

**ANALISA TERHADAP STRATEGI PENYIARAN PROGRAM  
DALAM MEMPERTAHANKAN “NUMPANG NAMPANG”  
DI RRI PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG) Cilacap  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S1) Dakwah Komunikasi*

**Disusun Oleh:**

**Nama : Anisa Nurkhasanah**  
**NIM : 1523311002**  
**Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam**

**FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM IMAM GHOZALI (IAIG)  
CILACAP**

**2020**

## PENGESAHAN

Skripsi Saudara  
Nama : ANISA NURKHASANAH  
NIM : 1523311002  
Fakultas/Prodi : Dakwah/ KPI  
Judul : ANALISA TERHADAP STRATEGI PENYIARAN  
PROGRAM DALAM MEMPERTAHANKAN  
"NUMPANG NAMPANG" DI RRI PURWOKWERTO

Telah disidang Munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIIG) Cilacap pada hari / tanggal :

**Selasa/ 14 Januari 2020**

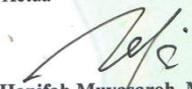
Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1) Fakultas Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam ( KPI ) pada Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIIG) Cilacap.

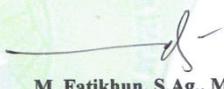
Cilacap, 14 januari 2020

Dewan Sidang

Ketua

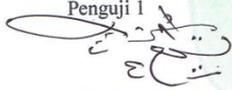
Sekretaris

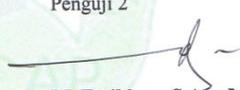
  
**Hanifah Muvasaroh, M.Si.**  
NIDN. 2119106801

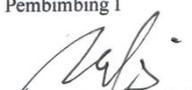
  
**M. Fatikhun, S.Ag., M.H.**  
NIDN. 2106017401

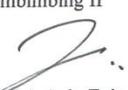
Penguji 1

Penguji 2

  
**Dra. Tuti Munfarida, M.S.I.**  
NIDN. 2127106901  
Pembimbing I

  
**M. Fatikhun, S.Ag., M.H.**  
NIDN. 2106017401  
Pembimbing II

  
**Hanifah Muvasaroh, M.Si.**  
NIDN. 2119106801

  
**M.T.A Aziz Zein, M.Kom**  
NIDN. 2125098601



**NOTA KONSULTAN**

**Dra. Tuti Munfaridah, M.S.I**

**Dosen Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG)**

**Cilacap**

---

Hal : Naskah Skripsi Saudari Anisa Nurkhasanah

Lamp : -

Kepada  
Yth,  
Fakultas Dakwah  
Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG)  
Di-  
Cilacap

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya maka konsultan berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Anisa Nurkhasanah  
NIM : 1523311002  
Judul Skripsi : ANALISA TERHADAP STRATEGI PENYIARAN  
PROGRAM DALAM MEMPERTAHANKAN  
"NUMPANG NAMPANG" DI RRI PURWOKERTO

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG) Cilacap untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Strata Satu (S.I)

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Cilacap, 20 Januari 2020  
Konsultan



**Dra. Tuti Munfaridah, M.S.I**  
**NIDN. 2127106901**

**Hanifah Muyassaroh, S.Ag., M.Sl.**  
**M.T.A Aziz Zein, M.Kom.**  
**Dekan Fakultas Dakwah Intitut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG)**  
**Cilacap**

---

**NOTA PEMBIMBING**

Cilacap, 20 Januari 2020

Hal : Naskah Skripsi Saudari Anisa Nukhasanah  
Lamp : 4 Lembar

Kepada  
Yth. **Dekan**  
Fakultas Dakwah  
Intitut Agama Islam  
Imam Ghazali (IAIG)  
Di-  
Cilacap

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya memeriksa dan mengadakan koreksi seperlunya atas skripsi saudara :

Nama : Anisa Nurkhasanah  
NIM : 1523311002  
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : "Analisa Terhadap Strategi Penyiaran Program Dalam Mempertahankan "Numpang Numpang" di RRI Purwokerto"

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan ke sidang munaqosyah.

Bersama ini kami kirimkan skripsi tersebut, semoga dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Hanifah Muyassaroh, S.Ag., M.Sl.  
NIDN. 2119106801

  
M.T.A. Aziz Zein, M.Kom.  
NIDN. 2125098601

**SURAT PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Nurkhasanah  
NIM : 1523311002  
Fakultas/Prodi : Dakwah / Komunikasi Penyiaran Islam  
Tahun : 2020  
Judul Skripsi : “Analisa Terhadap Strategi Penyiaran Program dalam Mempertahankan Numpang Numpang di RRI Purwokerto”

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar orisinal atau asli buatan sendiri, tidak ada unsur menjiplak atau dibuatkan. Jika kemudian hari ditemukan adanya indikasi salah satu dari unsur di atas, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa ada unsur paksaan.

Cilacap, 20 Januari 2020

Penulis Skripsi



**Anisa Nurkhasanah**  
NIM. 1523311002

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا الْأَوْسَعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Qs. Al- Baqarah: 286

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Yang tersayang Ayahanda Suwardi dan Ibunda Tupen yang tak pernah lelah memberikan segenap kasih sayangnya, memberikan motivasi dan dukungan, baik moril maupun materiil dan yang selalu mendoakan saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan untuk ayahanda dan ibundaku tercinta.
2. Yang tercinta Kakak Aminnudin dan adik Ana Rachmawati yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam perjuangan ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tidak lupa peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang selalu peneliti harapkan syafa'atnya di hari kiamat. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Selain itu, peneliti juga mengucapkan terimakasih atas dorongan dan keterlibatan berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. KH. Nasrulloh Muchson, M.H. Rektor Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIG) Cilacap, beserta seluruh jaringan Civitas Akademika IAIG Cilacap.
2. Hj.Hanifah Muyassaroh, S.Ag.M.Si., Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIG) Cilacap dan sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, saran, nasehat, arahan dan juga selalu sabar dalam membimbing peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. M.T.A. Aziz Zein, M.Kom, sebagai asisten Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, saran, nasehat, juga selalu sabar.
4. Seluruh dosen Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIG) Cilacap, yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.

5. Seluruh jajaran organisasi LPU RRI Purwokerto yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian.
6. Pengasuh Pondok Pesantren Al-Ihya 'Ulumaddin, tempat peneliti menimba ilmu, Mbah Nyai Hj. Fauziah Mustholih Badawi, Mbah Nyai Hj. Salamah Chasbulloh Badawi, Abah KH. Imdadaurrohman Al 'Ubudi, Abah KH. Charir Mucharir, Ibu Nyai Hj. Wardah Shomitah beserta keluarga, Ibu Nyai Hj. Hanifah Muyassaroh beserta keluarga, Ibu Nyai Hj. Widadatul 'Ulya, Dewan Kyai dan Dewan Nyai lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu, tetapi tidak mengurangi rasa hormat peneliti kepada Beliau yang senantiasa memberikan ilmu dan bimbingannya serta selalu peneliti harapkan ziyadah barokah ilmunya.
7. Teman-temanku di Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin mba Meli, Khoti, Tri puji, Ani, Kuni, Nunung, Umi, Nona Riri dan teman-teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas motivasi dan pengalaman hidup bersama kalian hingga saat ini.
8. Sahabat-sahabat angkatanaku mba Neli, Karin, ekha, Ngatoul, Janah, Wisda mba Muthoharoh, mila, etik, dan sahabat-sahabat lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas motivasi untuk terus bersama-sama berjuang mengejar impian dan cita-cita menggapai asa serta terimakasih atas bantuan kalian dalam kondisi susah maupun senang.
9. Sahabat – sahabat organisasi pengurus pusat Forkomnas periode 2017-2019 yang tak bisa di sebutkan satu persatu. Terimakasih atas motivasi yang selalu mengasih kabar dan informasi.

10. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu peneliti khususnya dalam penyelesaian skripsi ini, mudah-mudahan tidak mengurangi penghormatan dan penghargaan peneliti.

Akhirnya peneliti hanya dapat berdo'a semoga amal dan kebaikan semua pihak yang peneliti sebutkan diatas diterima oleh Allah SWT dengan iringan doa *Jazakumullahu Khairati Wa Sa'adatiddunya Wal Akhirah*. Amin.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Cilacap, 20 Januari 2020

Peneliti Skripsi

**Anisa Nurkhasanah**

NIM. 1523311002

## ABSTRAKSI

**Anisa Nurkhasanah, 1523311002**, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah, Analisa Terhadap Strategi dalam Mempertahankan Program Numpang Numpang Di RRI Purwokerto.

Penyiaran adalah kegiatan pembuatan dan proses menyiarkan acara siaran radio dan televisi serta pengelolaan operasional perangkat lunak dan keras, yang meliputi segi kelembagaan dan sumber daya manusia, untuk memungkinkan terselenggaranya siaran radio dan televisi. Radio merupakan media hiburan yang hanya menyuguhkan suara kepada khalayak luas. Berbagai acara tersedia dalam program penyiaran radio. Selain sebagai media hiburan, radio juga digunakan sebagai media untuk mendapatkan informasi terkait peristiwa yang sedang terjadi. Hal ini mengacu pada fungsi radio sejak masa penjajahan jepang dahulu, dimana radio digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi RRI Purwokerto dalam mempertahankan keberlangsungan minat pendengar terhadap program Numpang Numpang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan atau *field research*; yaitu suatu jenis penelitian yang digunakan untuk mendapatkan bahan-bahan dan jalan terjun langsung ke lapangan untuk mengadakan penelitian. Adapun pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data berdasarkan pengamatan dan wawancara, secara deskriptif yang kemudian ditulis dalam laporan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: meningkatkan program siaran Numpang Numpang ini dengan cara melakukan sosialisasi di media sosial seperti di facebook, twitter, IG, dan youtube, memilih siaran yang menarik seperti meng-up-to date informasi, dan untuk mengetahui minat pendengar radio komunitas melihat dari interaksi di media sosial.

Kata kunci: **Strategi penyiaran, minat pendengar, program Numpang Numpang**

## DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAKSI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Telaah Pustaka .....	9
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
A. Strategi Program Radio .....	14
B. Radio sebagai Media Penyiaran .....	27
METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	43
C. Pendekatan Penelitian .....	43
D. Prosedur Penelitian.....	44
E. Tempat dan Waktu penelitian.....	45
F. Objek Penelitian dan Subjek penelitian .....	45
G. Teknik Pengumpulan Data .....	47
BAB IV .....	52
PEMBAHASAN DAN ANALISA PENELITIAN.....	52

A. Gambaran umum RRI Purwokerto .....	52
BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran-saran.....	94
C. Penutup .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	98
CURRICULUM VITAE .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil RRI Purwokerto .....	59
Tabel 4.2 Profil Pro Dua .....	69
Tabel 4.3 Jadwal program Pro Dua.....	71
Tabel 4.4 Konsep Pro Dua Daypart <u>II</u> .....	72
Tabel 4.5 Konsep Pro Dua Daypart III .....	73
Tabel 4.6 Konsep Pro Dua Daypart IV .....	80
Tabel 4.7 Program Siaran Berjaringan .....	82
Table 4.8 Jadwal Program Siaran .....	84
Tabel 4.9 Jadwal Penyiar Program .....	85

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Penyiaran adalah kegiatan pembuatan dan proses menyiarkan acara siaran radio dan televisi serta pengelolaan operasional perangkat lunak dan keras, yang meliputi segi kelembagaan dan sumber daya manusia, untuk memungkinkan terselenggaranya siaran radio dan televisi<sup>2</sup>. Salah satunya media yang berada disekitar kita yaitu radio. Radio merupakan media massa elektronik yang sangat penting untuk beberapa kalangan tertentu, oleh karena itu kalangan tersebut lebih banyak menangkap atau mendengar radio daripada media lainnya. Hal itu disebabkan karena siarannya lebih cepat sampai ke pendengarnya tanpa memandang perbedaan letak geografis.<sup>3</sup>

Radio merupakan media hiburan yang hanya menyuguhkan suara kepada khalayak luas. Berbagai acara tersedia dalam program penyiaran radio. Selain sebagai media hiburan, radio juga digunakan sebagai media untuk mendapatkan informasi terkait peristiwa yang sedang terjadi. Hal ini mengacu pada fungsi radio sejak masa penjajahan jepang dahulu, dimana radio digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Radio Republik

---

<sup>2</sup> J.B.Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), hlm 6

<sup>3</sup> A.W. Widjaja, *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2010), cetakan ke-6,hlm.79

Indonesia serta Lembaga survey lainnya telah memberikan hasil yang mengembirakan dengan meletakkan posisi RRI, sebagai satu dari sekian banyak media radio yang menjadi pilihan utama dari masyarakat pendengar. Hasil ini tentu tidak terjadi begitu saja jika tidak didukung oleh kesungguhan seluruh unsur internal RRI, terutama para pengelola siaran dalam melaksanakan komitmen bersama menjadikan lembaga ini sebagai lembaga siaran yang benar-benar dipilih oleh khayalak pendengar.<sup>4</sup>

RRI sebagai lembaga penyiaran publik adalah RRI yang kini memiliki 16 stasiun di perbatasan NKRI dan 81 stasiun di ibukota propinsi dan kabupaten kota. RRI Purwokerto sendiri berada di kota Purwokerto dengan jangkauan 8 kabupaten yaitu Banyumas, Cilacap, Brebes, Tegal, Kebumen, Purbalingga, Banjarnegara, Wonosobo. Begitu juga dengan di RRI di kabupaten yang lain yang tentunya memiliki jangkauan yang sama dengan RRI di Purwokerto. Dengan demikian RRI memiliki peran penting dalam menjaga persatuan Bangsa karena keberadaannya bisa dikatakan merata di seluruh pelosok Indonesia. Hal ini dengan melakukan programming acara yang terpusat di Jakarta untuk seluruh stasiun yang tersebar di pelosok wilayah. Jadi program acara semua diatur secara terpusat untuk selanjutnya dilaksanakan menyesuaikan latar belakang budaya masing-masing wilayah.

