PERANCANGAN PERBAIKAN PROGRAM *AFTERNOON LITE* K-LITE RADIO DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*

DESIGN IMPROVEMENT OF AFTERNOON LITE PROGRAM OF K-LITE RADIO WITH QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD

Fitriana Rachmawati[1], Dr. Ir. Yati Rohayati,M.T.[2], Devi Pratami, S.T., M.T. [3]

[1,2,3] Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University
[1]fitrianarachmawati@telkomuniversity.ac.id, [2]yatirohayati@telkomuniversity.ac.id, [3]devipratami@telkomuniversity.ac.id

---

Abstrak

PT. Radio Kontinental Lintas Telekomunikasi (K-Lite radio) merupakan salah satu anak perusahaan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang bergerak pada bidang penyiaran radio dengan segmen dewasa usia 25-45 tahun. K-Lite memiliki satu program yang menjadi *prime time* adalah '*Afternoon Lite*'. Program '*Afternoon Lite*' hadir dengan *talkshow* keagamaan dan lagu lawas pada hari Senin-Jumat pukul 15.00 – 18.00. Namun, program tersebut masih belum mampu menarik banyak pendengar dan pengiklan. Sehingga, pendapatan K-Lite radio tidak pernah mencapai target. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi perbaikan program *prime time* berdasarkan 9 *true customer needs* menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD dilakukan dengan dua iterasi yaitu, iterasi pertama (HoQ) yang menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam karakteristik teknis dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan, dan iterasi kedua (*part deployment*) untuk menentukan prioritas *critical part.*

Rekomendasi yang dibuat berdasarkan data yang dipeorleh dan *concept selection* menggunakan *decision matrices*, yang dilakukan oleh perusahaan dengan memperhatikan kemampuan kompetitor untuk *benchmarking*. Rekomendasi yang dibuat yaitu kecepatan *streaming*, sistem *grounding*, daya pemancar, jarak jangkauan siaran, tahapan seleksi penyiar, frekuensi pelatihan penyiar dalam satu tahun, prosentase penyiar dalam berbicara, jumlah penyiar, jumlah operator, usia pemakaian alat, frekuensi iklan, *talkshow*, dan ragam media saluran komunikasi audiens.

Kata kunci : perbaikan program, radio, QFD, *House of Quality.*

Abstract

PT. Kontinental Lintas Radio (K-Lite radio) is one of Telkom Education Foundation's (YPT) subsidiaries engaged in radio broadcasting with adult segments which is 25-45 years. K-Lite has one program that becomes prime time is 'Afternoon Lite'. The program comes with religious talkshows and old songs on Monday-Friday from 3 pm-6 pm. However, the program still has not been able to attract many listeners and advertisers. Thus, K-Lite radio revenues never reach the target. This study aims to provide recommendation improvement of prime time program based on 9 true customer needs using Quality Function Deployment (QFD) method. QFD is done with two iterations namely, the first iteration (HoQ) which translates the customer's needs into the technical characteristics by considering the company's capabilities, and the second iteration (part deployment) to determine the priority of the critical part.

The recommendations made based on the data obtained and the concept selection using decision matrices, which are conducted by the company with attention to competitor's ability to benchmark. The recommendations made are streaming speed, grounding system, transmitter, broadcast range, broadcasters selection stage, the frequency of broadcasters training in one year, the percentage of broadcasters in the talk, the number of broadcasters, the number of operators, the age of the tool, the frequency of advertisements, talk shows, and variety media channel of audience communication.

Keywords : program improvement, radio, QFD, House of Quality.

---

1. Pendahuluan

PT. Radio Kontinental Lintas Telekomunikasi (K-Lite radio) merupakan salah satu anak perusahaan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang bergerak pada bidang penyiaran radio dengan segmen dewasa usia 25-45 tahun. K-Lite memiliki satu program yang menjadi *prime time* K-Lite radio adalah '*Afternoon Lite'*. Program '*Afternoon Lite'* hadir dengan *talkshow* keagamaan dan lagu lawas pada hari Senin-Jumat pukul 15.00 – 18.00. Program *prime time* adalah program pada waktu tertentu dimana banyak pendengar mengikuti dan mendengarkan sebuah program, sehingga memberikan peluang perusahaan lain untuk memasang iklan dan juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan[1]. Namun, program tersebut masih belum mampu menarik banyak pendengar dan pengiklan. K-Lite masih memiliki pendengar yang sedikit. Hal tersebut dibuktikan oleh peringkat yang diperoleh K-Lite berdasarkan jumlah audiens, K-Lite berada di posisi 34[2]. Menurut survei pendahuluan, jumlah audiens yang sedikit disebabkan oleh kebutuhan audiens untuk mendengarkan pada sore hari tidak terpenuhi. Dari 110 audiens, kecenderungan audiens mendengar program sore hari adalah sebanyak 63% pendengar ingin mendengarkan musik, 19% ingin mendengarkan berita, 10% ingin mendengarkan *talkshow*, dan 8% ingin mendengarkan kuis, info lalu lintas, dan keagamaan.

