

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Program Radio

1. Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.¹

Mary Parker Follet, mendefinisikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Sedangkan, Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan pengguna sumber daya organisasi lain agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.²

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan sesuatu kelompok orang-orang kearah tujuan organisasional atau maksud yang nyata. Manajemen adalah sesuatu kegiatan, pelaksanaannya adalah “managing” pengelola, sedang pelaksanaannya disebut manager atau pengelola.³

¹ Malayu S.P. Hasibuan, Manajemen “dasar, pengertian, dan masalah, (Jakarta: Bumi aksara,2004).hlm. 1

² T. Hani Handoko, Manajemen, (Yogyakarta: BPFE, 2011), hlm. 8

³ George R. Terry, Leslie W. Rue, Dasar-dasar Manajemen, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm.1

Dalam organisasi-organisasi modern, manajemen merupakan suatu pilar yang sangat penting untuk menentukan berhasil tidaknya suatu jalannya organisasi. Proses manajemen sejak abad ke-19 di definisikan dalam empat fungsi spesifik dari *manajer*, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan. Dari kerangka empat fungsi tersebut manajemen dapat dikatakan sebagai suatu proses membuat perencanaan, mengorganisasikan, memimpin, mengendalikan berbagai usaha dari anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran. (James A.F.Stoner,1996:10) ⁴

b. Manajemen Penyiaran

Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Manajemen penyiaran sebagai “motor penggerak” organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran.

Antara manajemen dan penyiaran, perlu dipadukan dan disesuaikan di atas landasan tujuan yang hendak dicapai. Para pengelola manajemen penyiaran, setidaknya harus menguasai ilmu manajemen dan ilmu komunikasi, termasuk di dalam penyelenggaranya siaran sebagai salah satu bentuk komunikasi massa.

Tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi penyiaran, ada yang bersifat idiil, materiil dan kedua-duanya. Dalam usaha pencapaian tujuan ini, mengingat siaran memiliki dampak sangat luas pada khalayak, serta mampu mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku individu/ kelompok dalam waktu

⁴ Awaludin Pimay, Manajemen Dakwah, (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu Group, Cetakan Pertama 2013), hlm.01.

relatif singkat, maka pengelola siaran mempunyai tanggung jawab moral terhadap khayalak.

Organisasi penyiaran mengelola stasiun penyiaran yang di dalamnya terdapat perangkat keras yang dikelola orang-orang teknik, dan perangkat lunak yang dikelola oleh orang-orang untuk program keadministrasian/ketatalaksanaan. Orang-orang siaran, teknik dan administrasi bekerja sama di atas landasan saling menghargai, pengertian dan mengingatkan, untuk menghasilkan output yaitu siaran yang baik dan menarik khayalak. Dalam proses kerja sama ini diperlukan tindak manajemen yang tepat, khususnya bagi dunia penyiaran.

Manajemen penyiaran dapat diartikan sebagai “kemampuan seseorang untuk mempengaruhi/ memanfaatkan kepandaian/ keterampilan orang lain, untuk merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan siaran, dalam usaha mencapai tujuan bersama”.⁵

c. Tingkatan Manajemen

Orang sering beranggapan bahwa manajemen adalah segala hal yang terkait dengan orang-orang yang berada pada puncak organisasi atau pimpinan perusahaan. pada kenyataannya, setiap orang dengan kegiatan untuk mengarahkan tindakan dengan upaya orang lain dalam mencapai suatu tujuan adalah manajer. Pada media penyiaran dan perusahaan lainnya pada umumnya posisi manajer terdiri tiga tingkatan yaitu:

1) Manajer tingkat bawah (*lower level manager*)

⁵ J.B.Wahyudi, Dasar-dasar Manajemen Penyiaran, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm.39.

Manajer pada tingkat ini bertugas mengawasi secara dekat pekerjaan rutin karyawan yang berada di bawah naungannya.

2) Manajer tingkat menengah (*middle manager*)

Bertanggungjawab untuk melaksanakan kegiatan tertentu sebagai bagian dari proses untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Manajer menengah dapat meliputi beberapa tingkatan dalam suatu organisasi. Para manajer menengah membawahi dan mengarahkan kegiatan-kegiatan para manajer lainnya dan kadang-kadang juga karyawan operasional. Sebutan lain dalam manajer tengah yaitu departemen.