---

<sup>4</sup> RRI, Pedoman penguatan program pro 1 dan pro 2 serta jadwal siaran berjaringan, (Jakarta: Direktorat program dan produksi lembaga penyiaran publik radio republik indonesia: 2018)

Seiring perkembangan jaman dan teknologi, 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.

Kekurangan RRI sebagai media penyiaran adalah hanya sebatas media yang dapat didengar berbeda dengan televisi yang dapat dilihat. Hal ini RRI membuat terobosan baru dengan RRI Net. RRI Net siaran RRI dengan tampilan audio visual sehingga pendengar tak hanya bisa mendengarkan tetapi juga melihat siaran secara langsung sebagaimana televisi. Namun untuk RRI Net baru ada di Jakarta.

RRI setiap harinya menyajikan berbagai jenis program dengan jumlah yang sangat banyak dan beragam. Setiap program dibuat dengan seunik mungkin agar dapat menarik audiens untuk mendengar program acara yang dibuat oleh stasiun radio dan pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk disalurkan di radio selama program itu menarik serta dapat disukai audien selama tidak bertentangan kesusilaaan, hukum maupun peraturan yang berlaku.

Tujuan diproduksinya sebuah program radio antara lain sebagai sarana hiburan dan informasi. Umumnya, program radio dibagi menjadi empat jenis programa satu, programa dua, programa tiga, dan programa empat diantaranya adalah programa satu untuk umum dari umur anak-anak hingga dewasa programa dua untuk tingkat remaja programa tiga untuk pemberitaan dan programa empat untuk kebudayaan. Diantara empat

programa yang diambil dalam penelitian ini yaitu programa dua, tingkat remaja dengan berbagai banyak acara seperti, HALTE PAGI (Halo Teman Selamat Pagi), AKSI MUDA – aktifitas siang kamu dan aku dan Numpang Numpang<sup>5</sup>

Program Numpang-numpang merupakan program Obrolan Ringan tentang prestasi, karya individu, organisasi, sekolah, kampus dan komunitas untuk memberikan informasi, motivasi, dan inspirasi bagi kaum millennial. Program Numpang Numpang ini ada beberapa acara yang setiap harinya berganti acara yaitu, hari senin Pramuka, hari selasa Putih abu-abu, hari rabu Profil sukses, hari kamis Putih biru, hari jum'at Tasbih, hari sabtu *English Corner*, dan yang terakhir hari minggu Jalan-jalan Pro 2.<sup>6</sup>

Salah satu kekuatan yang lain adalah penggunaan frekuensi milik publik. Dengan menggunakan frekuensi, publik tidak memiliki kekuatan yang lain saat mendengarkan radio. Melakukan aktivitas sambil mendengarkan radio bisa memperluas wawasan. Apa lagi pada saat ini mendengarkan radio bisa dimana saja dan kapan saja, apalagi dengan perkembangan yang canggih bisa mendengarkan radio melalui *handpone*.

Namun persaingan segmentasi radio bagi para anak muda menjadi sangat ketat karena adanya radio lain yang sama-sama memiliki segmentasi anak muda media internet, sehingga pengelola media siaran RRI harus benar-benar memahami dan mengenali ekspektasi atau apa yang

---

<sup>5</sup> Bapak Budi, *Wawancara kepala programa 2 (pro 2 RRI Purwokerto, september 2019)*

<sup>6</sup> *Data Pola acara siaran Pro 2 ( RRI Purwokerto, 2019 )*

diinginkan para pendengar, karena program Numpang-numpang sangat bagus untuk menginspirasi anak muda zaman sekarang.

Dengan demikian kegigihan para program RRI Purwokerto dalam mempertahankan, menggugah keinginan penulis mengenai strategi RRI Purwokerto sehingga penulis perlu untuk mengkaji lebih jauh mengenai strategi produksi program Numpang Numpang Pro 2 tersebut dalam sebuah penelitian yang berjudul *“Analisa Terhadap Strategi penyiaran program dalam Mempertahankan Numpang Numpang di RRI Purwokerto”* penulis akan meneliti dengan metode kualitatif dengan meneliti Strategi manajemen program Numpang Numpang Pro 2 RRI Purwokerto.

## **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional dimaksud di sini menegaskan konten judul penelitian yakni untuk memperjelas dan menghindari salah paham dalam memaknainya, maka dipandang perlu untuk mempertegas istilah yang dianggap perlu dalam judul skripsi yang akan dibahas. Judul skripsi penulis buat adalah “Strategi Manajemen Radio untuk Mempertahankan suatu Progam (Studi Kasus program Numpang Numpang di RRI Purwokerto)” yang dimaksud adalah sebagai berikut.

## 1. Analisa Strategi dan Manajemen RRI Purwokerto

### a. Analisa

Kajian, kupasan, penyelidikan, studi, telaah, tilikan, ulasan, uraian.<sup>7</sup>

### b. Strategi Penyiaran

Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua (1989) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Sedangkan Strategi dapat dimaknai pula sebagai tugas pokok lapisan sistem tingkat atas.<sup>8</sup>

### c. Program Numpang Numpang Pro 2

Program Numpang Numpang merupakan program yang menjadi wadah prestasi atau program Obrolan Ringan tentang prestasi, karya individu, organisasi, sekolah, kampus dan komunitas untuk memberikan Informasi, motivasi, dan inspirasi bagi kaum milenial.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Tim redaksi, tesaurus Bahasa Indonesia, pusat bahasa departemen pendidikan nasional, 2008, hlm.19.

<sup>8</sup> Prof. Dr. Iskandarwassid, M.Pd., Dr. H. Dadang Sunendar, M.Hum., *Strategi pembelajaran bahasa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya) cetakan kedua 2009 hlm. 2

<sup>9</sup> Ibid, *pola acara* 2019

Numpang Numpang program adalah sebuah program yang di siarkan melalui RRI Purwokerto bagian Pro 2 (Remaja). Program Numpang-numpang ini merupakan wadah prestasi anak bangsa yang ingin membagi ilmu dan pengalamannya untuk sesama remaja yang memang diprogramkan oleh RRI Purwokerto.

d. RRI Purwokerto

RRI Purwokerto merupakan radio pemerintah yang di wilayah Purwokerto sekarang memiliki radio Pro 1 yang berada di frekuensi 93,1 MHz dan Pro 2 yang berada di frekuensi 99,0 MHz

Berdasarkan definisi operasional diatas, bahwasannya yang dimaksud judul penelitian “Analisa Stratetgi dan Manajemen Program Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto” adalah suatu program penelitian untuk mengetahui strategi dan manajemen Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang dan definisi operasional di atas maka penulis merumuskan masalah yang akan di bahas sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi RRI Purwokerto untuk mempertahankan keberlangsungan minat pendengar terhadap program Numpang Numpang Pro 2

2. Bagaimana minat Remaja terhadap program Numpang Numpang Pro 2 tahun 2019 di RRI Purwokerto

#### **D. Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui strategi RRI Purwokerto dalam mempertahankan keberlangsungan minat pendengar terhadap program Numpang Numpang Pro 2.
2. Untuk mengetahui minat remaja terhadap program Numpang Numpang Pro 2 pada saat tahun 2019

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah khazanah ilmu komunikasi khususnya komunikasi massa.
  - b. Sebagai pengembangan ilmu strategi dan manajemen radio
2. Manfaat Praktis
  - a. penelitian ini diharapkan akan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian lapangan yang lain dan membuka kesempatan untuk penelitian lebih lanjut
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang jelas tentang efektivitas maupun strategi dan manajemen program Numpang Numpang Pro 2

- c. Hasil penelitian diharapkan mampu digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam pengembangan dan kemajuan program Numpang Numpang Pro 2
- d. Dapat dipakai sebagai bahan pengetahuan radio-radio lainnya dalam menata manajemen dengan baik
- e. Dapat menambah pengetahuan dan memperluas pembaca.

#### **F. Telaah Pustaka**

Sejauh penulis menelaah buku-buku dan bacaan lainnya maka penulis menemukan buku yang berkaitan dengan judul diatas, antara lain :

1. Buku Morissan, M.A, yang berjudul "*Manajemen Media Penyiaran*", dalam isi buku tersebut menjelaskan tentang Strategi mengelola Radio dan Televisi ini membahas secara mendalam dari sistem tiga pilar utama kesuksesan media penyiaran: program, pemasaran, dan teknik.
2. Jurnal saudari Tresna Yumiana Rahayu dan Kartini Rosmala Dewi Katili, dengan judul "*Strategi program radio dalam mempertahankan eksistensinya*", yang menjelaskan tentang strategi dalam mempertahankan eksistensinya di radio Rodja 756 AM, bertujuan untuk mengetahui strategi program kajian tematik dalam menggunakan konsep strategi program peer pringle yang terdiri dari perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi, serta pengawasan dan evaluasi metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Tresna Yumiana Rahayu, Kartini Rosmala dwi katili, *Strategi program radio dalam mempertahankan eksistensinya*, Jurnal (Bekasi: Unisma).

3. Skripsi saudara Misbahul Munir, dengan judul "*Strategi Komunikasi dalam Program Mutiara Hikmah di Radio Rasika FM*", dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang bagaimana strategi komunikasi dalam program mutiara hikmah di radio Rasika FM, penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil tempat di radio Rasika FM, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi.<sup>11</sup>
4. Jurnal saudari Nurjannah, yang berjudul tentang "*Manajemen Produksi pada Program Hallo Makassar di Radio Venus 97.6 FM*" yang membahas tentang Manajemen produksi ini adalah proses yang meliputi tahapan pra produksi, proses produksi dan pasca produksi pada program Hallo Makassar radio Venus 97.6 FM.<sup>12</sup>
5. Skripsi saudari Esti Koriati, yang berjudul tentang "*Efektivitas Radio Bercahaya FM sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di Kabupaten Ciacap*" yang membahas tentang penelitian yang bertujuan untuk mengetahui profil radio Bercahaya FM sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di Kabupaten Cilacap untuk

---

<sup>11</sup> Misbahul Munir, *Strategi komunikasi dalam program mutiara Hikmah di Radio Rasika FM*, Skripsi Fak. Dakwah (Semarang: UIN Walisongo)

<sup>12</sup> Nurjannah, *Manajemen produksi pada program Hallo Makasar di Radio Venus 97.6 FM*, Skripsi Fak. Dakwah, (Makasar: UIN Alauddin)

mengetahui efektivitas radio Bercahaya FM sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di Kabupaten Cilacap.<sup>13</sup>

6. Jurnal saudara Nurhasanah Nasution, yang berjudul tentang “*Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta dalam Menghadapi persaingan Informasi Digital*” yang membahas tentang strategi manajemen penyiaran radio swasta dalam menghadapi persaingan informasi digital.<sup>14</sup>
7. Skripsi saudara Arifah Fatmawati, yang berjudul tentang “*Strategi penyiaran PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan di Yogyakarta*” yang membahas tentang strategi radio dalam menghadapi persaingan di Yogyakarta.<sup>15</sup>

Perbedaan antara skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu terletak rumusan masalahnya berisi tentang penelitian yang diatas, sedangkan penelitian dengan judul Strategi manajemen RRI Purwokerto untuk mempertahankan program Numpang-nampang Pro 2

8. Jurnal saudara Rizki Widiyawati, yang berjudul tentang “*Manajemen Produksi Program Siaran “Kampung Radio” Radio Replubik Indonesia Pro 1 Pekan Baru dalam Memperdayaan Masyarakat Kota*

---

<sup>13</sup> Koriati Esti, *Efektivitas Radio Bercahaya FM sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di Kabupaten Ciacap*, Skripsi Fak. Dakwah ( Cilacap: Perpustakaan Al Ghazali Cilacap,2016)

<sup>14</sup> Nurhasanah Nasution, Strategi manajemen penyiaran radio swasta dalam menghadapi persaingan informasi digital, Jurnal (Medan, UMSU)

<sup>15</sup> Arifah fatmawati, Strategi penyiaran PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan di Yogyakarta, skripsi (UIN Yogyakarta) [http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/2024\\_jam\\_16.00\\_kamis\\_21](http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/2024_jam_16.00_kamis_21)

*Pekan baru*” yang membahas tentang strategi manajemen penyiaran RRI dalam mempertahankan eksistensinya.<sup>16</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar, penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu bagian awal, bagian tengah, dan bagian akhir. Yang disebut bagian awal adalah bagian permulaan yang terdiri dari halaman judul, halaman pembahasan, motto, kata pengantar, daftar isi, dan daftar gambar atau bagan. Selanjutnya bagian kedua, bagian tengah yang terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I   Pendahuluan terdiri dari pertama, diawali dengan latar belakang masalah. Kedua, definisi operasional. Ketiga, rumusan masalah. Keempat, tujuan penelitian. Kelima, manfaat penelitian. dan Keenam, sistematika penulisan.

