

## **Srategi Public Relation 91,6 UMSU FM dalam Memelihara Citra Positif Perusahaan**

Cindy Indarti Kesuma<sup>1</sup>, Rubino<sup>2</sup>, Andini Nur Bahri<sup>3</sup>

Fakultas/Jurusan: Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam

Email Penulis : [cindyindarti32@gmail.com](mailto:cindyindarti32@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif, dan hambatan Radio 91,6 UMSU FM dalam menerapkan Strategi Public Relation. Adapun jenis metode penelitian skripsi ini dengan menggunakan kualitatif melalui pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan sebuah informasi secara detail sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data di peroleh melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan data model Miles dan Hermawan yang meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Strategi Public Relations Radio 91,6 UMSU FM ialah sesuai dengan daftar secara siaran dan terjalannya komunikasi yang baik antar penyiar dengan pendengar dan citra positif Radio 91,6 UMSU FM di Kota Medan sudah mendapatkan citra positif Karena programnya sangat berkualitas dan keren, (2) hambatan radio 91,6 UMSU FM dalam menerapkan strategi public relation ialah hambatan internal ataupun eksternal, akan tetapi hambatan radio bisa terlaksanakan dengan baik asalkan kerja sama dengan tim dan pimpinan yang bagus.

*Kata Kunci : Strategi Public Relation Radio, Citra Positif, Perusaha*

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman sekarang yang semakin berkembang diiringi dengan teknologi yang semakin canggih membuat kemudahan bagi penggunaannya seperti halnya new media namun keberadaan old media juga masih tetap eksis hingga saat ini seperti halnya radio. Media auditif ini punya tempat di hati penggemarnya yang membuat eksistensinya hilang terkuras zaman. Radio terbagi menjadi empat macam yaitu radio public, radio swasta, radio komunitas dan radio berlangganan,

Edward L. Berneys dalam bukunya *Public Relations* menyatakan bahwa *Public Relations* mempunyai tiga macam arti, yaitu: <sup>1</sup>

1. Memberi informasi kepada masyarakat
2. Persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga, demi kepentingan kedua belah pihak.
3. Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antara lembaga dengan sikap atau perbuatan masyarakat maupun sebaliknya.

Untuk itu menjaga citra perusahaan diperlukan strategi dan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan dapat mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu tetap eksis dalam melakukan bisnis di tengah persaingan.

Pentingnya strategi *Public Relation* dalam organisasi ataupun perusahaan, dalam penyusunan *public relation* dimulai dengan riset, dengan mengumpulkan data dan informasi, analisis situasi, strategi *Public Relations*, implementasi program dan terakhir adalah evaluasi. Sedangkan riset dilakukan untuk menyesuaikan dengan strategi organisasi ataupun perusahaan yang nantinya harus sejalan dengan visi misi organisasi atau perusahaan tersebut. Keseimbangan langkah-langkah yang dicapai harus dilakukan, untuk terimplementasinya tujuan dari organisasi ataupun perusahaan.

Menurut Jefkins mendefinisikan dari sekian banyak hal yang dapat dijadikan sebagai tujuan *public relation* sebuah perusahaan, sebagai berikut: <sup>2</sup>

- a. untuk mengubah citra umum di mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.

---

<sup>1</sup> Bambang Suratman dan Siti Sri Wulandari, *Public Relations Talent of PR*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2017), 9.

<sup>2</sup> Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 9.

- b. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- c. Untuk mendidik konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
- d. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru
- e. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
- f. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Di sisi lain keberadaan public relation dalam sejumlah perusahaan, institusi, ataupun di lembaga pemerintah yang tidak bisa dianggap remeh. Public relation saat ini dikatakan telah berkembang dan menjadi bagian penting dalam perusahaan, yang tujuan utamanya untuk menciptakan pendapat public. Seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan informasi, telah menciptakan saling ketergantungan yang luar biasa antara public dan organisasi pastinya yang menjadi perhatian dan kepentingan bagi organisasi saat ini, seorang pemimpin perusahaan yang harus menyadari pentingnya hubungan timbal balik dengan public. Pada dasarnya tujuan public relation adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang baik dan harmonis agar mendapatkan citra positif terhadap lembaga tersebut. Hal ini dikarenakan oleh public relation yang merupakan salah satu informasi penting dalam berkomunikasi kepada masyarakat.<sup>3</sup>