3) Manajer puncak (*top manager*)

Manajer yang mengoordinasikan kegiatan perusahaan serta memberikan arahan dan petunjuk umum untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajer puncak bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen organisasi, dalam sebutan lain manajer puncak yaitu direktur.

d. Fungsi Manajemen

Menurut Basu Swastha DH, dalam bukunya, *Asas-asas Manajemen Modern*, diterbitkan Liberty, Yogyakarta 1996, yaitu suatu proses dari tindakan untuk melakukan hal-hal sebagai berikut:⁶

1) Perencanaan (*planning*)

Yaitu fungsi perencanaan yang mencakupi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) apa yang diperkirakan akan terjadi.

⁶ Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah*....., hlm 2-3

2) Pengorganisasian (*organizing*)

Fungsi pengorganisasian di sini meliputi: pemberian tugas yang terpisah kepada masing-masing pihak membentuk bagian, mendelegasikan dengan menetapkan jalur suatu wewenang/ tanggung jawab dan sistem komunikasi, serta mengkoordinir kerja setiap karyawan di dalam suatu tim kerja yang solid dan terorganisir.

3) Penyusunan (*staffing*)

Fungsi ini meliputi penentuan dan persyaratan personel yang dipekerjakan, menarik dan memilih calon karyawan, menentukan job *description* dan persyaratan teknis suatu pekerjaan, penilaian, pelatihan, termasuk pengembangan kualitas dan kuantitas karyawan sebagai acuan untuk menyusun setiap fungsi dalam manajemen organisasi.

4) Memimpin (*leading*)

Fungsi memimpin meliputi, membuat orang lain melakukan pekerjaan, mendorong dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif, khususnya dalam metode komunikasi dari atas ke bawah dan sebaliknya, diharapkan timbulnya saling pengertian dan kepercayaan yang baik. Menumbuh kembangkan disiplin kerja dan *sense of belonging* pada setiap karyawan serta jajaran manajemen (publik internal).

5) Pengawasan (*controlling*)

Fungsi terakhir manajemen ini mencakupi persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa

yang diberikan perusahaan/ organisasi dalam upaya pencapaian tujuan kepuasan bersama, produktivitas dan terciptanya citra yang positif.⁷

Manajemen dan penyiaran memiliki makna yang jelas dan tegas. Penyiaran mempunyai sifat khas, yaitu :

- a) Masa kerja penyiaran relatif 24 jam tiap hari

Penyiaran merupakan proses elektris, jadi hanya bisa bekerja bila ada tenaga listrik. Medium radio/ televisi adalah media massa, jadi selain menyampaikan siaran karya artistik juga jurnalistik. Sumber informasi dari karya jurnalistik adalah peristiwa/ pendapat/ realita yang dapat terjadi setiap waktu.

- b) Siaran merupakan hasil kerja tim (kolektif)

Proses penyiaran, mulai dari perencanaan, produksi, pasca-produksi dan siarannya sendiri merupakan hasil kerja orang banyak (tim). Kunci keberhasilan kerja tim/ kolektif adalah adanya kebersamaan dan keterbukaan.

- c) Siaran merupakan perpaduan antara kreativitas manusia dan kemampuan sarana/ alat.

- d) Siaran memerlukan tenaga banyak profesi

Menurut Prof. DR. Lhaksamana Rao dari India University, kerja profesi memiliki empat sifat yaitu, dalam bekerja harus ada kebebasan, harus ada tanggung jawab profesi, harus memiliki keterampilan khusus, dan harus ada kecintaan terhadap kerja profesi

⁷ *Ibid*, hlm. 03

e) Siaran memerlukan relatif dana besar

Sebagai salah satu produk teknologi informasi, medium radio/ televisi beserta peralatan pendukung memerlukan dana relatif besar. Sarana dan prasarana siaran harganya relatif mahal, dengan demikian manusia pengelola juga memerlukan imbalan yang memadai.

f) Siaran mampu mengubah sikap, pendapat, tingkah laku manusia relatif lebih cepat.