BAB II   Landasan Teori atau kajian teori, dijelaskan mengenai berbagai teori-teori yang berkaitan dengan strategi dan manajemen program siaran dengan mencantumkan konsep-konsep dan teori-teori sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Sebagai pijakan peneliti dalam melakukan penelitian nanti dalam hal ini adalah motivasi prestasi remaja, pengaruh program Numpang Numpang

---

<sup>16</sup>Rizki Widiyawati, Manajemen Produksi Program Siaran Kampung Radio RRI Pro 1 Pekan Baru dalam Pemberdayaan masyarakat kota Pekan Baru, Jurnal (Pekan Baru, UR)

serta hipotesis.

BAB III Berisi metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, variabel dan obyek penelitian, subyek penelitian (populasi, sampel dan teknik sampling atau responden), metode pengumpulan data, uji keabsahan data dan teknik analisis data. Dalam bagian ini penelitian menggunakan penelitian kuantitatif untuk meneliti permasalahan yang akan diteliti.

BAB IV Pembahasan dan analisa hasil penelitian

BAB V Berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Selanjutnya bagian akhir penelitian adalah berupa daftar pustaka, dan lampiran-lampiran. Sebagaimana dikemukakan di bab sebelumnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Program Radio

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata *stragos* atau *strategis* dengan kata jamak strategi yang berarti jenderal, tetapi dalam Yunani kuno berarti perwira negara dengan fungsi yang luas (Salulu, 1985: 85). Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, melainkan harus juga menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya di lapangan.<sup>17</sup>

Definisi formal strategi adalah seni penyusunan rencana yang menggelar kemampuan-kemampuan dan kompetensi-kompetensi suatu organisasi secara terfokus untuk menghadapi lingkungan persaingan yang dikenali, dalam suatu cara yang memberikan dukungan maksimum bagi kebijakan kepemimpinan dan memberikan peluang fleksibilitas yang memungkinkan

---

<sup>17</sup> Onong uchyana Efendi, Ilmu Komunikasi: Teori dan praktek (Bandung: Rosdakarya, 2005), hlm 32.

adanya adaptasi-adaptasi yang diperlukan pada waktu yang tepat guna meraih kesuksesan evolusioner.<sup>18</sup>

Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata “program” dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh rasional yang dimainkan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi. Strategi dapat juga didefinisikan sebagai pola tanggapan organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Definisi ini mengandung arti bahwa setiap organisasi selalu mempunyai strategi walaupun tidak pernah secara eksplisit dirumuskan. Strategi menghubungkan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya dengan tantangan dan resiko yang harus dihadapi dari lingkungan di luar perusahaan.<sup>19</sup>

Penjelasan dari Webster’s New World Dictionary, bahwa strategi adalah ilmu merencanakan serta mengarahkan kegiatan-kegiatan militer dalam skala besar dan memanuver kekuatan-kekuatan kedalam posisi yang paling menguntungkan sebelum bertempur dengan musuhnya. Sebuah keterampilan dalam mengelola atau merencanakan suatu strategem atau cara yang cerdas untuk mencapai suatu tujuan.<sup>20</sup> Lebih luas dan terperinci lagi dijelaskan oleh Bob de Wit dan Ron Meyer, seperti dikutip oleh Jusuf Udaya yang

---

<sup>18</sup> Gregory H. Watson, *Strategic Benchmarking*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm 27.

<sup>19</sup> Morissan, *Manajemen media penyiaran “strategi mengelola radio & televisi”*, (Jakarta: Kencana Prenada media group, 2008).hlm. 136

<sup>20</sup> Jusuf Udaya,dkk, *Manajemen stratejik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm.6

menjelaskan bahwa strategi harus dilihat dan dipahami berdasarkan tiga dimensi, yaitu Proses, content, dan context.<sup>21</sup>

1) *Strategy Process*

Cara bagaimana strategi-strategi timbul, dimana letak strategy process. Proses strategi menyangkut bagaimana, siapa, bilamana strategi tersebut, dan bagaimana seharusnya strategi itu dibuat, dianalisis, dibentuk, diformulasi, diimplementasi, diubah dan dikontrol siapa yang disangkut kapankah kegiatan-kegiatan yang diperlukan dilaksanakan.

2) *Strategy Content*

Hasil atau produk proses strategi disebut *Strategy content*. Jika dinyatakan sebagai sebuah pertanyaan, *strategy content* berhubungan dengan apa dari strategi, apa itu strategi, dan bagaimana isi yang seharusnya dari strategi tersebut bagi perusahaan serta untuk unitnya masing-masing.

3) *Strategy context*

Sekumpulan keadaan berbagi proses strategi dan *strategy content* ditentukan disebut *strategy context*. Bila dinyatakan sebuah pernyataan, *strategy context* tersebut terkait dengan di mana strategi berada, diperusahaan mana dan di lingkungan apa proses strategi dan *strategy context* itu berada.

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 6

Sementara itu, menurut Onong, setidaknya ada empat tujuan dalam strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- a) *To Secure Understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa terjadi sesuatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b) *To Establish Acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c) *To Motivate Action*, yaitu penggiatan untuk motivasinya.
- d) *To Goals Which Communicator Sought To Achieve*, yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.<sup>22</sup>

Adapun di sisi lain, strategi juga memiliki fungsi ganda yaitu, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal dan menjabatani “cultural gap”, adalah kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun.<sup>23</sup>

#### b. Perumusan Strategi

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, menjelaskan bahwa perumusan strategi seringkali ditunjukkan sebagai perencanaan strategis atau jangka panjang. Proses perumusan berurusan dengan

---

<sup>22</sup> Onong Uchyana Efendi, Ilmu komunikasi: Teori dan praktek, hlm.32.

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm. 33.

pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan atau lembaga. Agar ini tercapai, pembuat strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kunci) pada situasi saat itu.<sup>24</sup>

Sementara itu, strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *costumer value* terbaik.

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan, lembaga atau organisasi dalam merumuskan strategi, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan dimasa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- 2) Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- 3) Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dan strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.

---

<sup>24</sup> David Hunger dan Thomas L. Wheelen, Manajemen strategis trj. Julianto A,(Yogyakarta: Penerbit Andi,2011), hlm.192.

- 4) Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- 5) Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka panjang dan jangka pendek.

c. Tingka-tingkat strategi

Dengan merujuk pada pandangan dan Schendel dan Scharles Hofer, Higgins (1985) menjelaskan adanya empat tingkatan strategi, yaitu:

1) Enterprise Strategy

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat, sedangkan masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik, dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi itu juga menampakan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

## 2) Corporate Strategy

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut Grand strategy yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Dan bagaimana misi itu dijalankan juga penting memerlukan keputusan-keputusan stratejik dan perencanaan.

## 3) Business Strategy

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, dan sebagainya. Stratejik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

## 4) Functional strategy

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain, ada tiga jenis strategi functional yaitu :

- a) Strategi functional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumberdaya, penelitian dan pengembangan.
- b) Strategi functional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, implementating,

controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating.

c) Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.

(J. Salusu,P 1996)

d) Tingkatan-tingkatan strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap mengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata, tetapi juga hendaknya menghitung soal “kesehatan” organisasi dari sudut ekonomi

(J. Salusu,P 1996)

d. Jenis-jenis strategi

Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Jenis-jenis strategi sebagai berikut:

1) Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal.

Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan pesaing.

## 2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk, karena semua memerlukan usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak di tingkatkan.

## 3) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasikonglomerat.

## 4) Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, Arifin menyatakan strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan (informasi) agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektivitas komunikasi.<sup>25</sup> Sedangkan menurut Dedy Mulyana, pakar komunikasi asal Bandung, menjelaskan komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai

---

<sup>25</sup> Anwar Arifin, strategi komunikasi, sebuah pengantar ringkas, (Bandung: Armico, 1994), hlm.59

dengan harapan para pesertanya (dalam hal ini adalah orang-orang yang terlibat dalam komunikasi).<sup>26</sup>

## 1. Strategi Program Radio

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 program<sup>27</sup>. 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.

### a. 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. Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

---

<sup>26</sup> Dedy Mulyana, Ilmu komunikasi, (Bandung: Rosdakarya, 2004), hlm. 107

<sup>27</sup> Morissan, Manajemen penyiaran 2011,...hlm 273

- b. 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 diwujudkan melalui produksi. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah inhouse production atau produksi sendiri.<sup>28</sup> Menurut Ningsih, pada proses siaran ada dua cara yang bisa digunakan, yaitu: Live atau siaran langsung: on air, produksi dilakukan secara langsung dari ruang siaran tanpa melalui tahapan pengeditan dan penggabungan materi secara mekanis. Tapping atau rekaman: siaran rekaman merupakan siaran yang proses produksinya dilakukan dahulu baru kemudian pada hari berikutnya disiarkan.
- c. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audiens yang diinginkan karena jam yang berbeda akan mendapatkan audiens yang berbeda pula. Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin, untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara, yakni pembagian waktu siaran.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Morissan, Manajemen penyiaran 2008,...hlm 267

<sup>29</sup> Morissan, Manajemen media penyiaran 2011,... hal..343

e. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

f. Strategi STP

Strategi merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan yang menurut Kotler terdiri atas tiga tahap, diantaranya segmentasi, targeting, dan positioning.<sup>30</sup>

1. Segmentasi, segmentasi audien pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur audien. Jika ditinjau dari perspektif audien penyiaran, maka segmentasi pasar adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengelompokkan audien ke dalam kotakkotak yang lebih homogen.<sup>31</sup>
2. Targeting atau target audien adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau audien sasaran. Target audien adalah

---

<sup>30</sup> Ibid, hlm..174

<sup>31</sup> Ibid, hlm..178

memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi.

3. Positioning Hiebing & Cooper mendefinisikan positioning sebagai “membangun persepsi produk di dalam pasar sasaran relatif terhadap persaingan”. Suatu produk harus memiliki pernyataan positioning berupa kata-kata yang diolah dalam bentuk rangkaian kalimat menarik yang disampaikan dengan manis. Kata-kata itu adalah atribut yang menunjukkan segi-segi keunggulan suatu produk atau perusahaan terhadap para pesaingnya. Pernyataan yang dihasilkan harus cukup singkat, mudah diulang-ulang dalam iklan atau dalam bentuk-bentuk promosi lainnya, dan harus memiliki dampak yang kuat terhadap pasar sasaran.

4. Eksistensi

adalah suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existence* yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensipotensinya (Abidin, 2007, hal. 16). Sedangkan menurut Purwodarminto, eksistensi bukan merupakan tempat dimana suatu benda berada, akan tetapi eksistensi mengandung pengertian tentang keberadaan suatu kegiatan yang secara terus-menerus

dilakukan, sehingga kegiatan terus berjalan dengan lancar (Purwodarminto, 2002, hal. 756). Jika ditinjau dari segi media penyiaran, pengertian eksistensi pada program radio adalah kemampuan sebuah program radio untuk bertahan dalam waktu yang cukup lama. Sehingga maksud dari eksistensi dalam penelitian ini adalah keberadaan program yang masih bertahan pada sebuah stasiun radio, yaitu program Kajian Tematik di Radio Rodja 756 AM

## **B. 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*).

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.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Riswandi, Dasar-dasar penyiaran, (Jakarta: GRAHA ILMU, 2009 hlm 2

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.<sup>33</sup>

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 sifatnya yang tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara<sup>34</sup>

#### b. Jenis- jenis radio

##### 1) Lembaga penyiaran publik

Lembaga penyiaran berbentuk badan hukum yang

---

<sup>33</sup> Riswandi, Dasar-dasar..... hlm.21.

<sup>34</sup> Romli, 2004.....

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 swast

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*

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 tercapat, bahkan lebih cepat dari surat kabar dan televisi, dalam menyebarkan 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 sebagainya.
  - 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. Strategi 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.<sup>35</sup>

a. Program Radio

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

---

<sup>35</sup> Morrissan, Manajemen media penyiaran... 200

mahasiswa, nelayan, dan sebagainya. Menurut Joseph Dominick (2001), format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah, yaitu :<sup>36</sup>

- 1) Kepribadian (personality) penyiar dan reporter
- 2) Pilihan musik dan lagu
- 3) Pilihan musik dan gaya bertutur (talk)
- 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 program<sup>37</sup>

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

---

<sup>36</sup> Morissan, manajemen media penyiaran... hlm. 220-221

<sup>37</sup> Ibid, hlm.. 232

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 diwujudkan melalui produksi. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri<sup>38</sup>

## 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.<sup>39</sup>

## 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

---

<sup>38</sup> Morissan, Manajemen media penyiaran,... hlm 266

<sup>39</sup> Ibid, hlm 302

lisensi atau izin siaran yang diperoleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle, dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:<sup>40</sup>

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

c. 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

---

<sup>40</sup> Ibid, hlm 314

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.

