

PERANCANGAN PROGRAM WETALK RADIO K-LITE DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Yusuf Syarif Iqbal, Yati Rohayati, Ima Normalia Kusmayanti

Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom Bandung, Indonesia

Email: yusufsyarif@student.telkomuniversity.ac.id

yatirohayati@telkomuniversity.ac.id, kusmayanti@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Radio K-Lite memiliki salah satu program siaran yang berada pada prime time yaitu Program 'WeTalk'. Program 'WeTalk' merupakan program talkshow yang membahas permasalahan seputar wanita yang disiarkan secara rutin setiap hari Selasa. Program tersebut sampai saat ini belum memberikan kontribusi karena minimnya iklan yang dipasang oleh biro iklan pada program tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kelemahan yang dimiliki oleh Program 'WeTalk' sehingga nanti dapat diberikan rekomendasi perbaikan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) dengan melalui dua iterasi yaitu, iterasi pertama (House of Quality) yang bertujuan untuk menerjemahkan kebutuhan pendengar ke dalam karakteristik teknis dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan, dan iterasi kedua (Part Deployment) yang bertujuan untuk menentukan critical part yang diprioritaskan. Perbaikan terhadap kualitas Program 'WeTalk' didasarkan pada 6 true customer needs yang diperoleh dari pendengar program dan pada QFD iterasi pertama dihasilkan output berupa 5 karakteristik teknis yang diprioritaskan untuk dikembangkan pada iterasi berikutnya. Kemudian, pada QFD iterasi kedua output yang dihasilkan dari hasil yang dikembangkan pada tahap sebelumnya yaitu berupa 8 critical part yang diprioritaskan.

Kata kunci: Perbaikan Program, Quality Function Deployment, True Customer Needs, Siaran Program Radio.

Abstract

Radio K-Lite has one broadcast program that is in prime time, namely the 'WeTalk' program. The 'WeTalk' program is a talk show program that discusses issues surrounding women which is broadcast regularly every Tuesday. The program has not yet contributed due to the lack of advertisements placed by advertising agencies on the program. Therefore, this study aims to examine the weaknesses of the 'WeTalk' Program so that later recommendations for improvement can be given. The research was conducted using the Quality Function Deployment (QFD) method through two iterations, namely, the first iteration (House of Quality) which aims to translate the listener's needs into technical characteristics by considering the company's capabilities, and the second iteration (Part Deployment) which aims to

How to cite:	Iqbal, Yusuf Syarif et al., (2022) Perancangan Program Wetalk Radio K-Lite Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment, <i>Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia</i> (7)12, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10267
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

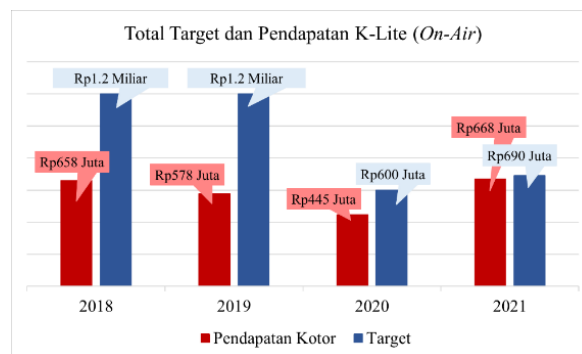
determine priority critical parts. Improvements to the quality of the 'WeTalk' program are based on 6 true customer needs obtained from program listeners and the first iteration QFD produces output in the form of 5 technical characteristics that are prioritized to be developed in the next iteration. Then, in the second iteration of QFD, the output generated from the results developed in the previous stage is in the form of 8 prioritized critical parts.

Keywords: Program Improvement, Quality Function Deployment, True Customer Needs, Radio Program Broadcast.

Pendahuluan

Radio K-Lite merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran radio yang memiliki segmentasi dewasa muda (Hardyanti, Rohayati, & Pratami, 2017). Radio K-Lite memiliki salah satu program siaran yang berada pada prime time yaitu Program 'WeTalk' yang membahas permasalahan seputar wanita yang disiarkan secara rutin setiap hari Selasa. Program siaran pada prime time merupakan program yang disiarkan pada waktu yang terdapat banyak pendengar yang mengikuti dan mendengarkan suatu program siaran (Jabbar & Rosmalah, 2018).