Pengelola siaran harus menempatkan kasadaran dalam usaha pencapaian tujuan, karena dampak siaran terhadap khayalak luas sangat besar. Itulah sebabnya, siaran yang disajikan harus sesuai dengan teknologi, norma, etika, dan estetika yang berlaku.

g) Siaran merupakan output dari medium radio/ televisi

Medium radio/ televisi merupakan media massa elektronik yang menyebarkan isi pesan melalui proses penyiaran atau melalui pancaran gelombang elektromagnetik.

h) Pengelola penyiaran harus luwes/ dinamis

i) Perlu dikembangkan sikap saling asih, asah, asuh

Siaran merupakan hasil kerja kolektif, baik antar pimpinan, antar pelaksana, maupun antar pimpinan/ manajer dan pelaksana.

e. Pendekatan Manajemen dan Komunikasi dalam Proses Penyiaran

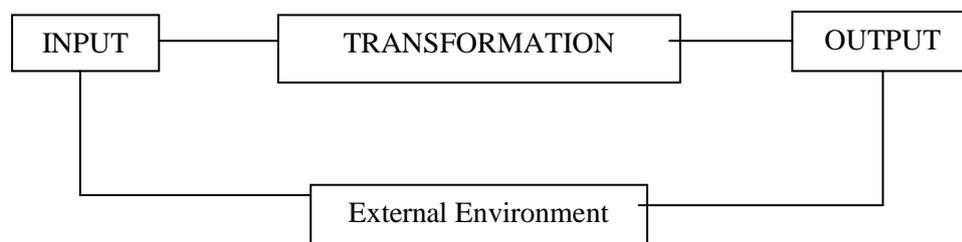
Pendekatan manajemen dipergunakan teori “Input-Output model” dari Henry Fayol dan Frederick Taylor, sedangkan pendekatan penyiaran

dipergunakan teori “Komunikasi Matematika” dari Claude Shannon dan Warren Weaver. Melalui pengimpitan kedua teori, akan terjadi proses manajemen penyiaran di atas landasan pengimpitan prinsip-prinsip dasar manajemen dan prinsip-prinsip dasar penyiaran yang berorientasi pada tujuan yang hendak dicapai melalui terciptanya siaran yang berkualitas, baik dan benar.

Penerapan manajemen penyiaran sesuai profesional akan menghasilkan output siaran yang berkualitas, baik dan benar, sebagai kerja kolektif (kerja tim).

Adapun kedua teori itu adalah sebagai berikut:

Model Dasar Input-Output



Pada dasarnya proses perencanaan, produksi dan menyiarkan siaran merupakan proses transformasi yang di dalam manajemen memiliki tahapan-tahapan pelaksanaan. Di dalam proses transformasi, bahan baku utama yang diolah untuk dijadikan output adalah informasi, informasi ini dapat diolah bila ada, Manusia pengelola, Sarana dan prasaranadan dana/ biaya

1) Input

Bahan baku dasar yang akan diolah menjadi mata acara siaran adalah informasi- informasi ini diolah di dalam transformasi process

dengan berbagai pertimbangan dan sarana pengolahan. Berbagai pertimbangan dan sarana itu adalah:

- a) Filosofi, idiologi, tujuan, misi, fungsi dan tugas
- b) Norma, etika, estetika, adat istiadat, dan nilai budaya yang dianut
- c) Peraturan perundang-undangan yang berlaku
- d) Kode moral dan kode etik profesi penyiaran
- e) Hasil khalayak dan evaluasi
- f) Situasi dan kondisi bangsa dn negara (termasuk sistem politik)
- g) Kemampuan sarana, dana, dan tenaga
- h) Status stasiun penyiaran dll

Bahan baku informasi bisa tentang apa saja yang dapat dibagi menjadi lima golongan besar yaitu, Pendidikan/ agama, Kebudayaan, Hiburan, Berita/ penerangan, Iklan dan public service

Proses Transformasi pada dasarnya, proses transformasi adalah proses manajemen, ada unsur sebagai berikut,Manusia (pemimpin/ manajer, staf, pelaksana) yaitu, Dana, Sarana, dan prasarana.

Ketiga unsur di atas harus diolah melalui keterampilan manajemen (managerial skill). Keterampilan manajemen di sini menjadi fungsi manajer/ pemimpin, yaitu bagaimana mengelola manusia, dana, sarana dan prasarana, secara efektif.

Untuk dapat bertindak efektif, maka diperlukan perencanaan yang matang. Dalam proses perencanaan inilah langkah efektif dan efesien. Untuk melaksanakan langkah tersebut diperlukan perencanaan/ programmer, yaitu Berpengalaman di dunia penyiaran, Memiliki wawasan

luas, Memiliki pengetahuan luas di bidang penyiaran, dan Menguasai masalah manajemen

f. Sifat dasar manusia

Manusia sebagai individu memiliki dua sifat dasar, yaitu: positif dan negatif. Sifat dasar ini akan selalu melekat pada diri manusia, sejak manusia dilahirkan sampai meninggal dunia.