### i. Program perbincangan

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

### ii. 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.

iii. Program asing

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

iv. Program pemilu

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

d. Penyiaran

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.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Riswandi, Dasar-dasar..... hlm.14

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, mingguan, 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
- 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 menjalankan 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.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Riswandi, Dasar-dasar..... hlm.17

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional yaitu kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara digunakan.<sup>43</sup>

Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Penemuan berarti data yang diperoleh dari penelitian itu adalah data yang betul-betul baru sebelumnya belum pernah diketahui. Pembuktian berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan adanya keragu-raguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu, dan pengembangan berarti mepedalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Sugoyono, Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: ALFABETA 2018), hlm. 2

<sup>44</sup> *Ibid*, hlm.3

## B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kaneah atau penelitian lapangan (*field research*) adalah jenis penelitian yang dilakukan di lapangan, dalam dunia nyata. Penelitian ini dilakukan sesuai dengan bidangnya, sehingga penelitian kaneah menjadi berbeda-beda dengan banyaknya bidang.<sup>45</sup>

Adapun penelitian ini dilakukan di lokasi RRI Purwokerto, dalam hal ini peneliti langsung terjun ke lapangan atau lokasi tempat peneliti melakukan penelitian di RRI Purwokerto.

## C. Pendekatan Penelitian

Pendekata penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif karena data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>46</sup>

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebi menekankan makna pada generalisasi.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Umi Zulfa, *Metedologi penelitian sosial*, (Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2011), hlm.12

<sup>46</sup> Umi Zulfa, *Metedologi Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Cahaya Ilmu,2010),hlm.10.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2014), hlm. 9

Adapun fokus penelitian ini yaitu “Analisa Strategi dan Manajemen program Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto”. Metode yang digunakan oleh penulis dan dipandang sesuai dengan penelitian ini adalah metode pendekatan penelitian kualitatif. Metode ini dianggap sesuai karenadigunakan untuk meneliti strategi manajemen RRI Purwokerto terhadap program Numpang Numpang.

#### **D. Prosedur Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menyiapkan rangkaian pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan penulis sendiri sebagai pewawancara guna mendapatkan pendapat bebas dari narasumber sebagai subjek penelitian.

Dalam mengumpulkan data, ada beberapa prosedur yang penulis lakukan sebagaimana terdapat pada diagram alur penelitian, yaitu:

1. Melakukan observasi di lokasi penelitian
2. Membuat perumusan masalah sesuai dengan apa yang dapat dari observasi sebelumnya.
3. Pengambilan data pertama dengan mengambil data tentang RRI Purwokerto untuk mengetahui tentang program siaran “Numpang Numpang” serta data pendengar dari program tersebut. Kedua mengambil program siaran tersebut.

4. Membuat instrumen wawancara guna pengambilan data melalui wawancara, dan memproduksinya sesuai dengan data yang dibutuhkannya.
5. Melakukan pengambilan data kembali dengan melakukan wawancara terhadap subjek penelitian yang sudah ditentukan
6. Melakukan reduksi data dari hasil wawancara sampai sudah cukup untuk memenuhi jawaban atas rumusan masalah
7. Melakukan analisis data dengan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman
8. Menyimpulkan hasil analisis

#### **E. Tempat dan Waktu penelitian**

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di RRI Purwokerto, yang beralamatkan di Jl. Jendral Sudirman 427, Kranji Purwokerto timur, Banyumas, Jawa tengah.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan (September, Oktober, November, Desember dan Januari)

#### **F. Objek Penelitian dan Subjek penelitian**

1. Objek penelitian adalah sarana yang dijadikan unit pengamatan. Adapun unit pengamatan di Pro 2 di RRI Purwokerto adalah Strategi manajemen yang menjadi objek dari penelitiannya.
2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau sumber data penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Arikunto (2002) dalam hal ini mengelompokkan subjek penelitian menjadi tiga yaitu:

- a. *Person* (orang)
- b. *Place* (tempat)
- c. *Paper* (kertas, simbol, barang atau dokumen)

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan subjek penelitian adalah segala suatu yang baik itu berupa manusia, tempat atau barang/ *paper* yang bisa memberikan informasi (data) yang diperlukan penelitian.<sup>48</sup>

Dalam penelitian ini peneliti memilih subjek penelitian secara khusus berdasarkan tujuan tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya. Sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian yang berjudul “Analisa Strategi dan Manajemen Program Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto” ini adalah:

- a. Kepala Seksi Layanan dan Pengembangan Usaha (Bapak Hanifahridads, SH)
- b. Kepala Seksi Siaran (Bapak Wahyu Hadiartana, SE)
- c. Kepala Sub Seksi Program 2 (Bapak Budi)
- d. Penyiar Pro 2
- e. Pendengar Program Numpang Numpang

---

<sup>48</sup> Umi Zulfa, Metodologi penelitian sosial, (Yogyakarta: Cahaya Ilmu 2011), hlm.48

## G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber, dan berbagai cara.<sup>49</sup> Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu melalui observasi, dokumentasi dan wawancara

### a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dijadikan *Participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumen yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.<sup>50</sup>

Metode ini digunakan sebagai instrument pengamatan secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang ada mengetahui letak geografis, mengamati sarana yang berhubungan dengan proses strategi manajemen di RRI Purwokerto.

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2011) hlm.137.

<sup>50</sup> *Ibid*, hlm. 145.

Dalam teknis penulisannya sambil melakukan pengamatan. Penulis dapat mengamati bagaimana manajemen RRI Purwokerto untuk mempertahankan program Numpang Numpang Pro 2

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>51</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai struktur organisasi atau lembaga, letak geografis, sejarah, jadwal atau kegiatan, program kerja, sarana prasana di RRI Purwokerto. Cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan masuk juga buku tentang pendapat atau hukum dengan nilai-nilai yang berhubungan dengan masalah penelitian.

c. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>52</sup>

Teknik pengumpulan data ini berdasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan

---

<sup>51</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993) hlm. 202.

<sup>52</sup> *Ibid*, hlm. 137.

keyakinan pribadi. Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode *interview* dan juga kuesioner (angket) adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang diri sendiri
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya
- c. Bahwa interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.<sup>53</sup>

Dalam hal ini penulis menggunakan wawancara bebas terpimpin, artinya penulis mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya sesuai dengan pedoman wawancara kepada orang-orang yang mempunyai hubungan dengan objek penelitian.

Hasil wawancara kemudian dikembangkan di lapangan secara mendalam dan dijawab secara bebas terbuka dan terstruktur. Hal ini dilakukan untuk menghindari kemungkinan kesalahan yang terjadi atas

---

<sup>53</sup>*Ibid*, hlm18

jawaban informan, dan diharapkan informasi sebanyak-banyaknya sehingga memperoleh data dan hasil penelitian berkualitas. Wawancara ini penulis tunjukkan kepada manajemen program yaitu kepala sub bagian tata usaha, kepala seksi perencanaan, kepala seksi program 2 yang ada di lapangan sebagai pertimbangan mereka yang tahu strategi manajemen program RRI Purwokerto.

### 3. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.<sup>54</sup> Sedangkan proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution (1988) menyatakan Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.<sup>55</sup>

Analisis selama di lapangan model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2011) hlm.243.

<sup>55</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA 2010), hlm.89.

data dalam periode tertentu. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification*.

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif.

c. Conclusion drawing/ kesimpulan gambaran

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut *Miles and Huberman* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Sugiyono, Memahami penelitian kualitatif, (Bandung: ALFABETA, 2010), hlm.91-99

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISA PENELITIAN**

#### **A. Gambaran umum RRI Purwokerto**

Radio Republik Indonesia, secara resmi didirikan pada tanggal 11 September 1945, oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang di 6 kota. Rapatutusan 6 radio di rumah Adang Kadarusman, Jalan Menteng Dalam Jakarta, menghasilkan keputusan mendirikan Radio Republik Indonesia dengan memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama.

Rapat menghasilkan pula deklarasi yang terkenal dengan sebutan Piagam 11 September 1945, yang berisi 3 butir komitmen tugas dan fungsi RRI yang kemudian dikenal dengan Tri Prasetya RRI. Butir Tri Prasetya yang ketiga merefleksikan komitmen RRI untuk bersikap netral tidak memihak kepada salah satu aliran/ keyakinan partai atau golongan. Hal ini memberikan dorongan serta semangat kepada penyiar RRI pada era Reformasi untuk menjadikan RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang independen, netral dan mandiri serta senantiasa berorientasi kepada kepentingan masyarakat.

##### **1. Sejarah RRI Purwokerto**

Pada zaman pendudukan tentara Dai Nippon (Jepang) kota Purwokerto dipandang penting, karena itu pada tanggal 8 Desember 1944 mendirikan studio siaran yang disebut Purwokerto Hosokyoku.

Tanggal 12 Desember 1944 dilakukanlah pembukaan Hosokyoku oleh Banyumas Syutyokan (Residen). Dipilihnya tanggal 12 Desember untuk mengingat penyerangan Jepang ke Pearl Harbour yang mereka namakan sebagai permulaan Perang Asia Timur Raya.

Pendirian stasiun radio ini tidak akan lepas dari strategi dan propaganda untuk kepentingan Dai Nippon.

Siaran Purwokerto Hosokyoku dilakukan setiap hari, pagi antara pukul 06.00 – 08.00, siang hari pukul 12.00 – 14.00 dan petang mulai pukul 17.00 – 23.00 atau 24.00. Karyawan Hosokyoku di Purwokerto masih sangat terbatas. Purwokerto Hosokyoku dipimpin oleh seorang Jepang bernama Nisimura sedangkan seorang Jepang lainnya adalah Kepala Bagian Teknik bernama Fujita. Karyawan bangsa Indonesia antara 10 sampai 15 orang. Dalam siaran setiap harinya menggunakan bahasa Indonesia kecuali pukul 16.00 merelay siaran Tokyo Hosokyoku yang isinya bahasa Jepang dan ditujukan kepada bangsa Jepang, terutama tentara Jepang yang ada di Indonesia. Selain merelay Tokyo Hosokyoku pada saat itu juga sudah dikenal siaran relay lainnya berupa warta berita dan siaran-siaran penting lainnya dari Jakarta Hosokyoku. Waktu itu di Jawa ada 8 stasiun radio yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Malang, dan Purwokerto. Hosokyoku di Purwokerto berada di bekas rumah-rumah para employe pabrik gula Purwokerto, sekarang Komplek Pertokoan Satria Plasa Jl. Jenderal Soedirman Purwokerto.

Perang Asia Timur Raya berakhir setelah kota Hiroshima di bom atom Sekutu. Jepang menyerah kepada tentara Sekutu pada tanggal 15 Agustus 1945. Situasi demikian ini dipergunakan oleh bangsa Indonesia untuk menyatakan kemerdekaannya yaitu dengan Proklamasi Kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945. Ketegangan-ketegangan waktu itu timbul antara pejuang-pejuang bangsa Indonesia untuk membela dan mempertahankan kemerdekaan dengan tentara Dai Nippon yang tidak rela melihat bangsa Indonesia merdeka. Demikian pula dengan bangsa Indonesia yang bekerja di kantor-kantor Jepang, timbul ketegangan dengan bekas pimpinannya yang terdiri dari orang-orang Jepang. Hal ini terjadi pula di Purwokerto, dengan adanya proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, Purwokerto Hosokyoku habis riwayatnya. Studio dan pemancar walaupun tidak digunakan untuk siaran tetap dijaga siang dan malam oleh karyawan-karyawan bangsa Indonesia yang hanya bersenjata bambu runcing.

Kontak dengan rekan-rekan dari studio bekas Hosokyoku masih belum dapat dilakukan kembali, karena setelah Proklamasi Kemerdekaan masih serba sulit berkomunikasi. Semangat untuk pengambil alihan bekas Purwokerto Hosokyoku oleh segenap karyawan bangsa Indonesia masih menunggu komando pimpinan daerah agar jalannya pengambil alihan disesuaikan dengan pengambilan kekuasaan

Pemerintah di daerah Banyumas. Beberapa waktu setelah Proklamasi Kemerdekaan di wilayah Banyumas terjadi pengambilan atau penyerahan pemerintahan dari tentara Pendudukan Jepang kepada Republik Indonesia yaitu dari tangan Banyumas Syutyokan kepada Residen Banyumas yang waktu itu dijabat oleh Mr. Iskak Tjokroadisurjo. Pengambil alihan tersebut termasuk bekas Hosokyoku. Pada sore harinya oleh Residen Mr. Iskak Tjokroadisurjo di halaman depan bekas Purwokerto Hosokyoku diresmikan Radio Banyumas sekaligus dilakukan pidato ditujukan kepada segenap penduduk bahwa di wilayah Banyumas telah selesai pengambil alihan kekuasaan dari tangan Jepang. Mulai saat itu Radio Banyumas dikendalikan oleh bangsa Indonesia yaitu bekas karyawan Purwokerto Hosokyoku.

