

## Manajemen Konten Digital Oops On Air Global FM Berdasarkan Teori POAC

Ayun Permata Syahrir<sup>1</sup>, Velita Maya Andini<sup>2</sup>, Syadinda Rizki Barunawati<sup>3</sup>, Silvani Maya Kristina<sup>4</sup>, Hudzaifah Purba<sup>5</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3,4,5</sup>

[ayun.23027@mhs.unesa.ac.id](mailto:ayun.23027@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [velita.23093@mhs.unesa.ac.id](mailto:velita.23093@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>,  
[syadinda.23034@mhs.unesa.ac.id](mailto:syadinda.23034@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>, [silvani23021@mhs.unesa.ac.id](mailto:silvani23021@mhs.unesa.ac.id)<sup>4</sup>,  
[hudzaifah.23302@mhs.unesa.ac.id](mailto:hudzaifah.23302@mhs.unesa.ac.id)<sup>5</sup>

Artikel diserahkan pada: 10-11-2025; direvisi pada: 20-11-2025; diterima pada: 05-12-2025

**ABSTRAK:** Global FM merupakan salah satu stasiun radio lokal di Surabaya yang aktif melakukan konvergensi digital melalui program unggulannya, Oops On Air. Dalam pengelolaan kontennya, Global FM menerapkan teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) secara sistematis sebagai dasar manajemen konten digital. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis penerapan teori POAC dalam manajemen konten digital program Oops On Air pada media sosial Global FM Surabaya; dan (2) mengidentifikasi kontribusi masing-masing fungsi manajemen dalam teori POAC terhadap efektivitas dan kontinuitas program tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melibatkan 2 informan, yaitu Program Director (PD) dan Sosial Media Officer, serta teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori POAC relevan dalam praktik pengelolaan konten digital, meskipun terdapat penyesuaian pada beberapa elemen agar sesuai dengan karakteristik lingkungan kerja kreatif dan pola komunikasi digital. Keempat fungsi manajemen dalam POAC saling berkaitan dan mendukung efektivitas juga kontinuitas untuk keberlangsungan konten digital program Oops On Air Global FM.

**Kata Kunci:** Teori POAC; Konten Digital; Media Sosial; Manajemen Media; Radio Lokal

### PENDAHULUAN

Industri penyiaran, khususnya radio, telah mengalami transformasi signifikan akibat kemajuan teknologi digital. Siaran konvensional tidak lagi menjadi tolok ukur utama eksistensi media karena kemampuan beradaptasi di ruang digital kini menjadi penentu keberlangsungan. Platform seperti Instagram dan TikTok telah menjadi kanal strategis bagi lembaga penyiaran

untuk memperluas jangkauan audiens, membangun kedekatan emosional, dan memperkuat citra merek di tengah kompetisi media yang semakin dinamis.

Namun, kreativitas konten saja tidak cukup. Diperlukan manajemen konten yang terstruktur dan selaras dengan strategi organisasi agar media penyiaran tetap relevan. Salah satu contoh konkret adalah Global FM,

radio lokal di Surabaya, yang aktif melakukan konvergensi digital melalui program unggulan mereka, *Oops On Air*. Program ini menghadirkan sisi lain dunia penyiaran dengan menampilkan penyiar, kru teknis, dan produser sebagai tokoh utama yang membawakan humor dari keseharian mereka di balik layar.

Dengan gaya penyampaian ringan dan sentuhan satire khas Gen Z, *Oops On Air* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai strategi *branding* Global FM di media sosial. Konten yang diunggah secara berkala di Instagram Reels dan TikTok menunjukkan upaya tim dalam menjaga *engagement*, meningkatkan *brand awareness*, dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens digital.

Kendatipun, keberhasilan program digital tidak semata bergantung pada ide kreatif, melainkan pada bagaimana konten dikelola secara sistematis. Dalam konteks inilah, teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) dari George R. Terry menjadi relevan. Teori ini menekankan bahwa efektivitas organisasi ditentukan oleh empat fungsi manajemen utama: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Melalui kerangka ini, penelitian dapat menelusuri bagaimana proses kreatif *Oops On Air* dirancang, dijalankan, dan dievaluasi

untuk mendukung efektivitas konten digital.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sabyla & Hadiyanto, 2025) berjudul "*Strategi Perencanaan Konten dalam Manajemen Media Sosial Instagram Klien @bikinwebsite.co di PT Lopokopi Digital Shankara*", menunjukkan bahwa penerapan POAC dalam manajemen media sosial mampu meningkatkan *engagement* dan memperkuat identitas merek. Sementara itu, (Setiawan et al., 2024) menekankan pentingnya perencanaan matang dan pengendalian berkelanjutan dalam menjaga kualitas komunikasi digital.

Sejalan dengan itu, (Setiyawan & Halwati, 2022) dalam jurnalnya yang berjudul "*Manajemen Strategi Dakwah Radio di Era Digital*", juga mencatat bahwa strategi POAC yang diterapkan oleh radio Insani FM berhasil memperluas jangkauan dakwahnya di ranah digital.