Manusia sebagai individu merupakan sistem. Sistem adalah totalitas yang terdiri dari sub-subsistem yang saling tergantung satu sama lain, dan saling mengadakan interaksi dalam usaha menghasilkan output untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Output di sini, bisa dalam bentuk ucapan, tulisan, sikap, tingkah laku dan tindakan.

Output ini bisa positif dan bisa negatif. Makna positif dan negatif sering jadi rancu, karena manusia memiliki selera/ interes yang berbeda. Ada yang dinilai baik oleh individu/ kelompok, namun oleh individu/ kelompok lain dinilai positif. Itulah sebabnya, tiap bangsa dan negara selalu memiliki nilai-nilai moral, norma, etika, dan estetika, yang dibuat berdasarkan filosofi dan idiologi yang mereka anut..⁸

2. Manajemen Program Radio Sebagai Media Penyiaran

1. Media Massa Elektronik (Radio)

Media adalah saluran komunikasi massa yang memiliki ciri-ciri khusus, yaitu mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*).

⁸ J.B. Wahyudi, Dasar-dasar manajemen hlm. 43-48

Para ahli sepakat bahwa yang termasuk media massa adalah pers (media cetak), dan sedangkan media elektronik radio, dan televisi.

a. Pengertian Radio

Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio. Oleh karena itu, ketika khalayak menerima pesan dari pesawat radio, khalayak pada tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan oleh penyiar.⁹

Definisi radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan mudah dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif, sebab sebagai media yang buta, radio menstimuli begitu banyak suara, dan berusaha memvisualisasi suara penyiar ataupun informasi faktual melalui pendengarnya.¹⁰

Radio, tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*), merupakan salah satu jenis media massa. Radio termasuk sarana/saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*) seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah *auditif*, yakni bersifat *audio* yang dikonsumsi telinga atau pendengaran.

Media radio dipandang sebagai kekuatan kelima (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers/surat kabar. Disebut kekuatan kelima karena radio dianggap sebagai adiknya surat kabar. Kekuatan radio antara lain

⁹ Riswandi, Dasar-dasar penyiaran, (Jakarta: GRAHA ILMU, 2009 hlm 2

¹⁰ Riswandi, Dasar-dasar..... hlm.21.

sifatnya yang tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara¹¹

b. Jenis- jenis radio

1) Lembaga penyiaran publik

Lembaga penyiaran berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Contoh radio publik di ranah lokal misalnya RRI

2) Lembaga penyiaran swasta

Lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Di Kota Samarinda, yang termasuk radio swasta.

3) Lembaga penyiaran komunitas

Radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh komunitas tertentu. Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Radio komunitas misalnya radio komunitas.

4) Lembaga Penyiaran Berlangganan

Lembaga penyiaran berbentuk badan hukum di Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Jenis radio ini masih sangat jarang di Indonesia. Salah satu radio berlangganan yang berbentuk radio satelit adalah *Worldspace*

¹¹ Romli, 2004.....

c. Fungsi Radio

Sama halnya dengan media massa lainnya, radio juga pada dasarnya mempunyai fungsi. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (2003:137-138), bahwa radio siaran mempunyai 4 fungsi sebagai berikut:

- 1) Fungsi penerangan
- 2) Fungsi pendidikan
- 3) Fungsi hiburan
- 4) Sarana propagana

d. Karakteristik Radio

1) Publistas

Artinya disebarluaskan kepada publik atau khalayak.

2) Universalitas

Pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya adalah orang banyak.

3) Periodisitas

Siaran radio bersifat tetap atau berkala, misalnya harian, atau mingguan.

4) Kontinuitas

Siaran radio berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal mengudara

5) Aktualitas

Siaran radio berisi hal-hal yang baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru.

Sedangkan radio memiliki karakteristik yang khas sebagai berikut:

6) Imajinatif

Karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinatif.

7) Auditori

Sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar.

8) Akrab/ intim

Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.