Dengan pemancar SW berkekuatan 25 watt, Radio Banyumas melaksanakan tugasnya mendukung pemerintah Republik Indonesia di wilayah Banyumas memberi penerangan kepada rakyat bahwa Indonesia sudah merdeka dan mengajak rakyat untuk membela dan mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Siaran-siaran Radio Banyumas, lebih menitik beratkan kepada menanamkan jiwa merdeka, semangat berjuang membela Proklamasi Kemerdekaan.

Pimpinan studio waktu itu Soetardjo, Kepala Teknik Soemartono, Kepala Siaran Ramelan dan Kepala Tata Usaha Soemarto. Siaran Radio Banyumas saat itu berjalan sesuai dengan

kemampuan tenaga dan peralatan yang ada, sedangkan gaji karyawan belum terpikirkan karena lebih mengutamakan tugas pengabdian.

Komunikasi dengan studio-studio di Jawa sudah mulai dapat dilakukan, kemudian pada tanggal 11 September 1945, di Jakarta 8 pimpinan bekas Hosokyoku di Jawa berkumpul untuk mengadakan musyawarah mengenai tugas-tugas radio. Pertemuan memutuskan untuk membentuk stasiun radio dengan nama Radio Republik Indonesia dan menyerahkan kepada pemerintah dengan maksud menerima tugas-tugas lebih lanjut untuk kepentingan nusa, bangsa dan Negara. Dalam pertemuan tersebut lahir pula ikrar yang lebih dikenal dengan Tri Prasetya RRI serta dibuat lambang RRI yang didalamnya terdapat delapan lingkaran yang berarti pembentukan RRI merupakan hasil musyawarah delapan stasiun radio di Jawa yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Malang, dan Purwokerto. Sebagai tindak lanjut setelah dibentuknya RRI, maka RRI Jakarta ditetapkan sebagai Pusat RRI dengan Kepala Jawatan Maladi, sedangkan tujuh RRI lainnya disebut cabang RRI. Kepala RRI cabang Purwokerto yang pertama ialah Soetardjo.

## 2. Visi dan Misi RRI

### a. Visi :

Menjadikan LPP RRI radio berjaringan terluas, pembangun karakter bangsa, berkelas dunia

b. Misi :

- 1) Memberikan pelayanan informasi terpercaya yang dapat menjadi acuan dan sarana kontrol sosial masyarakat dengan memperhatikan kode etik jurnalistik/kode etik penyiaran.
- 2) Mengembangkan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan, dan memberdayakan serta mendorong kreatifitas masyarakat dalam kerangka membangun karakter bangsa.
- 3) Menyelenggarakan siaran yang bertujuan menggali, melestarikan dan mengembangkan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat bagi keluarga, membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus globalisasi.
- 4) Menyelenggarakan program siaran berperspektif gender yang sesuai dengan budaya bangsa dan melayani kebutuhan kelompok minoritas. Memperkuat program siaran di wilayah perbatasan untuk menjaga kedaulatan NKRI.
- 5) Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik negara dan citra positif bangsa.

- 6) Meningkatkan partisipasi publik dalam proses penyelenggaraan siaran mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program siaran.
- 7) Meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumberdaya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelolaan operasional maupun pemeliharaan perangkat teknik.
- 8) Mengembangkan organisasi yang dinamis, efektif, dan efisien dengan sistem manajemen sumber daya (SDM, keuangan, asset, informasi dan operasional) berbasis teknologi informasi dalam rangka mewujudkan tata kelola lembaga yang baik ( good corporate governance)
- 9) Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik negara dan citra positif bangsa.
- 10) Memberikan pelayanan jasa-jasa yang terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan asset negara secara profesional dan akuntabel serta menggali sumber-sumber penerimaan lain untuk mendukung operasional siaran dan meningkatkan kesejahteraan pegawai.

3. Profil RRI Purwokerto

**Tabel 4.1 Profil RRI Purwokerto**

1.	Nama Perusahaan	RRI PURWOKERTO	
2.	Jenis Lembaga Penyiaran	LPP	
3.	Nama sebutan stasiun di Udara	Pro 1 RRI Purwokerto Pro 2 Suara Kreatifitas	
4.	Frekwensi	Programa1 FM 93,1 Mhz ; 98,6 Mhz ; AM 756 Khz. Programa2 FM 99 Mhz.	
5.	Alamat Kantor	Jalan	Jenderal Sudirman 427
		Kelurahan	Kranji
		Kecamatan	Purwokerto Timur
		Kab./Kota	Banyumas kode Pos 53116
		Provinsi	Jawa Tengah
		Nomor telepon	(0281) 635222 Fax. (0281) 635222
		E-mail	<a href="mailto:Sekrripurwokerto427@gmail.com">Sekrripurwokerto427@gmail.com</a>
		Website	<a href="http://www.rri.co.id">www.rri.co.id</a>
6.	Alamat Studio	Jalan	Jenderal Sudirman 427
		Kelurahan	Kranji
		Kecamatan	Purwokerto Timur
		Kab./Kota	Banyumas kode Pos 53116
		Provinsi	Jawa Tengah
7.	Alamat Pemancar	Jalan	Pemancar
		Desa	Jompo Kulon
		Kecamatan	Sokaraja
		Kab./Kota	Banyumas
		Provinsi	Jawa Tengah
8.	Direktur	Ir. Arnetty	
9.	ISR	01488676-000SU/2020112014 ; 01117887-000SU/20052014; 01463593-000SU/2020112014	

10.	NPWP	00018955521000	
11.	Waktu Siaran Setiap Hari	a. padahari kerja b. padahari libur	pukul 05.00 WIB s/d 24.00 WIB pukul 05.00 WIB s/d 24.00 WIB
12.	Penggolongandan Prosentase Mata Acara Siaran	Programa 1	
		Hiburan	30 %
		Pendidikan/Kebudayaan	20 %
		Berita/Informasi	35 %
		Iklan/Yanmas	15 %
		<b>JUMLAH</b>	<b>100 %</b>
		Programa 2	
		Hiburan	40 %
		Pendidikan	10 %
		Berita/Informasi	30 %
		Kebudayaan	10 %
		Iklan dan Penunjang	10 %
		<b>JUMLAH</b>	<b>100 %</b>
13.	Wilayah Jangkauan Siaran	EksKaresidenan Banyumas, Kedubagianselatan, Pekalongandane sebagian Brebes, Kab.Ciamis	

#### 4. Pedoman Penyelenggaraan Siaran Program 1 dan 2 RRI

Latar Belakang :

- a. peta obyektif pendengar kompetitor
- b. Proyeksi internasional RRI

Proses

- a. Melibatkan user dan ahli terkait
- b. Partisipatif-problem based

Target

- a. kebijakan penyelenggaraan siaran
- b. Producer's guidelines-sop

#### 5. Kebijakan Umum

Asas, tujuan dan fungsi

- a. Asas

Penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dengan asas manfaat, adil, dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, kebebasan, dan tanggungjawab.

b. tujuan

Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memeperkukuh integritas nasional, terbinanya watak jatidiri bangsa , memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia

c. Fungsi

Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yangs sehat, kontrol dan perekat sosial serta memajukan kebudayaan.

6. Penyelenggaraan Programa

Pengertian

a. Programa siaran adalah : saluran penyelenggaraan siaran dari stasiun RRI sesuai dengan karakteristik dan segmen pendengar yang dituju

b. Programa siaran RRI terdiri atas programa 1, programa 2, programa 3, programa 4 dan siaran luar negeri

c. Berdasarkan struktur organisasi , RRI, stasiun penyiaran terdiri dari RRI tipe A, tipe B tipe, tipe C dan siaran luar negeri.

d. RRI Tipe A memiliki 4 progama

1) pro-1 programa Regional

2) Pro-2 Programa Kota

3) Pro-3 Jaringan Berita Nasional

4) Pro-4 Programa Pendidikan dan Budaya-jaringan nasional terbatas

e. RRI Tipe B memiliki 4 programa

1) pro-1 programa Regional

- 2) Pro -2 progama kota
  - 3) Pro-3 jaringan berita nasional
  - 4) Pro-4 programa pendidikan dan pendidikan dan budaya-jaringan nasional terbatas
- f. RRI Tipe –C memiliki 3 programa
- 1) pro-1 programa regional (relay berita)
  - 2) Pro-2 programa kota (realay berita)
  - 3) Pro-3 jaringan berita nasional (kontributor dan relay 24 jam)
- g. RRI memiliki 1 programa untuk stasiun siaran Luar negeri yaitu program siaran Luar Negeri (Voice of indonesia) dengan 9 bahasa
- h. RRI memiliki pusat pemberitaan , yang mengelola siaran berita berjejaringan nasional selama 24 jam melalui 2 jalur : terestrial dam website : [www.rri.co.id](http://www.rri.co.id)

7. Kegiatan- kegiatan RRI Purwokerto

a. Kegiatan-kegiatan Off Air

- 1) Menyelenggarakan kegiatan donor darah setiap hari Jum'at minggu pertama dan minggu ketiga setiap bulan bekerjasama dengan UDD PMI Cabang Banyumas.
- 2) Menyelenggarakan jalan sehat disabilitas

b. Program RRI Purwokerto

1) Panduan Penyiaran RRI

Adalah buku yang berisi panduan penyiaran RRI dan berlaku di RRI seluruh wilayah, seperti aturan, tata cara, profil programa, dan lain-lain.

## 2) Pola Acara Siaran

Pola acara yang dirancang dan ditulis dengan masa berlaku satu tahun kedepan, yang disusun di akhir tahun sebelumnya. Pola acara siaran ini berisi tentang jadwal program yang akan berlangsung dan sudah di susun berdasarkan waktu, penanggung jawab, dan produser yang sudah ditetapkan. Setiap program memiliki pola acara siaran yang berbeda-beda sesuai dengan program khas yang sudah pernah ada.

## 3) Rencana Acara Siaran

Rencana acara siaran yang disusun lebih ringkas yang mengacu pada Pola Acara Siaran. Rencana acara siaran berisi waktu siaran mulai dari waktu pembukaan siaran beserta daftar program yang akan berjalan.

## 4) Daftar Acara Siaran

Adalah buku pegangan bagi penyiar radio yang disusun sehari sebelum jadwal siaran berlangsung. Daftar acara siaran berisi waktu dan program yang akan disiarkan dimana dari DAS tersebut sebagai hasil apakah rencana acara siaran berlangsung sesuai apa yang yang ditulis atau terdapat perubahan-perubahan tertentu di hari pelaksanaan siaran.

## 5) Laporan Seksi Siaran

Laporan ini berisikan data rekapan durasi dan frekuensi program acara

yang telah terealisasi untuk disiarkan sehingga dapat diprosentasikan hasil akhir untuk melihat dan membandingkan dengan standar spesifikasi golongan siaran yang telah ditetapkan.

6) Naskah Serambi Keluarga

Naskah yang berisi materi berbagai masalah yang berhubungan dengan keluarga. Program ini diisi dengan beberapa menu acara yang bermanfaat bagi pembinaan keluarga dan disiarkan rutin setiap hari pukul 10.00 – 10.14 WIB di RRI Pro 1 Purwokerto frekuensi FM 93.1 MHz, FM 98.6 MHz dan AM 756 KHz.

7) Naskah ILM

Naskah Iklan Layanan Masyarakat adalah suatu iklan yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial dari khalayak yang mendengarkan iklan tersebut.

Dalam penyusunan naskah ILM ini menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, tidak menggunakan istilah asing, unsur keagamaan, tidak bersifat menggurui, dan harus mampu menarik perhatian khalayak.

#### 8) Naskah promo Sandiwara

Sandiwara atau drama radio adalah konflik antara pelaku yang terangkai dalam satu alur cerita. Penulisan naskah sandiwara ini bertujuan untuk mempromosikan suatu program acara (sandiwara butir-butir pasir di laut) yang menyangkut tiga aspek: aspek kejiwaan, sosial, dan aspek kesustraan. Dalam hal ini merupakan rangkaian dari unsur kata, musik, dan sound effect. Diupayakan dalam penulisan naskah ini untuk ditulis secara singkat, padat dan jelas langsung menuju inti tujuannya. Program Pro Dangdut disiarkan setiap hari pukul 13.30-15.00 WIB di RRI Pro 1 Purwokerto

#### 9) Naskah sandiwara

Sandiwara atau drama radio adalah konflik antara pelaku yang terangkai dalam satu alur cerita. Penulisan naskah ini untuk pembuatan sandiwara yang ditayangkan pada program acara “ Sandiwara Butir-Butir Pasir di Laut”. Program ini menayangkan rekaman sandiwara radio dengan kisah-kisah menarik inspiratif. Durasi satu jam dan tayang setiap malam Sabtu Dan malam Minggu.

#### 10) Vok Pop

Vox pop adalah kumpulan opini tentang satu hal tertentu. Vox pop bukan wawancara, biasanya hanya terdiri dari satu pertanyaan, yang dijawab oleh sejumlah orang. Vox

pop memberi ilustrasi siapa yang dipikirkan orang tentang satu hal tertentu, misalnya pemerintah atau film terakhir yang dirilis.

