

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Milenials Radio

Milenials radio yang merupakan Radio Streaming yang lahir dari fenomena yang terjadi di tahun 2020. Saat semua kegiatan baik belajar, bekerja, maupun ibadah, semua dilakukan dari rumah. Pembelajaran jarak jauh saat itu memaksa semua masyarakat untuk menggunakan internet jauh lebih sering daripada biasanya. Termasuk siaran dilakukan dari rumah. Fenomena ini yang kemudian membuat Milenials Radio hadir.

Milenials Radio akhirnya hadir meramaikan radio streaming yang sudah mengudara sebelumnya, pada tanggal 18 Agustus 2021 dan memulai siarannya resmi di tanggal 1 November 2021. Pendengar radio streaming dan radio online semakin meningkat. Para virtual announcer yang berada di beberapa daerah di Indonesia, melakukan siaran secara recording.

Virtual Announcer disini adalah sebutan untuk penyiar. Ada juga yang menyebut penyiarinya dengan Radio DJ, Radio Host, Radio personality, Radio Announcer. Panggilan/julukan tersebut adalah sebutan yang merujuk pada penyiar. Penyiar disebut *radio announcer*, karena dia mengumumkan (*to announce*) informasi, misalnya info judul lagu dan penyanyi atau info aktual (berita). Disebut *host* karena dia yang menjadi “tuan rumah” dalam sebuah program atau acara siaran radio. Misalnya pada program acara talkshow, dimana penyiar selaku *host* akan berbincang dengan tamu dengan mengangkat tema tertentu. Disebut *radio personality* karena penyiar merupakan cerminan kepribadian stasiun radio. Penyiar juga terkadang disebut Radio DJ (*Disk Jockey*), karena dia saat bersiaran informasi yang disampaikan akan diselingi dengan lagu-lagu yang telah disiapkan oleh *producer* dan juga memutar lagu-lagu yang diminta oleh pendengar.

Menariknya lagi, Milenials Radio tidak memiliki ruang studio dan juga kantor layaknya sebuah radio konvensional. Para virtual announcer terbilang masih baru di dunia broadcast dan masih berstatus mahasiswa, walaupun ada yang ibu rumah tangga dan berpengalaman menjadi MC. Kendala dari beberapa penyiar adalah kurang dapat membangun *feel* saat bersiaran, dikarenakan hanya dilakukan di tempat masing-masing dengan peralatan rekaman seadanya.

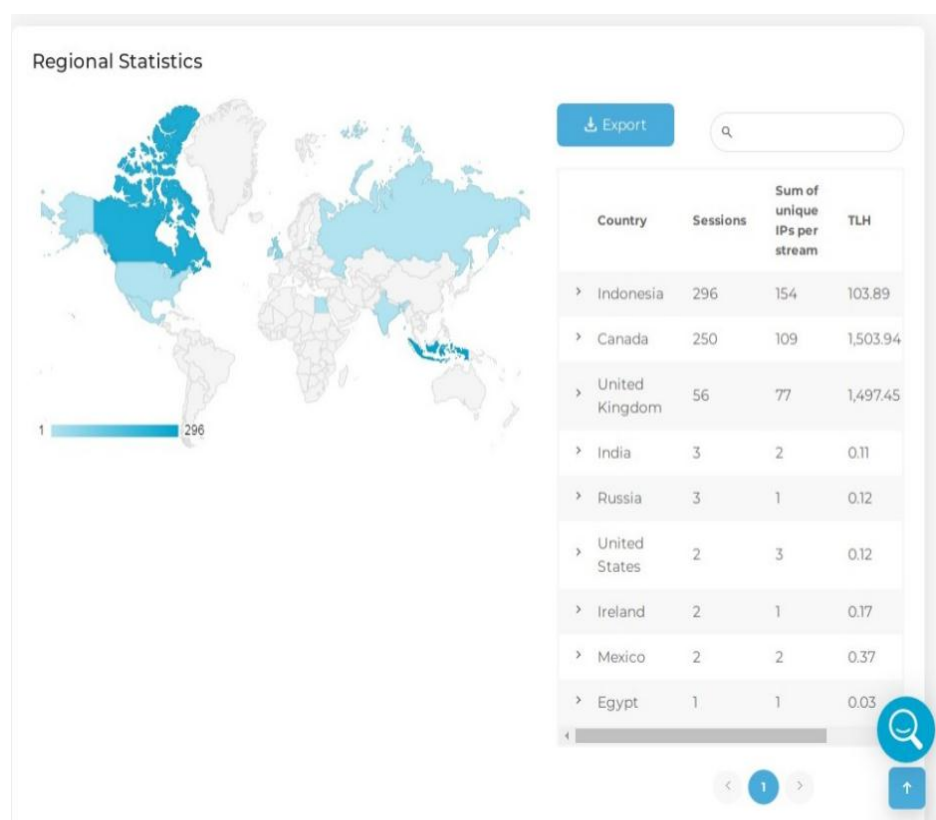
Usia yang terbilang baru, Milenials Radio mulai menapaki *brand positioning* dengan selalu aktif di media sosial untuk memperkenalkan kepada khalayak atas keberadaannya sebagai radio streaming. Seluruh atribut mulai dari logo, tagline radio, *company profile*, link platform untuk mendengarkan streaming juga media sosial semua membantu sekali dalam proses brand positioning Milenials Radio.



Gambar 4.1 Tagline Milenials Radio

Segmentasi anak muda dengan usia 25 hingga 35 tahun sama dengan beberapa radio yang juga mengusung segmen anak muda dengan range usia yang sama juga. Namun, jika radio lain yang segmentasinya anak muda, biasanya tidak memutar lagu-lagu dengan genre musik dangdut, Milenials Radio memutar genre musik dangdut.

Milenials Radio memiliki pendengar bukan hanya dari Indonesia, namun juga hingga ke manca negara.