Jika ditinjau dari pengiklan, faktor para pengiklan memilih radio sebagai media promosi berdasarkan *rating* radio (AC Nielson), karakteristik audiens, segmentasi sesuai produk, dan jangkauan penyiaran[3]. Berikut adalah rekapitulasi pendapatan iklan K-Lite radio.

Tabel 1. 1 Rekapitulasi pendapatan iklan

Tahun	Pendapatan Iklan	
	Target	Realisasi
2014	Rp 1.740.750.000	Rp 1.397.850.827
2015	Rp 1.740.750.000	Rp 970.524.525
2016	Rp 1.800.000.000	Rp 1.500.000.000

Pada Tabel I.1 mengindikasikan bahwa pendapatan iklan mengalami fluktuatif dan tidak pernah mencapai dari target yang ditetapkan. Hal ini dapat memengaruhi pendapatan yang akan diperoleh K-Lite radio karena pengiklan merupakan sumber pendapatan lain dari K-Lite radio. Berikut adalah rekapitulasi pendapatan K-Lite radio.

Tabel 1. 2 Rekapitulasi pendapatan keuangan K-Lite radio

TAHUN	TOTAL PENDAPATAN (DALAM RIBU)		TOTAL BEBAN (DALAM RIBU)		TOTAL LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK (DALAM RIBU)	
	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI
2014	Rp3.229.400	Rp4.442.138	Rp2.322.322	Rp3.743.362	Rp907.078	Rp698.776
2015	Rp3.884.560	Rp10.259.753	Rp2.803.946	Rp9.350.535	Rp1.080.614	Rp909.218
2016	Rp4.489.713	Rp9.781.441	Rp3.465.675	Rp9.075.617	Rp1.024.037	Rp705.825

Dari Tabel I.2 didapatkan bahwa total laba rugi yang didapat oleh K-Lite radio mengalami fluktuatif dan tidak pernah mencapai target. Oleh karena itu, K-Lite perlu melakukan perbaikan program untuk menarik jumlah audiens yang lebih banyak, supaya pendapatan pemasang iklan meningkat dan dapat meningkatkan pendapatan laba yang lebih besar.

2. Tinjauan Pustaka

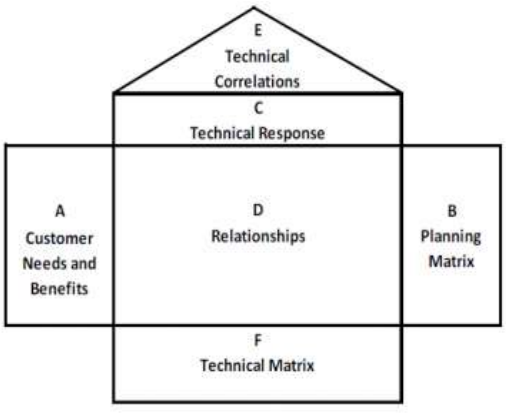
2.1 *Quality Function Deployment* (QFD)

Pada penelitian lain, QFD digunakan untuk memperbaiki kualitas program salah satu program televisi di Iran. Perusahaan menghubungkan kemampuannya untuk memenuhi *true customer needs* audiens untuk memperbaiki kualitas program[4].

Dalam penelitian ini, QFD digunakan untuk memperbaiki program *prime time* radio. QFD dilakukan dalam dua iterasi. Kedua iterasi ini mampu untuk memenuhi kebutuhan audiens, karena hasil dari *output* pada iterasi kedua dapat menjawab permasalahan yang ada dan juga dapat diimplentasikan langsung oleh perusahaan, sehingga tidak perlu ada iterasi berikutnya.