#### 11) Naskah Berita

Naskah Berita adalah sebuah naskah berisi laporan berita mengenai berbagai macam kejadian/peristiwa yang bersifat straight news. Naskah berita radio lebih ringkas, menggunakan bahasa tutur, dan menggunakan tanda baca khusus serta disertai dengan insert (*voice*) narasumber.

#### 12) Naskah Feature

Naskah Feature adalah naskah yang berisi informasi yang mengangkat tema tertentu yang sebelumnya telah ditentukan bersama yang diungkapkan dalam berbagai macam sudut pandang dan disajikan secara kritis dengan berbagai format.

#### 13) Dinamika Kita

Adalah sebuah program yang mempunyai format *talk show* dengan mengungjung dialog interaktif secara langsung dan menghadirkan beberapa narasumber ke studio penyiaran di Pro 1 untuk membahas suatu masalah atau topik yang aktual di lingkungan masyarakat seperti masalah ekonomi, sosial, politik, budaya, hukum, pendidikan dll serta adanya interaksi dengan pendengar melalui via telepon, sms, atau WA. Program ini tentunya mempunyai tahapan yang biasa disebut *Standar Operation Procedure (SOP)* yang ditetapkan.

Program ini disiarkan rutin setiap hari Senin-Jumat pukul 09.00-10.00 WIB di RRI Purwokerto frekuensi FM 93.1 MHz, FM 98.6 MHz dan AM 756 KHz.

#### 14) Jaksa Menyapa

Program dialog interaktif yang mendatangkan narasumber dari kejaksaan negeri khususnya Kejaksaan Negeri Purbalingga untuk memperkenalkan lebih luas kepada masyarakat terkait tugas dan wewenang Kejaksaan R.I serta untuk membangun sarana hubungan masyarakat melalui dialog interaktif dengan sasaran seluruh lapisan masyarakat melalui via via telepon, sms, atau WA.Warung Tarsun. Program ini disiarkan rutin setiap hari Kamis pukul 15.30-16.30 WIB di RRI Purwokerto frekuensi FM 93.1 MHz, FM 98.6 MHz dan AM 756 KHz.

#### 15) Warung Tarsun

Warung Tarsun adalah program obrolan santai tentang masalah aktual dengan nuansa warungan yang menggunakan bahasa lokal Banyumasan. Program ini juga mendatangkan narasumber yang bersangkutan dengan tema yang dipilih dan disiarkan rutin setiap hari Rabu pukul 15.30 – 16.00 WIB di RRI Purwokerto frekuensi FM 93.1 MHz, FM 98.6 MHz dan AM 756 KHz.

## 16) Program Numpang Numpang

Numpang Numpang adalah obrolan ringan tentang prestasi, karya, individu, organisasi, sekolah, kampus, dan komunitas bertujuan untuk memberikan informasi, motivasi, dan inspirasi bagi kaum millennial untuk melakukan kegiatan positif.

### c. Segmentasi Pendengar

#### 1) Program 1

PendengarUtama	21 – 49 tahun
Pendengarkesatu	50 tahun keatas
Pendengarkedua	5 – 20 tahun

#### 2) Program 2

Pendengar	12 – 25 Tahun
-----------	---------------

### d. Genre Musik

#### 1) Program 1

Pop	45 %
Dangdut	15 %
Lagu Daerah	20 %
Keroncong	10 %
Pop Religi	10 %
Mancanegara	0 %

#### 2) Program 2

Indonesia	= 70 %
-----------	--------

Barat/mancanegara = 30 %

(musik : Jazz, Rock, Country, R & B, Reggae, Blues, Beat Box, dll. )

## B. Programa Numpang Nampang Di RRI Purwokerto

### a. Profil Pro Dua

**Tabel 4.2 Profil Pro Dua**



<b>NO</b>	<b>ASPEK</b>	<b>SEBUTAN</b>
1	Visi Programa	Pusat Kreativitas Anak Muda
2	Format Programa	Musik dan Informasi
3	Tag Line	Suara Kreativitas
4	Call Station	Pro 2 RRI + Kota
5	Semboyan Institusi	Sekali di udara tetap di udara
6	Segmentasi	12 sampai 25 tahun
7	Pendidikan	SLTP sampai Sarjana S1
8	Jenis Kelamin	Pria dan Wanita
9	SES (Strata Ekonomi Sosial)	B-C (Menengah)
10	Sasaran Wilayah	Perkotaan
11	Sapaan	Sahabat Kreatif
12	Pronomina Persona orang ke dua	Sahabat
13	Pola Programa	Pola Blok dan Kapsul dengan pendekatan Narrowcasting (segmented)

14	Klasifikasi dan Presentasi Siaran	Berita dan Informasi (30%) Hiburan (40%) Kebudayaan (10%) Pendidikan (10%) Iklan dan Penunjang (10%)
15	Musik	Indonesia 70% Label = 90% = 144 lagu perhari Indie = 10% = 16 lagu perhari Barat = 30% = 68 lagu perhari
16	Durasi Siaran	19 Jam

b. Gambaran Pro 2

Gambaran psikologi pendengar Pro 2 berdasarkan strata ekonomi sosial (B,C) adalah remaja yang diyakini selalu menginginkan perubahan, meningkat dalam pendidikan dan pengetahuannya, mengikuti perkembangan teknologi, budaya populer dan gaya hidup, selalu ingin tahu lebih banyak tentang berbagai hal.

Daypart di Pro 2 memiliki nama yang sama di semua RRI :

- 1) Pukul 05.00-10.00 : Pro 2 Activity
- 2) Pukul 10.00-15.00 : Pro 2 Kreatif
- 3) Pukul 15.00- 19.00 : Pro 2 Issue
- 4) Pukul 19.00-24.00 : Pro 2 Populer

Penyebutan nama kru hanya dilakukan 1x diawal pertemuan.

c. Karakter siaran Pro 2

1) Daypart I

Berisi acara musik dan informasi yang diharapkan mampu menyemangati anak muda memulai aktivitas. Musik menjadi sajian utamanya, tanpa mengesampingkan informasi- informasi aktual yang disesuaikan dengan kebutuhan anak muda. Daypart pagi ini diberi konsep *Pro Activity*.

**Tabel 4.3 Jadwal program Pro Dua**

PROGRAMA	FORMAT ACARA	DESKRIPSI
<p>Just music 05.00-06.00</p>	<p>Megazine (kapsul)</p>	<p>Sajian musik (bukan Religi) dengan beat-up diselingi informasi pemutaran Spot promo program, Station ID, atau Filler dan ILM Religi dengan perbandingan presentasi 2:1 yakni musik 1 informasi.</p>
<p>Pro 2 Activity (Morning Show) 06.00- 09.00</p>		<p>Acara musik dan informasi yang diharapkan mampu menyemangati anak muda dalam melalui aktivitas. Musik menjadi menu utamanya, namun penyampaian informasi-informasi tentang peristiwa aktual dan human interest dari dalam dan berita Luar</p>

		<p>Negeri tetap harus disajikan, dengan angle yang disesuaikan pada kebutuhan anak muda.</p> <p>Selain itu, Radio filler dan info stayle tetap harus disiapkan sebagai pelengkap dan penyempurna kebutuhan dan keinginan anak muda</p>
<p>Just Music 09.00-10.00</p>		<p>Sajian masuk beat medle-low, diselingi informasi berupa pemutaran spot promo program, Station ID, Filter umum, Filter lagu dan ILM, serta bridging acara dengan perbandingan prsentasi 2:1, yakni 2 musik 1 informasi. Antar lagu harus ada bridging.</p>

Pengelola Program 2 harus ikut terlibat dalam kegiatan agenda setting untuk menentukan topik/ issue aktual, sehingga pembahasan di program 2 tidak berjalan sendiri. Pengelola Program 2 harus memperbanyak produksi Voxpok, ILM, renungan dan Filler dengan style Pro 2.

2) DAYPART II

Berisi siaran musik dan informasi seputar gadget, modifikasi, automotif, elektronika, dll. Daypart siang ini di beri konsep Pro kreatif.

**Tabel 4.4 Konsep Pro Dua Daypart 11**

PROGRAM	FORMAT ACARA	DESKRIPSI	KETERANGAN
Pro 2 kreatif 10.00-14.00		Ruang kreatifitas anak muda, yakni program acara siaran yang berisi music dan informasi seputar gadget, modifikasi, healthy life, opini publik, profil, lingkungan hidup, dll. Menu musik yang disajikan beat-Med-Low, diselingi pemutaran spot promo program, station ID, bridging, ILM, atau Filler dengan	Setiap pukul 10.00, 15.00, 19.00 (setiap pergantian daypart) berita pro 2 dengan durasi 3-5 menit kerjasama dengan pemberitaan karakter info (angle, kemasan, gaya) disesuaikan karakter milenial

		perbandingan presentasi 2:1 yakni 2 musik 1 informasi.	
Pro 2 Request 14.00-15.00		Program request lagu Indonesia, dengan aturan main: MD menyiapkan 20 lagu terpopuler/ hist untuk dipilih oleh pendengar. Pendengar diminta komentarnya atas lagu yang dipilih. (bukan kirim-kirim salam). Lagu pilhan pendengar dan komentarnya menjadi salah satu acuan menentukan Chart Music atau tangga lagu dalam acara top Twenty (tangga lagu) indonesia.	MD Penanggung jawab pembuatan playlist. Playlist dibuat berdasarkan pilihan pendengar dan beberapa media lainnya bukan selera penyiar atau MD.

Paket berita Pro 2 disajikan dengan nama INFO PRO 2

disiarkan pada pukul:

- 10.00
- 15.00
- 19.00
  
- Durasi 2-3 menit (dalam bentuk straightnews)

Materi berita disiapkan oleh bidang/ seksi pemberitaan

3) DAYPART III

Berisi acara yang bersifat intertainment dengan tetap menjaga kebutuhan pendengar akan informasi seputar resensi buku, film, keberadaan komunitas lokal, pencerahan dan perenungan relegius menjelang ibadah sore. Daypart sore ini diberi konsep Pro Issue.

**Tabel 4.5 Konsep Pro Dua Daypart III**

<b>PROGRAM</b>	<b>FORMAT ACARA</b>	<b>DESKRIPSI</b>	<b>KETERANGAN</b>
PRO 2 REQUEST 15.00-16.00	Hiburan	Program request lagu Barat, dengan aturan main: MD menyiapkan 20 lagu barat terpopuler/ hist untuk dipilih oleh pendengar. Pendengar diminta komentarnya atas lagu yang dipilih, bukan kirim-kirim salam. Lagu pilihan pendengar dan komentarnya menjadi salah satu acuan menentukan Chart Music atau	20 chart music akan diputar dalam rotating musik dengan disebutkan peringkatnya.

		<p>Tangga lagu dalam acara <i>Top Twenty</i>(tangga lagu) Barat.</p> <p>Chart Music (tangga lagu) Top Twenty lokal program tangga lagu atau chart music indo/ Barat diambil dari lagu yang paling digemari. Adalah sebuah acara yang berisi 20 tangga lagu indonesia terbaik di Pro 2. Program ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pergerakan music di Tanah air selama sepekan.</p> <p>Bersumber dari request dan chart tangga lagu di pro 2 dan beberapa media lain sebagai pertimbangan</p>	
--	--	---	--

<p>PRO 2 ISSUE 16.00-17.00</p>		<p>pasar. Dikemas lugas dinamis tidak banyak ngomong. Yang gak perlu, elegan.</p> <p>Chart Music Top Twenty Nasional, sebuah siaran music berjaringan dalam bentuk Chart music atau tangga lagu unggulan yang direlay oleh RRI Pro 2 seluruh Indonesia, di mana acuan list diambil dari data list RRI daerah. Program ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pergerakan music Tanah Air selama sepekan. Bersumber dari riquest dan chart tangga lagu dari Pro 2 di seluruh Tanah air dan</p>	<p>Program yang melibatkan anak muda dari mereka untuk mereka, anam acara: Numpang Numpang format acara: obrolan diselingi penampilan dari anak muda yang ditampilkan.</p>
--	--	--	--

		<p>beberapa media lain sebagai pertimbangan pasar. Dikemas lugas dinamis tidak banyak ngomong, elegan.</p> <p>Pada sesi ini pengelola siaran benar-benar menyajikan siaran yang entertainment, dengan tetap menjaga kebutuhan pendengar akan informasi seputar resensi buku, film, keberadaan komunitas lokal, pencerahan dan perenungan relegius saat menjelang Magrib.</p> <p>Numpang Nampang adalah obrolan ringan tentang prestasi, karya, individu,</p>	
--	--	--	--

		organisasi, sekolah, kampus, dan komunitas yang bertujuan untuk memberikan, motivasi, dan inspirasi bagi kaum informasi millennial untuk melakukan kegiatan positif.	
Just Music 18.00-19.00		Sajian musik beat medle-low, diselingi informasi pemutaran spot promo prgram, station ID, atau Filler dan ILM dan bridging acara dengan perbandingan presentasi 2:1 yakni 2 musik 1 informasi dan antar lagu harus ada bridging	Hotclock dibuat rinci

Penyiar laki-laki disemua program RRI harus tampil dengan suara laki-laki dan style laki-laki.

