

**AKTIVITAS PROGRAM KORDINATOR DALAM MENDESAIN
PROGRAM ACARA
(STUDI KASUS I-RADIO YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

untuk memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial Islam

Oleh :

MUKHAMAD ARIFIN

0 2 2 1 0 9 6 3

KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

YOGYAKARTA

2009



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi
Lamp :

Kepada :
Yth Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

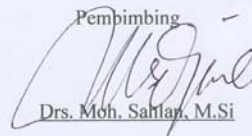
Nama : Mukhammad Arifin
NIM : 02210963
Fak/Jur : Dy / KPI
Judul : AKTIVITAS PROGRAM KORDINATOR DALAM
MENDESAIN PROGRAM ACARA (STUDI KASUS I-RADIO
YOGYAKARTA)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Sosial Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqsyahkan., Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 13 Agustus 2008

Pembimbing

Drs. Moh. Saifan, M.Si



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/ 2022/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

AKTIVITAS PROGRAM KORDINATOR DALAM MENDESAIN PROGRAM ACARA (Studi Kasus I – Radio Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama	: Mukhamad Arifin
NIM	: 02210963
Telah dimunaqasyahkan pada	: Senin, 3 November 2008
Nilai Munaqasyah	: B -

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing

Drs. Moh. Sahlan, M.Si.
NIP. 150260462

Penguji I

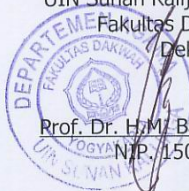
Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP.150252261

Penguji II

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 150267657

Yogyakarta, 23 Desember 2008
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
Dekan

Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 150220788



Motto

Evolution, begin what next



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

- Ibu dan Bapak Sukemi yang selalu memberikan kesempatan, dorongan dan doa yang tiada henti, terima kasih untuk segala kasih sayang dan kesabarannya
- Mas Arif dan adik-adikku, sari, agus, raharjo, endang, siti,
How's the story go on?
- Rasida FM yang telah memberi pengalaman hebat...I'm Saluuute
- Sahabatku, Miguel, Anwar, Heri, Wendi, Rony, Budi, Emy, Djuri, Richa, *there is difference, and there is power, and who holds the power shall decide the meaning of difference.*
- Sahabat kecilku, Shifa, Ubed, Kamal, Tika, Denin, Diaz, Lucky etc...*you're so cute..*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Dengan iringan rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, maka tiada kata yang pantas penulis ucapkan kecuali senantiasa memuji-Nya dengan ungkapan *alhamdulillah*, sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Muhammad Saw.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis banyak sekali mendapat bimbingan dan *support* dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H.M Bahri Ghozali, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah.
2. Drs. Moh. Sahlan, M.si, selaku pembimbing yang dengan kesabaran, ketelitian dan kecermatan beliau telah banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
3. Pimpinan 88.7 FM I-Radio Yogyakarta, Program kordinator, Mas Yuda dan Divisi EnP, Mas Nara, yang telah meluangkan banyak waktu untuk berbagi ilmu dan informasi.
4. Ibu Ristiana yang telah memberikan semangat dan bantuannya.
5. Bayu Saptama *Program Director* Prima FM, *thanks for sharing*.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan koreksi dan masukan dari semua pihak agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis maupun bagi dunia pendidikan secara umum.

Yogyakarta, 12 Desember 2008

Penulis,

Mukhamad Arifin



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	<u>i</u>
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Telaah Pustaka	7
G. Kerangka Teoritik	8
1. Tinjauan tentang Program kordinator	8

2. Tinjauan tentang <i>programming Radio</i>	14
H. Metode Penelitian	19
1. Penentuan data Penelitian	19
2. Fokus Penelitian	20
3. Metode Pengumpulan Data	20
a. Observasi	20
b. Interview	21
c. Dokumentasi	22
4. Analisa Data	22
5. Metode Keabsahan Data	23
BAB II. GAMBARAN UMUM I-RADIO YOGYAKARTA	24
A. Sejarah dan Latar Belakang I- Radio Yogyakarta	24
B. Nama, Gelombang, Slogan dan Alamat	26
C. Visi 88.7 FM I-Radio Jogja	25
D. Misi 88.7 FM I-Radio Jogja	25
E. Sapaan Pendengar	25
F. Struktur Organisasi	26
G. Musik	26
H. 4 Pilar I-Radio Network	27

I. Karakteristik Pendengar	28
J. Logo I-Radio Jogja	30
K. Uraian Program kordinator I- Radio Yogyakarta	31
L. Ruang Lingkup pekerjaan Program Kordinator	32

BAB III. AKTIFITAS PROGRAM KORDINATOR DALAM MENDESAIN PROGRAM ACARA

A. Optimalisasi Kerja Program Kordinator	34
1. Hubungan Eksternal	35
2. Hubungan Internal	35
3. Konsep Siaran	36
4. Perencanaan Program	36
5. Pelaksanaan Program	37
6. Operasional Siaran	37
7. Materi	58
8. Log/Order Siaran	58
9. Musik	59
10. Bukti Siar	59
11. Evaluasi Siaran	59
12. Pustaka	60