Meski demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada sektor pendidikan dan industri kreatif komersial, serta menyoroti strategi konvergensi radio secara umum, bukan pada manajemen konten konten digital media sosial radio lokal Global FM.

Selain itu, kajian yang ada cenderung menitikberatkan pada hasil akhir seperti *engagement*, bukan pada proses internal dan alur kerja kreatif di balik produksi konten. Padahal, kemampuan tim dalam merancang, memproduksi, dan mengendalikan konten digital merupakan faktor kunci dalam membangun citra dan mempertahankan relevansi di era konvergensi media.

Penelitian ini secara khusus menyoroti manajemen konten digital *Oops On Air* di media sosial Global FM dengan menggunakan pendekatan POAC, yang belum banyak diterapkan dalam konteks radio lokal. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat mencapai tujuan utama untuk mengungkap bagaimana fungsi-fungsi manajemen diterapkan dalam konteks media penyiaran lokal serta sejauh mana penerapannya berkontribusi

terhadap efektivitas dan kontinuitas program. Selain itu, penelitian ini berupaya memahami bagaimana alur kerja kreatif dikelola secara internal untuk menghasilkan konten yang konsisten dengan branding Global FM.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi kajian manajemen media digital, sekaligus kontribusi praktis bagi pengembangan strategi konten di industri penyiaran lokal, khususnya radio, yang tengah bertransformasi dalam ekosistem digital dan masih jarang dikaji secara mendalam.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif menekankan analisis menyeluruh terhadap suatu kegiatan atau situasi sosial di kehidupan manusia, alih-alih sekadar membandingkan hasil dari tindakan tertentu (Fadli, 2021). Metode studi kasus diterapkan sebab peneliti ingin mengamati satu kasus spesifik yang menjadi objek penelitian, yakni konten digital program *Oops On Air*. Metode ini memungkinkan peneliti memahami dinamika yang terjadi secara lebih mendalam terkait proses produksi konten digital program *Oops On Air* sebagai bentuk dari upaya Global FM Surabaya dalam mempertahankan *engagement*, meningkatkan *brand awareness*, dan memperkuat hubungan dengan audiens digital.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data dan kategorisasi. Peneliti menemukan banyak temuan lapangan dari observasi partisipatoris yang meliputi proses produksi konten. Dan teknik kategorisasi membuat penelitian menjadi lebih sistematis, dengan menyelaraskan fungsi-fungsi manajemen POAC dari George R. Terry. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait proses manajemen produksi konten digital program *Oops*

On Air pada media sosial Global FM Surabaya, sesuai dengan tujuan penelitian yang memusatkan upaya memahami fungsi manajemen-manajemen teori POAC dalam proses produksi konten digital.

Subjek dalam penelitian ini adalah individu-individu yang terlibat langsung dalam proses produksi konten digital program Oops On Air. Subjek dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan berdasarkan peran dan relevansinya terhadap tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis data primer berupa wawancara dan observasi partisipatoris terhadap aktivitas manajemen konten digital programOops On Air pada media sosial Global FM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, proses manajemen produksi konten digital programOops On Air mengikuti empat fungsi manajemen menurut George R. Terry, yaitu POAC.

Tahap perencanaan merupakan tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta yang ada serta membuat asumsi-asumsi terkait masa depan untuk merumuskan aktivitas yang dilakukan, agar mencapai hasil yang diinginkan. Proses perencanaan pada media sosial Global FM dinaungi oleh Program Director. Tahap perencanaan untuk konten digital programOops On

Air di media sosial milik Global FM merupakan pondasi utama untuk melakukan branding radio. Konten yang diproduksi memuat manajerial di radio Global FM. Strategi penyampaian konten pun dilakukan sesuai dengan hasil riset audiens, yakni dikemas dengan durasi 2 hingga 3 menit dengan grafik yang menarik, serta topik dan jobdesk yang berbeda-beda di setiap episodenya. Dalam tahap ini, semua tim berdiskusi untuk menentukan alur konten melalui template outline konten yang sudah dibuat, sekaligus melakukan pemaksimalan naskah untuk keperluan produksi.

Pada tahap *planning* memuat dua pihak sebagai penyusun konsep, yakni Program Director dan peneliti sebagai bagian dari tim produksi. Namun, Program Director tetap andil dalam menentukan faktor pendorong yang dijadikan sebagai pertimbangan untuk konsep konten digital programOops On Air di *platform* Instagram dan TikTok milik Global FM.

Dalam aspek perencanaan, ada beberapa pertimbangan untuk menyetujui adanya program kontenOops On Air, sesuai yang disampaikan oleh informan bahwa konsep untuk perencanaan kontenOops On Air mendapat persetujuan dari Program Director karena dinilai mampu memberikan *insight* baru terkait kegiatan di balik layar dari beberapa jobdesk yang ada di radio Global FM. Untuk menentukan indikator naskah

yang sesuai dengan alur dan topik yang dibahas, seluruh tim produksi dari peneliti juga melakukan diskusi secara keseluruhan, mulai dari hook yang digunakan, suasana video editing yang dibuat, dan memastikan setiap *scene* yang dibuat bersifat sistematik dan terstruktur. Di setiap episodenya pun, peneliti ikut berkontribusi untuk memastikan rancangan konsep yang berbeda di setiap jobdesk yang dibahas. Kesesuaian segmentasi juga menjadi evaluasi awal yang dilakukan oleh Program Director dalam konten digital program Oops On Air.