Menurut William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch yang dikutip oleh Hedianana memberikan definisi strategisebagai suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi sangat berperan penting pada era global dan perdaagangan bebs sekaraang ini, ketika persaingan semakin hebat. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan yang ada diperlukan strategi yang handal dan hebat.<sup>4</sup>

Dapat dikatakan strategi adalah sebuah program atau langkah yang terencana untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan hasil akhir. Strategi penting dilakukan supaya kegiatan yang dilakukan dapat terarah sesuai dengan rencana perusahaan. Berikut adalah konsep ideal strategi public relations yaitu sebagai berikut :

---

<sup>3</sup> Dananjaja, *Peranan Humas Dalam Perusahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 197-198.

<sup>4</sup> Herdiana A. Nana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2015), 197-198.

a. Penelitian

Tahap ini adalah tahapan dalam mengumpulkan fakta dan data yang bersangkutan dengan hal yang akan dilakukan, semua keterangan harus diperoleh dengan lengkap dan sedetail mungkin karena untuk menghindari hal-hal yang fatal dikemudian hari.

b. Perencanaan

Dari tahapan yang awal lanjut ke tahap perencanaan. Di tahapan ini bertugas membaca situasi atau menyusun permasalahan, maka dengan menyusun permasalahan yang terjadi akan didapatkan kesimpulan dalam mengatasi maupun memilih orang-orang yang tepat dan berhak menangani setiap permasalahan tersebut.

c. Pelaksanaan

Tahap ini adalah tahap pelaksanaan dari kebijakan yang telah direncanakan dengan berpacu pada data yang telah didapatkan pada tahap yang sebelumnya dan merupakan respon terhadap keinginan yang disampaikan khalayak, jadi seluruh pihak yang bertugas harus melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan konsep pada perencanaan lalu meningkatkan good will, pengertian bersama dan kepercayaan khalayak.

d. Evaluasi

Evaluasi adalah tahapan yang terakhir setelah tahap penelitian, tahap perencanaan, dan tahapan pelaksanaan. Sebelumnya di tahap pelaksanaan, tidak sering terjadi perubahan suatu program yang telah direncanakan. kemudian dalam tahap evaluasi ini pun pimpinan public relations sebelum bekerja dengan telitidan seksama. Tahapan ini menjadi penilaian yang sangat penting terhadap pelaksanaan dari rencana yang sudah disusun berjalan dengan lancar atau sebaliknya.

Strategi public relation ini penting diterapkan di berbagai lembaga, baik formal maupun non formal, pemerintah maupun non pemerintah, dan provit maupun non provit. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa strategi public relations ini sangat penting untuk diterapkan di berbagai lembaga. Salah satu lembaga yang sudah menerapkan public relations ini adalah Radio 91,6 UMSU FM.

Radio UMSU FM berdiri pada tahun 1990 dan itu sebagai Radio Komunitas. Pada tanggal 16 maret 1992 Radio UMSU menjadi Radio Komersil. Awalnya Radio UMSU ini adalah Radio Komunitas yang hanya bisa dijangkau radius 100 meter, jadi hanya bisa di jangkau di kalangan kampus saja. Di tahun 1994 saat itu ada Bapak Hamoko yang menjabat sebagai Menteri Penerapan atau Penghubung saat itu meresmikan secara langsung di UMSU mengenai PT. Radio Sungedamusu. Saat itu nama Radio ini adalah

Radio Damusu (Dakwah Muhamadiyah Sumatera Utara) dan berubah-ubah mulai dari Damusu, Surya Damusu dan M Radio.