9) Identik dengan musik

Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

10) Mengandung gangguan

Seperti timbul tenggelam/ fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*)

2. Kelebihan dan Kekurangan Radio

a. Kelebihan radio sebagai media penyiaran

- 1) Cepat dan langsung: radio adalah sarana tercepat, bahkan lebih cepat dari surat kabar dan televisi, dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tanpa proses yang lama seperti TV dan media cetak. Hanya melalui telepon, seorang reporter radio dapat dengan langsung dan cepat melaporkan berita dan peristiwa

- 2) Akrab; Radio adalah alat yang “mendekatkan” atau mengakrabkan pendengar/khalayak/ dengan penyiar atau bahkan dengan pemiliknya. orang jarang mendengarkan siaran radio secara berkelompok, akan tetapi justru orang seringkali mendengarkan radio secara sendirian seperti didalam mobil, dikamar tidur, didapur, dan sbgainya.
- 3) Hangat; perpaduan antara kata-kata, musik dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan sering kali pendengar berpikir bahwa penyiar adalah sebagai teman bagi mereka
- 4) Tanpa batas, siaran radio mampu menembus batas-batas geografis dan kultural serta kelas sosial.
- 5) Murah; harga sebuah radio sekaligus mendengarkan siarannya relatif jauh lebih murah dibandingkan dengan harga sebuah televisi atau berlangganan media cetak.
- 6) Fleksibel; siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas lain.

b. Kekurangan radio sebagai media penyiaran

- 1) Selintas; siaran radio cepat hilang dan mudah dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya.
- 2) Batasan waktu; waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari.
- 3) Beralur linier; program disajikan dan didengar oleh khalayak berdasarkan urutan yang sudah ada

c. Kelebihan dan Kekurangan RRI

1) Kelebihan

Kelebihan RRI sebagai lembaga penyiaran publik adalah RRI kini memiliki 16 stasiun di perbatasan NKRI dan 81 stasiun di ibukota propinsi dan kabupaten kota. Selain itu RRI kini telah memiliki siaran yang dapat didengar melalui smartphone dan android melalui aplikasi RRI Play, dengan variasi program siaran yang beragam sesuai dengan segmentasi pendengar.

2) Kekurangan

Kekurangan RRI sebagai media penyiaran adalah hanya sebatas media yang dapat didengar berbeda dengan televisi yang dapat dilihat.

3. Manajemen pengelola Program

Kata program berasal dari bahasa inggris programme atau program (penulisan gaya Amerika) yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran .

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi dan radio. Program dapat disamakan dengan produk atau barang (goods) atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain.¹²

a. Program

Tingkatan pesaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus

¹² Morrison, Manajemen media penyiaran... 200

dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Setiap produksi program harus mengacu kepada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio.

Pringle- Starr-Mc (1991), menjelaskan bahwa, program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format. Format adalah penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio. Secara lebih sederhana dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya disuatu lokasi siaran. Pada stasiun penyiaran radio terdapat beberapa format, misalnya radio anak-anak, remaja, muda. Dewasa, dan tua. Berdasarkan profesi, perilaku, atau gaya hidup ada radio berformat, profesional, intelektual, petani, buruh, mahasiswa, nelayan, dan sebagainya. Menurut Joseph Dominick (2001), format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah, yaitu :¹³

- 1) Kepribadian (personality) penyiar dan reporter
- 2) Pilihan musik dan lagu
- 3) Pilihan musik dan gaya bertutur (talk)

¹³ Morissan, manajemen media penyiaran... hlm. 220-221

4) Spot atau kemasan iklan, jingle, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

b. Manajemen strategi pengelola program

Departemen program dan manajer program stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan penyiaran. Peter Pringle menjelaskan strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program¹⁴

1) Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Perencanaan program biasanya menjadi tanggung jawab manajemen puncak pada stasiun penyiaran, utamanya manajer program dengan terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan juga manajer umum. Hal ini disebabkan program merupakan unsur sangat penting untuk menarik perhatian audien.

2) Produksi dan Pembelian program

Kata kunci untuk memproduksi program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian

¹⁴ Ibid, hlm.. 232

diwujudkan melalui produksi. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri ¹⁵

3) Eksekusi program

Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Bagaimana program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audien yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan audien yang berbeda pula. ¹⁶

4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Manajer program sering disebut pelindung atas lisensi atau izin siaran yang diperoleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle, dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:¹⁷

- a) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku
- c) Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan
- d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program

¹⁵ Morissan, Manajemen media penyiaran,... hlm 266

¹⁶ Ibid, hlm 302

¹⁷ Ibid, hlm 314

- e) Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat
- f) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

b. P3SPS

Pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3SPS) yang disusun oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui keputusan No. 9 Tahun 2004 dan harus dipatuhi oleh setiap stasiun penyiaran. P3SPS memuat sejumlah aturan main yang harus dipatuhi pengelola program penyiaran ketika memproduksi jenis program tertentu yang mencakup program faktual (informasi).