**Tabel 1. Hasil Wawancara terkait Tahap Perencanaan**

Nama Responden	Deskripsi
Iqbal Mariano (Program Director)	Beberapa konten <i>behind the scene</i> di media sosial mulai diminati dan cukup memberi <i>insight</i> baru terkait manajerial yang ada di radio dengan jobdesk-jobdesk yang ada.
Iqbal Mariano (Program Director)	Sebetulnya dalam segi kesesuaian dengan segmentasi kita sebagai radio <i>female and family</i> , program Oops On Air ini belum relate dengan segmentasi. Tapi hal tersebut tidak menjadi

masalah, karena adanya program tersebut berguna untuk membagikan seputar dapur radio.

Sumber: Wawancara Peneliti

Pengorganisasian adalah bagian yang tidak kalah penting dalam proses manajemen produksi konten digital program Oops On Air. Pada tahap ini, tim menetapkan pembagian peran, tanggung jawab, dan mekanisme koordinasi agar proses produksi berjalan sesuai rencana. Setiap anggota tim produksiOops On Air menjalankan tugasnya masing-masing berdasarkan bidang keahliannya dan peran yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa struktur kerja internal tim produksiOops On Air terorganisasi dengan baik. Struktur kerja ini terbentuk secara kolaboratif dan menjadi pondasi utama dalam pelaksanaan program.

Secara umum, struktur organisasi tim produksiOops On Air terdiri atas beberapa peran inti, yakni Project Leader, Script Writer, Content Planner, Talent Coordinator, Videographer, dan Editor. Masing-masing memiliki tanggung jawab yang berbeda namun saling berkaitan. Project Leader berperan sebagai koordinator utama yang mengarahkan jalannya produksi, memastikan semua elemen tim bekerja sesuai target dan standar kualitas Global FM. Script Writer bertanggung jawab dalam penyusunan ide cerita,

naskah, serta dialog agar sesuai dengan konsep dan karakteristik audiens digital Oops On Air. Content Planner berfokus pada penjadwalan konten, kesesuaian tema dengan strategi branding Global FM, dan konseptan awal ide konten. Sementara itu, Talent Coordinator mengatur kehadiran dan kesiapan para talent, serta memastikan performa mereka sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Dalam sisi teknis, Videographer dan Editor bertanggung jawab atas pengambilan gambar, kualitas visual, hingga penyuntingan akhir yang mencerminkan gaya khas Oops On Air.

Koordinasi antar anggota tim dilakukan secara intensif baik sebelum maupun selama proses produksi berlangsung. Komunikasi internal umumnya dilakukan melalui rapat praproduksi dan diskusi informal secara langsung maupun melalui media komunikasi daring seperti WhatsApp *Group Call* dan Google Docs untuk berbagi ide, revisi naskah, serta referensi visual. Mekanisme koordinasi ini memungkinkan seluruh anggota tim memahami arah produksi, pembagian peran, serta tenggat waktu yang telah ditentukan. Selain itu, koordinasi juga dilakukan dengan pihak Program Director (PD) dan Social Media Officer Global FM guna memastikan bahwa konten yang dihasilkan tetap konsisten dengan identitas dan standar institusi.

Dalam praktiknya, sistem kerja kolaboratif diOops On Air mendorong

efisiensi karena setiap bagian saling melengkapi. Misalnya, naskah yang disusun oleh Script Writer akan disesuaikan dengan rencana unggahan dari Social Media Officer dan arahan konten dari PD. Meski begitu, tim juga dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan waktu produksi, perbedaan jadwal antaranggota, hingga perubahan konsep mendadak yang membutuhkan adaptasi cepat. Namun, melalui kepemimpinan Project Leader yang komunikatif dan koordinasi yang solid, hambatan tersebut dapat diminimalisasi sehingga proses produksi tetap berjalan sesuai rencana.

Secara keseluruhan, proses pengorganisasian tim produksi Oops On Air mencerminkan penerapan fungsi *organizing* dalam teori POAC oleh George R. Terry (Terry, 2008). Fungsi ini menekankan pentingnya pembentukan struktur kerja yang efisien, pembagian peran yang jelas, serta koordinasi yang terarah dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks Oops On Air, pengorganisasian menjadi tahap krusial yang menjembatani antara perencanaan konten (*planning*) dan pelaksanaan produksi (*actuating*), sehingga seluruh proses manajemen berjalan sistematis dan mendukung terciptanya konten digital yang selaras dengan visi Global FM sebagai radio yang adaptif terhadap era digital.