Masyarakat banyak yang melekat sampai sekarang dengan nama M Radio (M adalah Muhamadiyah). Kemudian dari pihak pimpinan untuk memasukkan nam UMSU yaitu UMSU M Radio. 3 tahun kemudian diubah lagi menjadi UMSU FM agar sama dengan UMSU TV yang diolah melalui Youtube. Kemungkinan sampai sekarang Radio Komersil yang satu-satunya di Sumatera Utara yang di miliki UMSU pada tahun 1994. pada saat itu Radio UMSU FM dinobatkan sebagai peringkat ke-2 dan yang pertama itu adalah Radio MU. Tetapi ketika acara Mukhtamar Radio Muhamadiyah pamit tutup.

Kemungkinan Radio UMSU FM menjadi peringkat pertama karena Radio ini cukup eksis di jaringan Muhamadiyah dan jaringan MU itu sendiri. Bahkan sekitar 4 tahun lalu Pimpinan Cabang Istimewa Muhamadiyah Toim IT-nya menciptakan Aplikasi Streaming yang dinamakan Jaringan Radio Muhamadiyah. Dalam jaringan itu hanya beberapa Radio saja yang di pilih oleh Radio Muhamadiyah. Dari 40 Radio itu sekitar 5/6 Radio Muhamadiyah saja. Dan Radio UMSU FM ini mendapatkan 2 Chanel yaitu UMSU Radio dan Radio Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara.

Kemudian citra positif yang sudah terbangun di masyarakat terhadap Radio 91,6 UMSU Fm yang indikatornya dapat dikatakan positif yaitu bahwa Radio 91,6 UMSU Fm ini semakin banyak di minati oleh masyarakat luas khususnya di kalangan anak muda namun tidak hanya anak muda saja yang minat mendengarkan Radio 91,6 UMSU Fm tersebut tetapi dari kalangan remaja sampai orang dewasa juga minat mendengarkan Radio UMSU Fm, semakin banyak program yang menginspirasi anak muda. Penyebab bahwa citra itu positif pada Radio 91,6 UMSU Fm di kalangan masyarakat, mungkin Radio UMSU Fm ini mencerminkan islami, mungkin siarannya bagus sesuai dengan keinginan masyarakat, mungkin program yang dibuat sangat menginspirasi anak muda, mungkin Radio UMSU Fm ini menjadi sarana media curhat untuk kalangan anak muda, mungkin radio UMSU Fm ini siarannya sangat bagus untuk didengar oleh masyarakat luas ataupun anak muda, mereka bisa lebih meningkatkan semangat dalam menggapai cita-cita mereka, dan mungkin juga cara penyampaian siarannya cukup bagus dan asik didengar oleh pendengarnya.

Dari sekian banyak mungkin peneliti melihat bahwa faktor yang paling dominan adalah mungkin karena strategi public relation itu sendiri. Jadi setelah penulis paparkan dari sebagian latar belakang penulisan proposal skripsi / penelitian ini, maka penulis tertarik untuk mengajukan satu penelitian yang berjudul : “Strategi Publik Relation Radio 91,6 UMSU FM Dalam Memelihara Citra Positif Perusahaan”

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Pada proses pengumpulan data dalam penelitian ini harus benar-benar mampu berinteraksi dengan objek yang dijadikan sasaran penelitian. Kelancaran dalam penelitian ini tergantung data lapangan, rincian kelengkapan ketelitian, dan keluasaan pencatatan yang diamati di lokasi penelitian.

### **1. Observasi**

Observasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi tidak terstruktur yaitu peneliti belum fokus jelas atau fokus berkembang selama observasi berlangsung. observasi ini tidak dilakukan secara sistematis karena peneliti belum tahu apa yang akan diobservasi atau diteliti.

### **2. Wawancara**

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode *face to face* ataupun menggunakan telepon, dan juga terjadi kontak pribadi.

