Model Manajemen Media Podcast RadioMu dalam Spotify

Mohammad Alief Ar Ridha

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
aliefarridha0411@gmail.com

Diserahkan: 9 November 2020; Direvisi: 31 Maret 2021; Diterima: 31 Maret 2021

Abstract

This study aims to determine the RadioMu podcast media management model in Spotify. RadioMu is a da'wah (Islamic missionary endeavor) institution under the Muhammadiyah organization engaged in communication. This research was motivated by the development of communication media, namely podcasts originating from radio and then developed again to be more interesting to convey information. This research used a qualitative approach with descriptive study methods. The purpose of this study was to determine the model of RadioMu podcast media management in Spotify. This research discusses RadioMu activities in managing podcast media management with 5 stages of media management. From the research results, it was found that of the 5 stages of media management, RadioMu has carried out 4 stages, namely: research, planning, organizing and implementing. However, the evaluation stage hasn't run optimally due to the lack of preparation. The inhibiting factors involve inadequate human resources, facilities in making podcasts, and the lack of creativity and awareness of the members of RadioMu.

Keywords: Media Management, Podcast, RadioMu.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model manajemen media podcast RadioMu dalam Spotify. RadioMu merupakan lembaga dakwah yang berada di bawah persyarikatan Muhammadiyah bergerak di bidang komunikasi khususnya radio. Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya perkembangan media komunikasi yaitu podcast yang berasal dari radio kemudian dikembangkan lagi dengan media baru, menjadi lebih menarik untuk menyampaikan informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Tujuan dari penelitian ialah untuk mengetahui model manajemen media podcast RadioMu dalam spotify. Dalam penelitian ini membahas tentang aktivitas RadioMu didalam mengelola manajemen media podcast dengan 5 tahapan manajemen media. Penelitian menemukan bahwa dari 5 tahap manajemen media, RadioMu sudah menjalankan 4 tahapan yaitu: penelitian, perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Tetapi pada tahap evaluasi belum berjalan dengan maksimal, karena belum ada persiapan. Adapun faktor-faktor penghambat manajemen media podcast pada radioMu yaitu SDM yang belum tercukupi, fasilitas dalam pembuatan podcast, serta kurangnya kreatifitas dan kesadaran anggota RadioMu

Kata Kunci: Manajemen Media, Podcast, RadioMu.

PENDAHULUAN

Meskipun merupakan salah satu media yang usianya cukup tua dan merupakan media massa elektronik generasi pertama, namun ternyata radio masih memiliki pangsa pasarnya sendiri. Masih banyak pendengar radio dan masih banyak radio yang aktif hingga sekarang. Persaingan radiopun semakin besar. Di Yogyakarta, jumlah radio sendiri lebih dari 30 stasiun. Bahkan dengan adanya perkembangan media baru berbasis internet, banyak radio yang mampu masih bisa bertahan dengan menjadikan internet sebagai perpanjangan tangan dari media siarnya. Hal ini menunjukkan bahwa radio tidak ikut mati digerus jaman.

Selain memperhatikan *channel*/saluran yang digunakan oleh medianya, radio juga harus memperhatikan konten siarnya. Karena perubahan teknologi, menyebabkan kebiasaan generasi pendengar radio juga berubah. Konten-konten yang populerpun berubah. Jika dulu, menurut Masduki, konten musik menjadi program paling populer di radio (2005), namun tidak dengan kini. Program musik atau orang yang mendengarkan musik, dimanjakan dengan adanya youtube dan aplikasi lain berbasis internet seperti Spotify, iTunes, Joox dll. Orang bisa dengan mudah memilih musik, tidak terbatas apa yang diputar *realtime* oleh penyiar di radio.

Program audio visual yang populer saat ini adalah program *talk*. Program ini berkembang dengan berkembangnya teknologi, dimana setiap orang dapat memproduksi program ringannya sendiri, kemudian membuat akun dan mengunggahnya. Dikenal *podcast* pada tahun 2003 oleh Apple. Podcast merupakan singkatan dari iPod Broadcasting, dimana konten ini dulunya dapat didengarkan melalui iPod. Namun *podcast* terus berkembang. Menurut Wijaya, *podcast* memiliki artian sebagai sarana penerbitan audio dan konten siaran di web, yang sewaktu-waktu yang dapat diunduh melalui *website* ataupun aplikasi (2019:5).

Banyak sekali *podcast* yang muncul, karena mudahnya proses produksi. Salah satunya *podcast* dari RadioMu, yang memiliki nama yang sama dengan radionya yakni *podcast* RadioMu, Radio Muhammadiyah dengan *tagline* Dari Muhammadiyah untuk Semua. Muhammadiyah merupakan salah satu persyarikatan Islam terbesar di Indonesia dan mempunyai cakupan daerah yang sangat luas. Oleh karena itu, Muhammadiyah membutuhkan media yang sangat efektif untuk menunjang aktifitas dakwah. Dalam hal ini, penggunaan media internet pada TVMu dan RadioMu di dalam pemanfaatan *streaming*, akan dapat memudahkan aktifitas dakwahnya karena dapat diakses dalam keadaan apapun.