Berdasarkan observasi partisipatif,

di mana peneliti ikut terlibat langsung dalam aktivitas sehari-hari informan yang diamati Sugiyono, 2006, dalam (Sumarni et al., 2020) dan yang dilakukan selama proses produksi konten digital program Oops On Air dari episode 1 hingga 6 berjalan dengan partisipasi aktif semua anggota tim. Pada tahap ini, peneliti tidak hanya sekedar mengamati, melainkan terlibat langsung dalam proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

Pada tahapan pra-produksi, seluruh tim melakukan diskusi yang dipandu oleh Project Leader. Diskusi dilakukan untuk menentukan talent dari divisi apa untuk kebutuhan setiap episode. Setelah struktur terbentuk, dilakukan sesi wawancara bersama talent untuk menggali informasi dari pengalaman pribadi agar penulis bisa mengembangkan alur cerita yang relevan dengan karakter talent.

Setelah tahapan wawancara selesai, tim melakukan diskusi untuk menentukan tema dan penyusunan cerita. Script Writer dibantu dengan Content Coordinator untuk memastikan isi cerita tetap relevan dengan target audiens. Dilanjut dengan *briefing* Videographer untuk setiap pengambilan gambar yang diperlukan dan elemen yang tidak boleh terlewatkan dalam proses produksi. Tahapan ini diakhiri dengan Talent Coordinator yang bertugas menghubungi talent untuk memastikan ketersediaan jadwal dan waktu

produksi agar proses produksi berjalan baik.

Selama proses produksi konten digital program Oops On Air, tidak terdapat keterlibatan langsung dari Program Director sebagai pengarah produksi. Kendati demikian, tim memiliki struktur kerja internal yang terorganisasi, di mana setiap anggota memegang peran dan tanggung jawab yang berbeda sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Dalam pelaksanaannya, peneliti turut berpartisipasi secara langsung dalam proses produksi. Koordinasi dilakukan oleh Project Leader yang mengarahkan keseluruhan proses produksi di lokasi dan memastikan *timeline* berjalan sesuai rencana dan efisien. Selama proses syuting, Project Leader dan Content Planner berperan sebagai pengarah lapangan untuk memastikan hasil sesuai konsep. Script Writer bertanggung jawab memastikan alur cerita dan dialog berjalan sesuai naskah.

Di sisi lain, Talent Coordinator memastikan kehadiran serta kesiapan para talent sebelum proses pengambilan gambar dimulai, sedangkan Videographer memegang tanggung jawab utama dalam setiap tahapan pengambilan gambar. Tahapan ini mencerminkan penerapan fungsi *actuating* dalam teori POAC, yakni tahap implementasi rencana melalui penggerakan tim produksi agar pelaksanaan kegiatan berjalan optimal

dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Tahapan terakhir dalam proses produksi adalah pasca-produksi. Setelah melalui tahap *offline editing*, editor melanjutkan ke tahap *online editing* untuk melakukan penyesuaian durasi, warna, serta gaya visual agar sesuai dengan ketentuan estetika dan identitas konten digital program Oops On Air maupun Global FM yang telah disepakati sebelumnya. Setelah hasil video selesai disunting, dilakukan proses peninjauan (*preview*) bersama Program Director guna memberikan evaluasi, masukan, dan saran perbaikan terhadap video tersebut. Apabila revisi telah diselesaikan dan memperoleh persetujuan akhir, video kemudian diunggah ke akun Instagram Global FM Surabaya sebagai tahap publikasi konten.

Tahap terakhir dari empat fungsi manajemen menurut George R. Terry adalah pengawasan (*controlling*). Proses pengawasan dilakukan untuk menilai efektivitas dan keberhasilan seluruh proses manajemen berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan di awal (Syahputra & Aslami, 2023). Berdasarkan hasil wawancara dengan Program Director (PD) dan Social Media Officer, proses pengawasan dititikberatkan pada evaluasi pasca-produksi, indikator keberhasilan program termasuk juga faktor-faktor yang memengaruhi performa konten, serta *feedback* yang

didapatkan setelah konten berhasil diunggah.

Sebagai orang yang bertanggung jawab atas segala program yang diunggah di akun media sosial radio, PD selalu berusaha menjaga kualitas konten yang diproduksi dalam konten digital program Oops On Air. Meskipun dalam tahap pelaksanaan seluruh proses produksi hanya dilakukan oleh tim produksi, namun di tahap ini PD berwenang penuh untuk mengontrol hasil produksi sebelum diunggah ke media sosial.

Di tahap pengawasan tentunya evaluasi hasil kerja tim sangat diperlukan untuk menjaga performa konten agar selalu sesuai dengan faktor-faktor yang berpengaruh. Kendati demikian, tim dinilai telah menciptakan kinerja yang baik hingga tidak memerlukan banyak evaluasi dari PD, evaluasi hanya bersifat minor mencakup aspek teknis kecil yang tidak merubah keseluruhan konsep utama.