13. Produksi	60
14. Kordinasi Bawahan	60
15. Evaluasi Program	62
16. Laporan	63
B. Aktifitas Program Kordinator Dalam Mendesai Program Acara	65
1. Tahapan mendesain Program	65
a. Perencanaan	65
b. Penjadwalan	66
c. Pengawasan dan Evaluasi	69
BAB IV. PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran-Saran	79
C. Kata Penutup	80
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

ABSTRAKSI

Radio merupakan salah satu media massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama. Sebagai alat yang memberikan informasi (fungsi informatif), artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik (fungsi edukatif), artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan moral seseorang. Sebagai alat menghibur (fungsi entertainment), yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobbinya, mengisi waktu luangnya.¹

Radio merupakan media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen khayalak tertentu seperti halnya majalah. Di Indonesia yang mempunyai tipe masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio menjadi solusi kebutuhan terhadap komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat. Sebagai media, radio memiliki beberapa kekuatan seperti:

1. Menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu yang bersamaan.
 2. Menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar-pencar seperti kehidupan masyarakat agraris pada umumnya.
-

3. Mengatasi berbagai kendala geografis.
4. Mudah dimengerti, tidak memerlukan kemampuan membaca sehingga dapat dikonsumsi masyarakat yang tidak bisa membaca.

Namun ada juga kelemahan radio, yaitu:

1. Radio tidak dapat menayangkan gambar visual
2. Radio menyiarkan informasi hanya sekelebat, sehingga pendengar kadang tidak memiliki waktu untuk mencatat informasi yang penting dan tidak bisa meminta penyiar untuk mengulanginya.
3. Radio bersifat terbagi, artinya dalam satu wilayah tertentu mungkin terdapat 20-30 stasiun radio.
4. Radio memiliki lokal area service atau daerah siaran yang terbatas pada lokal area sebagai akibat dari adanya kebijakan pemerintah tentang penyiaran radio.

Dari kekuatan dan kelemahan media radio maka peran *Programmer* sangatlah signifikan dalam menentukan program acara karena akan berkaitan dengan segmentasi khalayak. Pendengar radio sangat selektif dalam memilih acara, hanya acara yang menurut penilaiannya baik yang akan dinikmati, sementara acara yang menurutnya tidak baik akan dilewatkan begitu saja.

I-Radio Jogja dalam jangka waktu 5 bulan siaran pertamanya berhasil menduduki peringkat ke 2. Berdasarkan survey AC Nielsen Wave 4 tahun

2005 (release Februari 2006), untuk Segmen Usia 20-34 Tahun dan Kelas Ekonomi S.E.S: AB (menengah keatas).² Dalam setiap stasiun berusaha semaksimal mungkin untuk dapat meraih sebanyak mungkin pendengar dan bisa dikatakan perang stasiun radio yang hanya dibekali oleh program acara sebagai senjatanya. Pendengar sangatlah penting, mengingat biro iklan seringkali menetapkan jumlah pendengar sebagai ukuran untuk menentukan pemuatan atau pemasangan produknya. Di I-Radio Jogja tugas-tugas *Program Director* ini dilakukan oleh “Program kordinator”.

Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui tindakan-tindakan apa saja yang dilakukan Program kordinator sehingga I-Radio Jogja dapat bersaing dengan radio lain.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari adanya salah penafsiran atau pemahaman terhadap judul, maka penulis akan membatasi arti dan maknanya agar pemahaman dan pembahasan dapat terarah sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, yaitu:

1. Aktivitas Program kordinator

Aktivitas dalam kamus Ilmiah Populer, arti dari kata aktivitas ialah kegiatan.³ Program kordinator *atau Program Director* adalah orang yang bertanggung jawab menyusun secara rinci program acara harian, mingguan, bulanan, maupun lain-lain *periodicals* (waktu tertentu) yang berhubungan dengan aktifitas on air, serta pengaturan penyelenggaraannya yang meliputi *scheduling* (penjadwalan) sampai ke terlaksananya siaran⁴

2. Mendesain program

Mendesain mengambil kata dari desain. Mendesain dalam kamus ilmiah populer yaitu rancang (model). Sedangkan menurut Stonner dan Wankel (1986) dalam media komunikasi radio M. Jamiluddin Ritonga, kata desain dapat diartikan sebagai rencana. Rencana itu sendiri berarti

³ Pius A Partanto, M.Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah populer*, (Surabaya: Arkola,1994), hal. 585.

⁴ Kadarsih Maria, s.Pd, *Manajemen Radio, Makalah Persiapan Radio Edukasi*, (Yogyakarta: AM Radio Edukasi)

rancangan yang berisi petunjuk untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan Program Menurut J.B Wahyudi dalam bukunya Dasar-dasar manajemen Penyiaran. Pola Acara atau program acara ialah susunan mata acara yang akan disiarkan, baik harian, mingguan, tengah bulanan, bulanan, *triwulan*, tengah tahunan dan tahunan. Khusus untuk pola acara harian disebut *rundown*. Jadi yang dimaksud mendesain program acara dalam skripsi ini adalah aktifitas Program kordinator dalam mendesain program acara agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. I-Radio Yogyakarta

I-Radio Yogyakarta adalah nama dari studio radio swasta, yang memiliki slogan "Barometer Musik Indonesia", berpedoman pada empat pilar yaitu: Indonesia, Informatif, Interaktif, dan Intermezzo. I-Radio Jogja berlokasi Jl. Wates KM 4, Ruko Pelem Gurih No. 9-10, Gamping, Sleman, Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di muka, maka yang dimaksud dari judul penelitian ini yaitu penelitian yang mengkaji tentang aktivitas Program kordinator dalam mendesain program kedudukanya di I-Radio Jogja.

B. Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah banyak menciptakan berbagai kemudahan media komunikasi sehingga informasi yang disalurkan

dapat disebarluaskan pada masyarakat dalam waktu yang sangat cepat dengan daya jangkauan yang sangat luas. Radio merupakan salah satu media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi dan dapat juga digunakan sebagai media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

Radio merupakan salah satu media massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama. Sebagai alat yang memberikan informasi (fungsi informatif), artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik (fungsi edukatif), artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan moral seseorang. Sebagai alat menghibur (fungsi entertainment), yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobbinya, mengisi waktu luangnya.⁵

Radio merupakan media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen khayalak tertentu seperti halnya majalah. Di Indonesia yang mempunyai tipe masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio menjadi solusi kebutuhan terhadap komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat. Sebagai media, radio memiliki beberapa kekuatan seperti:

5. Menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu yang bersamaan.

⁵ Moeryanto Ginting Munthe, *Media Komunikasi Radio* (Jakarta : Pustaka sinar Harapan, 1996).

6. Menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar-pencar seperti kehidupan masyarakat agraris pada umumnya.
7. Mengatasi berbagai kendala geografis.
8. Mudah dimengerti, tidak memerlukan kemampuan membaca sehingga dapat dikonsumsi masyarakat yang tidak bisa membaca.

Namun ada juga kelemahan radio, yaitu:

5. Radio tidak dapat menayangkan gambar visual
6. Radio menyiarkan informasi hanya sekelebat, sehingga pendengar kadang tidak memiliki waktu untuk mencatat informasi yang penting dan tidak bisa meminta penyiar untuk mengulanginya.
7. Radio bersifat terbagi, artinya dalam satu wilayah tertentu mungkin terdapat 20-30 stasiun radio.
8. Radio memiliki lokal area service atau daerah siaran yang terbatas pada lokal area sebagai akibat dari adanya kebijakan pemerintah tentang penyiaran radio.

Dari kekuatan dan kelemahan media radio maka peran *Programmer* sangatlah signifikan dalam menentukan program acara karena akan berkaitan dengan segmentasi khalayak. Pendengar radio sangat selektif dalam memilih acara, hanya acara yang menurut penilaiannya baik yang akan dinikmati, sementara acara yang menurutnya tidak baik akan dilewatkan begitu saja.

I-Radio Jogja dalam jangka waktu 5 bulan siaran pertamanya berhasil menduduki peringkat ke 2. Berdasarkan survey AC Nielsen Wave 4 tahun 2005 (release Februari 2006), untuk Segmen Usia 20-34 Tahun dan Kelas Ekonomi S.E.S: AB (menengah keatas).⁶ Dalam setiap stasiun berusaha semaksimal mungkin untuk dapat meraih sebanyak mungkin pendengar dan bisa dikatakan perang stasiun radio yang hanya dibekali oleh program acara sebagai senjatanya. Pendengar sangatlah penting, mengingat biro iklan seringkali menetapkan jumlah pendengar sebagai ukuran untuk menentukan pemuatan atau pemasangan produknya. Di I-Radio Jogja tugas-tugas *Program Director* ini dilakukan oleh “Program kordinator”.

Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui tindakan-tindakan apa saja yang dilakukan Program kordinator sehingga I-Radio Jogja dapat bersaing dengan radio lain.

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan yaitu: Bagaimanakah aktivitas Program kordinator dalam mendesain program acara di I-Radio Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di muka maka yang menjadi tujuan penelitian adalah ingin mengetahui aktifitas yang dilakukan Program

⁶ Wawancara dengan *Operation Manager I-Radio*, tanggal 14 Mei 2008

kordinator I-Radio Jogja, dan bagaimana cara Program kordinator I-Radio Jogja dalam mendesain program acara agar format program radio dapat menjadi ciri dari stasiun radio.

E. Kegunaan penelitian

Dari hasil penelitian ini penulis berharap agar tulisan ini dapat berguna sebagai masukan dan acuan bagi mahasiswa Fakultas Dakwah, agar mahasiswa yang aktif dalam dunia kepenyiaran mempunyai stretegi atau cara yang tepat dalam mendesain program radio.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan studi pustaka yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai *Programming dan Program Director*, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh: I Gede Eka DS. 2004 yaitu dengan judul ” Kebijakan Programming Pada Radio Network” (Studi kasus pada Trijaya Network dalam pemeliharaan Mutu Program) Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa sistem network yang diterapkan trijaya network sangat mempengaruhi kebijakan program setiap stasiun yang berada di bawah radio network ini. Sistem owned dan operated network tidak hanya membuat stasiun anggota memiliki keterikatan permodalan dan manajemen, tetapi juga membuat mereka harus mengadopsi format yang sama yaitu “Radio profesional muda, *more than just music*” yang

pada awalnya digunakan oleh *mother station* Trijaya FM Jakarta. Meskipun banyak mengadopsi dari Trijaya FM Jakarta, *Program Director* di sini juga membuat program yang dikhususkan untuk Yogyakarta, karna tidak semua program yang ada di Trijaya Yogyakarta adalah program dari Trijaya Jakarta.