Lamanya Radio K-Lite dalam mengudara selama 52 tahun tidak menjamin pendapatan yang diperoleh stabil setiap tahunnya. Pada saat kasus Pandemi Covid-19 yang melanda pada tahun 2020 menyebabkan penurunan pendapatan pada Radio K-Lite dan target pendapatan yang ditetapkan oleh Radio K-Lite harus disesuaikan dengan kondisi pada saat itu. Terdapat informasi pendapatan total dari aktivitas on-air Radio K-Lite pada Gambar 1.



Gambar 1. Data Pendapatan On-Air K-Lite

Pendapatan Radio K-Lite mengalami kenaikan pada tahun 2020 hingga 2021, namun tidak semua program siaran dapat menghasilkan kontribusi pada pendapatan Radio K-Lite (Simbolon, 2021). Pendapatan yang diperoleh Radio K-Lite didapatkan dari biro iklan yang memasang iklannya pada program siaran Radio K-Lite. Biro iklan biasanya memasang iklannya dalam bentuk berbentuk AdLibs yang merupakan jenis iklan yang dibawakan oleh penyiar secara langsung dan bentuk Spot yang merupakan jenis iklan yang dikombinasikan bersama dengan musik dan kata-kata dalam durasi yang singkat (Daiputra, 2019).

Terdapat salah satu faktor yang menyebabkan program tidak dapat menghasilkan pendapatan dari iklan yaitu kurang menariknya program siaran dan jumlah pendengar yang sedikit (Fikarina, 2012). Hal tersebut dapat menyebabkan peralihan kerjasama biro iklan dari Radio K-Lite kepada radio kompetitor lainnya yang lebih menarik dan memiliki jumlah pendengar yang banyak. Menurut direktur program Radio K-Lite, biro iklan lebih mengincar program siaran yang matang dari segi kesiapan program. Selain itu, biro iklan juga menyasar program dengan segmen yang jelas supaya dapat menyasar tujuan iklan yang dipasangkan.

Program ‘WeTalk’ merupakan program siaran baru dan masih memiliki pendengar yang sedikit. Hal tersebut dibuktikan oleh perbandingan jumlah audiens Program ‘WeTalk’ dengan program talkshow lainnya yang tergolong baru. Berikut adalah rekapitulasi perbandingan jumlah audiens Program ‘WeTalk’ dengan program talkshow baru lainnya.

Tabel 1.
Data Streaming Program Talkshow

No	Program	Oktober – Desember 2021	Januari – Maret 2022
1	WeTalk	276	166
2	Jabar Juara	159	188
3	WeOn	257	714

Selain itu, terdapat data keluhan dari pendengar Program ‘WeTalk’ yang diperoleh dari hasil in-depth interview atau wawancara kepada 10 pendengar Radio K-Lite yang pernah mendengarkan Program ‘WeTalk’. Wawancara dilakukan dengan pendengar yang pernah mendengarkan Program ‘WeTalk’ dengan rentang umur 20 – 55 tahun. Berikut merupakan hasil in-depth interview dengan pendengar terhadap Program ‘WeTalk’.

Tabel 2.
Data Keluhan Pendengar WeTalk

No.	Keluhan	Persentase
1	Informasi materi program tidak beragam	60%
2	Informasi jadwal siaran program tidak diketahui	20%
3	Pengucapan kata penyiar tidak tepat	10%
4	Penyiar sering memotong pembicaraan narasumber	30%
5	Narasumber memberikan informasi yang bias	40%
6	Sering terjadi gangguan jaringan siaran pada saat	40%

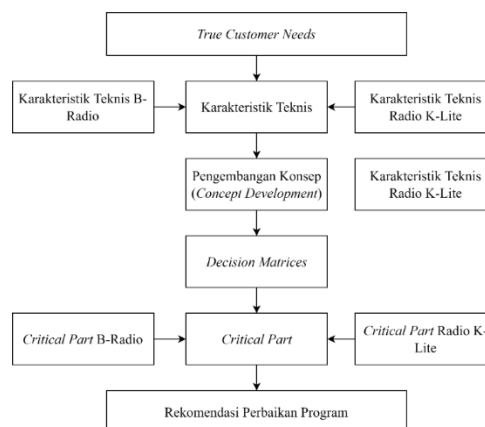
No.	Keluhan	Persentase
	hujan	
7	Informasi program pada web dan aplikasi tidak lengkap	20%
8	Media komunikasi pendengar tidak beragam (<i>WhatsApp</i> , Telepon, dan SMS)	30%

