

ABSTRAK

“MODEL MANAJEMEN KOMUNIKASI ORGANISASI RADIO METTA FM PASCA TRANSFORMASI MENJADI RADIO KOMERSIAL”

Nama mahasiswa : Rahajeng Kartika Anindita Pramesi
 NIM : 253232007
 Pembimbing : Prof. Edwi Arief Sosiawan, SIP,
 M.Si., CIIQA, CIAR, CDMS, CPM (Asia)
 Co-Pembimbing : Dr. Basuki Agus Suparno, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sekaligus mereformulasi model manajemen komunikasi organisasi Radio Metta FM pasca transformasi dari radio komunitas berbasis etnis menjadi radio komersial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang memungkinkan peneliti memahami secara mendalam praktik komunikasi organisasi dalam konteks media lokal berbasis etnis minoritas. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi partisipatif, serta studi dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara interpretatif untuk mengidentifikasi pola, makna, dan dinamika komunikasi organisasi pasca transformasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen komunikasi organisasi Radio Metta FM pasca transformasi bersifat hibrid, yakni memadukan nilai-nilai komunikasi partisipatif khas radio komunitas dengan prinsip profesionalisme dan rasionalitas ekonomi radio komersial. Reformulasi model manajemen komunikasi tersebut tercermin dalam tiga ranah utama. Pertama, komunikasi internal organisasi berfungsi sebagai ruang negosiasi antara nilai kultural, identitas etnis, dan tuntutan profesionalisme media, sekaligus menjadi mekanisme pengambilan keputusan yang adaptif. Kedua, komunikasi dalam produksi siaran berperan sebagai praktik komunikasi strategis yang tidak hanya berorientasi pada keberlanjutan bisnis, tetapi juga pada pembentukan identitas media yang inklusif. Ketiga, komunikasi eksternal dijalankan sebagai upaya membangun relasi sosial dengan publik yang lebih luas serta sebagai strategi pengelolaan stigma etnis yang masih melekat pada Radio Metta FM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi menempati posisi sentral dalam praktik manajemen organisasi Radio Metta FM pasca transformasi, sehingga manajemen tidak semata dipahami sebagai fungsi struktural, melainkan sebagai proses pengelolaan komunikasi yang kontekstual, dinamis, dan berkelanjutan. Secara konseptual, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi organisasi media, khususnya dalam memahami model manajemen komunikasi media lokal berbasis etnis minoritas di Indonesia.

Kata kunci : Komunikasi organisasi, Manajemen Komunikasi, Radio Komunitas, Radio Komersial, Media Lokal

ABSTRACT

“MODEL MANAJEMEN KOMUNIKASI ORGANISASI RADIO METTA FM PASCA TRANSFORMASI MENJADI RADIO KOMERSIAL”

Nama mahasiswa : Rahajeng Kartika Anindita Pramesi
 NIM : 253232007
 Pembimbing : Prof. Edwi Arief Sosiawan, SIP,
 M.Si., CIIQA, CIAR, CDMS, CPM (Asia)
 Co-Pembimbing : Dr. Basuki Agus Suparno, M.Si.

This study aims to analyze and reformulate the organizational communication management model of Radio Metta FM following its transformation from an ethnically based community radio station into a commercial radio station. The study employs a qualitative approach using a case study method, which enables an in-depth understanding of organizational communication practices within the context of minority ethnic-based local media. Data were collected through in-depth interviews with key informants, participatory observation, and documentation studies, and were subsequently analyzed interpretatively to identify patterns, meanings, and dynamics of organizational communication in the post-transformation period. The findings indicate that the organizational communication management of Radio Metta FM after the transformation is hybrid in nature, combining participatory communication values characteristic of community radio with the principles of professionalism and economic rationality associated with commercial radio. The reformulation of this communication management model is reflected in three main domains. First, internal organizational communication functions as a space for negotiation between cultural values, ethnic identity, and the demands of media professionalism, while simultaneously serving as an adaptive decision-making mechanism. Second, communication in broadcast production operates as a form of strategic communication that is oriented not only toward business sustainability but also toward the construction of an inclusive media identity. Third, external communication is carried out as an effort to build social relations with a broader public, as well as a strategy for managing the ethnic stigma that remains attached to Radio Metta FM. This study concludes that communication occupies a central position in the organizational management practices of Radio Metta FM after its transformation. Accordingly, management is understood not merely as a structural function, but as a process of managing communication that is contextual, dynamic, and sustainable. Conceptually, this study contributes to the development of media organizational communication studies, particularly in advancing an understanding of communication management models in minority ethnic-based local media in Indonesia.

Keywords: *organizational communication, communication management, community radio, commercial radio, local media*