### **3. Studi dokumentasi**

Studi dokumentasi adalah pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dari pencatatan langsung secara sistematis yang sudah tersimpan di perusahaan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif, dimana penelitian yang dilakukan lebih menggambarkan tentang suatu keadaan, fenomena dan hal yang terjadi dari subjek atau objek penelitian tersebut. Dan juga menjadi objek penelitian merupakan penelitian lapangan yang berkaitan dengan Strategi Public Relations pada Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan Kota Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam Memelihara Citra Positif Perusahaan

Menerapkan strategi public relation radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif ini sangat penting dikarenakan persaingan antara televisi dan radio di zaman globalisasi ini sangat ketat. Oleh karenanya, peneliti mengajukan pertanyaan wawancara bersama Abang Nugraha Putra Nasution selaku kepala produksi dan public relation Radio UMSU FM terkait strategi public relation Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan, berikut hasil wawancaranya :

“...kami sangat memaksimalkan strategi-strategi yang kami lakukan untuk membangun citra positif terhadap perusahaan di UMSU FM salah satunya kami hampir setiap minggunya melakukan rapat koordinasi antara setiap penyiar, kepala siaran pimpinan perusahaan terkait strategi apa yang bisa diterapkan untuk meningkatkan nilai-nilai positif salah satunya kami membangun persennya. Jadi strategi-strategi kami mulai dengan menguatkan didalam perusahaan apa yang mau kami mulai dengan menguatkan didalam perusahaan apa yang mau kami terapkan keluar apa yang kami lakukan untuk menghibur para pendengar untuk bisa mendapatkan nilai positif dari para pendengar.”<sup>5</sup>

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan yang serupa kepada Abang Amar Syams mengenai dampak dan keberhasilan Radio 91,6 UMSU FM, berikut hasil wawancaranya :

“...dampaknya tentunya kepada nama baik Radio UMSU FM dan terkhusus juga kepada instansi kita sendiri Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan perkembangan media yang begitu pesat dan maju. UMSU FM juga bisa mengimbangnya maka nama baik Universitas maupun instansinya juga ikut maju dan terlebih lagi khususnya para mahasiswa yang ada di instansi tersebut.”<sup>6</sup>

Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan cukup baik, hal tersebut terlihat apa yang mereka lakukan, dimana mereka selalu memaksimalkan strategi-strategi yang dilakukan untuk memelihara citra positif, mereka juga hampir setiap minggu melakukan rapat koordinasi dan setiap penyiar itu selalu dilatih dan dievaluasi, apakah ada kesalahan, apakah ada kendala dan mereka akan rapatkan mencari solusi

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Abang Nugraha Putra Nasution, Bidang Kepala Produksi Radio UMSU, Tanggal 10 Agustus 2023, Pukul 09.30-10.00 WIB.

<sup>6</sup> Wawancara dengan Abang Syams, Penyiar Radio UMSU 91,6 FM, Tanggal 10 Agustus 2023, Pukul 13.00-14.00 WIB.

terbaik disetiap programnya untuk meningkatkan pendengar dan citra positifnya. Jadi, strategi-strategi tersebut mereka mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi.

Perencanaan yang mereka lakukan tentunya dimulai dari bagaimana komunikasi dan kerjasama tim. Kemudian pelaksanaannya terkait citra positif dimedia sosial. Jadi hampir setiap hari mereka selalu posting kegiatan UMSU FM baik itu diposting reels bahkan mereka memiliki akun Youtube sehingga pelaksanaannya itu bisa langsung dilihat oleh masyarakat luas. Dan evaluasi dari masing-masing penyiar dan pemimpin ialah membawa programnya dengan bagus. Jadi, dari program apa yang harus diperbarui ketika memiliki kendala dan dari sinilah terkumpul pengumpulan data kemudian mendapatkan evaluasi demi mengupdate Radio 91,6 UMSU FM.

a. Perencanaan

Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif memiliki tahapan perencanaan sebagaimana peneliti mengajukan pertanyaan wawancara kepada Abang Nugraha Putra Nasution terkait perencanaan, berikut hasil wawancaranya :

“...tentunya dimulai dari bagaimana komunikasi dan kerja sama tim. Kerja sama yang baik inilah yang dapat menimbulkan tujuan yang baik untuk kedepannya dalam memelihara citra positif perusahaan Radio UMSU 91,6 FM.”