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa Program ‘WeTalk’ memiliki beberapa keluhan dari pendengar programnya. Keluhan yang dipaparkan oleh pendengar lebih banyak berhubungan dengan kualitas program siarannya. Selain itu, eksistensi Program ‘WeTalk’ yang kurang diketahui oleh pendengar menjadi salah satu aspek yang perlu diperbaiki.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Metode Quality Function Deployment (QFD) ([Prabowo & Zoelangga, 2019](#)). Metode ini merupakan metode yang bertujuan untuk mempertemukan kebutuhan pelanggan terhadap produk atau jasa dengan kemampuan perusahaan terkait. Kebutuhan pelanggan tersebut akan diterjemahkan ke dalam suatu karakteristik teknis. Pada awalnya, QFD digunakan sebagai metode pengembangan produk, namun seiring perkembangan implementasi tersebut terdapat beberapa kegunaan QFD yang meluas meliputi pengembangan produk, manajemen kualitas, analisis kebutuhan konsumen, desain produk, perencanaan, engineering, pengambilan keputusan, manajemen, kerjasama, waktu, dan biaya ([Chan & Wu, 2002](#)).

Pada Gambar 5 dijelaskan mengenai Model Konseptual yang akan dilakukan pada penelitian ini. Tahapan QFD dimulai dengan memperoleh true customer needs dari penelitian sebelumnya yaitu Integrasi Service Quality dan Kano.



Gambar 2. Model Konseptual

Untuk memenuhi kebutuhan QFD diperlukan customer requirement atau Voice of Customer. Penelitian ini akan menggunakan Voice of Customer yang sudah diterjemahkan menjadi true customer needs dari penelitian sebelumnya yaitu Perancangan Atribut Kebutuhan Pendengar pada Program ‘WeTalk’ Radio K-Lite FM dengan Menggunakan Integrasi Service Quality dan Model Kano ([Andrianingrum, Rohayati, & Kusmayanti, 2022](#)). Selain itu, untuk memenuhi kebutuhan QFD tidak hanya memerlukan voice of customer saja, namun harus memiliki kompetitor serupa sebagai referensi pembanding pada pengolahan QFD.

Hasil dan Pembahasan

A. Data True Customer Needs

Input dari penelitian ini diperoleh dari *true customer needs* yang didapat dari penelitian pada Integrasi *Service Quality* dan Model Kano kebutuhan atribut pendengar Program ‘WeTalk’ Radio K-Lite radio ([Aulia, Rohayati, & Kusmayanti, 2019](#)). Kemudian, dari setiap *true customer needs* tersebut diidentifikasi karakteristik teknis untuk memenuhinya. Pada Tabel 3 ditampilkan *true customer needs* yang telah diperoleh dari penelitian sebelumnya.

Tabel 3.
True Customer Needs

No.	Dimensi	Kode	<i>True Customer Needs</i>
1	<i>Content Quality</i>	CQ3	Menyediakan materi yang variatif seputar wanita
2	<i>Announcer Competences</i>	AC2	Penyiar dapat berperilaku dengan sopan
3		AC3	Penyiar tepat dalam pengucapan kata
4	<i>Ease of Contact</i>	EC1	Tersedia layanan kontak yang beragam (<i>WhatsApp</i> , Telepon, dan SMS)
5	<i>Program Awareness</i>	PA3	Identitas program dapat diketahui dengan mudah
6	<i>Speaker Competences</i>	SC2	Narasumber memiliki wawasan yang luas

B. Penentuan Karakteristik Teknis

Pada tahap ini dilakukan penentuan karakteristik teknis yang dibutuhkan Radio K-Lite untuk memenuhi *true customer needs* yang sudah diperoleh sebelumnya. Penentuan karakteristik teknis bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pendengar program ([Nefori, 2020](#)). Karakteristik teknis diperoleh dengan cara berdiskusi dengan direktur program Radio

K-Lite dan studi banding karakteristik teknis yang dimiliki oleh radio kompetitor lain yaitu B-Radio FM. Studi banding dilakukan dengan mewawancarai pihak manajemen Radio B-Radio FM. Terdapat daftar karakteristik teknis untuk memenuhi *true customer needs* pada Tabel 4.

