

Perancangan Perbaikan Program *Tell to Tell* Radio K-Lite dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment*

Tell to Tell Radio K-Lite Program Design Improvement Using Quality Function Deployment Method

1st Muhamad Daffa Amanullah
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom

Bandung, Indonesia
yusufsyarif@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Yati Rohayati
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom

Bandung, Indonesia
yatirohayati@telkomuniversity.ac.id

3rd Bobby Hera Sagita
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom

Bandung, Indonesia
bobyhs@telkomuniversity.ac.id

Abstrak— Radio K-Lite memiliki salah satu program siaran yang berada pada prime time yaitu Program ‘*Tell to Tell*’. Program ‘*Tell to Tell*’ merupakan program request lagu yang disiarkan senin – jumat pukul 13.00 – 15.00 . Sumber utama pendapatan radio berasal dari pengiklan, namun sejak tahun 2018 hingga 2020 pendapatan terus mengalami penurunan dan tidak pernah mencapai target. Hal tersebut disebabkan oleh menurunnya ketertarikan pengiklan dalam memasang iklan pada radio. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kelemahan yang dimiliki oleh Program ‘*Tell to Tell*’ sehingga didapatkan 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 ‘*Tell to Tell*’ didasarkan pada 8 true customer needs yang diperoleh dari pendengar program dan pada QFD iterasi pertama dihasilkan output berupa 8 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 5 critical part yang diprioritaskan.

Kata kunci—perbaikan program, quality function deployment, true customer needs, siaran program radio

I. PENDAHULUAN

Radio merupakan sektor ekonomi kreatif yang memiliki peran besar dalam rangka penyebaran informasi. Meskipun tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara visual, akan tetapi radio masih menjadi media yang dapat bersaing di era teknologi digital. Radio menjadi salah satu media massa yang bisa dinikmati ketika sedang beraktivitas. Radio

K-Lite adalah perusahaan radio swasta yang memiliki segmentasi dewasa muda, berlokasi di Bandung. Radio K-Lite memiliki salah satu program siaran *prime time* yaitu Program ‘*Tell to Tell*’ yang berisikan *request* lagu dan pembahasan seputar *trending* topic setiap hari Senin – jumat . *Prime time* merupakan waktu siaran dengan banyak pendengar yang merespon dan mendengarkan program siaran.

Terhitung 52 tahun sejak berdirinya Radio K-lite sejauh ini, jika dilihat berdasarkan pendapatan perusahaan terlihat tidak mencapai target yang telah ditentukan, bahkan sempat mengalami penurunan hingga tahun 2020 dan pada akhirnya naik pada tahun 2021 namun tidak signifikan. Hal ini disebabkan tidak siapnya perusahaan ketika menghadapi situasi yang tidak stabil seperti kasus Covid-19 yang muncul pada tahun 2018 hingga sekarang., berikut data pendapatan seperti yang terlihat pada Gambar 1.



GAMBAR 1.
(Data Pendapatan Radio K-Lite)

Dapat diketahui bahwa pendapatan Radio K-Lite yang diperoleh dari tahun 2018 sampai 2021 tidak memenuhi target yang telah ditentukan oleh Radio K-Lite dan

mengalami penurunan. Iklan dan sponsor merupakan sumber pendapatan dari Radio K-Lite. Untuk meningkatkan pendapatan Radio K-Lite ingin mengembangkan program-program yang berpotensi dapat memberikan kontribusi tinggi terhadap pendapatan, khususnya program siaran yang berada pada saat *prime time*. Tujuannya dari pengembangan program yaitu untuk meningkatkan *rating* program sehingga dapat menarik minat dari pemasang iklan untuk mempercayakan iklan nya dipasang pada saat program siaran Radio.