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan kepada Abang Nugraha Putra Nasution mengenai dampak dan keberhasilan 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan, berikut hasil wawancaranya :

“...dampaknya tentu saja kepada nama baik dan instansi kita sendiri UMSU dengan perkembangan media yang pesat dan maju UMSU FM juga bisa menyeimbangi maka keberhasilan Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif sudah terlaksanakan.”<sup>7</sup>

b. Pelaksanaan

Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif memiliki kebijakan Radio 91,6 UMSU FM sebagaimana peneliti memberikan pertanyaan kepada Abang Nugraha Putra Nasution, berikut hasil wawancaranya :

“...kebijakan yang dilakukan oleh UMSU FM ini pasti mengikuti standar penyiaran yang sudah ditentukan oleh komisi penyiaran Indonesia daerah Sumatera Utara. Jadi pada dasarnya setiap program-program dan saat memulai

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Abang Nugraha Putra Nasution, Bidang Kepala Produksi Radio UMSU, Tanggal 10 Agustus 2023, Pukul 09.30-10.00 WIB.



siaran radio bahkan menutup siaran radio kita sudah mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia.”<sup>8</sup>

c. Evaluasi

Strategi public relation Radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif memiliki tahapan evaluasi sebagaimana peneliti memberikan pertanyaan evaluasi kepada Abang Amar Syams selaku penyiar, berikut hasil wawancaranya :

“...metode pengumpulan data dan evaluasi dalam memelihara citra positif ialah evaluasi sebagai penyiar radio UMSU penyiar terdiri lebih kurang 8 orang 7 orang sebagai penyiar dan 1 sebagai pemimpin. Dalam tahap evaluasi dari masing-masing penyiar dan pemimpin membawa programnya dengan bagus. Jadi, dari program apa yang harus diperbarui ketika memiliki kendala jadi dari sinilah terkumpul pengumpulan data kemudian mendapatkan evaluasi demi mengupdate Radio 91,6 UMSU FM.”<sup>9</sup>

Efektivitas Radio 91,5 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan ialah sebagaimana sesuai dengan skema program yang berjalan dan sesuai dengan jadwal penentuan aturan-aturan yang telah ditetapkan dari Radio 91,6 UMSU FM. Selain itu, hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam evaluasi Radio 91,6 UMSU FM dan cara mengatasinya ialah jika memiliki hambatan maka harus diselesaikan dan mengerjakan tantangan evaluasi ialah diperbaiki dan bagaimana solusinya.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi public relations radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan cukup baik, hal tersebut terlihat dari apa yang mereka lakukan, dimana mereka selalu memaksimalkan strategi yang dilakukan untuk memelihara citra positif, mereka juga hampir setiap minggu melakukan rapat koordinasi dan setiap penyiar itu selalu dilatih dan dievaluasi, apakah ada kesalahan, apakah ada kendala dan mereka akan rapatkan dengan mencari solusi terbaik di setiap programnya untuk meningkatkan pendengar dan citra positifnya.

Perencanaan yang mereka lakukan tentunya dimulai dari bagaimana komunikasi dan kerjasama tim, dengan kerjasama yang baik dapat menimbulkan tujuan yang baik pula untuk kedepannya dalam memelihara citra positif perusahaan Radio 91,6 UMSU FM.

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Abang Nugraha Putra Nasution, Bidang Kepala Produksi Radio UMSU, Tanggal 10 Agustus 2023, Pukul 09.30-10.00 WIB.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Abang Amar Syams, Penyiar Radio UMSU 91,6 FM, Tanggal 10 Agustus 2023, Pukul 13.00-14.00 WIB.

Kemudian pelaksanaannya mungkin terkait citra positif itu lebih genjarnya di media sosial, jadi hampir setiap hari mereka selalu posting kegiatan-kegiatan UMSU FM baik itu diposting atau di reels, bahkan mereka memiliki akun Youtube juga sehingga pelaksanaan-pelaksanaannya bisa langsung dilihat oleh masyarakat luas bahkan pendengar baru.

Dalam penerapan strategi public relations tersebut terdapat dua hambatan sehingga dapat memperburuk kualitas siarannya. Yang pertama yaitu hambatan ekologis/fisik, dimana hambatan ini berkaitan dengan cuaca. Karena siaran radio dapat terganggu oleh cuaca hujan yang cukup lebat dan juga petir. Yang kedua yaitu hambatan frekuensi sinyal, dimana hambatan ini mungkin terasa kecil, akan tetapi jika diabaikan oleh Radio 91,6 UMSU FM tentu akan berdampak besar pada waktu yang sudah ditentukan.