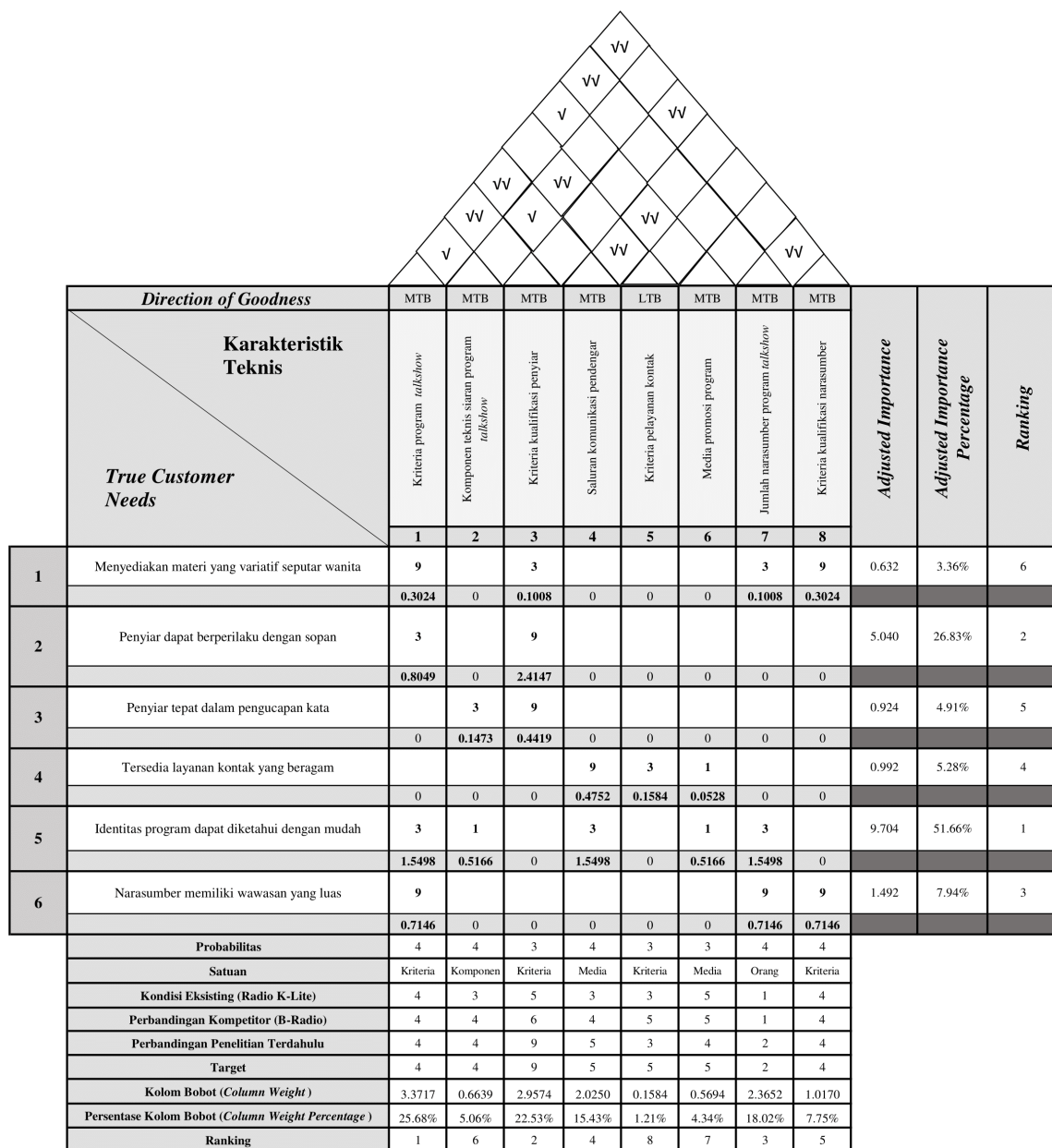
Tabel 4.
Karakteristik Teknis

No	<i>True Customer Needs</i>	Karakteristik Teknis
1	Menyediakan materi yang variatif seputar wanita	Kriteria program <i>talkshow</i>
2		Komponen teknis siaran program <i>talkshow</i>
3	Penyiar dapat berperilaku dengan sopan	Kriteria kualifikasi penyiar
4	Penyiar tepat dalam pengucapan kata	Kriteria kualifikasi penyiar
5	Tersedia layanan kontak yang beragam (<i>WhatsApp</i> , Telepon, dan SMS)	Saluran komunikasi pendengar
6		Kriteria pelayanan kontak
7		Kriteria program <i>talkshow</i>
8	Identitas program dapat diketahui dengan mudah	Media promosi program
9		Kriteria kualifikasi penyiar
10	Narasumber memiliki wawasan yang luas	Kriteria kualifikasi narasumber
11		Kriteria kualifikasi narasumber