Skripsi yang di tulis oleh ismai tahun 2008 dengan judul “ Proses Produksi siaran agama Islam "lentera rohani" di stasiun radio Retjo Buntung FM Yogyakarta” adalah penelitian yang memfokuskan pada proses produksinya yang dimulai dari perencanaan sampai pada evaluasi.

Perbedaan penelitian penulis dengan karya ilmiah di muka adalah peneliti memfokuskan pada aktivitas, tindakan dan ruang lingkup pekerjaan Program kordinator dalam mendesain dan merencanakan program acara .

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Program Kordinator

Program Director / Program Kordinator menurut istilah yaitu seseorang yang bertanggung jawab penuh teknis produksi.⁷ “Untuk membuat program dan produksi siaran radio yang efektif hendaklah dirancang berdasarkan studi yang mendalam tentang khalayak sasaran. Hanya melalui seleksi yang ketat terhadap sasaran, seseorang *programmer*

⁷ Wahyudi J.B, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994).

dapat menggunakan medium radio secara maksimum untuk pembangunan sosial suatu daerah”.Peigh (1979:10)

Jadi sebelum sebuah program disusun atau diproduksi, yang pertama harus diketahui adalah bagaimana sebenarnya khalayak yang dituju. Pringle dkk mengungkapkan pentingnya *programming* dengan menyebutnya sebagai faktor utama yang menentukan kesuksesan finansial sebuah stasiun radio.⁸ Dalam pelaksanaanya, aktifitas penting ini di I-Radio Jogja dipercayakan kepada Program kordinator. Sehingga tidak berlebihan bila seorang *programmer* adalah mesin penghasil profit bagi pemilik stasiun.

Pringle dkk. Menjabarkan fungsi utama dari *programmer* yaitu⁹

- a. Produksi atau *akuisisi content* yang akan muncul pada pendengar yang ditargetkan
- b. Melakukan penjadwalan program-program untuk menarik perhatian audiens
- c. Memproduksi layanan masyarakat dan promosi serta iklan-iklan lokal
- d. Produksi atau akuisisi program-program lain untuk memenuhi kepentingan publik
- e. Menghasilkan profit bagi pemilik stasiun

⁸ Peter k. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt, *Electronic Media Management Second Edition*, Focal Press, Boston, 2003, hal. 101.

⁹ Pringle, Star, McCavit, *Op.Cit.*, hal. 101.

Pringle dkk, membagi tugas dasar seorang *program director* kedalam empat kelompok besar , yaitu *program planning*, *program acquisition*, *program execution*, dan *program control*:¹⁰

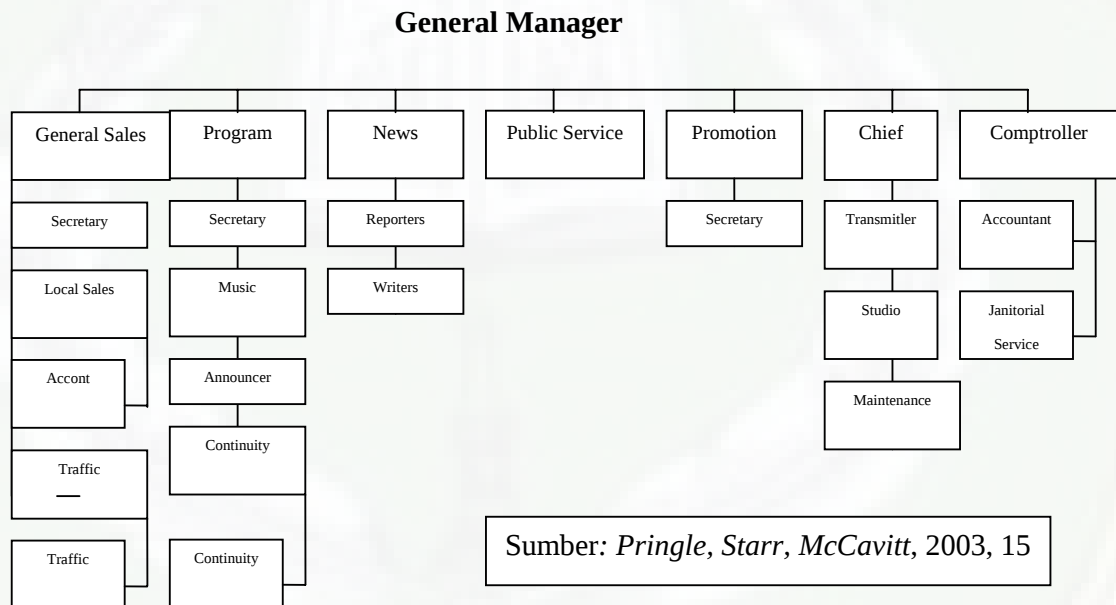
1. Seorang *program director* bertanggung jawab untuk mengembangkan rencana jangka pendek, menengah dan panjang program, sehingga memungkinkan bagi stasiun mencapai tujuan *programming* dan finansial.
2. *Program manager* mengimplementasikan perencanaan program dengan memutuskan apakah program akan diproduksi sendiri atau memperolehnya dari sumber lain, seperti sindikasi, atau rumah produksi, atau *network*.
3. *Program Execution*, Eksekusi menyangkut tentang penyiaran program agar sesuai dengan rencana. *Program director* mengkoordinasikan content penjadwalan dengan petugas traffic dan promosinya dengan direktur promosi. Jika berita ditangani oleh departemen yang terpisah, koordinasi akan sangat penting.
4. *Program Control*, *Program director* bertanggung jawab memastikan bahwa *programming* stasiun berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, baik itu oleh stasiun ataupun otoritas penyiaran. Dalam stasiun radio besar, departemen program, pemberitaan, dan musik