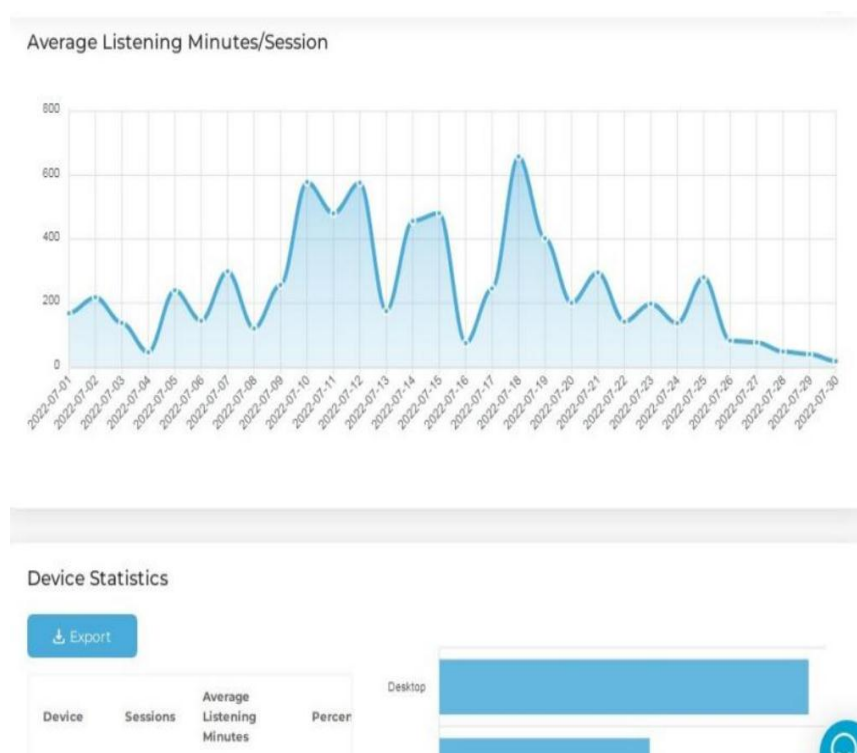


Gambar 5. Lokasi pendengar Milenials radio

Milenials radio yang siarannya dihantarkan dari sebuah kamar tanpa ruang studio yang ada di Tangerang, pendengarnya melewati belahan dunia hingga sampai ke benua eropa

Inilah kenapa radio streaming dikatakan sebagai radio masa depan. Karena, dengan sangat mudah hanya hitungan detik, data-data langsung

terbaca. Tidak pernah terbayangkan radio streaming yang umurnya belum sampai satu tahun ini, didengarkan hingga sampai ke Canada yang memiliki jumlah pendengar 1,5 jutaan, hingga ke United Kingdom yang jumlah pendengar yang mendengarkan Milenials radio 1,4 jutaan. Di Indonesia sendiri pendengarnya tidak lebih dari 300 ribu. Ini menunjukkan bahwa radio streaming dan radio online tidak memiliki batasan jarak dan wilayah.



Gambar 6. Statistik pendengar per menit

Milenials radio tidak memerlukan izin mengadakan penyiaran, karena tidak perlu menggunakan spektrum frekuensi radio yang harus dapat persetujuan dari Pemerintah dan biayanya pun cukup besar. Untuk menggunakan Spektrum radio. Biaya yang dikeluarkan agar siaran dapat diterima kepada para pendengar, cukup dengan membayar jaringan internet. Berbagai platform radio streaming dan radio online yang memberikan ruang untuk pendengar mendengarkan radio kesayangannya.

Platform-platform tersebut ada yang berbayar ada juga yang gratis tanpa dipungut biaya sedikit pun. Platform-platform ini sebagian besar adalah buatan luar negeri. Namun, saat ini platform yang menyediakan radio streaming buatan anak bangsa juga sudah mulai banyak. Namun, sistemnya ada yang gratis ada juga yang berbayar. Milenials radio memilih platform yang tanpa dipungut biaya atau gratis untuk masuk ke platform tersebut.

B. Hasil penelitian

1. Brand positioning Milenials Radio

1.1 Atribut Produk



Gambar 7. Logo Milenials Radio

Gambar di atas merupakan logo Milenials Radio yang didominasi dengan warna biru. Terlihat simple dan sangat sederhana. Namun, berdasarkan penjelasan dari Aziz tentang makna yang terkandung dalam logo dengan dominasi warna biru tersebut,

ternyata adalah perwakilan dari warna ciri khas anak muda. Ada sisi positif yang dibangun dari logo tersebut, dan ini sesuai dengan keterangan Aziz saat wawancara, berikut penjelasannya:

“Warna biru muda yang jadi primary color dari logo, ini menggambarkan semangat muda yang ingin diusung lewat berbagai program yang hadir di Milenials Radio dengan kemasan khas anak muda jaman now. Gradasi warna biru & putih (yang berada di tengah) ini menggambarkan sebagai semangat positif yang siap dibawa Milenials Radio untuk anak muda & seluruh masyarakat yang menikmati siaran kami. (Hasil wawancara 28 Juli 2022)

Atribut lainnya merupakan keunikan yang dimiliki oleh Milenials Radio yang membuatnya berbeda dengan radio lainnya baik radio konvensional dan juga radio streaming. Keunikan dari Milenials Radio terletak pada sistem atau konsep yang diusungnya, yaitu radio anak muda pertama yang memiliki virtual announcer yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Ini terkait dengan penjelasan yang dilakukan saat wawancara dengan informan satu, aziz, berikut hasil kutipan wawancaranya:

“Pertama, Kita merupakan radio pertama di Indonesia yang menggunakan sistem siaran virtual. Sistem ini kami adopsi dari sistem Siaran Dari Rumah yang digelar oleh radio-radio besar, khususnya di Jakarta pada awal pandemi Covid-19 (Maret - Juni 2020). Kedua, Kita merupakan radio anak muda pertama di Indonesia yang memutar lagu dari seluruh genre, termasuk dangdut, & etnik. Hal ini didasarkan pada banyaknya radio anak muda yang kurang, bahkan tidak pernah memutar lagu-lagu dengan genre diatas, padahal jika lagu-lagu tersebut diperdengarkan, bisa saja genre dangdut & etnik akan lebih dikenal masyarakat secara luas. Ketiga, Beragamnya

program & content yang mendukung kreatifitas anak muda. Kami punya banyak sekali program yang gak cuma sekedar muterin lagu aja, tapi juga ada beberapa program yang mengulas karya musik dari genre tertentu, seperti Suara Musik Indie, GO-DUT, Zona Asia, & Milenials Throwback Time. Ditambah, beberapa program lainnya yang direncanakan akan tayang, seperti program apresiasi sastra, dan program yang akan menunjukkan bakat & kreatifitas anak muda. Standar siarannya sebenarnya gak muluk-muluk, sama kayak radio anak muda pada umumnya. Cuma memang untuk beberapa program yang target segmennya adalah menengah ke atas, itu memang perlu disesuaikan kak karakter & pembawaannya si announcer, supaya bisa pas sama target audiencenya” (Hasil wawancara 28 Juli 2022)