2.2 QFD Iterasi 1

Secara garis besar, QFD iterasi satu berupaya untuk mengonversikan *voice of customer* terhadap karakteristik teknis atau spesifikasi teknis produk atau jasa yang dipetakan dalam sebuah matriks *House of Quality*[5]. Berikut adalah matriks HoQ yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



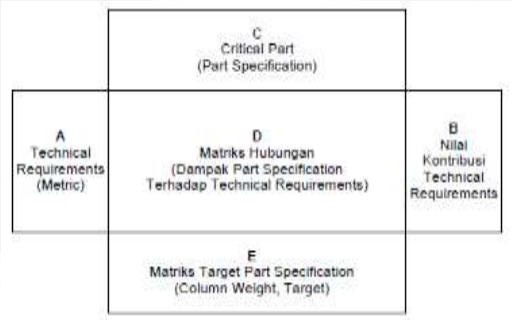
Gambar 2. 1 *House of Quality*

2.3 Pengembangan Konsep (*Concept Development*)

Concept development adalah tahap pengembangan yang berdasarkan kepada karakteristik teknis QFD iterasi satu yang diturunkan pada tahap QFD iterasi dua. Pengembangan konsep terdiri atas dua tahapan, yaitu penentuan konsep dan tahap pemilihan konsep.

2.4 QFD Iterasi 2

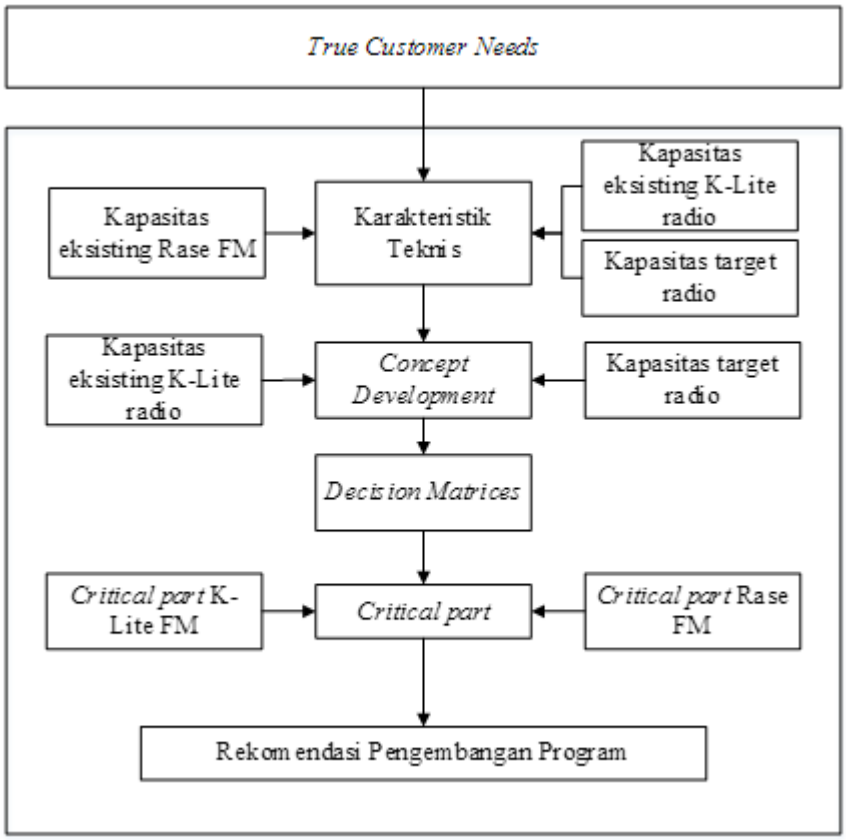
Pada iterasi dalam tahap dua di QFD, biasanya disebut dengan *part deployment*. Gambar 2.2 adalah gambar QFD iterasi dua yang dapat dilihat dari skema berikut.



Gambar 2. 2 *Part Deployment Matrix*

3. Pembahasan

Berikut adalah metode konseptual pada penelitian ini.



Gambar 3. 1 Metode konseptual

4. Pembahasan

Data input dari penelitian ini adalah *true customer needs* yang didapat dari hasil yang telah dilakukan pada integrasi *SERVQUAL* dan Model Kano kebutuhan atribut pelanggan K-Lite radio[6]. Kemudian, setiap *true customer needs* tersebut diidentifikasi karakteristik teknisnya.

Tabel 4. 1 Karakteristik teknis

Kode Atribut	*True Customer Needs*	Karakteristik Teknis
CA 5	Penyiar memiliki gaya siaran yang menarik	Kualifikasi penyiar radio
		Standard on-air radio
PC 2	Menyediakan informasi akurat seputar kejadian nasional dan internasional dari sumber yang dapat dipercaya	Kriteria informasi yang diberikan
		Standard durasi program dan iklan
PC 3	Menyediakan informasi tentang lalu lintas dari sumber yang dipercaya	Kriteria informasi yang diberikan
		Standard durasi program dan iklan
CO 1	Tersedia berbagai alternatif saluran komunikasi	Saluran komunikasi pendengar
TQ 2	Jangkauan siaran radio luas	Media mendengarkan radio
		Standard sistem pemancar radio
TQ 3	Tersedia fasilitas *streaming* yang stabil	Media mendengarkan radio
		Standard sistem pemancar radio
UQ 1	Menyediakan kuis berhadiah	*Standard* konten program *on-air*
		Standard durasi program dan iklan
UQ 2	Mengundang narasumber tamu untuk *talkshow*	*Standard on-air* radio
		Standard durasi program dan iklan

