapan fungsi manajemen POAC dalam peningkatan kinerja organisasi. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 7(2), 101–112. <https://doi.org/10.31219/osf.io/qv9a5>
- Gumilang, G. (2021). Strategi komunikasi Radio Hard Rock FM Surabaya dalam mengelola program siaran pada masa pandemi Covid-19. *The Commercium*, 4(2), 83–92. <https://doi.org/10.26740/tc.v4i2.41744>

- Hayati, K., & Ariestanty, C. (2023). Konstruksi pendengar radio pada masyarakat Indonesia (Studi kasus pada aplikasi Noice). *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), 9–18. <https://doi.org/10.33822/gk.v6i1.5756>
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2017). *Jurnalistik: Teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.
- Lathifah, K., & Ismandianto, I. (2021). Konvergensi radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130–142. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v4i1.215>
- Lestari, N. A., & Pradana, A. W. (2020). Adaptasi media radio terhadap era digital melalui strategi multiplatform. *Jurnal Komunikasi Massa*, 13(2), 55–67. <https://doi.org/10.25008/jkm.v13i2.177>
- Nurhadi, M., & Handayani, S. (2021). Tantangan media konvensional di era disrupsi digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.14710/jkm.9.1.1-12>
- Pamungkas, A. T. (2022). Strategi bersaing stasiun jaringan NET TV Yogyakarta di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 117–136. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss1.art8>
- Pratiwi, A., & Setiawan, R. (2019). Konvergensi media dan perubahan pola konsumsi audiens di era digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 22(1), 13–27. <https://doi.org/10.20422/jpk.v22i1.561>
- Saladin, D. (2018). *Manajemen strategis*. Bandung: Linda Karya.
- Saputra, R. A., & Damar, T. P. (2023). Strategi komunikasi kreatif radio dalam membangun engagement pendengar di platform digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 5(3), 224–238. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10654321>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia report*. We Are Social. <https://wearesocial.com/reports/digital-2025-indonesia>