1.2 Manfaat Produk

Berbagai program acara di buat untuk memanjakan telinga pendengar. Setiap program ini memiliki pendengar yang berbeda-beda. Seakan Setiap radio memiliki ciri khas dan keunikan sendiri. Jika radio konvensional yang menggunakan spektrum frekuensi untuk mengantarkan gelombang siarannya, gaya siarannya harus disesuaikan dengan regulasi, karena ada batasan-batasan yang boleh atau tidak boleh dalam bersiaran. Para penyiar bersiaran dengan batasan-batasan tersebut. Susah bagi para penyiar untuk dapat lebih berkreasi dengan siaran yang dibawakannya. Apa yang coba di manfaatkan oleh Milenials Radio terhadap kondisi ini. Dimana Milenials radio ingin menampung segala kreatifitas anak muda dengan menjadi wadah bagi mereka berkreasi. Berikut pernyataan Aziz:

“Milenials radio mencoba melepas batasan-batasan tersebut selama masih dalam norma-norma yang berlaku di masyarakat. Artinya Milenials radio memiliki tujuan untuk memberikan kesempatan kepada siapa saja bukan hanya virtual announcer, tapi juga pendengar untuk dapat berekspresi dan menunjukkan kreatifitasnya baik di bidang siaran ataupun bidang lainnya. Milenials Radio ingin menjadi rumah bagi para virtual announcer mengenal tentang dunia broadcast”. (Hasil wawancara 28 Juli 2022)

1.3 Kelompok pengguna

Untuk lebih memfokuskan pangsa pasar, tentunya harus menentukan segmentasi pendengar, baik secara usia, karakteristik juga pekerjaan. Milenials Radio seperti radio anak muda pada umumnya yang memutar lagu-lagu hits. Berikut hasil penjelasan dari informan Aziz mengenai segmentasi pendengarnya Milenials radio:

“Milenials Radio memiliki segmentasi untuk anak muda usia 25-35 tahun. Kebanyakan dari pendengarnya merupakan mahasiswa dan pekerja. Sesuai dengan segmennya yang anak muda, lagu-lagu yang disajikan juga lagu yang hits disesuaikan dengan keinginan pasar. Begitu juga dengan info-info yang disajikan, digambarkan sesuai kebutuhan anak muda jaman now”. (Hasil wawancara 28 Juli 2022)

1.4 Pesaing

Tidak bisa dipungkiri, dengan banyaknya radio yang hadir baik radio konvensional yang dipancarluaskan melalui spektrum frekuensi, dan juga radio streaming yang membutuhkan internet untuk memancarluaskan siarannya,

persaingan itu pasti ada. Apalagi radio dengan segmentasi anak muda juga tidak sedikit, namun punya keunikan masing-masing. Radio yang menjadi pesaing Milenials radio, ada Trax Radio, sudah punya nama besar dan sekarang sudah full di streaming. Ini juga yang dikatakan oleh informan Aziz tentang pesaing Milenials. Berikut penjelasannya:

“Radio dengan segmen anak muda banyak sekali, hanya setiap radio memiliki kekhasan masing-masing. Namun, pesaing terdekat untuk Milenials Radio ada Trax FM dimana sebelumnya hanya menggunakan spektrum frekuensi, namun sekarang sudah full menjadi Radio Streaming. Berikutnya Dreamers Radio, radio streaming yang memiliki komunitas KPop ini merupakan radio streaming yang menarik perhatian para komunitas, terutama komunitas KPop karena saat ini KPop mash merajai dunia. Selanjutnya ada Radio Kesehatan, kenapa menjadi pesaing, karena radio ini full streaming dan memiliki keunikan tersendiri dengan hanya menginformasika tentang kesehatan dan tetap diselingi lagu-lagu untuk segmentasi anak muda”.
(Hasil wawancara 28 Juli 2022)

1.5 Kategori Produk

Milenials Radio menghadirkan program acara-program acara, yang telah disusun sedemikian rupa yang menyesuaikan keinginan pasar. Dan seperti misinya untuk menjadi wadah kreatifitas anak muda, sehingga program-program acara yang disiapkan dengan lebih mengerucut disesuaikan dengan keinginan anak muda. Contoh program acara yang dikhususkan untuk para pecinta sastra, anak muda yang suka dengan lagu dangdut ada Go Dut, ada juga pendengar yang ingin ada teman untuk curhat deprogram

ruang cerita. Ini sesuai dengan penjelasan informan aziz dengan banyak program di Milenials Radio:

“Siaran pagi kami siapkan untuk membuat semangat pendengar dengan lagu & topik siaran yang menarik, Senin - Jumat jam 06.00 - 09.00 WIB / 07.00 - 10.00 WITA / 08.00 - 11.00 WIT, di Afternoon Show ada Siaran sore yang bikin pendengar lebih chill. Senin - Jumat jam 15.00 - 18.00 WIB / 16.00 - 19.00 WITA / 17.00 - 20.00 WIT. Terus, ada RLANG (Request Siang Ala Kamu), ini tempatnya request lagu semaunya, sepuasnya, dan sebanyak-banyaknya. Senin - Jumat jam 09.00 - 12.00 WIB / 10.00 - 13.00 WITA / 11.00 - 14.00 WIT. Ada juga Ruang Cerita, tempatnya kamu curhat tentang masalah di hidup kamu sepuasnya, Senin - Jumat jam 19.00 - 22.00 WIB / 20.00 - 23.00 WITA / 21.00 - 00.00 WIT. Di weekend ada Weekend Zone, gudangnya info & lagu menarik yang siap nemenin weekend kamu. Ada dua sesi, Sesi pertama jam 06.00 - 09.00 WIB / 07.00 - 10.00 WITA / 08.00 - 11.00 WIT, Sesi kedua jam 19.00 - 22.00 WIB / 20.00 - 23.00 WITA / 21.00 - 00.00 WIT. Dilanjut Zona Asia, tempatnya info & lagu-lagu asia dimainkan disini, Sabtu jam 09.00 - 11.00 WIB / 10.00 - 12.00 WITA / 11.00 - 13.00 WIT. Terus, Books Corner ini program baru yang membahas & mengulas segala macam jenis buku yang menarik perhatian, Sabtu jam 11.00 - 13.00 WIB / 12.00 - 14.00 WITA / 13.00 - 15.00 WIT. Selanjutnya, MP3 Best Songs, chart mingguan ala Milenials Radio sekaligus program chart pertama di Indonesia yang menggabungkan lagu dari all genre dari Indonesia, Barat, & Asia yang berkumpul disini, Sabtu jam 13.00 - 17.00 WIB / 14.00 - 18.00 WITA / 15.00 - 19.00 WIT dan di hari minggu jam 15.00 - 19.00 WIB / 16.00 - 20.00 WITA / 17.00 - 21.00 WIT. Nah, yang suka sastra, kami punya Zona Sastra, satu-satunya ajang apresiasi sastra lewat radio, Sabtu jam 17.00 - 19.00 WIB / 18.00 - 20.00 WITA / 19.00 - 21.00 WIT. Di Milenials Radio banyak grup band indie yang mengirimkan lagu-lagu mereka untuk diputar di Mileanials Radi, jadi kami buat