Karakteristik teknis yang telah ditentukan akan dilakukan pengolahan untuk menentukan prioritas perbaikan pada Program ‘WeTalk’ Radio K-Lite. Pengolahan data karakteristik teknis akan dilakukan pada QFD iterasi satu atau *House of Quality*.

C. Matriks *House of Quality*

Pengolahan data karakteristik teknis akan dilakukan pada *House of Quality* yang merupakan tahap pertama dari Metode QFD. Pengolahan data pada *House of Quality* dilakukan bersama dengan pihak Radio K-Lite dan juga mengandalkan hasil *benchmarking* bersama dengan radio competitor (Syarifani, 2009). Pengolahan data pada *House of Quality* dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 3.
House of Quality

Berdasarkan hasil pengolahan data *House of Quality* pada Gambar 6, dapat dilihat bahwa karakteristik teknis yang diprioritaskan adalah kriteria program *talkshow* dengan persentase kolom bobot sebesar 25,68%. Hasil dari pengolahan data pada *House of Quality* juga didasarkan pada kemampuan perusahaan, sehingga karakteristik teknis yang akan ditindaklanjuti berhubungan dengan keputusan direktur program Radio K-Lite. Oleh karena itu, karakteristik target yang diperlukan untuk memenuhi *true customer needs* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5.
Pemenuhan Target Karakteristik Teknis

No	Karakteristik Teknis	Keterangan
1	Kriteria program <i>talkshow</i>	Target belum terpenuhi
2	Kriteria kualifikasi penyiar	Target belum terpenuhi
3	Saluran komunikasi pendengar	Target belum terpenuhi
4	Jumlah narasumber program <i>talkshow</i>	Target belum terpenuhi
5	Kriteria kualifikasi narasumber	Target belum terpenuhi

D. Pengembangan Konsep (*Concept Development*)

Pencarian konsep secara internal dan eksternal akan menghasilkan konsep referensi yang akan dijadikan sebagai acuan perbaikan Program *WeTalk* Radio K-Lite. Konsep yang dirancang meliputi tiga konsep yaitu Konsep A yang merupakan konsep efisiensi perusahaan, Konsep B yaitu konsep substitusi, dan Konsep C yaitu konsep kombinasi dari kedua konsep sebelumnya. Konsep yang dirancang akan dipilih dengan menggunakan *decision matrices* yang berdasarkan empat aspek dalam pertimbangannya yaitu efektivitas dan efisiensi konsep, kelayakan konsep, kemudahan dalam realisasinya, dan biaya yang diperlukan ([Ardinata, Rahmat, Andres, & Waryono, 2022](#)). Perancangan dan pemilihan konsep akan ditentukan dengan cara *brainstorming* bersama pihak Radio K-Lite. Pada Tabel 6 terdapat konsep pengembangan yang ditentukan berdasarkan karakteristik teknis yang targetnya belum terpenuhi.