Gambar 1. Tampilan Podcast RadioMU (sumber: Spotify)

Salah satu strategi RadioMu di dalam menjaga eksistensinya ialah dengan menggandeng *platform* Spotify. Hal tersebut bertujuan agar layanan *streaming* RadioMu dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah. Disamping itu, Spotify sendiri memiliki konten audio *podcast* yang banyak didengar oleh anak muda saat ini.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen media massa diartikan sebagai proses pemanfaatan sumber daya melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atau evaluasi untuk mencapai tujuan. Dalam manajemen media massa, dikenal tiga tingkatan manajer yakni manajer tingkat bawah, manajer tingkat menengah dan manajer tingkat atas. Di dalam media penyiaran, manajer umum (*general manager*) memiliki tanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham di dalam mengatur koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sehingga tujuan dari media penyiaran yang bersangkutan dapat tercapai. Morissan (2011) dan Junaedi (2014) mempunyai pendapat yang tidak jauh berbeda, Dalam melaksanakan tanggung jawabnya manajemennya, manajer umum melaksanakan empat fungsi dasar umum yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan atau evaluasi.

Proses pertama dalam mengelola media massa adalah perencanaan. Perencanaan mencakup dalam kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan juga strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan hal “apa yang akan di lakukan, kapan dilaksanakannya, bagaimana melakukannya dan siapa yang akan melakukannya”. Jadi perencanaan memiliki arti pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Perencanaan yang tersusun dapat dicapai dengan memperhitungkan kondisi di waktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang telah diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat.

Pengelolaan stasiun penyiaran biasa sering membuat kesalahan, yaitu memulai kegiatan dan membuat keputusan tanpa menetapkan tujuan lebih dahulu. Tujuan merupakan suatu hasil akhir, titik akhir atau segala sesuatu yang akan dicapai. Setiap dari tujuan kegiatan bisa disebut juga dengan sasaran (*goal*) atau target. Sebelum sebuah organisasi menetapkan tujuan, terlebih dahulu menetapkan sebuah visi dan misi atau maksud organisasi.

Proses kedua dalam manajemen media massa adalah pengorganisasian. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan sebuah proses penyusunan struktur organisasi yang disesuaikan dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Ada dua aspek utama dalam proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dilakukn secara bersama. Ini dapat dilihat dalam struktur formal suatu organisasi, dan tampak atas ditunjukkan oleh suatu bagan organisasi.

Pembagian kerja adalah pemerincian tugas dari sebuah pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi dapat bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar dalam sebuah proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.

Setelah pengorganisasian, dikenal istilah pengarahan dan memberikan pengaruh. Proses pengarahan atau fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau memengaruhi (*influencing*) bertujuan pada upaya untuk merangsang antusias karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Dalam hal ini, Peter Pringle (1991) mengemukakan bahwa fungsi mengarahkan adalah sebagai fungsi memengaruhi atau mengarahkan terpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme efektif.

Dalam proses pengarahan atau memberikan pengaruh, terdapat empat kegiatan yang penting yaitu pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Fungsi pengarahan diawali dengan memberikan motivasi karena para manajer tidak mengerahkan bawahan kecuali dengan didorongnya motivasi untuk bersedia mengikutinya. Motivasi menyangkut keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuan terkait sangat erat dengan tingkat atau derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka kemungkinan semakin besar karyawan dalam memberikan kinerja terbaiknya untuk mencapai sebuah tujuan organisasi tersebut.

Oleh karenanya manajer umum harus sadar akan kebutuhan masing-masing individu karyawan serta mampu menciptakan karakter agar setiap karyawan mampu memberikan kontribusinya secara produktif. Kebutuhan karyawan meliputi kompensasi yang memadai dan pemberian insentif, kondisi kerja yang aman dan sehat, rekan kerja yang ramah serta pengawasan yang kompeten dan adil.

Komunikasi mnyangkut faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Komunikasi adalah cara yang digunakan pimpinan agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana setiap organisasi. Manajer umum harus berkomunikasi kepada bawahannya mengenai informasi yang mereka butuhkan. Karyawan membutuhkan informasi mengenai apa yang diharapkan atas diri mereka. Rincian tugas (*job description*) secara tertulis dapat digunakan sebagai panduan umum sebagai karyawan, namun terkadang mereka membutuhkan informasi secara spesifik terkait peran yang dilakukan dalam pekerjaan atau rencana saat ini. Komunikasi dari atasan ke bawah (*downward flow of communication*) adalah sesuatu yang penting namun harus disertai dengan keinginan pihak manajemen untuk mendengarkan dan memahami karyawan. Selain itu, adalah penting untuk menyediakan suatu mekanisme saluran komunikasi dari bawah ke atas (*upward flow of communication*) yang ditunjukkan kepada supervisor, kepala departemen atau manajer umum.

Selanjutnya dalam proses pengarahan atau memberikan pengaruh adalah kepemimpinan. Kepemimpinan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memengaruhi orang-orang lain agar berkerja mencapai tujuan dan sasaran. Pemimpin yang berhasil disebut dengan pemimpin yang efektif mempunyai sifat-sifat atau kualitas tertentu yang diinginkan seperti karisma, berpandangan ke depan, dan keyakinan diri. Dalam hakikatnya pemimpin dapat memengaruhi moral dan kepuasan kerja dan tingkat prestasi karyawan. Menurut Stoner, kepemimpinan manajerial dapat didefinisikan sebagai suatu proses pengarahan dan pemberian pengaruh kepada kegiatan-kegiatan dari sekelompok anggota, yang saling berhubungan tugasnya. Pemberian pengaruh dimaksud ialah pemimpin dapat memberikan pengaruh kepada bawahannya dalam melaksanakan perintahnya (dalam Morissan, 2011).

Setelah memberikan motivasi, komunikasi dan kepemimpinan. Proses pengarahan harus memperhatikan proses selanjutnya yaitu pelatihan. Perusahaan memilih karyawan dikarenakan mereka memiliki pengalaman atau latar belakang dan keahlian untuk melaksanakan suatu tanngung jawab tertentu. Namun demikian karyawan juga membutuhkan pelatihan. Dalam memberikan pelatihan manajer harus memastikan bahwa pelatihan yang diberikan dan diawasi oleh personel yang kompeten. Salah satu dari keuntungan di dalam memberikan pelatihan ialah karyawan akan siap dalam menghadapi perkembangan atau kemajuan teknologi, hal ini dapat meningkatkan motivasi dan moral karyawan dalam memperoleh keuntungan karena mendapatkan karyawan yang cakap dan mahir.