program Suara Musik Indie, tempatnya lagu-lagu & info indie + pop culture hari minggu jam 09.00 - 11.00 WIB / 10.00 - 12.00 WITA / 11.00 - 13.00 WIT. Terus, GO-DUT, ini tempatnya goyang dangdut dengan lagu dangdut era jaman dulu hingga sekarang, setiap minggu jam 11.00 - 13.00 WIB / 12.00 - 14.00 WITA / 13.00 - 15.00 WIT Dan Milenials Throwback Time, gudangnya lagu-lagu nostalgia dari era 80an, 90an, 2000-2010, plus nostalgia dengan berbagai kenangan masa lalu, Minggu jam 13.00 - 15.00 WIB / 14.00 - 16.00 WITA / 15.00 - 17.00 WIT". (Hasil wawancara 28 Juli 2022)

1.6 Harga

Harga yang ditawarkan ini berhubungan dengan rate iklan. Iklan di radio bentuknya bisa Adlibs, Spot Iklan, Barter Promo, Talkshow, dll. Hanya di Milenials Radio saat ini belum ada iklan yang masuk, karena marketing belum jalan. Informan Aziz menjelaskan secara gamblang kondisi tersebut seperti kutipan di bawah ini:

"Sebetulnya ada kak, hanya sampai saat ini Milenials belum ada iklan yang masuk. Hanya barter promo. Ini pun tidak menghasilkan uang, hanya branding kita naik di ya fans-fans penyanyi-penyanyi yang kita promokan lagunya. Makanya saat ini gw lagi mengusahakan untuk unit usaha yang dapat memback up Milenials Radio". (Hasil wawancara 28 Juli 2022)

2. Personal Branding virtual announcer berbasis brand positioning Milenials Radio

2.1 Spesialisasi

Setiap Radio ketika membuka lowongan kerja baik penyiar, produksi, operator dan bagian lainnya, akan memberikan pengenalan dan pelatihan sesuai bidang kerjanya. Begitu juga Milenials Radio. Namun, karena terbatasnya ruang untuk dapat bertemu secara

langsung, karena posisi virtual announcer yang tersebar di beberapa kota di Indonesia.

Pengenalan dan pelatihan yang dilakukan Milenials Radio, dilakukan secara virtual dengan menggunakan *meeting conferance*. Ini semua untuk meningkatkan kemampuan para virtual announcer. Pendengar akan mengingat virtual announcer yang memiliki spesialisasi tersendiri. Berbagai cara dilakukan untuk menarik pendengar di radio streaming itu memang tidak mudah, ini sesuai dengan yang di ungkapkan oleh informan yang merupakan virtual announcer Milenials radio. Berikut penjelasan mereka:

“Menurut Juan Rafael M. Jano Otemusu atau yang biasa disapa Jojo, ada kesusahan untuk menarik pendengar. Makanya dimulai dari teman dekat dulu. Ngajak mereka buat dengerin plus ngasih bonusnya request lagu apa aja buat mereka”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, spesialisasi itu adalah pengkhususan atau orang yang mendalami suatu pekerjaan atau suatu hal. Jadi memang dia yang mengerti knowledgenya dia memang disitu, jadi dia orang yang benar-benar paham betul akan pekerjaannya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Aziz, Kalo di dalam bidang spesialisasi itu kayak semacam kelebihan tertentu yang bikin kita berbeda sama radio/individu lainnya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Spesialisasi yang dimunculkan oleh para virtual announcer menjadi sesuatu yang membentuk kesan di benak pendengar. Untuk menemukan spesialisasi itu, para virtual announcer, mencoba memahami arti dari spesialisasi tersebut dan juga cara mempertahankan spesialisasi yang sesuai pemahaman mereka. Dan berikut hasil wawancara dengan para informan dari virtual announcer

tersebut:

“Menurut Jojo, spesiesialisasi itu sesuatu yang udah kita kuasai. Spesialisasi saya public speaking aja sih kak dan untuk empertahankannya ya, terus asah aja. Contohnya ikut kelas, atau lebih banyak dengar”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, spesialisasi adalah kemampuan khusus yang akan menarik khalayak dan akan membuat kita dipandang ahli dalam sebuah bidang Dan spesialisasinya aku tuh selalu ngasih quotes saat opening dan closing. kalo siaran juga nurul tuh pasti buat pantun di opening. Dan saat ini lagi berusaha kak, ya dengan memperluas relasi atau jaringan dan nurul berusaha untuk tetap mengembangkan kepercayaan diri di bidang broadcast.” (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, spesialisasi itu adalah orang yang mengerti akan pekerjaan atau sesuatu hal. Untuk mempertahankannya dengan terus belajar, terus mendalami”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Aziz, bisa saja mempertahankan spesialisasi tersebut, selama kita berpegang teguh pada komitmen untuk tidak meninggalkan spesialisasi"tersebut”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

2.2 Kepemimpinan

Seorang virtual announcer di Milenials Radio harus dapat melakukan segala sesuatu sendiri. Baik sebagai script writer, editor, juga produksi. Makanya dengan ketrampilan ini virtual announcer harus dapat memiliki sisi kepemimpinan untuk dapat memanajemen waktu dengan baik. Berdasarkan hal tersebut di atas, para informan

menggambarkan kepemimpinan itu dengan wujud berupa tanggung jawab, dapat mengatasi segala permasalahan dan dapat di percaya.

Berikut penjelsan para informan:

“Menurut Aziz, Seorang pemimpin menurutku bisa dikatakan memiliki kredibilitas jika dia bisa mengarahkan para anggotanya untuk bisa memberikan performa yang baik demi kemajuan suatu organisasi”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul sih, kepemimpinan itu diibaratkan pribadi yang baik, tanggap dan bijaksana”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Kalo menurut Gina, kepemimpinan lebih dekat dengan tanggung jawab. Karena, seorang pemimpin harus bertanggungjawab atas segala tindak tanduknya, bertanggungjawab atas perkembangan bawahannya dan harus dapat dipercaya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo ya kak, kepemimpinan itu mampu mengatasi segala hal dengan cermat dan tepat”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Kredibilitas yang ditunjukkan oleh jiwa kepemimpinan ini berasal dari kekonsistennya dalam mengambil keputusan, adil juga dapat dipercaya. seperti apa yang diungkapkan para informan, berikut ini penjelasannya:

“Menurut Jojo, kredibilitas seorang yang berkepemimpinan harus konsisten dengan setiap keputusan yang sudah diambil.” (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, yang memiliki kualitas dan kuantitas diri yg baik, bisa membuat orang2 percaya, dan memiliki integritas”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, kredibilitas itu ditunjukkan pada tanggung jawabnya terhadap anggotanya. Susah senangnya itu dia tetap duduk Bersama. Seorang pemimpin juga harus adil”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

2.3 Kepribadian

Siaran didengar oleh pendengar dan membuat pendengar senang, kemudian tanpa disadari pendengar mengikuti apa yang diinginkan penyiar, proses ini sudah biasa dalam komunikasi satu arah. Namun, terkadang kepribadian virtual announcer saat bersiaran bukan tampilan dirinya secara nyata. Walau di benak pendengar virtual announcer ini memiliki kepribadian yang sempurna, padahal di luar itu bisa saja dia berbeda. Ada diantara informan yang tanpa dia sadari, cara bersiarannya bisa terbawa pada kehidupan sesungguhnya. Namun, para informan menjelaskan maksud kepribadian yang lebih kepada karakteristik individu yang ditampilkan. Seperti penjelasan para informan. Berikut penjelasan mereka:

“Menurut Aziz, Sempurna itu ketika seluruh program kerja (khususnya program siaran harian) tak hanya dapat berlangsung secara baik saja, namun juga dapat terus berjalan secara kontinyu”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, kepribadian yang tidak dibuat-buat”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, kepribadian yang apa adanya artinya orang tersebut menampilkan pribadi yang jujur, sesuai dengan karakternya dia”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, kepribadian yang apa adanya itu lebih kepada karakteristik seseorang yang sesuai dengan apa yang dia mau, bukan atas dasar yang penting mereka senang”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Juli 2022)

Dan sempurna merupakan salah satu kepribadian yang sering dimunculkan di benak para pendengar untuk para virtual announcernya. Namun, bagi para informan, sempurna merupakan sebuah kepuasan ketika apa yang diinginkan terwujud. Seperti inilah penjelasan para informan:

“Menurut Gina, secara harfiah sempurna itu tanpa cacat sedikit pun, benar-benar bagus. Tapi seperti yang kita ketahui, tidak ada yang sempurna di dunia ini, yang sempurna hanya Allah SWT”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, Saat kita merasa puas saat melakukan Sesuatu”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, sempurna adalah ketika semua hal yang diinginkan dalam hidup terwujud”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

2.4 Perbedaan

Berbeda dari yang lain ini salah satu ketrampilan yang bisa digali oleh para virtual announcer. Perbedaan membawa seseorang menjadi lebih dapat berekspresi, berbeda itu dapat membawa ke hal positif untuk lebih maju lagi, namun juga dapat membawa hal negatif. Ini juga yang di jelaskan oleh para informan :

“Menurut Aziz, Tentunya dalam siaran, yang terpenting adalah kita harus bisa menjadi diri kita sendiri. Jangan pernah menjadi orang lain, meski mungkin saya pernah beberapa kali menggunakan intonasi ala orang lain, tapi kalo untuk pembawaan, tetap menggunakan pembawaan diri sendiri”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, Beda itu wajar. Tidak ada orang yang mau disamakan dengan yang lainnya. Artinya ketika berbeda itu dapat memicu kita untuk jadi lebih baik, kenapa tidak.”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, Perbedaan itu gak ada salahnya, malah dengan berbeda, saya dapat lebih bisa berekspresi”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, perbedaan itu dapat mengarah pada positif dan negatif. Selama masih dalam batas wajar gak ada salahnya berbeda”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Style atau gaya juga menjadi sesuatu yang di tumbuhkan secara unik di benak para pendengar yang dilakukan oleh virtual announcer. Style informan yang bercandaan, yang suka ngomong nyablak, tapi ada juga yang masih bingung dengan style atau gaya siarannya selama ini seperti apa. Berikut pemaparan para informan:

“Menurut Aziz, saya gak pernah mencoba menjadi orang lain, meskipun pernah beberapa kali mencoba menggunakan intonasi ala orang lain (yang merupakan idola saya di bidang radio broadcasting)”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, untuk style atau gaya siaran, biasanya aku tuh suka garing kalau ngelempar candaan ke listeners. Ini salah satu gaya siaranku kak. Jadi pendengar bisa terhibur gitulah”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, style gw itu kata orang, gw orang yang ngomongnya nyablak dan seru. Nah, ini dibawa nih saat gw siaran kadang-kadang ya. Mungkin ini bisa jadi style gw ya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, sampe sekarang belum tau nih kak, style aku kayak gimana. Bingung”.

2.5 Konsistensi

Siaran yang dilakukan terus menerus akan meningkatkan skill atau kemampuan dalam *public speaking*. Konsistensi ini juga yang akhirnya membuahkan hasil. Konsistensi yang didapat harus terus banyak berlatih, jangan menyerah, tetap bersyukur dengan apa yang telah di dapat dan masa lalu itu bisa dijadikan pejaran untuk melangkah lebih baik lagi. Dan berikut penjelasan dari para informan mengenai hal tersebut:

“Menurut Aziz, Tentunya untuk mendapatkan ini, perlu dukungan dari semua pihak. Karena Milenials Radio mengudara dari rumah, maka dukungan ini tidak bisa hanya datang dari pihak ekstern (seperti music publisher atau para pengiklan), tapi dukungan keluarga juga menjadi salah satu yang bisa mendukung untuk bisa konsisten. Tapi yang lebih penting, bagaimana dorongan dari diri sendiri itu lebih penting, karena menurutku, konsisten dalam memberi yang terbaik dimulai dari diri sendiri. Jika diri ini konsisten dengan apa yang hendak dicapai, maka bukan gak mungkin kalo apa yang diinginkan akan tercapai”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, terus mengembangkan diri, terus berlatih, terus belajar, terus mengeksplora diri, jangan pernah menyerah, jangan pernah menyerah, karena mempertahankan lebih susah”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, tetap belajar, tetap bersyukur kalau yg sudah didapatkan itu harus dipertahankan”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, kita perlu ingat bagaimana kita berusaha mendapatkan 'hal' itu”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Dunia kerja penuh dengan peluang juga intrik dan persaingan. Namun untuk yang ingin melangkah maju, segala peluang yang ada di depan mata akan coba di ambil, karena dapat menambah pengalaman. Hal ini juga dijelaskan oleh para informan tentang peluang. Berikut penjelasan para informan:

“Menurut Aziz, dari pengalaman yang sudah kita alami, banyak kesempatan yang hadir, tapi berujung semu kak. Jadi, ketika ada kesempatan, aku ingin pilih pilih lagi, mana kesempatan yang real. Intinya, yang real aku ambil, yang fake aku tolak kak”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, ya pasti saya akan coba”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, pasti. Karena saya akan menjual diri bahwa gw adalah MC professional, yang jelas kalo pakai gw gak bakal kecewa”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, o jelas harus diambil. Ini untuk nambah pengalaman”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Kesempatan yang diambil juga dapat digunakan untuk memarketingkan diri. Namun, saat ini medsos dapat dijadikan media untuk memarketingkan diri, seperti yang dijelaskan informan:

“Menurut Aziz, media sosial jadi salah satu cara untuk memarketingkan diri kita. Konsisten posting itu sangat membantu”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, sekarang ini banyak medsos yang bisa kita gunakan untuk update tentang segala kegiatan kita. Orang-orang jadi tahu. Di acara-acara yang gw datangi, gw inform bahwa gw ini MC. Ibarat kata gw memamerkan diri gw untuk mendapatkan sesuatu yang baik buat diri

gw sendiri”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, tetap menjadi diri sendiri dengan memiliki kepribadian yg baik, jujur, berkomunikasi dgn semua orang, mengupdate kegiatan di sosial media, ini salah satu cara saya memarketingkan diri saya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, aku ga tau sih, tapi aku biasanya post apa yang aku punya (potensi) ke medsos. Tujuannya untuk itu, branding”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

2.6 Kesatuan

Menjalin virtual announcer dari berbagai daerah untuk dapat disatukan dalam Milenials Radio bukan kerja ringan. Banyak kepala artinya banyak juga ide-ide dan kemauan yang keluar. Perilaku pun terlihat samar, karena kondisi virtual announcer tidak disatu tempat yang sama. **Namun, mereka menganggap Milenials Radio sebagai rumah untuk berkreasi, sebagai tempat belajar, dan tempatnya anak muda kreatif. Inilah yang diungkapkan para informan, dan berikut kutipan wawancara kepada para informan:**

“Menurut Aziz, Milenials itu tempat untuk anak muda berkreasi”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, Milenials itu wadah atau rumah untuk dapat berkreasi”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, Milenials buat aku, adalah rumah dan tempat aku belajar. Dan tempat aku menemukan banyak hal baru yang bisa meningkatkan kualitas public speaking yang aku punya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, Milenials Radio itu Radio anak

muda kreatif". (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Menumbuhkan rasa memiliki Milenials Radio dengan menganggap Milenialas Radio sebagai rumah kedua yang harus di urus, dirawat dengan baik, juga menganggap sebagai tempat menimba ilmu. Berikut penjelasan para informan mengenai hal tersebut:

"Menurut Aziz, Milenials mencoba mewadahi kreatifitas anak-anak muda yang selama ini terpendam dan gak tau mau disalurkan dimana". (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

"Menurut Gina, Ini sih lebih kepada apa yang kita kerjakan. Kalau kita merasa Milenials radio itu adalah rumah kedua, artinya kita harus mengurusnya dengan baik, harus dirawat dengan baik, agar terlihat nyaman". (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

"Menurut Jojo, seperti yang aku ungkapkan sebelumnya kak, Milenials Radio itu tempat aku belajar, jadi aku akan datang terus untuk menimba ilmu". (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

"Menurut Nurul, Karena Milenials tempat aku berkreasi, jadi aku sudah punya tempat atau wadah untuk berkresi, artinya milenials radio tuh punya aku lho". (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

2.7 Keteguhan

Butuh waktu untuk dapat berkembang bersama. Namun, ada hal yang membuat Milenials Radio harus beberapa kali mengistirahatkan siarannya. kondisi ini juga, ada beberapa virtual announcer yang mengundurkan diri, namun ada juga yang tetap tinggal untuk melangkah kembali bersama Milenials Radio. Para informan mencoba untuk tetap berkembang Bersama dengan tetap terus berkarya, berusaha terus untuk menggali potensi diri, juga tetap semangat untuk bersiaran. Penjelasan ini terungkap pada hasil wawancara di bawah ini, dengan para informan.

“Menurut Aziz, Memang masa istirahat itu menjadi pembelajaran berat sebetulnya, tapi itu harus dihadapi agar begitu selesai istirahat teman-teman bisa jauh lebih semangat lagi untuk tetap bisa berkembang lagi di Milenials Radio”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, mencoba untuk tetap berkarya, terus tetap menggali potensi diri aja, berharap nanti Milenials radio kembali dari istirahatnya dan berkembang bersama”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, saya akan tetap memperkenalkan Milenials Radio dan tetap terus berusaha menjadi pribadi yang terus menggali potensi diri”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, untuk bisa terus berkembang itu kita harus tetap belajar dan jangan cepat puas sama yang didapat sekarang. Dan yg kita capai saat ini tetap syukuri tapi tetap harus diasah lagi kemampuannya. dan itu diantara para vanya sendiri tetap semangat siaran yaa, (reminder utk nurul juga wkwk), tetap berikan yg terbaik. Ada strategi branding biar makin dikenal oang, nah kita tuh buat podcast yang bener2 aktif gitu kak di spotify”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Optimis dalam membangun konsep diri dengan berbagai cara seperti, mengetahui segala batasan mana yang bisa dan tidak bisa dilakukan, mengetahui tujuan hidup. Berikut penjelasan dari para informan:

“Menurut Aziz, klo menurut aku sih yang penting membangun rasa optimis adalah selalu percaya akan kemampuan sendiri dan selalu yakin kalau kita bisa bikin Bahagia orang lain dengan kemampuan yang kita bisa lakukan”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, konsep diri, sampai sekarang

gw masih terus berusaha memastikan bahwa gw batasan yang bisa gw lakukan dan batasan yang tidak bisa gw lakukan. Tapi gw gak mau Batasan yang tidak bisa gw lakukan membuat gw jadi gak optimis ya. Makanya gw berusaha untuk menerima segala batasan yang ada”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, Ini lebih pada pandangan orang lain ke saya aja ya kak, soalnya selama status penyiar itu disandang, teman-teman memandang saya jauh lebih positif ketimbang dulu. Jadi inilah pembuktian diri”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, Konsep diri dibangun dari dalam diri sendiri. Kita harus punya tujuan dalam hidup, jadi lebih optimis dalam menatap masa depan”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

2.8 Nama baik

Nama baik bukan hanya menyangkut Milenials radio, tapi juga menyangkut para virtual announcer. Hasil *recording* yang jelek ini juga akan membuat nama baik keduanya juga jelek. Kesulitan dalam melakukan *recording* siaran di rasakan oleh para virtual announcer. Mulai dari situasi yang tidak kondusif untuk melakukan recording siaran, dan kurang dapat feel siaran Ketika recording siaran. Berikut penjelasan dari wawancara bersama informan:

“Menurut Aziz, konsep nama baik adalah bagaimana citra diri kita dapat terjaga dengan baikdimata orang lain. Dengan kata lain, nama baik sendiri bisa dikonseptkan sebagai branding diri terhadap orang lain”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, lumayan ada sih kak. Sebetulnya semua mensupport aku. Hanya kalo aku lagi mau record nih, om aku sering jailin kayak sengaja ribut gitu atau semacamnya”. (Hasil wawancara

23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, Emm buat bahan siaran banyak, harus ada 12 bahan kan tiap minggu itu sii. Trus sama media utk akses milenials siiii”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gina, emang sih untuk feel itu kurang dapat. karenakan enakan tek token langsung ya. Pada saat siaran orang dengerin, pendengar bisa langsung request lagu dan bisa langsung ngobrol sama penyiarnya. Tapi ya karena memang konsepnya harus recording ya mau tidak mau dikerjakan secara recording”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

Jaringan diperlukan sebagai koneksi yang nantinya cepat atau lambat dapat membantu kita di dalam pekerjaan atau apapun itu. Dan jaringan dapat dimanfaatkan agar dapat melakukan perubahan-perubahan demi kemajuan diri. Berikut penjelasan dari para informan tentang jaringan tersebut:

“Menurut Aziz, Jaringan sendiri diartikan sebagai network/relasi. Relasi disini bisa berarti macam-macam. Relasi di bidang yang sama, di lingkungan yang sama atau relasi dibidang yang sama”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Jojo, jaringan pastinya perlu kak. Ya siapa tahu kita bisa dibantu nantinya dalam masalah pekerjaan ya”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Nurul, Jaringan adalah koneksi atau hubungan antara 2 orang atau lebih yang dapat diidentifikasi sebagai pertukaran informasi yang dialami seseorang dalam sistem sosialnya. Dengan gabung di Milenials Radio artinya saya lagi membuat jaringan nih. Sharing ilmu di sini” (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

“Menurut Gita, jaringan adalah salah satu cara atau jalan dimana kita bisa memanfaatkan jaringan ini untuk jauh lebih maju dan berkembang. Dan sangat penting untuk memperbanyak jaringan, karena akan ada perubahan untuk perkembangan gw”. (Hasil wawancara 23 Juli 2022)

C. Pembahasan

1. Brand Positioning

Milenials Radio yang membawa *brand positioning* sebagai radio streaming dengan segala unsur-unsur yang di ungkapkan dalam teori Kosteljik & Alsem (2020), dimana *brand positioning* dari Milenials Radio sebagai radio streaming sangat kuat. Dilihat dari unsur atribut, triangulator Oland fatah menjelaskan bahwa, Radio streaming memiliki *brand positioning* yang kuat. Karena, radio streaming dapat dengan mudah melihat berapa jumlah pendengar, berapa jumlah *like* dan juga yang memonitor radio tersebut jumlahnya langsung terlihat. Ini menjadi sumber kekuatan untuk dapat menjual ke klien.

Jika dilihat dari sudut pandang unsur manfaat produk dari teori Kosteljik & Alsem (2020), sebuah radio yang hanya komunikasi satu arah seperti model komunikasi Laswell, membuat radio streaming hampir tidak dapat dikenali keberadaannya oleh pendengar. Jarang sekali ada radio streaming yang dikenali oleh pendengarnya. Tidak seperti radio konvensional yang selalu membranding program acaranya, gelombang frekuensinya di bis-bis, di gerbong kereta api, dan lain sebagainya. Radio streaming akhirnya harus memutar otak untuk dapat menginformasikan ke pendengar dan publik tentang keberadaannya yang juga dapat dinikmati oleh pendengar dan khalayak ramai melalui platform-platform radio.

Berbagai cara dilakukan radio streaming, bukan hanya sekedar siaran On Air, juga event Off Air, menjalin hubungan baik dan ikut mendukung komunitas menjadi salah satu cara untuk membuktikan keberadaan radio streaming tersebut. Unsur manfaat produk dan kelompok

pengguna dari teori Kosteljik & Alsam (2020), sesuai dengan penjelasan tersebut, yang juga di jelaskan oleh triangulator Hendra, bahwasanya agar publik tahu keberadaan Milenials Radio, maka jangan hanya On Air, tapi juga aktif buat event Off Air, dengan begitu, publik yang awalnya akan bertanya-tanya, kemudian akan mencari tahu lebih dalam lagi. Selanjutnya jalin kerjasama dengan komunitas, karena biasanya anggota atau member dari suatu komunitas sangat *cooperatif* bila diajak kerjasama. Terutama event off air.

Begitu banyak radio streaming yang hadir meramaikan dunia broadcast, menambah banyak pesaing. Seperti ungkapan Kosteljik & Alsam (2020), unsur *brand positioning* berikutnya adalah pesaing. Artinya untuk dapat mempertahankan agar radio streaming tetap dapat hidup, maka menurut penjelasan Triangulator Oland Fatah yang juga seorang Station Manager dari Radio RDI, bahwa radio butuh biaya untuk melakukan operasionalnya, maka, buat company profile yang professional dengan di buat sedemikian rupa hingga terlihat menarik dan klien pun tertarik. Kemudian yang paling penting berikutnya adalah bentuk tim Marketing yang akan menjual radio tersebut ke klien-klien.

Kategori produk sebagai unsur *brand positioning* berikutnya yang diungkapkan Kosteljik & Alsam (2020), dapat dijelaskan pada program siaran yang ada di radio tersebut. Banyak jenis program siaran yang dibuat, semata-mata untuk memanjakan pendengar dalam menemaninya di segala aktivitas. Namun, bukan hanya sekedar program siaran saja, tapi juga bagaimana penyiar menyampaikan dan menyajikan program siaran tersebut dengan baik. Seperti yang dijelaskan juga oleh triangulator Oland fatah, dalam menggarap radio streaming perlu adanya keseriusan. Jika radio streaming memiliki website, websitenya harus terlihat menarik, karena setiap pendengar bukan hanya mendengarkan musik, namun juga mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan pendengar dan selalu ada yang baru.

Jika menggunakan aplikasi, pendengar juga tetap mendapatkan informasi yang pendengar butuhkan, baik berupa audio, gambar juga video. Garap juga program siaran yang bukan sekedar program, tapi juga ada sesuatu yang dapat menemani pendengar. Sesuai dengan fungsi radio yang dapat menemani pendengar tanpa harus diam tidak melakukan kegiatan apapun. Tentunya juga bukan hanya program acara, namun juga cara penyiar dalam menyampaikan siarannya yang menarik pendengar dan betah untuk tidak mendengarkan radio lainnya. Atau dari sound efek yang digunakan radio tersebut. Lagu-lagu yang dipilih juga disesuaikan dengan segmentasi yang sudah ditetapkan. Tentunya yang juga dicari atau diinginkan pendengar.