#### 4) DAYPART IV

Berisi anak muda mendengarkan, dan sekaligus berpartisipasi di banyak pilihan musik, mulai kontemporer, music box, profile album/ solo penyanyi Nasional/ dunia sekaligus membuka kesempatan band-band indie memberikan kontribusi di acara ini. Daypart malam ini diberi konsep Pro 2 populer.

**Tabel 4.6 Konsep Pro Dua Daypart IV**

<b>PROGRAM</b>	<b>FORMAT ACARA</b>	<b>DESKRIPSI</b>	<b>KETERANGAN</b>
19.00-20.00 Request time		Request lagu indonesia dan Barat hits daily programme, sabtu musik indie lokal minggu musik indie Nasional.	Waktu setempat Indie Nasional rekaman agar bisa diputar pada jam yang sama (waktu setempat)
20.00-21.00		Sharing time program obrolan santai bersama psikologi, motivator, guru, dll yang menjadi ruang curhat bagi kawula muda untuk sharing permasalahan (program interaktif)- Daily	

		programme	
21.00-22.00		Musik dan informasi	
22.00-23.00		Ruang kreatif karya tulis, ruang kreatif untuk penulis, acara ini mewadahi potensi anak muda agar bisa meng explore bakat dan kemampuannya dalam menulis dan menyampaikannya seperti: syair, puisi, cerpen, kisah inspiratif dll. Mereka o bisa mengirimkan karyanya by Whatsaap atau Voice Note, untuk disiarkan pada hari berikutnya.	
23.00-24.00		Just music	

Just music di programa 2 hanya boleh dilaksanakan pada:

- a) Pukul 05.00- 06.00 dengan sisipan filler
- b) Pukul 18.00-19.00
- c) Pukul 23.00-00.00

Daerah dapat memproduksi/ menyelenggarakan program acara lokal sesuai karakteristik masing-masing daerah di slot waktu music dan info.

d. Catatan Pro 2

- 1) Talk penyiar diacara music dan info maksimal 2 menit. Tidak bertele-tele dengan pengambilan angle yang tepat.
- 2) Penyiar harus memutar lagu sesuai palylist yang dibuat MD
- 3) MD menyusun playlist berdasarkan parameter dan kapasitas sesuai kriteria yang harus dimiliki oleh MD
- 4) Pro 2 menjadi hist player (memutar lagu hits) dan hits maker (menjadikan lagu hits)
- 5) New Entry diputar dalam rotating musik dalam kurun waktu tertentu dan diberi introducing “New Release”
- 6) Pro 2 menjadi barometer musik (penyiar harus punya banyak referensi tentang lagu)
- 7) Pro 2 tidak memutar lagu Rock metal
- 8) Siaran bahasa inggris bekerja sama dengan British Council dilaksanakan semenarik mungkin
- 9) Bidang/ sie pemberitaan bertanggung jawab atas konten info Pro 2
- 10) Lagu-lagu K-Pop tidak diizinkan di Pro 2

Penyiar harus tampil sebagai refresentatif dari anak muda di kota tempat siaran berlangsung, bukan sebagai penyiar Jakarta yang ditugaskan di program 2 daerah.

e. Program Siaran Berjaringan 2019

**Tabel 4.7 Program Siaran Berjaringan**

No	Programa	Nama Program	Waktu Penyiaran	Keterangan
1	PRO 2	Top Twenty	Minggu, pkl.	Relay RRI Jakarta

P  e n g o l s i a r a n  d i		Indonesia	14.00-15.00 wib/ 15.00-16.00 wita/ 16.00-17.00 wit	(penyiar Pro 2 Jakarta menyusun tangga lagu berdasarkan hasil dari beberapa kota di Indonesia yang disiarkan di Pro 2 setempat pada hari sabtu di jam yang sama
		Top Twenty Barat	Minggu, pkl. 15.00-16.00 wib/ 16.00-17.00 wita/ 17.00-18.00 wit	Relay RRI Jakarta (penyiar Jakarta menyusun tangga lagu berdasarkan hasil dari beberapa kota di Indonesia yang disiarkan Pro 2 setempat pada hari sabtu di jam yang sama
		Indonesia Pro Indie	Minggu, pkl. 19.15-20.00 wib/ 20.15-21.00 wita/ 21.15-22.00 wit	Relay RRI Jakarta

semua program, berkewajiban melakukan promo program melalui program setempat serta media sosial, secara terus menerus. Pengelola harus bisa membedakan nama program dan format program.

- 1) Nama program di Pro 2
  - a) Morning live chat
  - b) Numpang Numpang
  - c) Top Twenty Indonesia

d) Top Twenty Barat<sup>57</sup>

C. Program Siaran Numpang Numpang Di RRI Purwokerto

Program Numpang Numpang merupakan program yang menjadi wadah prestasi atau program Obrolan Ringan tentang prestasi, karya individu, organisasi, sekolah, kampus dan komunitas untuk memberikan Informasi, motivasi, dan inspirasi bagi kaum milenial.<sup>58</sup> Numpang Numpang program adalah sebuah program yang di siarkan melalui RRI Purwokerto bagian Pro 2 (Remaja). Program Numpang-numpang ini merupakan wadah prestasi anak bangsa yang ingin membagi ilmu dan pengalamannya untuk sesama remaja yang memang diprogramkan oleh RRI Purwokerto.

**Table 4.8 Jadwal Program Siaran Numpang Numpang RRI Purwokerto**

Hari	Jadwal Program
Senin	Numpang Numpang Kepramukaan
Selasa	Numpang Numpang Putih Abu-abu/SMA
Rabu	Profil Sukses
Kamis	Putih Biru/ SMP
Jum'at	TASBIH
Sabtu	ENGLISH Corner

<sup>57</sup>Dokumen pedoman penguatan program Pro 1 dan Pro 2 serta daftar siaran berjaringan

<sup>58</sup>Ibid, *pola acara* 2019

Minggu	Pro2 JALAN-JALAN (Wisata)
--------	---------------------------

**Tabel 4.9 Jadwal Penyiar Program Numpang Numpang RRI Purwokerto**

Waktu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	Minggu
16.06	Galih	Dhodi	Dosan	Galih	Galih	Galih	Galih

D. Analisa terhadap strategi program Numpang Numpang di RRI Purwokerto

1. Analisa terhadap strategi program Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto

Kemampuan sebuah program radio untuk mempertahankan eksistensinya dapat diraih karena sumber daya manusia yang mengelola program tersebut dapat mengaktualisasikan dan memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki dengan menerapkan sebuah strategi. Salah satu strategi yang dinilai mampu untuk membuat program radio dapat menarik perhatian pendengar, sehingga program tersebut bisa bertahan lama adalah dengan menerapkan strategi program, yakni serangkaian tahapan yang digunakan dalam menyusun dan mempersiapkan program acara. Adapun strategi program yang diterapkan pada program Numpang Numpang terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, dan evaluasi program.

Dalam melakukan proses perencanaan program, Radio RRI Purwokerto bagian program 2 menyelenggarakan berbagai rapat yang melibatkan direktur operasional dan seluruh divisi yang bertugas. Proses

perencanaan program ini terbagi menjadi tiga, yaitu jangka panjang, menengah, dan jangka pendek. Perencanaan jangka panjang merupakan perencanaan yang dilakukan melalui rapat berskala tahunan. Sedangkan perencanaan jangka menengah dilaksanakan melalui rapat berskala bulanan dan perencanaan jangka pendek dilakukan melalui rapat berskala mingguan. Rapat mempersiapkan rencana jangka panjang ini biasanya merencanakan jadwal program yaitu program Numpang Numpang di outdoor yang namanya Pro 2 Goes To School hanya dilakukan satu tahun satu kali saja.<sup>59</sup>

Sedangkan rapat mempersiapkan rencana jangka pendek biasanya membuat jadwal siaran program Numpang Numpang untuk satu minggu ke depan dengan dibuatkan *rundown* acara per jadwal siarannya. Dalam perencanaan jangka pendek ini harus dibuat perincian secara bertahap serta terencana melaksanakan tahapan berikutnya sampai rencana ini dapat tercapai sepenuhnya.

Bagian jadwalnya setiap hari senin sampai sabtu untuk hari senin itu Numpang Numpang putih biru untuk anak-anak berprestasi ditingkat SLTP kemudian yang hari selasa itu program Numpang Numpang putih abu-abu ini untuk SLTA. Kemudian untuk hari rabunya untuk Numpang Numpang yang siswa-siswanya yang aktif di dunia kepramukaan. Kemudian untuk selanjutnya ada Numpang Numpang untuk perguruan tinggi yaitu Akademi forum, dan mereka yang berprestasi maupun yang mempunyai pengalaman olimpiade yang baik untuk memotifasi itu dijadikan menjadi satu wadah

---

<sup>59</sup> Wawancara Bapak Budi Anoto, kepala program 2 (Pro 2 RRI Purwokerto, 13 September 2019), pukul 11.22

dalam program Numpang Numpang. Sedangkan yang hari sabtu itu adalah internasional Inggris di dalamnya belajar bareng dengan menggunakan bahasa Inggris. Karena Narasumber ada di kalangan SLTP, SLTA, maupun perguruan tinggi, demikian juga waktu jam siar itu pukul 16.00 WIB, agar tidak mengganggu aktivitas sekolah. Hubungan antara program Numpang Numpang terhadap remaja masa kini jelas ada karena segmentasinya buat remaja<sup>60</sup>

Program Numpang Numpang merupakan program pendidikan, oleh karena itu narasumbernya memang harus berkompeten dalam bidang prestasi, pengalaman tentang meraih kesuksesan, motivasi dan apapun itu terkait pendidikan. Tim produksi berupaya mencari narasumber yang kredibel dalam bidangnya.

Jadi memang program Numpang Numpang merupakan wadah untuk anak-anak yang berprestasi, dan kita hadirkan para narasumber yang berprestasi, maupun yang memiliki Bakat serta yang mempunyai beasiswa kuliah di luar negeri, karena tujuan dari program Numpang Numpang ini untuk memberikan motivasi, memberikan perubahan dan hal-hal positif lainnya.<sup>61</sup>

## 2. Analisa terhadap manajemen program Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto

Dalam mengelola sebuah program dibutuhkan sistem manajer yang dapat memudahkan pembagian tugas dan pekerjaan dibidangnya

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan kepala Kasi penyiaran Bapak Wahyu Hadiartana, RRI Purwokerto, tanggal 6 Januari 2020, pukul 13.36.

<sup>61</sup> Wawancara dengan penyiar pro 2 Siska Kurnia, RRI Purwokerto, tanggal 6 Januari 2020, pukul 14.53

masing-masing yang terlihat dalam proses produksi. Dalam penelitian ini, untuk melihat bagaimana terapan manajemen program siaran Numpang Numpang peneliti menggunakan *Planning* (perencanaan)

Perencanaan program Numpang Numpang ini kita adakan dengan mendatangkan narasumber sesuai dengan acaranya yaitu dari SLTA, SLTP, Perguruan tinggi. Dan kita mulai rencana siaran itu dari jam empat sore dan hanya dilaksanakan satu jam. Sebelum kita rencanakan kita mencari informasi mengenai narasumber yang berprestasi dan belum sempat di publikasikan.<sup>62</sup>

Perencanaan biaya dalam produksi program siaran Numpang Numpang juga menjadi pokok bahasan penting. Perencanaan anggaran untuk biaya ini dirapatkan oleh pemimpin umum, pemimpin bagian perencanaan dan evaluasi program, dan bagian keuangan. Untuk program Numpang Numpang ini sebelumnya sudah ada batasan anggarannya.

Untuk RRI sendiri kendali keuangan berada pada bagian keuangan, sehingga setiap kebutuhan yang berkaitan dengan pendanaan harus melalui bagian keuangan.<sup>63</sup>

Pengorganisasian merupakan pendelegasian wewenang dan tugas kerja sesuai posisi dan tanggung jawab masing-masing. Pengorganisasian bertujuan untuk menempatkan setiap kru pada posisi yang tepat dan disertai keahliannya masing-masing dan penempatan

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan kepala Kasi penyiaran Bapak Wahyu Hadiartana, RRI Purwokerto, tanggal 6 Januari 2020, pukul 13.36.

<sup>63</sup> *Ibid.*

sesuai keahlian. Pada produksi siaran ini setiap tahap pergerakan inilah saatnya perencanaan yang telah dirancang akan diaplikasikan ke dalam kegiatan yang sesungguhnya. Tahap produksi yaitu tahap dilaksanakannya program acara dilakukan oleh kerabat kerja yang bertugas di lapangan dan studio.

Durasi siaran program Numpang Numpang ini berdurasi 60 menit mulai dari jam empat nyampai selesai untuk pembukaannya disajikan *opening tune* dan pembukaan dari penyiar yang bertugas dari Pro 2, kemudian dilanjutkan dari perbincangan dengan narasumber, kalau langkah-langkah siaran dengan narasumber itu biasanya berbincangnya dengan santai dan mengalir.<sup>64</sup>

Pada pengawasan pertama awal sebelum siaran berjalan, hal pertama yang harus dilakukan menghubungi kembali narasumber yang diundang untuk memastikan apakah mereka bisa hadir atau tidak.