Proses terakhir dari manajemen media massa setelah perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan adalah pengawasan. Terdapat banyak sebutan untuk sebutan fungsi pengawasan (*controlling*) diantaranya evaluasi (*evaluating*), penilaian (*appraising*) dan perbaikan (*correcting*). Akan tetapi sebutan untuk pengawasan lebih banyak digunakan karena mengandung makna yang lebih mencakup penetapan standar. Pengawasan sendiri merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau terlaksanakan. Pengertian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan memantu menilai apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Tema yang dipilih dalam melakukan penelitian ini mengharuskan untuk terjun langsung ke lapangan dan mempelajari proses penemuan dengan cara interaksi langsung dengan subyek, mencatat, serta menarik hasil kesimpulan dari proses yang dilakukan. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif karena tema penelitian

ini membutuhkan interaksi intensif dengan setting dan subyek penelitian supaya peneliti mendapatkan data yang akurat (Ismail, 2015). Objek penelitian disini ialah di Radio Muhammadiyah Kantor Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Jln. KH. Ahmad Dahlan NO 103, Notoprajan, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam melakukan wawancara mendalam, peneliti memilih narasumber primer dan narasumber sekunder. Narasumber primer ialah informan utama untuk mendapatkan data penelitian. Dalam penelitian ini, narasumber primer Selanjutnya, narasumber sekunder yaitu pihak pelengkap untuk mendapatkan informasi tambahan. Adapun narasumber sekunder dalam penelitian ini adalah koordinator divisi mentoring penyiar, koordinator divisi lapangan dan staf divisi program.

Sementara dokumentasi dan observasi dilakukan peneliti di lokasi penelitian dan dengan mengamari program serta tampilan akun spotify radioMu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PEMBAHASAN

Proses Perencanaan

Perencanaan meliputi kegiatan penentuan (*objectives*) sebuah media penyiaran harus mempunyai persiapan mulai dengan rencana dan strategi apa yang akan digunakan untuk mencapai dengan tujuan tersebut. Didalam perencanaan harus memutuskan “apa saja yang harus dilakukan, kapan akan memulainya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukan”. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa (Morissan, 2008: 138-139). Terdapat 4 poin yang dibahas yaitu target audiens, tujuan dan rencana tindakan. Perencanaan yang dilakukan RadioMu dalam manajemen *podcast*-nya merupakan langkah atau upaya RadioMu untuk mengajak kepada masyarakat untuk mendengarkan *podcast* RadioMu. Dengan RadioMu sendiri di bawah naungan Muhammadiyah maka sasaran utama ialah warga Muhammadiyah dan juga masyarakat umum.

Dalam proses perencanaan, RadioMu menentukan target *audience*/target pendengar. Menentukan target pendengar merupakan hal yang penting agar tidak terjadi salah informasi, karena termasuk proses dari manajemen yang baik untuk menentukan target pendengar, sesuai dengan slogan RadioMU sendiri “dari muhammadiyah untuk semua” sebagaimana dari awal perencanaan RadioMU sudah menentukan pasaran atau target pendengar RadioMu. RadioMu sebagai lembaga yang bergerak di bidang komunikasi dakwah memiliki target untuk menyampaikan pesan atau dakwahnya kepada warga Muhammadiyah dan juga masyarakat umum sebagaimana wawancara berikut:

“Sasarannya adalah kita sendiri yang harus menentukan pasar kita itu siapa yang jelas pertama warga muhammadiyah dan juga tagline kita dari muhammadiyah untuk semua. Dan juga remaja awal sebagai target kita” (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Dari hasil wawancara di atas ditemukan informasi, bahwa sesuai dengan perencanaan RadioMU untuk target pendengar merupakan warga Muhammadiyah dan juga masyarakat umum, karena sebelum terbentuknya instansi harus menentukan target dan sasaran yang dituju. Bukan hanya asal membuat instansi saja dan tidak menentukan targetnya, jika asal saja dan tidak menentukan targetnya maka dapat dipastikan manajemen perencanaan dari instansi tersebut tidak berjalan dengan baik.

Muhammad Fajrul juga menjelaskan bahwa dalam mencapai tujuan visi dan misi RadioMu sendiri membutuhkan strategi yang efektif dan efisien supaya target audiens dapat mendapatkan informasi dengan baik. Dalam hal visi RadioMu sendiri, Muhammad Fajrul mengungkapkan sedang berusaha merencanakan strategi yang menarik perhatian khalayak pendengar RadioMu agar harapannya target audiens RadioMu dapat menyerap informasi dengan baik dan mudah dipahami agar tujuan akhirnya

RadioMu bisa menjadi media referensi, pencerah, serta membangun ghirah ukhuwah islamiyah antar umat.

Menurut penjelasan di atas, bahwa manajemen media sangat berpengaruh dengan visi dan misi media itu sendiri khususnya untuk RadioMu. Dalam merencanakan sesuatu membutuhkan strategi dan perencanaan yang baik terutama dalam hal menargetkan audiens, karena audiens ini salah satu poin utama dalam tujuan akhir sebuah visi. Seperti yang diketahui, RadioMu sudah berupaya menargetkan audiensnya untuk mencapai visi dan misi RadioMu yaitu sebagai media pencerah, referensi informasi dan juga semangat pemersatu umat islam.