1) Program faktual

Program faktual adalah program berita, *features*, dokumentari, program realitas, talk show, jajak pendapat, dan masih banyak lagi yang bersifat memberikan informasi. Dalam memproduksi program faktual, stasiun penyiaran harus senantiasa menerapkan ketentuan atau etika jurnalistik dengan mengindahkan prinsip akurasi, keadilan, ketidakterpilihan, serta prinsip menghormati narasumber.

2) Program kuis

Dalam menyiarkan program berisikan kuis atau undian berhadiah, stasiun penyiaran harus mengikuti ketentuan bahwa program tersebut harus diselenggarakan dengan adil

dan peraturannya harus diberitahukan secara terbuka dan jelas pada khalayak.

3) Program perbincangan

Penyiar dilarang menyajikan program siaran di mana penyiar atau pembicara tamu atau penelpon berbicara tentang pengalaman seks secara eksplisit dan rinci.

4) Program mistik

Dalam faktual, tidak boleh ada upaya manipulasi dengan menggunakan efek gambar atau suara untuk tujuan mendramatisasi isi siaran sehingga bisa menimbulkan interpretasi yang salah misalnya manipulasi audiovisual tambahan seakan makhluk halus tertangkap kamera.

5) Program asing

Program dalam bahasa asing dapat disuarakan dalam jumlah maksimal 30% dari jumlah mata acara berbahasa asing yang disiarkan lembaga bersangkutan

6) Program pemilu

Stasiun penyiaran dilarang bersifat partisan terhadap salah satu peserta pemilu/ pilkada. Peserta pemilu atau pilkada dilarang mensponsoriprogram yang ditayangkan stasiun penyiaran.

c. Penyiaran/ siaran

penyiaran sebagai output media radio dan televisi memiliki fungsi yang sama dengan media massa lainnya, yaitu fungsi

mendidik, menginformasikan, menghibur, mempromosikan, menjadi agen perubahan sosial, dan melakukan kontrol sosial, serta mentransfer nilai-nilai budaya.

Setiap mata acara siaran direncanakan, diproduksi, dan ditampilkan kepada khalayak dengan isi pesanyang bersifat edukatif, informatif, persuasif, dan komunikatif.

Pengelolaan siaran, khususnya dalam hal perencanaan atau programmig, diselenggarakan pada kesadaran bahwa, siaran memiliki kekuatan yang sangat besar untuk membangun dan menghancurkan masyarakat.¹⁸

- 1) Dengan demikian kegiatan penyiaran itu meliputi hal-hal sebagai berikut:
 - a) Merencanakan program atau mata acara
 - b) Memproduksi atau melaksanakan program
 - c) Menyiapkan pola acara, baik harian, mimgguan, bulanan, triwulan, atau persemester
 - d) Menyelenggarakan siaran baik secara artistik maupun jurnalistik
 - e) Mengadakan kerja sama dengan penyiaran lain
 - f) Mengadakan kerja sama dengan production house
 - g) Mengadakan pendidikan dan sumber daya manusia
 - h) Mengadakan penelitian dan pengembangan

¹⁸ Riswandi, Dasar-dasar..... hlm.14

- i) Menyelenggarakan pertukaran berita dan program dengan lembaga penyiaran, baik dari dalam maupun dari luar negeri.
 - j) Menjual program dan melakukan promosi.
- 2) Jenis-jenis Penyiaran
- a) Penyiaran swasta

Lembaga penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang menjalankan usaha penyiaran berdasarkan prinsip-prinsip komersial. Lembaga ini menjual usaha berupa waktu tayang, iklan dan usaha lainnya yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

- b) Penyiaran publik

Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang tidak bersifat komersial/ independen/ netral dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan publik. Sumber pendanaan penyiaran publik berasal dari negara, iuran, iklan, dan donatur yang tidak mengikat.

- c) Lembaga penyiaran komunitas

Lembaga penyiaran komunitas adalah suatu lembaga yang didirikan oleh komunitas tertentu yang menjalakan aktivitas penyiaran secara independen/

netral, daya pancar rendah, jangkauan wilayah terbatas, tidak komersial, dan melayani kepentingan komunitas.

d) Lembaga penyiaran berlangganan

Lembaga penyiaran berlangganan adalah bentuk penyiaran yang memancarkan luaskan atau menyalurkan materinya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia, atau media informasi lainnya.¹⁹

¹⁹ Riswandi, Dasar-dasar..... hlm.17