

ABSTRAK

Sebagai media yang hadir di tengah masa pandemi COVID-19, Radio Katolikana dihadapkan oleh banyak tantangan seperti perlambatan ekonomi dan pembatasan pergerakan yang dilakukan oleh pemerintah. Radio ini menjadi menarik karena kemunculan Radio Katolikana ini sendiri pada awalnya bertujuan untuk mengisi waktu luang saat pembatasan mobilitas luar ruangan. Radio Katolikana dibentuk dengan dasar sebagai radio komunitas agama Katolik, yang merupakan sebuah media nirlaba dan digunakan untuk menyiarkan informasi-informasi terkait agama Katolik itu sendiri. Pada kenyataannya, radio ini memiliki keinginan untuk menjadi radio yang bisa berdiri sendiri atau dengan kata lain dapat menghasilkan keuntungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses manajemen Radio Katolikana selama masa pandemi dan mencari tahu mengenai penyesuaian yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ditimbulkan oleh pandemi. Penelitian ini menggunakan metode snowball sampling dengan target narasumber pimpinan umum Katolikana Media, direktur eksekutif, koordinator sosial media serta koordinator produksi dan program Radio Katolikana.

Hasil penelitian menunjukkan untuk meminimalisir pengeluaran, Radio Katolikana memanfaatkan kesukarelaan anggotanya untuk bekerja tanpa imbalan dan memaksimalkan penggunaan software-software tidak berbayar. Selain itu untuk dapat bersaing dengan media serupa, Radio Katolikana mengambil jalan tengah antara layar dan altar dengan mengangkat topik-topik umum yang dapat diterima oleh semua kalangan. Radio Katolikana juga mengangkat topik kontroversial dalam siaran talkshow dengan tujuan untuk menarik audiens sekaligus mengedukasi mereka. Ke depannya Radio Katolikana beserta media lain di bawah naungan Katolikana Media berencana untuk mengembangkan bisnis dengan menawarkan jasa iklan sebagai sumber pemasukan.

ABSTRACT

As a media that was just established amid the COVID-19 pandemic, Radio Katolikana is faced with many challenges such as an economic deceleration and limitations on mobility by the government. This radio is interesting because the emergence of Radio Katolikana itself was originally intended to fill spare time during restrictions on outdoor mobility. Radio Katolikana was formed based on Catholic religious community radio, which is a non-profit media and is used to broadcast information related to the Catholic religion itself. This radio has a desire to become a radio that can stand alone or in other words, can make a profit.

This study seeks to determine the management process of Katolikana Radio during the global pandemic and learn the adjustments made to withstand the difficulties caused by the global pandemic. This study uses the snowball sampling method with the sources being the general manager of Katolikana Media, executive director, social media coordinator as well as production and program coordinator of Katolikana Radio.

This research demonstrates to minimize expenses, Radio Katolikana utilizes the volunteerism of its members to work without salary and the utilizing of free software. In addition to being able to compete with similar media, Radio Katolikana takes a middle ground between the screen and the altar by raising general topics that can be accepted by all groups. Radio Katolikana also raised controversial topics in talk shows with the intention to attract and educate the audiences. Katolikana Radio, and other media under the auspices of Katolikana Media plan to develop their business by offering advertising services as a source of income.