Setelah menemukan target audiens, RadioMU menentukan tujuan. Untuk tujuan terbentuknya *podcast* RadioMu sendiri meningkatkan daya tarik karena beberapa tahun ke belakang RadioMu sendiri pernah mengalami vakum, oleh karenanya dibuatnya *podcast* untuk menambah daya tarik pendengar. Karena didalam perencanaan langkah untuk menentukan tujuan harus dipikirkan secara matang-matang, jika tidak adanya tujuan dalam proses perencanaan maka proses perencanaan tidak akan berjalan lancar Hal ini berdasarkan wawancara berikut.

“Untuk menarik pendengar dan menaikkan nama RadioMU jadi kalo dulu kita untuk bisa mengerti RadioMU lewat website aja nah tapi kita bermain di sosial media platform spotify salah satunya juga nah itukan kita juga menambah orang agar tau RadioMU dan mewarnai dunia dakwah” (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Berdasarkan hasil wawancara di atas ditemukan data bahwa tujuan dari pembuatan *podcast* RadioMu adalah untuk membuat RadioMu sendiri bisa dikenal luas oleh masyarakat karena RadioMU, sempat berhenti sehingga masyarakat mengira bahwa RadioMu sudah tidak aktif lagi dengan bertujuan untuk membuat RadioMu lebih dikenal lagi maka RadioMu mengambil inisiatif untuk membuat *podcast* yang mana di era zaman sekarang pendengar dari *podcast* semakin meningkat, terlebih lagi untuk *podcast* yang mengarah kepada religi masih terbilang sedikit.

Dengan adanya tujuan di dalam proses media massa, di dalam perencanaan untuk menambah daya tarik pendengar RadioMu dibutuhkan langkah ataupun tahapan yang harus dilakukan dengan baik dan benar agar berjalan proses perencanaan yang akan diinginkan. Tahapan ataupun langkah yang dilakukan oleh RadioMu ialah membuat *platform podcast* di aplikasi *Spotify*. Hal tersebut dilakukan karena RadioMu tidak ingin ketinggalan perkembangan zaman dan ingin mengikuti *trend* yang digemari khlayak milineal saat ini. Tidak hanya itu, RadioMu juga melakukan langkah inisiatif ke media sosial seperti *Instagram*, *YouTube*, dan *Facebook*. Langkah ini diambil supaya RadioMu dapat dikenal lebih luas sebagai media dakwah yang kekinian.

Setelah memiliki tujuan dan target audience dalam mengelola *spotify*, RadioMu menjalankan rencana tindakan. Dalam pengelolaan media *podcast* RadioMU, pembuatan langkah atau tindakan harus dilakukan adalah konten apa saja yang akan di upload dalam *podcast* *spotify*, baik konten yang masih dalam proses pembuatan maupun *podcast* yang telah siap untuk di-*upload* karena perencanaan untuk tindakan yang akan dilakukan selanjutnya akan berpengaruh dalam proses manajemen media nanti jika dalam perencanaan tindakan tidak sesuai, bisa dipastikan berantakan hingga kedepannya nanti.

“Nah rencana kita akan membuat podcast model cerita drama, tapi karena pandemik jadi kita undur dahulu. Untuk sekarang kita kontennya masih ngacak apa yang cocok kita masukkan langsung ke spotify” (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMu, 14 Agustus 2020: 19.40).

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa RadioMu memiliki rencana untuk mencapai misi sebagai media yang mencerahkan, menjadi refrensi dakwah dan mempersatukan umat. Rencana

tersebut direalisasikan dengan pembuatan konten-konten yang menarik dan kreatif. RadioMu berencana membuat konten yang menjalankan model drama islami yang menjelaskan tentang sejarah islam terdahulu. Rencana ini bertujuan supaya dkwah ini dapat dinikmati secara menarik namun tidak menghilangkan nilai-nilai islam.

Konten-konten RadioMu rencananya akan diunggah dalam bentuk *podcast* di *Spotify* untuk didengar oleh pendengar RadioMu. Akan tetapi rencana tersebut terdapat kendala yang menyebabkan keterlambatan dalam memproduksi konten yang akan diunggah di *podcast Spotify*. Dari penjelasan Muhammad Fajrul, rencana tersebut terhalang dikarenakan kondisi pandemi yang terjadi di kondisi saat ini. Begitu juga ditambah belum teratur dan kurangnya alat yang belum cukup memadai serta sumber daya manusia tidak mendukung. Namun, untuk sekarang konten RadioMu mengambil langkah yaitu meng-*upload* konten kajian di *podcast* RadioMU sendiri, konten tersebut berisi tentang kajian-kajian lama dan beberapa ada yang kajian lama dipotong-potong untuk diambil bagian yang menariknya saja. Kemudian dijadikan konten *podcast*. Hal ini dilakukan agar rencana RadioMu untuk memberikan dakwah ataupun informasi tetap berjalan dan dinikmati oleh pendengar RadioMu.

Rencana selanjutnya ialah tentang penjadwalan. Yang mana terkait dengan kapan *podcast* ini untuk di *upload* di *spotify* kita ketahui kalo suatu media harus memiliki jadwal yang tetap untuk mengunggah sebuah konten. Karena konsistensi adalah faktor yang penting dalam proses perencanaan. Sehingga dapat memudahkan proses dari evaluasi diakhir nanti.