Tabel 6.
Pengembangan Konsep

Karakteristik Teknis	Perancangan Konsep		
	Konsep A (Efisiensi)	Konsep B (Substitusi)	Konsep C (Kombinasi)
Kriteria program <i>talkshow</i>	Menggunakan kemasan program <i>talkshow</i> edukatif Waktu <i>talkshow</i> 60 menit Tema <i>talkshow</i> terdiri dari Agama, Kesehatan, Karir, dan Pendidikan Melakukan promosi program dengan membuat poster pada media sosial dan iklan <i>on-air</i> .	Menggunakan kemasan program <i>talkshow</i> argumen Waktu <i>talkshow</i> 120 menit Tema <i>talkshow</i> terdiri dari Gaya hidup, Kesehatan, Karir, Pendidikan, Agama, Sosial, dan Lingkungan hidup Mengadakan aktivitas <i>off-air</i> program.	Menggunakan kemasan program <i>talkshow</i> sosial inspiratif Waktu <i>talkshow</i> 90 menit Tema <i>talkshow</i> terdiri dari Kesehatan, Karir, Pendidikan, Sosial, dan Lingkungan hidup Melakukan promosi program dengan membuat infografis dan variasi konten masa pada media sosial dan iklan <i>on-air</i> .
Kriteria kualifikasi penyiar	Meningkatkan evaluasi penyiar.	Meningkatkan pelatihan untuk penyiar.	Meningkatkan aktivitas pelatihan dan evaluasi untuk penyiar.
Saluran komunikasi pendengar	Menggunakan media komunikasi <i>WhatsApp</i> dan Telepon.	Menggunakan media komunikasi <i>WhatsApp</i> , Telepon, <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , dan <i>Telegram</i> .	Menggunakan media komunikasi <i>WhatsApp</i> , Telepon, <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , dan <i>Telegram</i> .
Jumlah narasumber program <i>talkshow</i>	Menggunakan satu narasumber untuk program <i>talkshow</i> .	Menggunakan dua narasumber untuk program <i>talkshow</i> .	Menggunakan dua narasumber untuk program <i>talkshow</i> .
Kriteria kualifikasi narasumber	Meningkatkan tahap seleksi narasumber.	Mengadakan sesi geladi bersih untuk narasumber.	Meningkatkan tahap seleksi dan mengadakan evaluasi untuk narasumber.

Setelah tahap perancangan konsep dilakukan selanjutnya yaitu dilakukan pemilihan konsep dengan menggunakan *decision matrices* dengan Matriks *Concept Screening* (Putra, Iqbal, & Wulandari, 2015). Tahap *concept screening* yaitu memberikan penilaian yang dilakukan dengan memberikan kategori pada setiap konsepnya. Nilai tersebut terdiri dari nilai relatif baik (+), sama dengan (0), atau relatif lebih buruk (-). Konsep yang diberikan nilai positif jika konsep alternatif lebih baik dan memenuhi kriteria seleksi daripada konsep referensi, konsep yang diberikan nilai nol jika konsep alternatif bernilai sama dengan konsep referensi, dan konsep yang diberikan nilai negatif jika konsep alternatif lebih buruk dan tidak memenuhi kriteria seleksi daripada konsep referensi. Pada Tabel 7 terdapat Matriks *Concept Screening* untuk pemilihan konsep yang akan dilanjutkan.

Tabel 7.
Concept Screening

	Konsep A (Efisiensi)	Konsep B (Inovasi)	Konsep C (Kombinasi)
<i>Selection Criteria</i>	A	B	C
Efektivitas	-	+++	++
Efisiensi	+++	-	+
Kelayakan	0	+	++
Kemudahan realisasi	+	0	+
Perkiraan biaya	0	--	-
Total Nilai Positif (+)	4	4	6
Total Nilai Nol (0)	2	0	0
Total Nilai Negatif (-)	1	3	1
Total Nilai Keseluruhan	3	1	5
Peringkat	2	3	1
Lanjutkan?	Tidak	Tidak	Lanjutkan

E. Penentuan *Critical Part*

Penentuan *critical part* pada tahap ini dilakukan untuk mewujudkan *customer requirements* dari karakteristik teknis dan merealisasikan pengembangan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Penentuan *critical part* dilakukan dengan *brainstorming* dengan pihak Radio K-Lite untuk menyesuaikan kondisi yang dimiliki oleh perusahaan (Rachmawati, Rohayati, & Pratami, 2017). Selain itu, penentuan *critical part* juga dilakukan dengan *benchmarking* kepada B-Radio FM. Terdapat daftar karakteristik teknis untuk memenuhi *true customer needs* pada Tabel 8.

