

ABSTRAK

Radio K-Lite FM merupakan salah satu radio swasta milik Yayasan Pendidikan Telkom yang berada di wilayah Bandung. Radio menyiarkan berbagai program acara meliputi pemutaran lagu, *Live Music* dan *Talkshow*. Pada tahun 2021, terdapat acara *Talkshow* yang baru disiarkan bernama Program *We Talk*. Program tersebut menyiarkan acara yang membahas segala hal tentang perempuan. Topik pembicaraan yang dimuat berisi tentang kesehatan dan karir yang dilakukan oleh para wanita. Selama 51 tahun mengudara, keberlangsungan siklus hidup radio didukung oleh berbagai sumber pendapatan salah satunya berasal dari pendapatan pengiklanan, namun pendapatan belum pernah mencapai target perusahaan. Hal tersebut dapat disebabkan oleh minimnya ketertarikan pengiklan dalam menggunakan jasa pengiklanan. Dalam upaya meningkatkan pendapatan perusahaan, maka perbaikan program harus dilakukan untuk menarik para pengiklan sehingga program dapat memberikan kontribusi pendapatan. Tugas Akhir ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi atribut kebutuhan program sehingga dapat dijadikan sebagai dasar perbaikan program. Metode yang digunakan untuk mendapatkan atribut kebutuhan sesuai dengan preferensi pendengar adalah Integrasi *Service Quality* dan Model Kano. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai sepuluh partisipan yang pernah mendengarkan program *We Talk* dan berusia di rentang umur 20 – 55 tahun. Wawancara partisipan akan menghasilkan *Voice of Customer* (VoC) yang dikelompokkan berdasarkan dimensi *Service Quality*. Dimensi yang digunakan sebagai acuan penilaian program radio adalah *Content Quality*, *Announcer Competence*, *Speaker Competence*, *Program Awareness* dan *Ease of Contact*. Selanjutnya dilakukan tahap operasionalisasi dimensi yang bertujuan untuk mengklasifikasikan atribut kebutuhan berdasarkan definisi dimensi yang bersumber dari studi terdahulu dan *Voice of Customer*. Setelah atribut kebutuhan berhasil dilengkapi, maka tahap selanjutnya adalah melakukan perancangan kuesioner dengan menyusun pertanyaan berdasarkan atribut kebutuhan. Kuesioner disusun berdasarkan dua kategori yaitu kuesioner dimensi *Service Quality* dan kuesioner Kano. Kuesioner

disebarkan kepada 130 responden. Setelah melalui tahap *screening*, total responden kuesioner berubah menjadi 112. Hasil kuesioner diolah berdasarkan tahap pengolahan data dimensi *Service Quality* dan Model Kano. Pengolahan data *Service Quality* menghasilkan sembilan atribut kuat dan enam atribut lemah. Sementara pengolahan data Model Kano menghasilkan lima atribut kategori *One Dimensional*, lima atribut kategori *Must Be*, tiga atribut kategori *Attractive* dan dua atribut kategori *Indifferent*. Hasil pengintegrasian kedua metode tersebut menghasilkan tujuh atribut dengan kategori dipertahankan, enam atribut dengan kategori ditingkatkan dan dua atribut dengan kategori diabaikan. Rekomendasi perbaikan dirumuskan berdasarkan hasil pengolahan data yang disebut sebagai *True Customer Needs (TCN)*. *True Customer Needs* yang perlu untuk diperbaiki yaitu CQ3, AC2, AC3, EC1, PA3 dan SC2.

Kata kunci: Radio K-Lite, *Service Quality*, Model Kano, Program Radio, *True Customer Needs*.