Alasan dari penyebab program tidak dapat menghasilkan pendapatan dari iklan dikarenakan tidak menariknya program siaran dan jumlah pendengar yang sedikit. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya minat pemasang iklan dari Radio K-Lite, sehingga beralih kepada radio kompetitor lainnya yang lebih menarik dan memiliki jumlah pendengar yang banyak. Berdasarkan hasil diskusi dengan direktur program Radio K-Lite, pemasang iklan lebih tertarik untuk memasang pada radio kompetitor, bahkan media sosial yang secara konten lebih menarik dan akses yang lebih luas sesuai dengan segmentasi pemasang iklan.

Program 'Tell to tell' merupakan program siaran yang sudah lama disiarkan oleh Radio K-Lite, namun program ini tidak mengalami perubahan konsep yang signifikan mengikuti perkembangan jaman, sehingga program kurang menarik dan menurunkan minat pemasang iklan dan mengalami penurunan pendapatan. Hal tersebut terbukti pada Tabel 1.

TABEL 1.
(Data Streaming Program Talkshow)

Tahun	Sumber	Total Pendapatan	Target Pendapatan
2020	Iklan	187 juta rupiah	225 juta rupiah
2021	Iklan	160 juta rupiah	165 juta rupiah

Data ini didukung dari laporan keluhan dari pendengar Program 'Tell to Tell' yang diperoleh dari hasil *in-depth interview* kepada 7 pendengar Radio K-Lite yang pernah mendengarkan Program 'Tell to Tell'. Berikut merupakan hasil *in-depth interview* dengan pendengar terhadap Program 'WeTalk'.

TABEL 2.
(Data Keluhan Pendengar WeTalk)

No.	Keluhan	Jumlah Pendengar
1	Lagu yang banyak diputarkan bukan lagu populer	4 dari 7
2	Tidak semua permintaan lagu dari pendengar dipenuhi	3 dari 7
3	Peralihan lagu yang diputarkan tidak halus	3 dari 7
4	Judul lagu tidak selalu disampaikan	2 dari 7
5	Pembawaan penyiar monoton/membosankan	5 dari 7

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa pada Program 'Tell to Tell' terdapat beberapa keluhan. Keluhan yang disampaikan oleh pendengar cenderung berkaitan

dengan kualitas program siaran. Selain itu, pelayanan terkait *request* lagu dan kompetensi penyiar banyak dikeluhkan.

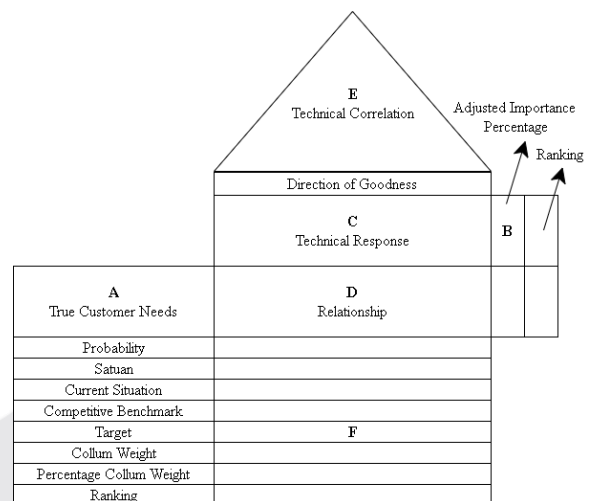
II. KAJIAN TEORI

A. Quality Function Deployment

Quality Function Deployment merupakan metodologi yang membuat setiap proses pengembangan produk atau jasa menjadi transparan dari mulai memahami kualitas yang dibutuhkan oleh pelanggan hingga menetapkan perencanaan kualitas dan menentukan kualitas desain^[1]. Tentu QFD merupakan salah satu teknik untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam suatu karakteristik teknis^[2].