¹⁰ Peter k. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt, *Op. Cit.*, hal. 104-105.

masing-masing berdiri sendiri dibawah komando *station manager*. Karena aktivitasnya berhubungan dengan proses siaran, departemen-departemen tersebut dalam prakteknya sering disebut dengan bagan siaran.

Bagan 1

Struktur Organisasi Stasiun Radio dengan Pasar Besar



Sebagai pimpinan program departemen program, *Program Coordinator* dituntun untuk mampu melakukan pengarahan pada personel-personel dibawahnya tentang apa dan bagaimana mereka menjalankan fungsi masing-masing. Selain melakukannya secara langsung, secara praktis, pengarahan dapat dilakukan dengan

merumuskan Deskripsi pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan yang membukukan keputusan tentang apa yang harus dikerjakan dan apa karakteristik pekerja yang dilakukan (*what*), bagaimana mengerjakannya (*how*), dan mengapa harus dikerjkan seperti itu (*why*), serta penilaian kualitas pelaksanaan kerja tersebut.¹¹

Tiga belas kerangka dasar untuk optimalisasi kerja seorang pengarah program yaitu:¹²

1. *Monitoring* (memonitor), mendengarkan stasiun penyiaran radio setiap saat, setiap hari, dalam kondisi apa pun tetap memantau.
2. *Act* (bertindak), mengoreksi kesalahan kepenyiaran sesegera mungkin, harus peduli dengan kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh tim kerja program.
3. *Creat* (mencipta), setiap hari memunculkan ide-ide baru untuk membuat penyegaran, Misalnya mendesain promosi baru, mendiskusikan kampanye layanan masyarakat yang gress, menjual program, merancang ide dasar iklan hingga implementasi dan mempelajari musik-musik yang telah diudarkan.
4. *Involve yourself with your people* (melibatkan diri anda dengan karyawan anda), sering berdialog dengan tim kerja, bisa dimulai

¹¹ H. Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non profit Bidang Pemerintahan*, (Yogyakarta: , Gajah Mada University Press 2003), hal.97.

¹² Prayudha Harley, “ *RADIO*” *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayu media Publishing, , 2004), hal. 80.

melalui berbicara tentang pribadi tetapi jangan bicara yang tidak serius.

5. *Get input* (cari masukan), memberikan masukan-masukan yang membangun dari mana saja, mendorong tim kerja untuk mempelajari kritikan-kritikan yang dilontarkan karena respeknya.
6. *Be aware of competition* (selalu siapkan diri anda dalam hubungan dengan persaingan atau kompetisi), jika tidak terlalu memahami peta persaingan penyiaran radio, langkah yang bisa dilakukan adalah mencari orang-orang yang mengerti, untuk membantu mendiskusikan memecahkan masalah, atau hal-hal yang berkaitan di bidang penyiaran radio.
7. *Involve yourself in the community* (libatkan diri dalam komunitas), jangan melepaskan diri dari masyarakat, dalam hal ini adalah pendengar, oleh karena itu jangan mengurung diri, perlu bergaul dan perlu masukan dari orang lain
8. *Be positive*. Sikap negatif akan merusak moral, oleh karena itu harus tetap menjaga moral dengan sikap positif.
9. *Share*. Selalu mau berbagi, jangan merasa superior
10. *Review your goal*. Telaah ulang tujuan-tujuan anda, setiap hari perlu mengecek apa yang sudah dilakukan oleh tim kerja.

11. *Set an example.* Berikan contoh untuk memudahkan operasional peranan pengarah program adalah memberi contoh kepada tim kerja, untuk mengurangi kesalahan.
12. *Be Councious.* Selalu sadar akan biaya yang anda keluarka.
13. *Do something.* Lakukan sesuatu, setiap hari, biarkan tim kerja mengetahui kerja pengarah progra, ketertarikan dan keseriusan serta kepedulian terhadap stsiun penyiaran radio.

2. Tinjauan Tentang *Programming Radio*

Programming dapat dipahami baik sebagai sebuah aktifitas, maupun sebagai hasil dari suatu aktivitas. Sebagai hasil dari aktifitas, *programming* adalah konsekuensi dari aktivitas pemograman itu sendiri. *Programming* adalah produk yang dijual pengelola media kepada pengiklan. Sebagai konsekuensinya, iklan-iklan tersebut akan ditempatkan bersama *programming*. Produk ini berupa serangkaian program-program beserta isi yang terkandung di dalamnya, yang tersusun dalam penjadwalan yang sedemikian rupa. Rangkaian inilah yang dijual kepada pengiklan, sehingga diantara program-program tersebut biasanya ditempatkan pesan komersial pengiklan.