Jika terkendala jadwal narasumber tidak hadir dari kita menyiarkan Jaz musik, bukan hanya itu juga memebrikan informasi yang relevan, kalau semisalnya untuk anak SLTP kita hadirkan informasi buat anak SLTP.<sup>65</sup>

### 3. Analisa terhadap minat pendengar program Numpang Numpang Pro 2 di RRI Purwokerto

Menyimak dan mendalami sebuah program dalam memahanmi sebuah program mauapun mendengarkan sebuah suara akan mempengaruhi sebuah partisipasi tingkah laku dan tindakan, tanpa

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan penyiar Pro 2 Dosan Pradana, RRI Purwokerto, tanggal 6 Januari 2020, pukul 14.22

<sup>65</sup> *Ibid.*

sadari pendengar mencertakan kembali apa yang sudah mereka dengar, dan itu juga dikatakan bentuk lain dari partisipasi. Sering mendengarkan juga akan mempengaruhi manfaat dalam mendengarkan berdasarkan penelitian, peneliti yang menyimpulkan bahwa pendengar lebih intens dan santai tapi fokus untuk memahami apa yang disampaikan dari narasumber.

Dalam acara program Numpang Numpang ini melakukan obrolan dari pengalaman terbaik mereka bukan hanya itu juga mereka bisa share bagaimana cara membagi waktu untuk meraih masa depan dan menurut aku sendiri tujuan dan manfaatnya banyak sekali selain memberikan motivasi, mengubah pola pikir dan memberikan perubahan, dan ketika mendengarkan radio pasti ada sisi jenuh tetapi ketika mendengarkan di program Numpang Numpang itu ada hiburan, prestasi, dan motivasinya itu yang membuat mereka lebih suka sama diri mereka sendiri dan dari pengalaman<sup>66</sup>

Radio yang dianggap media sekunder di masyarakat, ternyata masih memiliki peran yang penting dan digemari sebagian masyarakat, sebagai pelengkap audiens membutuhkan informasi. Alasan radio menjadi peran penting yakni, radio mampu menjadi teman di jalan saat macet, radio juga merupakan media yang murah dan fleksibel, bahasa penyiar yang cenderung ramah dan seolah akrab, dan radio secara mudah dapat diaplikasikan di media smartfone dan android.

Radio saat ini masih didengar di mana saja, setiap aku naik grab, atau aku dengar di SPBU, maupun di rumah itu masih

---

<sup>66</sup>Wawancara dengan penyiar Pro 2 Dosan Pradana, RRI Purwokerto, tanggal 6 Januari 2020, pukul 14.26.

didengarkan oleh masyarakat, dan juga anak remaja saat ini sedang mencari informasi mengenai prestasi, beasiswa dan macam-macam yang berkaitan dengan remaja saat ini.<sup>67</sup>

Untuk meningkatkan pendengar atau memberikan informasi mengenai siaran program Numpang Numpang, dari manajemen pro 2 mempublikasikan di media internet seperti IG dan YOUTUBE, agar bisa mengetahui minat pendengar dari like dan followers.

Untuk minat pendengar program Numpang Numpang ini di pro 2 tahun 2019, sudah lumayan meningkatkan karena, sudah bisa diakses menggunakan internet.<sup>68</sup>

Penulis simpulkan yakni sepakat mengatakan bahwa mendengar lebih menumbuhkan intensitas dari sebuah siaran televisi dengan mendengar pasif. Perbedaan yang dapat kita lihat yakni dari wawancara pendengar aktif dan pendengar aktif sebagian lebih mengetahui informasi maupun perubahan yang dimainkan oleh pihak tertentu dan kondisi lingkungan sekitar

Mendengarkan radio itu bisa di sambil aktivitas lain bareng teman juga seru, apalagi sekarang bisa diakses melalui smartphone android maupun internet.<sup>69</sup>

Apalagi yang kita butuhkan saat ini informasi tentang prestasi beasiswa terutama maupun motivasi, karena remaja saat sebagian ini lebih suka mendengarkan sambil melakukan aktivitas.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> *Ibid.*

<sup>68</sup> Wawancara Bapak Budi Anoto, kepala program 2 (Pro 2 RRI Purwokerto, 13 September 2019), pukul 11.22

<sup>69</sup> Wawancara dengan pendengar RRI Zulaikhah, Baturraden, tanggal 4 Januari 2020, pukul 09.00

<sup>70</sup> Wawancara pendengar Numpang-Numpang putri, Purwokerto, tanggal 7 Januari 2020, pukul 15.20

Penelitian ini mempunyai hasil bahwa sebagian pendengar remaja masih mendengarkan program Numpang Nampangd dan menjadi tempat bertanya para kalangan remaja yang ingin mengetahui informasi mengenai prestasi, motivasi, maupun pengalaman lainnya. Kemampuan sebuah program radio untuk mempertahankan eksistensinya dapat diraih karena sumber daya manusia yang mengelola program tersebut dapat mengaktualisasikan dan memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki dengan menerapkan sebuah strategi. Salah satu strategi yang dinilai mampu untuk membuat program radio dapat menarik perhatian pendengar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengambil kesimpulan tentang analisa strategi dan manajemen program Numpang Numpang di RRI Purwokerto maka dalam bab ini penulis menyimpulkan dari data-data yang diperoleh pada bab sebelumnya, yaitu:

1. Salah satu strategi yang dinilai mampu untuk membuat program radio dapat menarik perhatian pendengar, sehingga program tersebut bisa bertahan lama adalah dengan menerapkan strategi program, yakni serangkaian tahapan yang digunakan dalam menyusun dan mempersiapkan program acara.
2. Dalam mengelola sebuah program dibutuhkan sistem manajer yang dapat memudahkan pembagian tugas dan pekerjaan dibidangannya masing-masing yang terlihat dalam proses produksi. Dalam penelitian ini, menggunakan terapan manajemen program siaran Numpang Numpang menggunakan *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan).
3. Radio yang dianggap media sekunder di masyarakat, ternyata masih memiliki peran yang penting dan digemari sebagian masyarakat, terutama remaja pada program siaran Numpang Numpang sebagai pelengkap audiens membutuhkan informasi. Alasan radio menjadi peran penting yakni, radio mampu menjadi teman di jalan saat macet, radio juga

merupakan media yang murah dan fleksibel, bahasa penyiar yang cenderung ramah dan seolah akrab, dan radio secara mudah dapat diaplikasikan di media smartfone dan android.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di bab sebelumnya, ada beberapa yang peneliti berikan terkait strategi dan manajemen program Numpang Numpang sebagai berikut:

1. Program siaran Numpang Numpang Pro 2 RRI Purwokerto ini mampu mempertahankan apa yang benar-benar menjadi tanggung jawabnya, di sini program tersebut dapat menjadi jembatan antar motivasi belajar, informasi tentang prestasi maupun informasi tentang beasiswa di luar negeri dengan remaja masa kini. Dengan adanya program ini remaja yang mendengarkan dapat memotivasi dirinya, karena banyaknya remaja yang sulit untuk memotivasi diri sendiri.
2. Sebaiknya RRI dapat mempromosikan program siaran Numpang Numpang kepada remaja. Hal tersebut diperlukan agar informasi yang disiarkan lebih dapat diterima dan dirasakan maupun didengar oleh remaja masa kini. Mengingat siaran ini sangat menarik dan mempunyai manfaat untuk menambah kesadaran remaja serta memberikan informasi terkait motivasi prestasi meraih cita-cita dan hal-hal pendukung untuk mereka dapat jadi mandiri dan berkembang.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah robbil ‘alamin, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, berkat usaha, jerih payah, do’a serta dukungan dari keluarga, para dosen, teman-teman, dan semua yang telah memberi semangat kepada penulis, dan yang paling utama pertolongan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi semua masyarakat terutama remaja.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis sadar bahwa hasil penelitian ini tentunya sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran demi penyempurnaan penelitian ini.

Cilacap, Januari 2020

Anisa Nurkhasanah

## DAFTAR PUSTAKA

- Morissan, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Wahyudi, J. (1994). *Dasar-dasar manajemen penyiaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaja, A. (2010). *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- RRI. (2018). *Pedoman penguatan program pro 1 dan program pro 2 serta jadwal siaran berjaringan*. Jakarta: Direktorat program dan produksi lembaga penyiaran publik radio republik indonesia.
- Iskandarwassid, S. d. (2009). *Strategi pembelajaran bahasa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suharsimi, A. (1993). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- umi, Z. (2011). *Metedologi penelitian sosial*. Yogyakarta: Cahaya Ilmu.
- Nurjannah. (2018). Manajemen produksi pada program halo Makasar di Radio Venus 97.6 FM. *Repositori uin alauddin*. diakses <http://repositori uin alauddin.ac.id>.
- esti, K. (2016). *Efektivitas radio bercahaya FM sebagai lembaga penyiaran publik lokal (LLPL) di Kabupaten cilacap*. cilacap: perpustakaan al ghozali.
- Efendi uchyana Onong (2005), *Ilmu Komunikasi: Teori dan praktek* Bandung: Rosdakarya..
- Watson Gregory H (1997), *Strategic Benchmarking*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Udaya Jusuf,dkk (2013), *Manajemen stratejik*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hunger David dan Wheelen Thomas L.(2011), *Manajemen strategis trj*. Julianto A,(Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Arifin Anwar,( 1994) strategi komunikasi, sebuah pengantar ringkas, Bandung: Armico.
- Mulyana Dedy(2004), Ilmu komunikasi, Bandung: Rosdakarya, 2004
- Hasibuan Malayu, (2004) Manajemen “dasar, pengertian, dan masalah,Jakarta: Bumi aksara.
- Handoko Hani,(2011) Manajemen, Yogyakarta: BPFE.
- Terry George R., Rue Leslie W,(2014) Dasar-dasar Manajemen, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Pimay Awaludin,(2009) Manajemen Dakwah, Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu Group.
- Wahyudi J.B,(1994) Dasar-dasar Manajemen Penyiaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



**Wawancara bersama Kepala KASI Penyiaran RRI Purwokerto**



**Numpang Numpang Putih Biru**





**Numpang Numpang Putih Abu-abu**





**Numpang Numpang Pramuka**



## Academy Forum



## **Numpang Numpang Kampus**



## **Pro 2 Goes To CAMPUS**



## English Corner





Radio Republik Indonesia

**JADWAL PENYIAR PROGRAM 2**  
**RRI PURWOKERTO TAHUN 2020**  
Berlaku : 1 JANUARI 2020

WAKTU(WIB)	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
04.45-12.15 (05.00-10.00)	NADYA	SISKA	ORCHID	SISKA	DOSAN	NADYA	DHODI
09.00-16.30 (10.00-15.00)	DHODI	DOSAN	SISKA	DOSAN	SISKA	DHODI	ORCHID
13.30-21.00 (15.00-20.00)	SISKA/DOSAN	NADYA	NADYA	ORCHID	DHODI/ORCHID	ORCHID	NADYA
16.00-23.30 (20.00-24.00)	GALIH	DHODI	DOSAN	GALIH	GALIH	GALIH	GALIH
LIBUR	ORCHID	ORCHID/GALIH	DHODI/GALIH	DHODI/NADYA	NADYA	SISKA/DOSAN	DOSAN/SISKA

**Catatan :**

1. Jadwal mohon dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab
2. Tukar menukar jadwal siaran diperbolehkan atas jnin Kasubsi Pro 2
3. Durasi Siaran 5/6 (limalenam) jam, sisanya dipakai untuk membuat Naskah (Filter/LM/Spot/Insert/Feature) dan penyiar wajib membuat LCK
4. Jika ada penyiar sakit maupun cuti, penyiar yang libur bersedia untuk dinas.

Kepala Seksi Siaran

**WAHYU HADIARTANA, SE**  
NIP. 19630616 198403 1 003

Kasubsi Program 2

**BUDI ANOTO, SE**  
NIP. 19730507 199703 1 004

RRI PURWOKERTO :  
Jend. Soedirman 427 Purwokerto - telp 0281 636412 | Sekretariat : Tel/Fax 0281 635222 PRO-1 : 632336 | PRO-2 : 640228 | Pembinaan : 636998 | LPU : telp /fax 021

## CURRICULUM VITAE

### Data Pribadi

Nama : Anisa Nurkhasanah  
NIM : 1523311002  
Tempat/ Tanggal Lahir : Bintuni, 07 Desember 1998  
No. Hp : 081325367258  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Nama Ayah : Suwardi  
Nama Ibu : Tupen  
Alamat : Argosigemerai, Bintuni, Teluk Bintuni Papua Barat

### Riwayat Pendidikan

<b>Sekolah</b>	<b>Nama Sekolah</b>	<b>Alamat</b>	<b>Tahun Lulus</b>
TK	TK AL KHAIRAAT	Argosigemerai sp V	2003
SD	SD INPRES MANIMERI V	Argosigemerai sp V	2009
SMP	SMP N 2 BINTUNI	Banjar asoy sp IV	2012
MA	MA MINAT	Kesugihan	2015
S1	IAIIG	Kesugihan	2020

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebesar-besarnya

Cilacap, 13 Januari 2020  
Saya yang bersangkutan,

Anisa Nurkhasanah  
1523311002