Setelah melalui proses *preview*, konten yang berhasil diunggah juga dinilai berdasarkan indikator utama untuk mengukur keberhasilan. Jumlah tayangan (*views*) adalah satu-satunya hal yang menjadi fokus utama PD. Capaian 3.000 hingga 4.000 atau lebih *views* dianggap sudah cukup memuaskan. Semakin banyak jumlah tayangan akan jauh lebih baik, terlebih lagi jika penonton dapat merasakan kesesuaian konten dengan kehidupan mereka. *Feedback* melalui kolom

komentar atau secara langsung dari orang-orang di lingkungan radio juga menjadi bagian penting dalam proses pengawasan pasca-produksi konten *Oops On Air*. Melalui *feedback* positif, konten dikatakan berhasil karena memberi kesan yang baik bagi penonton.

Proses pengawasan juga melibatkan Social Media Officer sebagai pihak yang mengunggah konten ke media sosial Global FM. Pengawasan terhadap performa konten berkaitan dengan pola unggahan dan *insight* audiens terhadap konten yang disajikan. Berdasarkan hasil wawancara, tidak ada jam khusus atau waktu tertentu untuk mengunggah, karena aktivitas audiens di media sosial yang bersifat dinamis. Tidak dapat diprediksi kapan waktu yang tepat untuk mengunggah suatu konten agar mendapatkan banyak *views* di saat bersamaan. Sehingga aspek yang lebih penting adalah konsistensi unggahan di setiap minggunya, karena akan sangat berpengaruh dengan algoritma media sosial.

Selain itu, berkenaan dengan pengamatan Sosial Media Officer, *insight* konten yang diunggah jauh lebih bagus pada konten berupa video alih-alih hanya unggahan foto biasa. Hal ini menunjukkan bahwa konten digital program *Oops On Air* telah sesuai dengan minat audiens di media sosial.

**Tabel 2. Hasil Wawancara terkait Tahap Pengawasan**

Nama Responden	Deskripsi
Iqbal	Aku <i>ngelihat</i> semuanya bagus, dari segi <i>scripting</i> , konsep, editing juga oke banget. Faktornya pun sesuai ya, <i>storytelling</i> dengan sisi <i>plot twist</i> yang menghibur. Evaluasi sih minor-minor pada hal-hal kecil aja, misalnya kaya dari segi bahasa harus sesuai segmentasi dan geografis radio.
Mariano (Program Director)	Di kolom komentar ada beberapa komentar yang mendukung dan suka konsep videonya. Kalau <i>feedback</i> dari orang-orang di lingkungan Mercury Media Group, mereka nilainya bagus, terutama dari sisi editing ya. Karena sebetulnya kan Global ini sudah lama tidak <i>creating</i> konten sendiri ya, rata-rata konten di media sosial adalah <i>repost</i> . Dengan kemunculan program
Iqbal	Di kolom komentar ada beberapa komentar yang mendukung dan suka konsep videonya. Kalau <i>feedback</i> dari orang-orang di lingkungan Mercury Media Group, mereka nilainya bagus, terutama dari sisi editing ya. Karena sebetulnya kan Global ini sudah lama tidak <i>creating</i> konten sendiri ya, rata-rata konten di media sosial adalah <i>repost</i> . Dengan kemunculan program

	Oops On Air itu <i>fresh</i> buat radio Global FM. Temen-temen banyak yang ngomong bagus tuh, editingnya bagus.	
Achmad Dhany (Social Media Officer)	Terkait waktu unggah <i>nggak</i> ada indikator yang gimana-gimana sih, mungkin timingnya ya. <i>So far</i> , kita ikuti yang ada di Instagram sih <i>nggak</i> harus, misalkan hari rabu ramai di jam 6 sore, belum tentu berikutnya ramai di jam yang sama. Cuma memang kalau <i>insight</i> yang aku lihat di Global FM ini, yang paling bagus di video sih daripada cuma grafis gitu.	situasi, serta pengembangan langkah-langkah strategis untuk memenuhi tujuan suatu organisasi. Proses perencanaan Oops On Air telah mengimplementasikan fungsi ini dengan melaksanakan riset audiens, menetapkan strategi penyampaian, merencanakan jadwal produksi, serta menciptakan garis besar konten yang sejalan dengan karakteristik <i>platform</i> digital seperti Instagram dan TikTok. Hal ini selaras dengan temuan (Syahputra & Aslami, 2023) dalam Jurnal Manajemen Kreatif yang berjudul " <i>Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry</i> " bahwa fungsi perencanaan mencakup kemampuan organisasi dalam menyesuaikan rencana dengan perubahan lingkungan eksternal.