B. QFD Iterasi Satu

QFD iterasi satu merupakan konsep dasar untuk menerjemahkan keinginan pelanggan atau *voice of customer* ke dalam karakteristik teknis. Proses dalam penerjemahan tersebut dilakukan dengan menggunakan sebuah matriks *House of Quality* (HOQ) yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menentukan prioritas kebutuhan desain untuk memenuhi kebutuhan konsumen^[3]. Pengolahan QFD iterasi satu dilakukan pada Matriks *House of Quality* dan QFD iterasi dua dilakukan pada Matriks *Part Deployment*^[4]. Pada Gambar 2 ditampilkan mengenai House of Quality pada QFD iterasi satu.



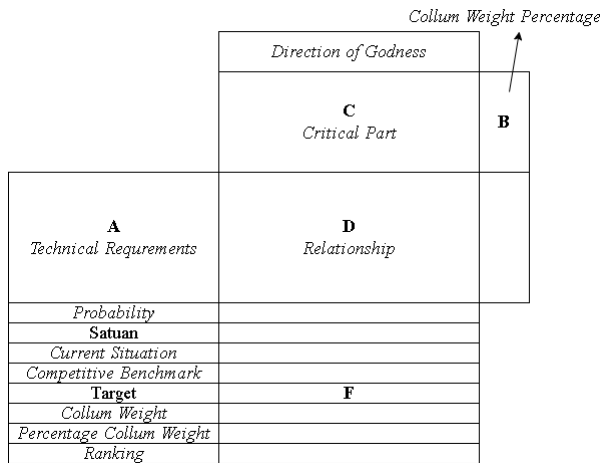
GAMBAR 2.
(House of Quality)

C. Pengembangan Konsep

Pengembangan konsep atau *concept development* merupakan tahap pengembangan berdasarkan pada karakteristik teknis QFD iterasi satu yang diturunkan pada tahap QFD iterasi dua. Terdapat dua proses pengembangan konsep yang terdiri dari penentuan konsep dan pemilihan konsep.

D. QFD Iterasi Dua

QFD iterasi dua biasa disebut dengan *Part Deployment* yang memiliki beberapa matriks sesuai dengan fungsinya. Matriks *Part Deployment* memuat beberapa komponen yang hampir serupa dengan *House of Quality*. Pada Gambar 3 ditampilkan mengenai *Part Deployment* pada QFD iterasi dua.



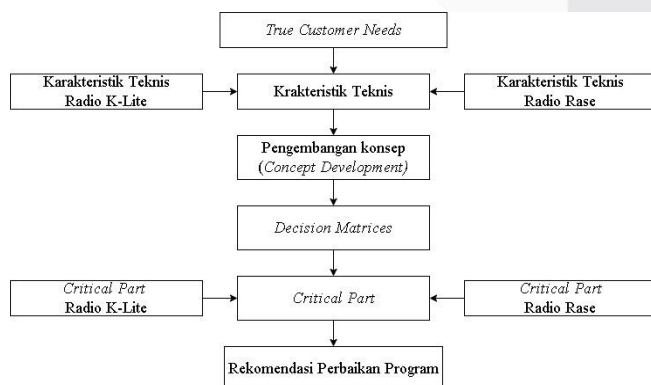
GAMBAR 3.
(Part Deployment)

III. METODE

A. Model Konseptual

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Metode *Quality Function Deployment* (QFD). 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.

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 'Tell to Tell' Radio K-Lite FM dengan Menggunakan Integrasi *Service Quality* dan Model Kano^[6]. Selain itu, untuk memenuhi kebutuhan QFD tidak hanya memerlukan *voice of customer* saja, namun harus memiliki kompetitor serupa sebagai referensi pembandingan pada pengolahan QFD.