Tabel 8.
Critical Part

No	Kebutuhan Teknis	<i>Critical Part</i>
1		Komponen kemasan program
2	Kriteria program <i>talkshow</i>	Durasi program
3		Jenis tema program
4		Jenis aktivitas promosi program
5		Tahap seleksi penyiar
6	Kriteria kualifikasi penyiar	Frekuensi pelatihan penyiar dalam setahun
7		Frekuensi evaluasi penyiar dalam setahun
8	Saluran komunikasi pendengar	Jenis media komunikasi
9	Jumlah narasumber program <i>talkshow</i>	Jumlah narasumber <i>talkshow</i>
10	Kriteria kualifikasi narasumber	Tahap seleksi narasumber
11		Frekuensi aktivitas evaluasi pendengar terhadap narasumber setelah siaran

Critical part yang telah ditentukan akan dilakukan pengolahan untuk menentukan prioritas perbaikan pada Program ‘*WeTalk*’ Radio K-Lite. Pengolahan data *critical part* akan dilakukan pada QFD iterasi dua atau *Part Deployment* (Emmer & Stough, 2001).

F. Pengolahan Data *Part Deployment*

Penentuan Matriks Hubungan *critical part* dilakukan seperti pada tahap QFD iterasi satu. Namun, nilai kekuatan hubungan yang disandingkan yaitu antara *critical part* dengan kebutuhan teknis.

Perancangan Program *Wetalk Radio K-Lite* Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment*

<i>Direction of Goodness</i>		MTB	LTB	MTB	MTB	MTB	MTB	LTB	MTB	MTB	LTB	LTB	<i>Column Weight Percentage</i>
Kebutuhan Teknis	<i>Critical Part</i>	Komponen kemasan program	Durasi program	Jenis tema program	Jenis aktivitas promosi program	Tahap seleksi penyiar	Frekuensi pelatihan penyiar dalam setahun	Frekuensi evaluasi penyiar dalam setahun	Jenis media komunikasi	Jumlah narasumber <i>talkshow</i>	Tahap seleksi narasumber	Frekuensi aktivitas evaluasi pendengar terhadap narasumber setelah siaran	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	Kriteria program <i>talkshow</i>	9	3	9	0.000	0.770	0.770	0.000	0.257	0.770	0.770	0.000	25.68%
2	Saluran komunikasi pendengar				9				9				15.43%
3	Kriteria kualifikasi penyiar	0.000	0.000	0.000	1.389	0.000	0.000	0.000	1.389	0.000	0.000	0.000	22.53%
4	Jumlah narasumber program <i>talkshow</i>	1								9			18.02%
5	Kriteria kualifikasi narasumber	0.180	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.622	0.000	0.000	7.75%
	Probabilitas	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
	Satuan	Komponen	Menit	Jenis	Kali	Tahap	Kali	Kali	Media	Orang	Tahap	Kali	
	Kondisi Eksisting (Radio K-Lite)	5	60	4	2	4	1	12	5	1	1	0	
	Perbandingan Kompetitor (B-Radio)	7	180	6	3	5	4	24	4	1	1	1	
	Perbandingan Penelitian Terdahulu	8	90	5	5	3	1	48	5	2	1	1	
	Target	7	60	5	3	4	4	12	5	2	1	1	
	Kolom Bobot (Column Weight)	2.491	0.770	3.685	1.389	1.446	2.798	0.676	1.646	2.392	1.468	0.698	
	Persentase Kolom Bobot (Column Weight Percentage)	12.80%	3.96%	18.94%	7.14%	7.43%	14.38%	3.47%	8.46%	12.29%	7.54%	3.58%	
	Ranking	3	9	1	8	7	2	11	5	4	6	10	

Gambar 7. Part Deployment

Berdasarkan hasil pengolahan data *Part Deployment*, bahwa *critical part* yang diprioritaskan adalah jenis tema program dengan persentase sebesar 18,94%. Hasil dari pengolahan data pada *Part Deployment* juga didasarkan pada kemampuan perusahaan, sehingga *critical part* yang akan diprioritaskan berhubungan dengan keputusan *program director* Radio K-Lite. Oleh karena itu, *critical part* yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan teknis dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9.
Prioritas Pengembangan *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Keterangan
1	Komponen kemasan program	Target belum terpenuhi
2	Jenis tema program	Target belum terpenuhi
3	Jenis aktivitas promosi program	Target belum terpenuhi
4	Frekuensi pelatihan penyiar dalam setahun	Target belum terpenuhi
5	Jenis media komunikasi	Target belum terpenuhi
6	Jumlah narasumber <i>talkshow</i>	Target belum terpenuhi
7	Tahap seleksi narasumber	Target belum terpenuhi
8	Frekuensi aktivitas evaluasi narasumber setelah siaran	Target belum terpenuhi

Kesimpulan

Kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu terdapat 5 prioritas dari 8 karakteristik teknis berdasarkan true customer needs pada QFD iterasi pertama, dan terdapat 8 prioritas dari 11 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 tujuh rekomendasi yang dapat dijadikan referensi oleh pihak K-Lite radio dalam melakukan perbaikan Program 'WeTalk' Radio K-Lite.