Sumber: Wawancara Peneliti

### Pembahasan

Temuan penelitian menemukan bahwa peran perencanaan dalam teori POAC diterapkan melalui percakapan internal yang bertujuan untuk menyusun gagasan dan konsep program dengan cara yang terstruktur melalui kolaborasi antara Program Director (PD) dan tim produksi. Sejalan dengan perspektif Terry yang dikemukakan oleh (Syahputra & Aslami, 2023) menegaskan peranan penting pengumpulan data, evaluasi

Keputusan PD untuk mengizinkan konsep Oops On Air sebagai konten *behind the scene* mencerminkan strategi perencanaan yang menekankan hubungan antara kebutuhan audiens digital dengan nilai-nilai yang dipegang oleh organisasi radio. Jika dalam teori perencanaan klasik prosesnya bersifat hierarkis dari atas ke bawah, maka dalam konteks Oops On Air, pendekatan yang digunakan lebih bersifat kolaboratif antara PD dan tim produksi. Hal ini ditunjukkan pada sifat terbuka PD yang menyerahkan sepenuhnya perencanaan proses kreatif kepada tim produksi.

Fungsi pengorganisasian juga terlihat jelas dalam susunan kerja internal tim Oops On Air yang dibangun secara kolaboratif, di mana setiap anggota memegang tanggung jawab spesifik namun tetap berkoordinasi dalam satu sistem kerja kolaboratif. Ini konsisten dengan perspektif Terry bahwa organisasi merupakan proses distribusi kerja agar tujuan dapat dicapai secara efektif melalui koordinasi.

Pembagian peran seperti Project Leader, Script Writer, Content Planner, Talent Coordinator, Videographer, dan Editor menggambarkan implementasi prinsip-prinsip Terry mengenai pentingnya distribusi kerja dan tanggung jawab yang seimbang serta adanya jalur komunikasi yang jelas. Kendatipun, berbeda dengan struktur organisasi tradisional yang cenderung hierarkis, model kerja Oops On Air lebih mengutamakan kolaborasi horizontal.

Keputusan tidak selalu datang dari pimpinan, melainkan terbentuk melalui koordinasi yang intensif antaranggota tim melalui rapat pra-produksi, komunikasi secara daring dan luring, serta kolaborasi antardivisi yang menunjukkan bahwa fungsi *organizing* tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan budaya kerja yang efisien dan responsif terhadap perubahan produksi.

Dalam pelaksanaan pengelolaan konten digital Oops On Air, teori POAC

menunjukkan bagaimana anggota organisasi bergerak untuk melaksanakan rencana yang telah dibuat. Dalam konteks Oops On Air, aspek ini terlihat melalui cara tim menyatukan kreativitas dan koordinasi dalam proses produksi. Setiap anggota memberikan sumbangsih sesuai dengan tanggung jawab dan keahliannya masing-masing, mulai dari penyusunan naskah, pengarahan talent, pengambilan gambar, hingga penyuntingan visual sehingga menghasilkan konten yang dinamis dan relevan dengan gaya komunikasi audiens digital.

Pada fase ini, posisi Project Leader sebagai penggerak tim menjadi manifestasi nyata dari kepemimpinan yang aktif yang memastikan setiap aspek produksi berlangsung sesuai dengan jadwal dan mencapai hasil yang optimal. Perbedaan utama dari teori klasik terletak pada jenis motivasi dan gaya kepemimpinan yang diterapkan. Sementara dalam teori Terry, kepemimpinan cenderung bersifat instruktif, sedangkan dalam konteksOops On Air, gaya kepemimpinan yang diterapkan adalah *situational leadership*, di mana Project Leader memberikan kesempatan kreatif bagi anggota tim untuk berinovasi.

Sementara itu, fungsi pengawasan dilakukan secara terus-menerus pada tahap evaluasi pasca-produksi oleh PD dan Social Media Officer. Terry menyatakan bahwa pengawasan bisa

diartikan sebagai proses untuk menentukan apa yang harus dicapai, yaitu standar, apa yang sedang berlangsung, yakni pelaksanaan, mengevaluasi pelaksanaan, dan apabila perlu melakukan perbaikan agar pelaksanaan tersebut sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standar yang ditetapkan (Syahputra & Aslami, 2023 dalam Sudarja, 2011). Dalam kerangka Oops On Air, fungsi pengawasan ini bertujuan untuk menilai sejauh mana hasil produksi telah sesuai dengan rencana dan tujuan yang ditetapkan, serta proses *preview*, *feedback*, dan analisis *insight* media sosial menjadi tolok ukur utama pengendalian kualitas konten. Evaluasi terhadap gaya bahasa, elemen teknis, dan tingkat pencapaian audiens menunjukkan bahwa tim Oops On Air telah menjalankan fungsi *controlling* sebagai upaya untuk melakukan refleksi dan perbaikan berkelanjutan terhadap mutu produksi.

Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa teori POAC masih memiliki relevansi dalam praktik pengelolaan konten digital, walaupun ada elemen-elemen tertentu yang telah mengalami perubahan agar bisa selaras dengan lingkungan kerja kreatif serta pola komunikasi dalam dunia digital. Keempat fungsi manajemen yang diuraikan oleh George R. Terry terbukti terhubung satu sama lain dalam membentuk siklus pengelolaan konten

Oops On Air dengan pendekatan yang lebih fleksibel, partisipatif, dan berbasis data dibandingkan model klasik yang cenderung struktural dan menetapkan prosedur.