IV. 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 'Tell to Tell' Radio K-Lite radio. 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	True Customer Needs	Kode Atribut
1	Kualitas Konten	Permintaan lagu terpenuhi	KK1
2		Memutar lagu populer	KK2
3		Penyusunan lagu berdasarkan dinamika lagu	KK3
4	Keunikan	Terdapat Segmen Hiburan	UK1
5		Wawasan seputar lagu	UK2
6	Kualitas Informasi	Informasi bermanfaat	KI2
7		Berita up-to-date	KI3
8	Kompetensi Penyiar	Penyiar membangkitkan suasana	KP1

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. Karakteristik teknis diperoleh dengan cara berdiskusi dengan direktur program Radio K-Lite dan studi banding karakteristik teknis yang dimiliki oleh radio kompetitor lain yaitu Radio Rase. Studi banding dilakukan dengan mewawancarai pihak manajemen Radio Rase. Terdapat daftar karakteristik teknis untuk memenuhi *true customer needs* pada Tabel 4.

TABEL 4.
(Karakteristik Teknis)

No.	True Customer Needs	Karakteristik Teknis
1	Permintaan lagu terpenuhi	Kriteria request lagu
2		Elemen pendukung Request lagu
		Media Konikasi Pendengar
3	Memutar lagu populer	Kriteria request lagu
5	Penyusunan lagu berdasarkan dinamika lagu	Kriteria request lagu
6	Terdapat Segmen Hiburan	Kriteria Kualifikasi Penyiar

7		Standar konten hiburan
8	Wawasan seputar lagu	Kriteria Kualifikasi Penyiar
10	Informasi bermanfaat	Format durasi program <i>request</i> lagu
11		Kriteria Informasi
12	Berita <i>up-to-date</i>	Kriteria Berita
13		Format durasi program <i>request</i> lagu
14	Penyiar membangkitkan suasana	Kriteria kualifikasi penyiar
15		Format pembawaan siaran

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 kualifikasi penyiar dengan persentase kolom bobot sebesar 29,62%. Hasil dari pengolahan data pada *House of Quality* juga didasarkan pada

--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

Karakteristik teknis yang telah ditentukan akan dilakukan pengolahan untuk menentukan prioritas perbaikan pada Program 'Tell to Tell' 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 kompetitor.

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 IV.5
(Pemenuhan Target Karakteristik Teknis)

No.	Karakteristik Teknis	Keterangan
1	Kriteria <i>request</i> lagu	Belum terpenuhi
2	Kriteria kualifikasi penyiar	Belum terpenuhi

3	Media Konikasi Pendengar	Belum terpenuhi
4	Format pembawaan siaran	Belum terpenuhi
5	Komponen konten hiburan	Belum terpenuhi
6	Kriteria informasi	Belum terpenuhi

D. Pengembangan Konsep (*Concept Development*)

Pencarian konsep secara internal dan eksternal akan menghasilkan konsep referensi yang akan dijadikan sebagai acuan perbaikan Program *Tell to Tell* 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. 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 (Inovasi)	Konsep C (Kombinasi)
Kriteria request lagu	•Memutar urutan <i>request</i> lagu disusun berdasarkan pengetahuan dinamika lagu penyiar	• Memutar urutan <i>request</i> lagu disusun menggunakan aplikasi berbayar SAM <i>Broadcaster</i> atau <i>Radioboss</i>	• Memutar urutan <i>request</i> lagu disusun menggunakan aplikasi berbayar <i>Radioboss</i> yang dioperasikan oleh penyiar
Kriteria kualifikasi penyiar	•Melakukan survey evaluasi penyiar kepada pendengar	• Melakukan pelatihan untuk penyiar melibatkan PRSSNI selaku penyedia wadah bagi radio swasta	• Melakukan pelatihan untuk penyiar melibatkan PRSSNI dan Melakukan survey evaluasi penyiar kepada pendengar
Media Konikasi Pendengar	•Menggunakan saluran media komunikasi telepon dan <i>whatsapp</i>	• Menggunakan saluran media komunikasi telepon, <i>whatsapp</i> , Instagram, <i>facebook</i> , dan <i>live streaming</i>	• Menggunakan saluran media komunikasi telepon, <i>whatsapp</i> , Instagram, <i>facebook</i> , dan <i>live streaming</i>
Media Konikasi Pendengar	•Menggunakan saluran media komunikasi telepon dan <i>whatsapp</i>	• Menggunakan saluran media komunikasi telepon, <i>whatsapp</i> , Instagram, <i>facebook</i> , dan <i>live streaming</i> media sosial	• Menggunakan saluran media komunikasi telepon, <i>whatsapp</i> , Instagram, <i>facebook</i> , dan <i>live streaming</i> media sosial
Format pembawaan siaran	•Menggunakan format pembawaan program pagi dan malam	• Menggunakan format pembawaan pagi, siang, sore dan malam	• Menggunakan format pembawaan pagi, siang, sore dan malam

