

## ABSTRAK

Radio K-Lite adalah radio swasta di wilayah Bandung yang merupakan anak perusahaan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). Sumber utama pendapatan radio berasal dari pengiklan, namun sejak tahun 2018 hingga 2020 pendapatan terus mengalami penurunan dan tidak pernah mencapai target. Radio K-Lite ingin fokus mengembangkan program yang disiarkan pada saat *prime time*, salah satunya adalah program *Tell to Tell*. *Tell to Tell* merupakan program yang berisi *request* lagu diselingi dengan kirim salam dan *trending topic*, disiarkan setiap hari Senin sampai Jumat jam 12.00 – 15.00 WIB. Meskipun berada pada waktu *prime time*, namun program *Tell to Tell* tidak dapat memberi kontribusi yang signifikan pada pendapatan Radio K-Lite.

Tujuan dari tugas akhir ini adalah mengidentifikasi atribut kebutuhan pendengar untuk selanjutnya dapat dijadikan acuan perbaikan program. *In-depth interview* dilakukan kepada tujuh pendengar program *Tell to Tell* dengan rentang usia 25-55 tahun dan pernah mendengarkan program *Tell to Tell* setidaknya dua kali yang selanjutnya akan menghasilkan VOC. VOC tersebut membentuk tiga belas atribut kebutuhan dan dikelompokkan ke dalam empat dimensi, yaitu kualitas konten, keunikan, kualitas informasi, dan kompetensi penyiar. Selanjutnya dilakukan penyusunan kuesioner *service quality* dan Model Kano. Kuesioner *service quality* terdiri dari pernyataan tingkat kenyataan, harapan, dan kepentingan. Sementara kuesioner Model Kano terdiri dari pernyataan fungsional dan disfungsional.

Pada tahap awal, dilakukan *pretest* kepada 30 orang. Kuesioner *pretest* diolah dengan uji normalitas, uji validitas, dan uji reliabilitas. Ketika data sudah dinyatakan valid dan reliabel maka dapat menyebarkan kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada 121 responden dengan kriteria unit analisis yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah melalui tahap *screening*, hasil kuesioner menyisakan 110 tanggapan yang dianggap layak dan valid untuk diproses. Pengolahan kuesioner melalui *service quality* menghasilkan gap dan NKP yang hasilnya dapat mengidentifikasi atribut kuat dan lemah. Pengolahan kuesioner melalui Model Kano menghasilkan atribut dengan kategori Kano, yaitu *one-dimensional*, *attractive*, *must-be*, dan *indifferent*.

Integrasi *service quality* dan Model Kano menghasilkan delapan *true customer needs* (TCN) yang perlu diprioritaskan dan ditingkatkan dalam melakukan perbaikan program. TCN yang dihasilkan adalah permintaan lagu terpenuhi, memutar lagu populer, penyusunan lagu berdasarkan dinamika lagu, terdapat segmen hiburan, wawasan seputar lagu, terdapat informasi bermanfaat, berita *up-to-date*, dan penyiar membangkitkan suasana. Selanjutnya dilakukan perancangan sistem terintegrasi berdasarkan atribut yang diperoleh dari TCN. Setiap atributnya akan diintegrasikan dengan tiga elemen sistem, yaitu *man*, *method*, dan *tools*. Kemudian dilakukan evaluasi hasil rancangan dengan menganalisis kelebihan dan kekurangan dari rancangan sistem terintegrasi. Pelaksanaan perbaikan dapat dilakukan bertahap dan sesuai dengan prioritas.

**Kata Kunci:** *Service Quality, Model Kano, Atribut Kebutuhan, Radio, True Customer Needs*