Efektivitas merupakan kapabilitas untuk mencapai hasil yang diinginkan atau kemampuan untuk memunculkan *output* yang diharapkan. Saat sesuatu dianggap efisien, itu menunjukkan bahwa ia memiliki hasil yang diinginkan atau dapat menghasilkan dampak yang kuat dan jelas (Ikhsan, 2019). Dalam konteks POAC, efektivitas tercermin dalam perencanaan (*planning*) dan pelaksanaan (*actuating*). Dengan perencanaan yang memanfaatkan fasilitas dan infrastruktur, juga pelaksanaan yang memanfaatkan sumber daya dan terarah, maka akan menghasilkan konten Oops On Air yang relevan.

Kontinuitas dalam KBBI merupakan konsep yang berkesinambungan, keberlangsungan, dan keberlanjutan. Sukardi, mengutip dalam (Fitrianti, 2018) menegaskan bahwa konsep ini menjadi acuan untuk menciptakan proses evaluasi yang berkelanjutan dan stabil. Dalam teori POAC, kontinuitas terdapat pada pengorganisasian (*organizing*) dan pengawasan (*controlling*), di mana keberlangsungan proses produksi dijamin melalui pembagian tugas yang jelas, koordinasi yang berkelanjutan, dan pengawasan terhadap hasil atau evaluasi dari setiap konten digital program Oops On Air.

Melalui observasi partisipatoris, dalam setiap produksi konten digital program Oops On Air, tim bertanggung jawab dan melakukan tugas sesuai dengan peranannya masing-masing, memiliki koordinasi dan komunikasi yang terarah. Ini sejalan dengan teori POAC dalam setiap proses produksi konten mencerminkan adanya perencanaan yang matang, pelaksanaan yang efisien, pengorganisasian yang terstruktur, dan pengawasan yang dilakukan secara berkala.

Dalam konten Oops On Air produksi episode 1 hingga 6, proses perencanaan tetap berjalan lancar walau tanpa arahan PD, Project Leader memimpin proses diskusi dengan penentuan tema awal, konsep, dan penentuan kandidat calon talent. Dalam proses perencanaan, Script Writer dan Content Planner mempunyai andil besar untuk pengembangan cerita, namun tak luput dengan peran Talent Coordinator untuk mengulik pengalaman pribadi dari talent, agar cerita selalu relevan. Untuk proses perencanaan, Videographer dan Editor tidak memiliki tugas yang kompleks, namun ikut serta menyumbang ide-ide untuk keperluan naskah agar sesuai dengan karakteristik Global FM Surabaya.

Tahapan pengorganisasian berjalan sangat lancar, karena tim paham dengan tugas dan peranannya masing-masing. Dalam proses ini Talent

Coordinator selalu berhasil memastikan talent untuk *standby* di waktu yang sudah ditentukan, sehingga hampir tidak pernah mengalami keterlambatan proses syuting. Videographer demikian, dalam proses syuting tidak ada hal krusial yang terjadi, kebutuhan teknis, termasuk lokasi dan alat terorganisir dengan baik.

Sejalan dengan proses pelaksanaan, karena pengorganisasian yang baik, maka proses pelaksanaan dapat terlaksana dengan baik pula. Semua tim saling berkoordinasi untuk memastikan visual, narasi, dan ekspresi juga durasi sesuai dengan perencanaan. Proses pengawasan yang dilakukan secara berkala dan mendapat evaluasi oleh PD kepada editor, sehingga beberapa revisi bisa terselesaikan tepat waktu, tidak pernah terjadi keterlambatan menyetor konten kepada PD untuk kemudian di upload pada media sosial Instagram Global FM Surabaya.

Penerapan teori POAC dalam produksi konten Oops On Air episode 1 hingga 6 terbukti efektif meskipun tanpa arahan langsung dari Program Director, karena setiap anggota tim menjalankan tugas sesuai peran masing-masing. Produksi konten berlangsung berkesinambungan berkat perencanaan yang matang, pelaksanaan yang efisien, pengorganisasian yang terstruktur, serta pengawasan yang rutin.

Di sisi lain, peneliti menemukan

adanya kesenjangan dalam aspek pengawasan terhadap distribusi konten digital program Oops On Air di Instagram Global FM. Program Director belum memberikan pengawasan optimal pada tahap pra-produksi, serta belum tersedia transparansi mengenai capaian *engagement rate* setiap konten *reels*. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti menganalisis manajemen konten digital Oops On Air menggunakan indikator teori POAC melalui metode observasi partisipatif.