Tabel 4. 1 Karakteristik teknis (Lanjutan)

Kode Atribut	*True Customer Needs*	Karakteristik Teknis
UQ 3	Tersedia rekaman program yang dapat di-*download* di *website*	Saluran komunikasi pendengar

Dari karakteristik teknis yang diperoleh, perusahaan berdiskusi karakteristik teknis mana yang perlu diprioritaskan. Penentuan prioritas karakteristik teknis perusahaan berdasarkan dari kemampuan perusahaan dan juga *competitive benchmarking* dari kompetitor, yatu Rase FM. Karakteristik teknis yang belum terpenuhi yaitu, *standard* sistem pemancar radio, *standard* konten program *on-air*, *standard on-air* program, kualifikasi penyiar radio, dan saluran komunikasi pendengar. Karakteristik teknis yang belum terpenuhi, akan menjadi input pada QFD iterasi dua.

Prioritas karakteristik teknis akan menjadi atribut konsep untuk proses pengembangan konsep. Konsep eksisting K-Lite radio akan dibandingkan dengan konsep subtitusi, inovasi, dan kombinasi. Setelah itu, konsep tersebut diberi pembobotan menggunakan *decision matrices* dengan *criteria selection*; efektif, efiensi, kelayakan, kemudahan dalam untuk diterapkan, dan perkiraan biaya. Pemilihan dan penentuan konsep dilakukan oleh K-Lite radio.

Setelah proses pengembangan konsep, tahap selanjutnya adalah menentukan *critical part* berdasarkan dari karakteristik teknis yang akan dipetakan dalam matriks *part deployment*. *Critical part* diperoleh menggunakan metode *brainstorming* dengan pihak K-Lite radio dan tim pengembang. *Critical part* juga diperoleh berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya mengenai standardisasi radio swastio dan studi komparasi dengan kompetitor. Identifikasi tersebut menghasilkan tujuh belas *critical part* dan tiga belas prioritas *critical part.* Berikut adalah prioritas *critical part* berdasarkan karakteristik teknis.

Tabel 4. 2 *Critical Part*

No.	*Critical Part*
1	Prosentase penyiar dalam berbicara
2	Jumlah penyiar
3	Frekuensi iklan
4	*Talkshow*
5	Tahapan seleksi penyiar
6	Kecepatan *streaming*
7	Usia pemakaian peralatan
8	Ragam media saluran komunikasi pendengar
9	Jarak jangkauan siaran
10	Jumlah operator
11	Frekuensi pelatihan penyiar dalam satu tahun
12	Sistem *grounding*
13	Daya pemancar

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah; terdapat lima prioritas dari delapan karakteristik teknis berdasarkan *true customer needs* pada QFD iterasi pertama, dan terdapat 13 prioritas dari 17 *critical part* berdasarkan karakteristik teknis pada QFD iterasi kedua. Perancangan perbaikan program dilakukan dengan cara membuat rekomendasi untuk mencapai setiap target yang telah ditetapkan. Terdapat 13 rekomendasi yang dapat dijadikan referensi oleh pihak K-Lite radio dalam melakukan perbaikan program *prime time* sore.

6. Daftar Pustaka

[1] Nielson Company. (2015). *Engaging Bolder Consumers Through Radio.* Bandung.
[2] Laporan K-Lite Radio. (2016). *Rekapan Respon Pendengar melalui SMS.* Bandung: K-Lite Radio.

[3] Syifa, R. N. (2014). *Advertisers Satisfaction Analysis Using Importance Performance Analysis Method And Customer Satisfaction Index.*
[4] Hardyanti, A. (2017). *Analisis Kebutuhan Atribut Progam Afternoon Lite K-Lite Radio dengan Menggunakan Integrasi SERVQUAL dan Model Kano.* Bandung: Telkom University.
[5] Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment : How to Make QFD Work For You.* Addison Wesley.
[6] Hardyanti, A. (2017). *Analisis Kebutuhan Atribut Progam Afternoon Lite K-Lite Radio dengan Menggunakan Integrasi SERVQUAL dan Model Kano.* Bandung: Telkom University.