BIBLIOGRAFI

- Andrianingrum, Tania Alya, Rohayati, Yati, & Kusmayanti, Ima Normalia. (2022). Perancangan Atribut Kebutuhan Pendengar Pada Program We Talk Radio K-Lite Fm Dengan Menggunakan Integrasi Service Quality Dan Model Kano. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 15202–15211. [Google Scholar](#)
- Ardinata, Rayhand Putra, Rahmat, Hayatul Khairul, Andres, Frans Serano, & Waryono, W. (2022). Kepemimpinan transformasional sebagai solusi pengembangan konsep smart city menuju era society 5.0: sebuah kajian literatur [Transformational leadership as a solution for the development of the smart city concept in the society era: a literature review]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 1(1). [Google Scholar](#)
- Aulia, Siva, Rohayati, Yati, & Kusmayanti, Ima Normalia. (2019). Rancangan Peningkatan Kualitas Layanan Aplikasi Manajemen Pergudangan Inaventory Berbasis True Customer Needs Menggunakan Quality Function Deployment (qfd). *EProceedings of Engineering*, 6(1). [Google Scholar](#)
- Chan, Lai Kow, & Wu, Ming Lu. (2002). Quality function deployment: A literature review. *European Journal of Operational Research*, 143(3), 463–497. [Google Scholar](#)
- Diputra, Muchlis Santri. (2019). *Strategi Komunikasi Radio Star 107, 3 FM Tangerang Dalam Produksi Program Siaran Acara Star In The Morning*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif [Google Scholar](#)
- Emmer, Edmund T., & Stough, Laura M. (2001). Classroom management: A critical part of educational psychology, with implications for teacher education. *Educational Psychologist*, 36(2), 103–112. [Google Scholar](#)
- Fikarina, Miranda. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio UTY FMedari Dan Radio JIZ FM Dalam Menarik Pengiklan Dan Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio UTY FMedari dan Radi JIZ FM dalam Menarik Pendengar dan Pengiklan)*. [Google Scholar](#)
- Hardyanti, Afina, Rohayati, Yati, & Pratami, Devi. (2017). Perancangan Kebutuhan Program Prime Time Sore Pada Radio K-lite Bandung Dengan Menggunakan Integrasi Service Quality Model Dan Model Kano. *EProceedings of Engineering*, 4(2). [Google Scholar](#)
- Jabbar, Malik Abdul, & Rosmalah, Kartini. (2018). Strategi Programming Televisi Swasta dalam Program Tayangan Prime Time. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 9(1), 17–25. [Google Scholar](#)
- Nefori, Kartika Ramadhan Dewi. (2020). *Karakter Lagu dan Segmentasi Pendengar Radio Dalam Program Siaran Pick n Play di Pro 2 FM Rri Surakarta*. Isi Surakarta. [Google Scholar](#)

- Prabowo, Rony, & Zoelangga, Maulana Idris. (2019). Pengembangan Produk Power Charger Portable dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 8(1), 55–62. [Google Scholar](#)
- Putra, Ridho Fadrian, Iqbal, Muhammad, & Wulandari, Sari. (2015). Usulan Peningkatan Kualitas Produk Tas Ransel Tipe Corduro Segundo Pada Esgotado Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment. *EProceedings of Engineering*, 2(2). [Google Scholar](#)
- Rachmawati, Fitriana, Rohayati, Yati, & Pratami, Devi. (2017). Perancangan Perbaikan Program Afternoon Lite K-lite Radio Menggunakan Metode Quality Function Deployment (qfd). *EProceedings of Engineering*, 4(2). [Google Scholar](#)
- Simbolon, Bontor I. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan dari Iklan (Studi Kasus ada Radio Samosir Green 101.5 FM)*. [Google Scholar](#)
- Syarifani, M. Zamakh. (2009). *Tips Anti Komputer Error*. Penerbit Mediakom. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Yusuf Syarif Iqbal , Yati Rohayati , Ima Normalia Kusmayanti (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