**Tabel 3. Keterkaitan Fungsi POAC dengan Efektivitas & Kontinuitas Program Oops On Air**

Fungsi POAC	Bukti Implementasi	Dampak pada Efektivitas	Dampak pada Kontinuitas
Planning	Diskusi awal bersama tim juga PD, penentuan tema dan konsep program	Program lebih relevan dan sesuai dengan yang diinginkan, alur produksi jelas dan terarah	Program dapat berjalan hingga enam episode karena perencanaan yang matang
Organizing	Struktur kerja tim terorganisasi dengan jelas dan kolaboratif. Pembagian peran inti seperti, Project Leader, Script Writer, Content Planner, Talent Coordinator, Videographer, dan Editor.	Produksi konten berjalan lebih terstruktur dan efisien.	Produksi konten berjalan stabil karena pembagian kerja dan peran yang jelas, sehingga tim bisa konsisten dengan jadwal dan target produksi konten.
Actuating	Pelaksanaan produksi sesuai dengan peran masing-masing, proses pra produksi hingga pasca produksi	Pelaksanaan produksi berjalan lancar dan minim hambatan, tugas di masing-masing peran terlaksana dengan baik	Jadwal produksi konten menjadi konsisten dan dapat dipertahankan setiap episodenya.
Controlling	Preview pasca produksi di setiap episode sebelum video diunggah, evaluasi bersama PD dan Social Media Officer.	Meminimalkan kesalahan sebelum proses publikasi.	Standar dan kualitas konten terjaga dalam jangka panjang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen konten digital program Oops On Air pada media sosial Global FM menunjukkan penerapan konsep POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) secara sistematis dan terstruktur. Tahap perencanaan dilakukan sebagai diskusi awal terkait

menunjukkan penerapan konsep POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) secara sistematis dan terstruktur. Tahap perencanaan dilakukan sebagai diskusi awal terkait

konsep utuh secara kolaboratif antara tim produksi dengan Program Director. Pengorganisasian dilakukan dalam menentukan pembagian peran, tanggung jawab, dan mekanisme koordinasi produksi.

Pelaksanaan dilakukan dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi sesuai pembagian tugas masing-masing anggota tim. Pengawasan dilakukan dalam naungan Program Director sekaligus Social Media Officer untuk menjaga kualitas konten yang akan diunggah. Keempat fungsi manajemen POAC tersebut saling berkaitan dan mendukung efektivitas dan kontinuitas konten digital program Oops On Air Global FM.

Hasil penelitian ini menunjukkan implikasi praktis bagi industri penyiaran, khususnya radio, dalam mengoptimalkan strategi pengelolaan konten digital di tengah dinamika media sosial yang semakin mendominasi. Melalui pendekatan manajemen yang lebih fleksibel dan partisipatif dapat meningkatkan efektivitas kerja tim untuk menciptakan konten yang relevan bagi audiens dan dapat memperkuat eksistensi radio di ranah digital.

Di sisi lain, implikasi teoritis penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori manajemen media digital, khususnya dalam penerapan fungsi manajemen POAC yang digunakan sebagai proses manajemen program digital pada

media penyiaran. Melalui pendekatan yang lebih fleksibel, partisipatif, dan berbasis data menjadi indikator penting dalam efektivitas manajemen pada media radio yang berusaha melakukan transformasi digital.

Namun demikian, merujuk pada hasil penelitian yang masih terdapat kekurangan, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pada tahap pengawasan konten digital, lebih spesifik pada keterkaitan capaian *engagement rate* dan evaluasi performa konten secara kuantitatif. Serta disarankan untuk dapat melebarkan objek penelitian pada lebih banyak program radio atau *platform* media sosial lainnya yang digunakan, sehingga dapat menggali strategi manajemen konten digital yang lebih komprehensif bagi industri penyiaran di era media digital saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *21*(1), 33–54.  
<https://doi.org/10.21831/hum.v2i1>
- Fitrianti, L. (2018). Prinsip Kontinuitas dalam Evaluasi Proses Pembelajaran. *Al-Ishlah Jurnal Pendidikan*, *10*(1), 2597–2940.  
<https://doi.org/10.35445/alishlah.v10i1.68>
- Ihsan. (2019). Efektivitas Model *Boarding School* dalam Meningkatkan Kecakapan Personil Siswa (Personal Skill) (Studi Kasus Implementasi Program Tahfidz

- pada SMP Muhammadiyah 1 Kudus). Kudus: IAIN Kudus.  
<http://repository.iainkudus.ac.id/index.php/d/eprint/2972>
- Sabyla, F. A., & Hadiyanto, H. (2025). Strategi Perencanaan Konten dalam Manajemen Media Sosial Instagram Klien @bikinwebsite.co di PT Lopokopi Digital Shankara. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 14(2), 72–77.  
<https://doi.org/10.35457/translit-era.v14i2.4499>
- Setiawan, I., Zohriah, A., Firdaos, R., & Syaripudin, E. (2024). Strategi Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Dengan Teori Poac Terry (Study Di MAN 4 Pandeglang). *Jurnal Wahana Pendidikan*, 11(1), 117–130.  
<https://doi.org/10.25157/jwp.v%vi%.13550>
- Setiyawan, B. A., & Halwati, U. (2022). Manajemen Strategi Dakwah Radio Di Era Digital. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(2), 237–243.  
[https://doi.org/10.58326/jurnallis\\_yabab.v3i2.149](https://doi.org/10.58326/jurnallis_yabab.v3i2.149)
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2020). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Warung Salapan). In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2). DOI:10.38204/atrabis.v6i2.489
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61.
- <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>