Standar konten hiburan	•Konten hiburan menampilkan <i>insert</i> singkat dari program lain yang bersifat jenaka	• Memberikan wadah kepada konten <i>creator</i> atau <i>comedian</i>	• Membuat wadah untuk konten <i>creator</i> atau <i>comedian</i> dan menampilkan <i>insert</i> singkat dari program lain yang bersifat jenaka
Kriteria Informasi	•Membuat sesi informasi menarik dan bermanfaat berdasarkan pengetahuan penyiar bertemakan pengalaman dan tips ringan seputar kesehatan, gaya hidup, pendidikan, agama, social dan lingkungan hidup.	•Membuat sesi informasi menarik dan bermanfaat dengan memproduksi <i>insert</i> dari acara program <i>talkshow</i> bertemakan pengalaman dan tips ringan seputar kesehatan, gaya hidup, pendidikan, agama, social dan lingkungan hidup.	•Membuat sesi informasi menarik dan bermanfaat berdasarkan pengetahuan penyiar dan memproduksi <i>insert</i> dari acara program <i>talkshow</i> bertemakan pengalaman dan tips ringan seputar kesehatan, gaya hidup, pendidikan, agama, social dan lingkungan hidup.

Setelah tahap perancangan konsep dilakukan selanjutnya yaitu dilakukan pemilihan konsep dengan menggunakan *decision matrices* dengan Matriks *Concept Screening*. 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)
Pilihan Kriteria	A	B	C
Efektivitas	-	+++	++
Efisiensi	+++	-	+
Kelayakan	0	++	++
Kemudahan realisasi	+	0	+
Perkiraan biaya	0	--	-
Total Nilai (+)	4	4	6
Total Nilai (0)	2	0	0
Total Nilai (-)	1	3	1
Total Nilai Keseluruhan	3	1	1
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. Selain itu, penentuan *critical part* juga dilakukan dengan *benchmarking* kepada Radio Rase. Terdapat daftar karakteristik teknis untuk memenuhi *true customer needs* pada Tabel 8.

TABEL 8.
(*Critical Part*)

No.	Karakteristik Teknis	<i>Critical Part</i>
1	Kriteria Kualifikasi Penyiar	Kriteria seleksi penyiar
2		Frekuensi pelatihan penyiar dalam setahun
3		Frekuensi evaluasi penyiar dalam setahun
4	Standar Konten Hiburan	Komponen konten
5	Kriteria <i>Request Lagu</i>	Konsep <i>music program</i>
6		Kriteria popularitas lagu
7		Aktivitas iklan
8	Format pembawaan siaran	Jenis pembawaan program siaran
9	Media Komunikasi Pendengar	Jenis media komunikasi
10	Kriteria Informasi	Jenis kemasan informasi

Critical part yang telah ditentukan akan dilakukan pengolahan untuk menentukan prioritas perbaikan pada Program 'Tell to Tell' Radio K-Lite. Pengolahan data *critical*

part akan dilakukan pada QFD iterasi dua atau *Part Deployment*.

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.