## 2. Hambatan Radio 91,6 UMSU FM Dalam Menerapkan Strategi Public Relation

Penyiar pastinya pernah memiliki hambatan ketika sedang melaksanakan program siaran baik itu hambatan internal maupun eksternal. Tetapi hambatan radio bisa terselesaikan dengan baik asalkan kerja sama dengan tim dan pimpinan yang bagus.

Peneliti pun melakukan wawancara kepada Abang Syams terkait mengatasi gangguan sinyal atau masalah teknis lainnya yang dapat mempengaruhi kualitas siaran, berikut hasil wawancaranya:

“...terlebih dahulu mensurvey keadaan karena bisa saja kendala terjadi kepada pendengar terkait sinyal bukan dari stasiun siaran radionya. Jika memang permasalahan dari sinyal pendengar maka akan dilakukan perbaikan dari pemancarnya apakah akan ditambah atau dikurangi sinyalnya nanti ada tim yang dapat menstabilkan sinyal siaran itu.”

Penyiar merupakan sosok yang sangat berpengaruh didalam radio siaran sebab seorang penyiarlah yang memandu jalannya acara agar lancar. Tidak jarang bagi seorang pendengar radio siaran pada saat pertama kali memutar radio didengar music, penyiar, dan informasinya, tentu penyiar harus bisa menarik perhatian pendengarnya agar nyaman dan tertarik dengan siaran yang dibawakannya.

Berdasarkan temuan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, para penyiar Radio 91,6 UMSU FM memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda dalam melakukan siaran.

Kemudian peneliti memberikan pertanyaan kepada penyiar terkait hambatan radio 91,6 UMSU FM dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan agar dapat memelihara citra positif perusahaan untuk berbagai segmen, berikut hasil wawancara:

“...hambatan nya sebenarnya tidak ada dikarenakan sebagai penyiar memiliki tanggung jawab bagaimana bisa menciptakan konten yang menarik dan relevan dari program siaran radio UMSU. Konten menarik tertuju kepada anak muda sebagai pengguna media sosial dan media sosial inilah sebagai daya Tarik untuk bisa mempromosikan lebih unggul lagi sebagaimana Radio UMSU FM menarik untuk didengar dan bagaimana penyiar dan tim lainnya bisa memunculkan konten-konten menarik disosial media.”

Dalam menghadapi trend Radio 91,6 UMSU FM membangun citra perusahaan ialah menjaga nama baik ialah bagaimana pandai meriset dan mempertimbangkan perkembangan trendnya apakah trend itu mengarah kepada hal positif ataupun negatif. Kalau tidak melakukan riset terlebih dahulu bisa menurunkan citra Radio 91,6 UMSU FM itu sendiri, jadi tidak semua trend bisa diikuti tapi harus mensurvey apakah trend yang sedang bagus bisa dijadikan program atau tidak.<sup>10</sup>

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi public relations radio 91,6 UMSU FM dalam memelihara citra positif perusahaan cukup baik, hal tersebut terlihat dari apa yang mereka lakukan, dimana mereka selalu memaksimalkan strategi-strategi yang dilakukan untuk memelihara citra positif, mereka juga hampir setiap minggu melakukan rapat koordinasi dan setiap penyiar itu selalu dilatih dan di evaluasi, apakah ada kesalahan, apakah ada mis, apakah ada kendala dan mereka akan rapatkan dengan mencari solusi terbaik di setiap programnya untuk meningkatkan pendengar dan citra positifnya. Jadi, strategi-strategi tersebut mereka mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi.

Perencanaan yang mereka lakukan tentunya dimulai dari bagaimana komunikasi dan kerjasama tim. Dengan kerjasama yang baik dapat dapat menimbulkan tujuan yang baik pula untuk kedepannya dalam memelihara citra positif perusahaan Radio 91,6 UMSU FM.