“jadi untuk jadwal mengupload kita tidak ada, jadi kita fleksibel aja kapan mau di upload ya di upload gitu”
(wawancara dengan Masyitoh Inayati – Direktur Program RadioMU, 11 Agustus 2020: 17.25)

Dari hasil wawancara di atas dapat informasi yang mengatakan bahwa, untuk proses penjadwalan untuk meng-*upload* konten *podcast* masih belum teratur, kadang sesuka-suka bagian program saja untuk *upload*. Ini yang menyebabkan *podcast* di RadioMU sendiri tidak berkembang ataupun maju karena tidak adanya penjadwalan yang konsisten dalam meng-*upload* konten *podcast* sehingga membuat rencana tindakan selanjutnya menjadi tidak lancar.

Proses Pengorganisasian

Dalam tahap pengorganisasian dalam sebuah manajemen atau pengelolaan adalah salah satu tahap yang amat penting. Pengorganisasian sendiri merupakan proses dimana penyusunan sebuah struktur organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua komponen utama didalam pengorganisasian ialah “departementalisasi” (pengelompokan kegiatan kerja) dan pembagian kerja (pemerincian tugas kerja setiap individu) (Morissan, 2008, hal. 143). Pada pengaplikasiannya, RadioMu melakukan beberapa kegiatan diantaranya melakukan pembagian tugas dan membuat alur koordinasi.

Dalam mengelola manajemen *podcast* RadioMU, pembagian tugas atau *job desk* memiliki peranan penting agar tidak ada tompang tindih di dalam sebuah organisasi dan memiliki susunan yang baik serta tersusun dengan rapi. Jika tidak adanya pembagian tugas akan menimbulkan lari dari tanggung jawab yang telah diemban kepada masing-masing divisi. Berikut hasil wawancara terkait dengan pembagian tugas dalam pembuatan *podcast* RadioMU.

“Untuk podcast ini sendiri kita nggak kaku, semua kru nya dari program kadang misalnya ini pembuatan podcast nah bisa jadi naskah dari program bisa juga dari sekretaris ya artinya kita nggak kaku karena dasarnya kita juga masih kekeluargaan”. (Wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, untuk pembagian kerja sendiri masih belum rapi dan kadang tidak sesuai dengan *job desk* yang diberikan. Contohnya jika divisi program ingin membuat konten

kadang ketua ikut andil di dalam pembuatan konten tersebut, bukan murni dari divisi program semuanya. Kadang itu yang membuat proses pembuatan *podcast* menjadi sedikit terlambat karena pembagian tugasnya masih sering tumpang tindih dalam artian masih suka *double job desk* untuk setiap individu.

Dalam pengorganisasian terdapat dua komponen penting yaitu “departementasi” (pengelolaan kegiatan kerja) dan pembagian kerja (perincian tugas kerja). Dalam hal ini pembagian tugas kerja dalam RadioMu masih terdapat kesalahan dimana pembagian kerja dalam tiap divisi biasa mendapati kerjaan yang *double* disebabkan karena kurangnya sumber daya manusia yang ada. Tetapi untuk keseluruhan konten ataupun siaran yang dilakukan oleh RadioMu masih berjalan dengan baik.

RadioMu menjalankan alur koordinasi di mana dalam mengelola manajemen media *podcast*, harus mempunyai alur koordinasi yang jelas. Sehingga tercipta alur kerja sebagai yang baik. Direktur utama memberikan arahan untuk membuat konten kemudian, Direktur Program bekerjasama dengan divisi teknis untuk memberikan *sound effects* di dalam *podcast* tersebut. Selanjutnya divisi program mencari penyiar untuk membawakan materinya dan membuatkan naskah untuk materi yang akan di bawakan, setelah jadi baru di-*upload* ke Spotify.

Sebagaimana berdasarkan wawancara berikut.

“Ya tadi itu dari program kemudian koordinasi dengan teknis untuk mempelajari naskah itu seperti apa, misalnya kita mau ngasih effect suara kuda apakah mau kita produksi sendiri kalau istilahnya itu voley suara yang memiripkan. Jadi program buat naskah terus abis itu crew nanti mempelajari naskahnya, hari H produksi, produksi itu program sama teknis dan pengisi suara tadi terus editing. Ini untuk model spot atau produksi lain hal yang model siaran, ya oh ini bisa nih di share di podcast spotify atau setelah siaran lapangan oh ini cocok untuk di share di spotify”. (Wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami proses alur koordinasi dalam pembuatan *podcast* RadioMU tersusun dengan rapi, dimulai dari divisi program yang membuat proses rekaman kemudian setelah konten *podcast* selesai dilempar ke divisi teknis untuk proses editing memberikan *effect* suara setelah proses *editing* selesai kemudian diberikan lagi kepada divisi program untuk proses upload. Untuk secara alur koordinasi RadioMu sudah sangat bagus dalam proses pengorganisasian, tidak adanya salah koordinasi antar divisi karena semua menjalankan peran tugasnya masing-masing.

Proses Pengarahan atau Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan pada manajemen media *podcast* adalah tindakan rencana dan program yang sudah dibuat dengan mencapai tujuan tertentu. Tindakan itu harus sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa di tengah perjalanan akan ada perubahan perencanaan. Hal itu perlu dibahas dalam tahap evaluasi nanti. Morissan menuliskan sebagai fungsi *directing and influencing* (pengarahan dan pemberian pengaruh) dalam manajemen media penyiaran. Adapun kegiatan yang ada didalamnya adalah motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan (Morissan, 208:162). Dalam proses pelaksanaan, dilakukan lima hal yaitu pembuatan konten, melaksanakan prosedur pengunggahan, melakukan pencatatan, dan mengamati umpan balik. Proses pertama dalam kegiatan pengarahan atau pelaksanaan adalah pembuatan Konten. Untuk konten yang diunggah dalam *podcast* RadioMU belum ada konten yang tetap, dalam artian masih terbilang *random* jadi apa yang ada di dalam pikiran yang langsung dibuat kadang pun kalo lagi tranding pada saat itu biasanya dibuat konten. Memang *podcast* sendiri belum menjadi prioritas utama dari RadioMu karena untuk sekarang masih fokus di siaran radio *streaming* tapi, menjadi tantangan sendiri untuk RadioMu untuk bersaing dengan *podcast* yang ada.