Menurut Darwanto konsep *programming* adalah.¹³

“Programa adalah komposisi dari beberapa acara yang diatur atau disusun dengan pola mozaik untuk waktu yang sesuai, sasaran atau audiens beserta kondisi objektifnya, dan program tersebut harus diselenggarakan secara konsekuen dan teratur serta harus baik untuk disiarkan kepada khalayak”

Namun di sisi lain, aktifitas *programming* akan tetap berada di bawah pengawasan lembaga otoritas penyiaran agar tetap berada pada nilai-nilai normatif institusi media. Penjelasan lebih rinci keempat kelompok tersebut adalah sebagai berikut.¹⁴

- a. *The Audience*, yaitu mereka yang mengkonsumsi produk-produk media. Jika dikaitkan dengan konteks penyiaran, maka audiens adalah kelompok konsumen yang mendengarkan program-program sebuah stasiun penyiaran. Tujuan utama pendengar radio adalah mendengarkan isi program yang mampu memuaskan kebutuhan mereka pada waktu tertentu. Agar mampu memuaskan kebutuhan ini, maka *programming* harus disusun berdasarkan apa yang menjadi kebutuhan informasi dan hiburan audiens. Maka sudah semestinya jika *programming* juga akan dipengaruhi oleh perubahan-perubahan kebutuhan audiens.
- b. *The broadcaster*, yaitu mereka yang bertanggung jawab dalam mengoperasikan stasiun untuk keuntungan finansial pemiliknya. *Broadcaster* memilih dan mengatur jadwal program berdasarkan

¹³ Darwanto dalam Budi Sayoga, *Manajemen Programa Siaran Radio*, (Yogyakarta: , FISIPOL UGM, 1997), hal.9.

¹⁴ Peter k. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt, *Op. Cit.*, hal. 98.

perhitungan keuntungan finansial. Maka dari itu, *broadcaster* akan selalu berusaha memproduksi program dengan nilai komersil tinggi. Jenis ini dirancang untuk menarik jumlah audiens dan pengiklan yang tinggi.

- c. *The advertiser*, adalah mereka yang berkepentingan dalam menggunakan radio untuk menyiarkan sebuah produk atau jasa pada mereka yang sekiranya mengkonsumsinya. Oleh karena itu, programming akan diarahkan untuk merancang program-program yang mampu menarik audiens dengan nilai komersial yang tinggi dimata pengiklan. Pemilihan penjadwalan program juga dirancang agar menjadi media promosi produk yang baik, sehingga pengiklan lebih leluasa memasukan bentuk-bentuk promosi mereka di dalam program tersebut.
- d. *The regulator*, yaitu mereka yang memegang otoritas dunia penyiaran di suatu wilayah, atau lembaga-lembaga pengawas penyiaran. Lembaga-lembaga ini bertugas untuk memastikan stasiun-stasiun beroperasi pada jalur yang melayani kepentingan orang banyak. Dengan ini diharapkan *programming* tidak hanya ditujukan untuk keuntungan finansial pemodal saja. *Programming* juga harus berjalan dengan memperhatikan standar-standar normatif mutu program.

Untuk menetapkan target yang menjadi pilihan dan menghasilkan pendengar secara optimal, Rhenal Kasali dalam bukunya “membidik pasar indonesia” menyebut empat strategi yakni¹⁵

1. Responsip, pendengar haruslah responsip terhadap program acara yang akan / atau ditawarkan, karena itulah mengenal dekat audiens sangat diperlukan untuk mengetahui keinginan, kebutuhan, kepuasan terhadap program.
2. Potensi penjualan, program acara haruslah memiliki atau menjadi kebutuhan pendengar yang banyak. Banyaknya pendengar tidak hanya dihitung dari jumlah orang (populasi) namun juga dilihat dari kemampuan daya beli terhadap iklan yang disiarkannya.
3. Pertumbuhan memadai, Pendengar yang dibidik tidak serta merta akan menunjukkan jumlah yang tinggi, namun menurut analisis (penambahan program, promosi dll) akan menunjukkan peningkatan yang baik dan maksimal.
4. Jangkauan Iklan, Pendengar cukup baik dan menjadi sasaran yang tepat untuk promosi iklan yang ada di pasaran

Format adalah konsep menyeluruh output produksi sebuah stasiun yang dirumuskan berdasarkan target *audiens* stasiun tersebut. Dengan

¹⁵ Kecuk Sahana, *Evaluasi Program Siaran Radio, Makalah Persiapan Radio Edukasi*, (Yogyakarta: AM Radio Edukasi)

demikian, keseluruhan output akan memiliki kesatuan identitas dan kepribadian yang khas, yang merefleksikan karakteristik kebutuhan informasi dan hiburan target *audiens*-nya. Format memberikan arah bagi *programmer* dalam menentukan pilihan program yang sesuai dengan kebutuhan informasi dan hiburan target audiens mereka. Atau dengan kata lain, format akan menjaga konsistensi *programming* dalam menghasilkan komposisi acara yang dapat merefleksikan kebutuhan *audiens* berdasarkan karakteristik demografis, psikografis maupun geografis mereka.¹⁶