Kemudian pelaksanaannya mungkin terkait citra positif itu lebih genjarnya di media sosial. Jadi hampir setiap hari mereka selalu posting kegiatan-kegiatan UMSU FM baik itu di postingan atau di rells, bahkan mereka memiliki akun Youtube juga sehingga pelaksanaan-pelaksanaannya itu bisa langsung dilihat oleh masyarakat luas bahkan pendengar baru dan kita juga punya aplikasi distreaming yang bisa dijangkau dimana saja selagi mereka punya kuota dan punya gadgetnya.

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Abang Syams, Penyiar Radio 91,6 UMSU FM, Tanggal 10 Agustus 2023, Pukul 13.00-14.00 WIB.

Dan yang terakhir evaluasi, dari masing-masing penyiar dan pemimpin membawa programnya dengan bagus. Jadi, dari program apa yang harus diperbarui ketika memiliki kendala dan dari sinilah terkumpul pengumpulan data kemudian mendapatkan evaluasi demi mengupdate Radio 91,6 UMSU FM.

Dalam penerapan strategi public relations tersebut. Terdapat dua hambatan sehingga dapat memperburuk kualitas siarannya. Yang pertama yaitu hambatan ekologis/fisik, dimana hambatan ini berkaitan dengan cuaca. Karena siaran radio dapat terganggu oleh cuaca hujan yang cukup lebat dan juga petir. Menurut Rakhmat dalam melakukan komunikasi, tidak hanya tentang pesan, akan tetapi situasi komunikator. Jika cuaca sedang hujan lebat maupun petir maka dari pihak Radio 91,6 UMSU Fm akan mematikan alat pemancarnya agar tidak tersambar petir dan jika di siarkan pada waktu hujan lebat. Dan yang kedua yaitu hambatan frekuensi sinyal, dimana hambatan ini mungkin terasa kecil, akan tetapi jika diabaikan oleh Radio 91,6 UMSU Fm tentu akan berdampak besar pada waktu yang sudah ditentukan. Menurut Tubs dan Moss komunikasi dibidang efektif ketika pesan yang dimaksud berhasil dipahami oleh penerima. Sehingga waktu yang ditentukan dan dikomunikasikan saat meeting bisa sesuai rencana dan tidak terhambat sinyal lelet.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai “Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam Memelihara Citra Positif Perusahaan” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Public Relation Radio 91,6 UMSU FM dalam Memelihara Citra Positif Perusahaan yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dari beberapa Strategi Public Relation diatas hanya menggunakan 3 strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan yang tim lakukan dapat menimbulkan tujuan yang baik yaitu dimulai dari komunikasi dan kerjasama antar tim, kemudian pelaksanaan yang mereka lakukan terkait citra positif itu lebih genjarnya di media sosial, jadi hampir setiap hari selalu memposting kegiatan Radio 91,6 UMSU FM dan yang terakhir yaitu evaluasi dimana masing-masing penyiar atau pemimpin membawa programnya dengan bagus, jadi ketika memiliki kendala dari sinilah terkumpul pengumpulan data dan mendapatkan evaluasi demi mengupdate radio. Jadi strategi public relations yang pihak radio yaitu perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi sebelum memulai siaran maupun setelah siaran selesai agar terus terjaga citra positif yang telah mereka bangun.

2. Hambatan Radio 91,6 UMSU FM dalam menerapkan strategi public relations yaitu hambatan ekologis/fisik maupun hambatan frekuensi sinyal. Hambatan ekologis/fisik dimana hambatan ini berkaitan dengan cuaca karena siaran radio dapat terganggu dan hambatan frekuensi sinyal yang dialami oleh Radio 91,6 UMSU FM yang melibatkan pihak yang diajak kerjasama. Tentu hal tersebut jika diabaikan dapat mengakibatkan hambatan yang sangat mempengaruhi pada kualitas siaran Radio 91,6 UMSU FM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Afdhal, Ahmad. Fuad. *Tips&Trik Public Relations*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.

Arikunto, Suharsimi. *Proses Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Dananjaja. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Frank, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo, 2005.

Herdiansyah, Haris. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.