“Ya itu mas, untuk konten sendiri kita belum ada yang pasti-pasti seperti podcast pada umumnya, kalo podcast yang lain kan ada arah tujuannya atau ciri khas dari konten itu. Untuk kita masih belum ada mas untuk kedepannya kita coba untuk menjadi bagus lagi”. (Wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Berdasarkan informasi di atas ditemukan data bahwa *podcast* dari RadioMU sendiri masih terbilang belum mempunyai arah tujuan ataupun belum mempunyai karakteristik dari *podcast* pada umumnya. RadioMU sendiri masih dalam proses membangun *podcast* untuk lebih baik ke depannya. Bisa dikatakan masih mengikuti momen-momen tertentu untuk membuat konten seperti muktamar, ataupun pengajian lapangan, kemudian *audio* hasil dari pengajian dipotong untuk di-*upload* di *podcast* *spotify*.

Dalam tahap pelaksanaan tindakan ataupun rencana dari program dibuat untuk mencapai sebuah tujuan, yang mana tujuan dari RadioMu sendiri sebagai media dakwah pemersatu umat. Akan tetapi dalam proses berjalannya rencana tindakan tidak menutup kemungkinan bahwa rencana yang sudah disusun tidak sesuai dengan jadwal dikarenakan beberapa hal. Dalam hal ini rencana ataupun tujuan dari terbentuknya *podcast* RadioMu belum mempunyai ciri khas karakteristik dengan *podcast* pada lainnya. Untuk sekarang RadioMu sendiri masih dalam proses membangun *podcast* yang digemari oleh khalayak milenial sekarang, karena sesuai dengan target audience dari RadioMu ialah milenial. Milenial sendiri lebih menyukai konten-konten yang ringan dan mudah dicerna, tetapi konten yang ada diRadioMu untuk sekarang masih terbilang untuk konten ke arah dewasa akhir. Karena masa pandemi ini konten yang akan dibuat yang sesuai dengan rencana belum dapat direalisasikan.

Setelah konten dibuat, maka dilakukan prosedur pengunggahan konten. Dalam tahap pengorganisasian, setiap media *podcast* ada beberapa orang yang megang akun itu secara tidak langsung orang-orang tersebut admin dari media *podcast*. Dalam proses *upload* untuk *podcast* RadioMU ada prosedur ataupun syarat-syarat yang terpenuhi dalam proses *upload*, agar tidak menyinggung pihak manapun dalam materi *podcast* yang ingin di *upload* nanti sebagaimana dalam wawancara.

“Prosedurnya adalah dari tim program memastikan bahwa konten itu aman untuk di upload artinya kalau misalkan ada bagian- bagian yang itu sensitif bisa kita sensor atau kita cut untuk nantinya layak di-publish.” (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Dari hasil wawancara dapat dipahami bahwa untuk proses pengupload mempunyai prosedur yang harus diperhatikan seperti: tidak mengandung unsur SARA, tidak menyinggung berbagai pihak atau merendahkan golongan manapun. *Podcast* dari RadioMU sendiri masih dalam tanggung dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah sehingga jikalau nanti konten *podcast* yang di-*upload* terjadi kritik ataupun menyebabkan tersinggungnya pihak lain maka menjadi tanggung jawab dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

Pada proses *upload* untuk konten *podcast* RadioMu ada standar yang harus diperhatikan ataupun prosedur yang harus dipenehi supaya untuk ke depan nanti pelaksanaan dalam pembuatan konten dapat berjalan dengan lancar. Jika ada konten sesnsitif bisa dipastikan untuk proses pembuatan konten selanjutnya akan menjadi tidak berjalan baik dikarenakan tidak adanya *filter* dalam proses pengunggahan konten. Harus menjadi perhatian bahwa dalam isi konten tidak ada unsur untuk menyinggung atau menghina golongan dari pihak manapun serta menjaga perkataan yang baik dan benar.

Selanjutnya adalah pencatatan atau administrasi. Dalam pencatatan di dalam media sosial sangat penting untuk proses pelaporan dan juga evaluasi untuk ke depannya. Namun hasil dari wawancara saya dengan direktur umum RadioMU, beliau menyatakan bahwa belum ada pencatatan untuk proses *upload podcast*.

“Kalau pencatatan itu belum ada maksudnya untuk manajemen secara terstruktur rapi itu belum, jadi kita masih ya oh ini keren untuk di publish ya kita upload.” (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Dari wawancara ditemukan informasi bahwa untuk proses pencatatan dalam proses pengupload *podcast* masih belum ada jadi masih belum tersusun dengan rapi hingga sekarangpun masih seperti itu dikarenakan sumber daya manusia yang belum mumpuni jadi proses pencatatan tidak terlaksana. Itu menjadi tantangan yang cukup berat bagi RadioMu sendiri karena sebagai instansi yang besar harus ada proses pencatatan supaya memudahkan proses dari evaluasi dan dapat membangun RadioMU lebih baik untuk dapat bersaing dengan radio-radio yang lainnya.

Merekap data yang masuk merupakan pelaksanaan yang penting, agar dalam proses kedepan nanti ditahap evaluasi menjadi lebih mudah dikarenakan adanya data yang tersimpan. Dalam proses pencatatan Muhammad Fajrul memberitahukan bahwa di RadioMu belum terlaksana proses pencatatan ataupun jadwal untuk mengupload konten, karena minimnya Sumber Daya Manusia menyebabkan proses tersebut tidak terlaksana, secara teknis sumber daya manusia yang cukup membuat proses kegiatan dapat berlangsung dengan lancar.