Radio internet secara signifikan menarik perhatian media dan investor pada akhir 1990-an. Kemudian pada Februari 2007, berdasarkan survei 3.000 orang Amerika yang dikeluarkan oleh Bridge Ratings & Research menemukan bahwa sebesar 19 persen dari konsumen AS yang berumur 12 tahun keatas mendengarkan stasiun radio online yang berbasis web. Dengan kata lain, ada sekitar 57 juta pendengar mingguan program radio internet. Ini menunjukkan bahwa saat ini banyak pendengar yang mendengarkan radio online/streaming karena tidak perlu perangkat yang besar, cukup dengan handphone, gunakan aplikasinya, lalu kita bisa menikmati penyiar membawakan program acara yang menarik diiringi lagu-lagu yang dapat menambah imun kebahagiaan.

Bagaimanapun saat ini banyak radio streaming yang tutup karena permasalahan internal. Baik masalah biaya, ataupun manajemen yang tidak solid dalam menjalankan manajemen radio. Ada harga yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah radio. Harga merupakan unsur brand positioning terakhir yang diungkapkan Kosteljik & Alsem (2020). Unsur ini dapat menjelaskan tentang biaya iklan, dan biaya operasional. Ada banyak piranti lunak atau software yang dapat digunakan untuk membuat radio. Dan ini ada yang free atau gratis namun dengan Batasan-batasan,

ada juga yang mengharuskan untuk membayarnya secara berkala (perbulan atau pertahun).

Triangulator Hendra menjelaskan bahwa, era informasi teknologi saat ini ada banyak peranti lunak untuk membuat radio streaming melalui internet. Peranti ini dapat membantu pengguna untuk memancarkan informasi/konten dari stasiun radio pengguna atau dari komputer pengguna. Ada Andromeda webcasts, iRadeo, Mercora IMRadio, Pirate Radio, SAM Broadcaster Profesional, dan masih banyak lagi piranti lunak yang dapat dimanfaatkan. Tentunya jika ingin serius dalam menggarap sebuah radio streaming, biaya awal untuk membeli atau mendownload *software* ini sangat penting.

2. *Personal Branding*

Virtual Announcer disini adalah sebutan untuk penyiar. Ada juga yang menyebut penyiarinya dengan Radio DJ, Radio Host, Radio personality, Radio Announcer. Panggilan/julukan tersebut adalah sebutan yang merujuk pada penyiar. Penyiar disebut *radio announcer*, karena dia mengumumkan (*to announce*) informasi, misalnya info judul lagu dan penyanyi atau info aktual. Disebut *host* karena dia yang menjadi “tuan rumah” dalam sebuah program atau acara siaran radio. Disebut *radio personality* karena penyiar merupakan cerminan kepribadian stasiun radio. Penyiar juga terkadang disebut Radio DJ (*Disk Jockey*), karena dia saat bersiaran informasi yang disampaikan akan diselingi dengan lagu-lagu yang telah disiapkan oleh *producer* dan juga memutar lagu-lagu yang diminta oleh pendengar.

Sesuai dengan teori dari Peter Montoya (dalam Soetomo, 2013), personal branding dibangun dari ciri khas si penyiar, mampu memosisikan sebagai pemimpin, memiliki kepribadian yang baik, berbeda dengan yang lain, konsisten dalam mempromosikan dirinya, perlu adanya keteguhan untuk membuktikan perkembangannya, dan bangun nama baik. Unsur-unsur ini akan membuktikan bahwa seseorang memiliki *personal branding*

yang cakap. Seperti yang diungkapkan triangulator Oland fatah, saat ini sangat mudah membangun personal branding. Karena sarana amat sangat banyak. Mulailah aktif di sosial media. Cobalah untuk menambah follower dengan membuat konten siaran, orang akan tahu bagaimana penyiar itu bersiaran, bagaimana cara dia menyampaikan informasi, dan bagaimana situasi ruang siaran. Dengan memperbanyak konten siaran begini, penyiar tersebut bukan hanya dibayar oleh radio, namun dia bisa jadi *endorsen product*, malah bisa juga menjadi *brand ambassador* radionya.

Memanfaatkan sosial media dapat membangun *personal branding* dan juga dapat me-marketingkan diri. Ini juga yang diungkapkan Montoya (dalam Soetomo, 2013) dalam unsur *personal branding* yaitu konsisten. Sejalan dengan Montoya, triangulator Arif juga menjelaskan untuk dapat memanfaatkan media sosial. Dengan aktif buat konten, aktif buat topik obrolan, aktif berdiskusi dengan teman-teman di sosial media. Dan ini dilakukan dengan konsisten, karena membangun *personal branding* bukan hanya sehari dua hari, namun perlu konsistensi. Ini yang akan memperkuat *personal branding* penyiar. Dengan begitu orang tahu apa dan siapa anda.

Milenials Radio mempunyai konsep virtual announcer dimana penyiarnya siaran secara recording. Ditambah lagi terkadang kondisi *virtual announcer* saat bersiaran walau apapun kondisi emosi saat itu, ketika bersiaran, nada suara dan emosi yang terbangun tidak membuat siaran menjadi terbawa emosi. Juga kondisi siaran yang tidak kondusif. Namun ini semua butuh keteguhan dan tetap harus menjaga nama baik, seperti unsur personal branding yang diungkapkan Montoya (dalam Soetomo, 2013). Keterangan ini juga sejalan dengan penjelasan triangulator Arif yang berprofesi sebagai penyiar di RRI, bahwa sebagai penyiar walau apapun kondisinya tetap harus profesional membangun *feel* baik ke pendengar. Baik itu siaran secara *Live* ataupun *recording*. Yang perlu diperhatikan untuk siaran recording, untuk menciptakan *feel* siaran, bangun dulu suasana tempat siarannya, minimal membuat studio kecil di rumah. Ada microphonenya, ada mixernya, layaknya studio. Jika tidak

memungkinkan, mulai perbanyak referensi penyiar-penyiar agar saat siaran *feel* siaran terbentuk.

Begitu juga yang dijelaskan oleh triangulator Oland, dimana *Feel* itu didapat jika kita mencintai dan mengerti pekerjaan kita. Makanya perlu memahami secara mendalam apa yang harus dan tidak harus dilakukan penyiar. Perbanyak jaringan yang dapat membantu untuk menaikkan *personal branding* kita.