GAMBAR 4.
(*Part Deployment*)

Berdasarkan hasil pengolahan data *Part Deployment* pada Gambar 7, dapat dilihat bahwa *critical part* yang diprioritaskan adalah komponen seleksi penyiar dengan persentase sebesar 17,70%. 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 seleksi penyiar	Belum terpenuhi
2	Frekuensi pelatihan penyiar dalam setahun	Belum terpenuhi
3	Komponen konten	Belum terpenuhi
4	Jenis pembawaan program siaran	Belum terpenuhi
5	Jenis media komunikasi	Belum terpenuhi

<i>Direction of Goodness</i>		MTB	MTB	LTB	MTB	MTB	MTB	LTB	MTB	MTB	MTB	<i>Column Weight Percentage</i>
<i>Technical Requirements</i>		Komponen seleksi penyiar	Frekuensi pelatihan penyiar dalam setahun	Frekuensi evaluasi penyiar dalam setahun	Komponen konten	Jenis konsep <i>music program</i>	Kriteria popularitas lagu	Jenis dinamika lagu	Jenis pembawaan program siaran	Jenis media komunikasi	Jenis kemasan informasi	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	9	
1	Kriteria Kualifikasi Penyiar	9	9	9	1	1			3	1	1	29.62%
		2.666	2.666	2.666	0.296	0.296	0.000	0.000	0.889	0.296	0.296	
2	Standar Konten Hiburan	1			9						3	26.67%
		0.267	0.000	0.000	2.400	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.800	
3	Kriteria <i>Request Lagu</i>					9	9	9				10.63%
		0.000	0.000	0.000	0.000	0.957	0.957	0.957	0.000	0.000	0.000	
4	Format Pembawaan Siaran	3							9			7.59%
		0.228	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.683	0.000	0.000	
5	Kriteria Informasi										9	7.59%
		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.683	
6	Media Komunikasi Pendengar	3				3				9		2.28%
		0.228	0.000	0.000	0.000	0.228	0.000	0.000	0.000	0.683	0.000	
Probabilitas		3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	
Satuan		Komponen	Kali	Kali	Komponen	Jenis	Kriteria	Jenis	Jenis	Media	Media	
Kondisi Eksisting (Radio K-Lite)		5	60	4	2	4	1	12	5	1	1	
Perbandingan Kompetitor (B-Radio)		5	180	6	4	5	4	24	4	1	1	
Target		7	90	6	5	5	4	24	5	2	2	
Kolom Bobot (Column Weight)		3.388	2.666	2.666	2.697	1.481	0.957	0.957	1.572	0.979	1.779	
Persentase Kolom Bobot (Column Weight Percentage)		17.70%	13.93%	13.93%	14.09%	7.74%	5.00%	5.00%	8.21%	5.12%	9.30%	
Ranking		1	3	4	2	7	9	10	6	8	5	

6	Jenis Kemasan Informasi	Belum terpenuhi
---	-------------------------	-----------------

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu terdapat 6 prioritas dari 8 karakteristik teknis berdasarkan *true customer needs* pada QFD iterasi pertama, dan terdapat 6 prioritas dari 10 *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 'Tell to Tell' Radio K-Lite.

REFERENSI

- [1] Akao, Y. (2014). The Method for Motivation by Quality Function Deployment (QFD). *Nang Yan Business Journal*. <https://doi.org/10.2478/nybj-2014-0001>
- [2] Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product Design and Development: Sixth Edition*. In McGraw-Hill.
- [3] Mazur, Glenn, H. (2012). Using Quality Function Deployment to Write an ISO Standard for QFD, *Quality Engineering*, 24:3.
- [4] Cohen. (1995). *Quality Fuction Deployment: How to Make QFD Work for You*. Addison Wesley Publishing Co., Massachusetts.
- [5] Kembaren (2022). Perancangan Atribut Kebutuhan Pendengar pada Program *Tell to Tell* Radio K-Lite FM dengan Menggunakan Integrasi *Service Quality* dan Model Kano.