Terakhir melihat umpan balik/ *feedback*. Untuk mengetahui bahwa seberapa bagus *podcast* yang telah kita buat, butuh namanya umpan balik/ *feedback* masyarakat terhadap konten *podcast* yang telah kita buat. Merupakan salah satu tolak ukur pencapaian untuk mengetahui hasil terbaik kita dengan umpan balik terhadap masyarakat, serta dapat membangun *podcast* RadioMU sendiri agar lebih baik kedepannya.

“Cara menanggapi kita biasanya koment juga di barwah atau bisa juga kita buat view rating hasil dari beberapa banyak pendengar dengan kita beritahu jumlah pendengar yang nanti kita share di sosial media dan juga mengapresiasi.” (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

“Biasanya kita komentar terus atau juga langsung dari MPI (Majelis Pustaka dan Informasi-penulis) kasih tau kritik dan juga saran, kan kita juga masih lingkungan Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang membina langsung, oh ini kenapa nggak siaran, kok suaranya kurang jelas. Biasanya kita kritiknya langsung gitu.” (wawancara dengan Masyitoh Inayati – Direktur Program RadioMU, 11 Agustus 2020: 17.25)

Dari hasil wawancara ditemukan data untuk *feedback*/umpan balik terhadap konten *podcast* RadioMu masyarakat biasa memberikan komentar mereka di kolom komentar dan juga dari RadioMu sendiri melihat dengan hasil *view rating* untuk mengetahui berapa jumlah pendengar dari RadioMu. Dari Majelis Pustaka dan Informasi pernah memberikan kritik dan juga saran terhadap RadioMu, karena fungsi dari *feedback*/umpan balik untuk mengetahui seberapa jauh ataupun seberapa bagus RadioMu dikenal atau diketahui masyarakat dengan demikian kita bisa tahu bahwa kekurangan dan kelebihan dari *podcast* RadioMu.

Proses Evaluasi

Sebutan lain dari evaluasi diantaranya ialah penilaian (*appraising*), pengawasan (*controlling*), dan perbaikan (*correcting*). Morissan menyebutkan bahwa kata pengawasan lebih sering digunakan karena memiliki arti kata yang lebih luas dan mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan, dan pengambilan tindakan korektif. (Morissan, 2008:167). Di RadioMu sendiri proses untuk pengawasan dilakukan dengan cara rapat. Namun untuk rapat masih belum dijalankan.

Untuk proses evaluasi tentang *podcast* RadioMu di Spotify sendiri masih belum terlaksana bahkan bisa dikatakan untuk evaluasi besar-besaran sendiri di RadioMu belum ada. Bisa dikatakan sebuah kesalahan jika sebuah instansi tidak melakukan proses evaluasi. Proses evaluasi sangatlah penting untuk mengetahui kesalahan apa saja yang telah dilakukan selama dalam proses pembuatan *podcast*.

Jika tidak ada evaluasi kita tidak akan tahu kesalahan apa saja yang telah terjadi selama proses pembuatan *podcast*.

“Kita nggak ada evaluasi jadi semacam kalau ingin upload ya upload aja nggak ada evaluasinya habis itu manajemen evaluasinya nggak ada, ya itu sih menurut aku kurangnya dari kita nggak ada proses evaluasinya jadi ya terserah aja gitu mas”. (wawancara dengan Muhammad Fajrul Mushoffi – Direktur Utama RadioMU, 14 Agustus 2020: 19.40)

Berdasarkan hasil wawancara diatas ditemukan informasi bahwa belum ada proses evaluasi baik dari mingguan ataupun tahunan dari RadioMu sendiri sehingga menyebabkan terlambatnya kemajuan untuk berkembang dalam RadioMu sendiri. Karena bagi sebuah instansi besar proses evaluasi merupakan hal yang wajib untuk mengetahui apa kelebihan yang kita punya dan kekurangan apa yang ada pada instansi kita. Proses evaluasi seharusnya paling minimal dilakukan 1 bulan sekali agar mengetahui kekurangan apa saja yang telah terjadi selama proses pembuatan *podcast*.

PEMBAHASAN

Jadwal yang masih berantakan merupakan penghambat rencana yang telah disusun, seharusnya penjadwalan harus diperhatikan lebih lagi membangun itu lebih mudah daripada mempertahankan konsistensi, hal ini berkaitan dengan penjadwalan karena jadwal yang tetap akan menjadi memudahkan perencanaan dan juga setiap divisi yang ada. Target dari RadioMu ialah masyarakat Muhammadiyah dan juga masyarakat umum dengan bertujuan untuk menaikkan nama dari RadioMu sendiri, untuk rencana ke depan *podcast* RadioMu akan membuat tema yang lebih mudah dimengerti lagi.

Mengelola manajemen media perlu alur koordinasi yang jelas, antara ketua dengan direktur divisi, koordinasi yang baik menciptakan komunikasi yang baik pula. Dengan mempunyai alur koordinasi yang rapi manajemen dalam sebuah instansi dapat mempermudah pekerjaan yang ada antara setiap divisi dengan divisi yang lain. Sama halnya dengan RadioMu antara divisi program dan divisi teknis mempunyai alur koordinasi yang bagus, sehingga dalam proses pembuatan *podcast* dapat berjalan dengan semestinya dan jarang terjadi salah komunikasi.

Sebagai tolak ukur untuk mengetahui sebuah pencapaian dibutuhkannya *feedback* dari sebuah konten yang dihasilkan dengan cara memberikan kritik ataupun saran agar kedepan nanti konten yang dihasilkan lebih menarik lagi. Media sosial sekarang dapat dikatakan bagus dengan melihat komentar yang positif ataupun membangun. RadioMu sendiri juga memperhatikan kritik dan juga saran yang diberikan oleh pendengar bahkan dari Majelis Pustaka dan Informasi pun juga memberikan masukan terhadap RadioMu, hal ini membuktikan bahwa Muhammadiyah tidak melepaskan RadioMu begitu saja, melainkan memberikan arahan agar ke depan nanti RadioMu menjadi sentral media dakwah yang terbesar. Dalam pelaksanaannya RadioMu selalu menerima kritik dan juga saran yang diberikan oleh siapapun asal masukan yang diberikan bersifat membangun dan tidak merendahkan RadioMu.

Pengawasan ataupun evaluasi lebih sering diartikan sebagai penetapan standar, pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif. Dalam hal tersebut pengukuran kegiatan yang dilakukan oleh RadioMu dengan melakukan kegiatan rapat. Tapi dalam pelaksanaan evaluasi proses rapat yang diagendakan oleh RadioMu tidak berjalan. Proses evaluasi oleh RadioMu masih belum terlaksana karena kurangnya rasa tanggung jawab anggota terhadap RadioMu yang membuat RadioMu jadi tidak berkembang dan tertinggal dengan radio lainnya, dikarenakan tidak adanya proses dari evaluasi.

KESIMPULAN

Peneliti menemukan bahwa dalam mengelola manajemen media dalam podcast Radiomu, dilakukan dalam beberapa langkah. Dalam tahap perencanaan RadioMu memiliki tujuan dan target *audience* yang jelas. Tujuan dari perencanaan RadioMu adalah untuk meningkatkan daya tarik pendengar yang mana

sebelumnya RadioMu pernah berhenti karena tidak adanya pengurus yang mau melanjutkan *progress* di RadioMu. Dengan slogan dari RadioMu yaitu “dari Muhammadiyah untuk semua”, RadioMu berusaha menjangkau audiens lebih luas dengan penggunaan media baru berbasis internet yakni *spotify*.

Dalam proses pengorganisasian, walaupun pembagian kerja belum sempurna, namun alur koordinasi antara setiap divisi sudah berjalan dengan baik serta tersusun dengan rapi antara divisi ke divisi yang lain. Manajemen di dalam tahap pelaksanaan seperti proses untuk mencatat jadwal dan administrasi dari setiap konten yang diunggah dalam *spotify* masih belum ada, bisa dikatakan untuk tahap pelaksanaan belum terlaksana dengan optimal, tetapi untuk tahap umpan balik dapat terlaksana dengan baik adapun untuk prosedur ataupun aturan untuk konten yang layak di upload bisa dilaksanakan dengan menyaring konten apa saja yang layak atau bisa didengarkan oleh masyarakat umum, untuk beberapa hal ada yang berbeda dari proses pelaksanaan yang sudah dilakukan karena beberapa kondisi.

Proses evaluasi dalam manajemen *podcast* RadioMu belum terlaksana seharusnya proses evaluasi ini dilaksanakan paling minimal dalam 1 bulan sekali. Seperti rapat untuk membahas agenda atau rencana kedepan seperti apa, mau konten yang bagaimana itu bisa dibahas dalam evaluasi tapi dalam kenyataan RadioMu belum melakukan proses evaluasi. Penelitian ini berharap ke depannya, dalam mengelola media besar perwakilan persyarikatan, dapat diperharikan dengan lebih maksimal untuk mendapatkan hal yang maksimal juga...

REFERENSI

- Alim, A. L. (2016). Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).
- Ayunita, V., Yulianto, M., Setyabudi, D., & Nugroho, A. (2014). Strategi Manajemen Suara Merdeka untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan dalam Menghadapi Media Kompetitor Di Jawa Tengah (Studi Kasus pada PT. Suara Merdeka Press). *Interaksi Online*, 2(3).
- Ghony, M. J., & Almanshur, F. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Jannah, N. J. (2017). *Strategi manajemen Media Manglé: Studi deskriptif pada Majalah Manglé dalam mempertahankan eksistensinya sebagai majalah Bahasa Sunda* (Doctoraldissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Junaedi, F. (2014). *Manajemen Media Massa*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Kasali, R. (2000). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Masduki (2015). Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta: Pustaka Populer
- Morissan, M.A. (2011). *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1), 206-213.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nawari Ismail. *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam*, Samudra Biru, Yogyakarta (2015).
- Rahmitasari, D. H. (2017). *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sabari, S. (2017). Manajemen Media Massa HizbutTahrir Indonesia. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(1), 73-88.
- Sanusi, H., Hamzah, D., & Unde, A. A. Manajemen media televisi FAJAR TV: antara bisnis dan idealisme. *Jurnal analisis sosial*, 10(4).
- Toyib, M. (2012). Penggunaan *Podcast* Dalam (Stad) Untuk Meningkatkan Kemampuan Menyimak Pada Mata Kuliah Listeningi Prodi Tadris Inggris Jurusan Tarbiyah Stain Ponorogo. *Kodifikasia*, 6(1), 1-21.
- Triadi, M. S. (2018). *Manajemen humas radio Rama 104.7 FM Bandung dalam meningkatkan pemasang iklan* (Doctoraldissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Wijaya, V. H. (2018). *Pengembangan Media Podcast Topik Misteri* (Doctoraldissertation, Universitas Multimedia Nusantara).

Wulandari, S. (2017). *Manajemen Program Siaran Live Dialog Kebangsaan Di Radio Republik Indonesia (RRI) Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).