Agar dapat menghasilkan program yang diminati target *audiens*, maka sudah seharusnya *programming* berpedoman pada pilihan format stasiun. Hal ini dipertegas oleh Ashadi Siregar dengan mengatakan bahwa kebijakan *programming* adalah alasan yang membangun penampilan atau identitas media, karena perbedaan suatu media dengan media lain ditentukan oleh kebijakan *programming*. Dengan demikian proyeksi karakteristik sebuah media bisa dilihat dari kebijakan *programming* mereka.¹⁷ Oleh karena itu, format bisa dikatakan sebagai jembatan utama menuju aktifitas *programming* karena format memberikan jawaban dari berbagai pertanyaan dalam manajemen radio mengenai masalah *programming*, termasuk permasalahan mutu, yaitu bagaimana

¹⁶ Joseph R Dominick, *The Dynamics of Mass Communication. Third Edition*, Mc Graw-Hill Publishing, USA, 1990, hal. 204.

¹⁷ Routth, McGoath, weiss dalam Ashadi Siregar, 10 Juni 1989, *Radio Siaran Swasta Nasional Menyongsong Era Informasi, Makalah Seminar Fungsi Informatif Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia dan Masyarakat Informasi*, (Bandung: PT Rasio ILNAFIR-KLCBS FM), hal. 11-12.

menghasilkan program acara yang mampu merefleksikan karakteristik kebutuhan target audiens.¹⁸ Tentu jawabanya adalah dengan tetap konsisten terhadap format radio dalam menyusun kebijakan *programming*.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penentuan sumber data Penelitian.

Merupakan sumber tempat memperoleh keterangan penelitian. Adapun yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah:

1) *Operation Manager*

Pimpinan I-Radio Yogyakarta, bagian yang mengetahui secara mendalam tentang I-Radio Yogyakarta.

2) *Program Coordinator* I-Radio Jogja.

Bagian Program merupakan orang yang paling bertanggungjawab terhadap pelaksanaan dan perencanaan program siar.

3) *Event And Promotian*

Bagian yang membuat *event off air*, dalam hal ini *in line* dengan program *on air*.

¹⁸ Pringle, starr, Mc Cavitt, *Op. Cit.*, hal. 179.

4) Penyiar

Penyiar mereka yang berbicara kepada pendengar, memutar lagu, mengelola lalulintas *audio*.

5) Produser acara

Produser acara merupakan orang yang membantu program kordinator dan mengarahkan penyiar dalam melaksanakan tugasnya.

b. Sedangkan fokus penelitian (sesuatu yang ingin diteliti) dari radio ini adalah:

- 1) Ruang Lingkup Pekerjaan Program Kordinator I-radio Jogja.
- 2) Aktivitas Program kordinator I-radio Jogja dalam mendesain program.

2. Metode Pengumpulan Data.

Dalam usaha pengumpulan data yang dianggap relevan dengan obyek penelitian maka diperlukan adanya metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Yang dimaksud dengan metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.¹⁹

Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan, yakni penulis tidak ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh para pelaksana atau obyek yang diteliti. Metode ini digunakan dengan mengamati secara langsung aktifitas dari program kordinator dan pelaksanaan siaran I-radio Jogja.

b. Metode Interview

Metode ini diperuntukkan untuk memperoleh informasi dengan bertanya secara langsung kepada responden (informan).²⁰ Adapun jenis interview (*wawancara*) yang digunakan adalah pendekatan petunjuk umum wawancara, yaitu membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Dalam hal ini petunjuk wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan

¹⁹ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Sketsa Pemikiran Pengembangan Ilmu Dakwah*, (CV.Ramadhani), hlm. 108

²⁰ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (Ed), *Metode Penelitiain Survai*, (Jakarta: LP3ES, 1989) hal. 192

dapat seluruhnya tercakup.²¹ Dalam wawancara ini penulis akan mewawancarai direktur utama I-Radio Jogja, program kordinator, dan pihak lain yaitu produser, departement Event and Promotion, penyiar yang juga yang saling berkaitan dengan aktifitas program kordinator..

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data tentang hasil pelaksanaan program kerja, struktur organisasi, sejarah berdirinya dan tata tertib penyiaran.

3. Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles and Huberman dan Spradley.

Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga tuntas, dan datanya

²¹ Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm: 186

jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Selanjutnya menurut Spradley, teknik analisis data disesuaikan dengan tahapan dalam penelitian. Pada tahap penjelajahan dengan teknik pengumpulan data *grand tour question*, analisis data dilakukan dengan analisis domain. Pada tahap menentukan fokus analisis data dilakukan dengan analisis taksonomi. Pada tahapan *selection*, analisis data dilakukan dengan analisis komponensial. Selanjutnya untuk sampai menghasilkan judul dilakukan dengan analisis tema. Analisis data model Miles and Huberman, yang meliputi *data reduction*, *data display*, dan *verification* dilakukan pada setiap tahapan penelitian menurut Spradley. (*penjelajahan, fokus, dan selection*)²⁴

Metode analisa data kualitatif diskriptif ini mencoba memaparkan secara objektif tentang aktifitas program kordinator dengan menganalisa program acara tersebut yang meliputi tujuan, komponen komunikasi yang digunakan untuk proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Data-data yang diperoleh dari I-Radio Jogja kemudian diatur, diurutkan dan dikelompokkan oleh penulis yang kemudian dimasukkan ke dalam bagian-bagian yang sesuai dalam bentuk bab dan sub bab yang akan dibahas.

²⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2007) hlm. 183.

4. Metode Keabsahan Data

Metode yang digunakan peneliti dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dalam memastikan keabsahan data. Metode keabsahan data ini ditunjang dengan menggunakan metode triangulasi sumber yaitu: “teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah membaca dan mempelajari data yang telah ada, maka pada tulisan skripsi dengan judul *“Aktivitas Program kordinator Dalam Mendesai Program Acara (Study Kasus I-Radio Yogyakarta)”* serta menjawab beberapa rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan atau ringkasan sebagai berikut.

1. Bahwa program-program I-Radio Jogja telah didesain sesuai dengan visi yakni, menjadikan musik Indonesia tuan rumah di negerinya sendiri, dan misi menjadi yang terbaik di formatnya dan juga sesuai dengan slogan I-Radio Jogja yaitu "BAROMETER MUSIK INDONESIA", dengan memutarakan 100% lagu-lagu pop urban karya musisi negeri sendiri, yang Informatif, Interaktif, dan Intermezzo.
2. Bahwa *program coordinator* telah melaksanakan tugasnya sebagai *programmer* yakni dengan mengusulkan perencanaan program yang sesuai dengan konsep dan tujuan perusahaan, membuat kreatif program dan kreatif produk siaran, mempersiapkan materi produksi sesuai konsep, menunjuk produser acara untuk pelaksanaan program, melakukan eksekusi suatu konsep program atau produksi siaran, melaksanakan jadwal

pelaksanaan siaran baik “*live*” atau “*recording*”, mengawasi serta memberi usulan terhadap eksekusi suatu program/ produksi siaran

B. Saran-saran

Setelah melihat keadaan yang ada di I-Radio Jogja dan juga data yang diperoleh dari dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, penulis memiliki beberapa saran antara lain:

1. Berkaitan dengan program acara I-radio Jogja yang dilakukan belum maksimal, karena dari 21 jam siarannya (05.00-02.00 WIB), 88.7 FM I-Radio Jogja hanya mempunyai 10 jam siar pada hari senin sampai jumat, sedangkan untuk relay dari jakarta selama 11 jam. Sedangkan pada sabtu-minggu hanya 6 jam siar, selebihnya relay dari jakarta. Dalam hal ini seyogyanya I-Radio Jogja mempunyai jam siar yang lebih banyak dan dikurangnya relay dari Jakarta agar visi, misi dan slogan I-Radio Jogja lebih mengena oleh I-listeners yang berada di Jogjakarta.
2. Untuk mahasiswa, sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, sudah semestinya untuk bisa melihat situasi dan kondisi di mana peran *Programmer* sangatlah penting dalam sebuah radio..
3. Untuk pembaca, semoga skripsi ini bisa menjadi inspirasi dan motivasi dalam mendalami dunia radio.

C. Kata Penutup

Usaha yang maksimal telah penulis lakukan untuk melakukan penelitian, menganalisa data dari hasil penelitian dan mempersembahkan sebuah tugas akhir yang berkualitas dan bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Darwanto dalam Budi Sayoga, *Manajemen Programa Siaran Radio*, (Laporan Penelitian, Jurusan Ilmu Komunikasi , FISIPOL UGM, 1997)
- H. Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non profit Bidang Pemerintahan*, (Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2003)
- J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994)
- Joseph R Dominick, *the Dynamics of Mass Communication. Third Edition*, McGraw-(Hill Publishing, USA, 1990)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)
- Maria Kadarsih, *Manajemen Radio, Makalah Persiapan Radio Edukasi*, (Yogyakarta: AM Radio Edukasi)
- Masduki, *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (LKis, Jakarta, 2001)
- Masri Singaribun dan Sofian Effendi(Ed), *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989)
- Moeryanto Ginting Muthe, *Media Komunikasi Radio* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996)

Nur Syam, *Metodologi Penelitian Sketsa pemikiran pengembangan Ilmu dakwah*,
(CV.Ramadhani).

Omar Abidin Gilang dalam Muryanto Ginting Muthe, *Media Komunikasi Radio*,
(Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1996)

Peter k. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt, *Electronic Media Management second Edition*, (Focal Press, Boston, 2003)

Pius A Partanto, Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Popular*, (Surabaya: Arkola, 1994)

Prayudha Harley, “ *RADIO*” *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Bayu media Publishing, Malang, 2004)

Routh, McGoath, weiss dalam Ashadi Siregar, 10 Juni 1989, *Radio Siaran Swasta Nasional Menyongsong Era Informasi, Makalah Seminar Fungsi Informatif Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia dan Masyarakat Informasi*, PT Rasio ILNAFIR-KLCBS FM, Bandung.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2006)

Soerjono Seokamto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1990)

www.iradio.com

RESUME PENGUMPULAN DATA

1. Wawancara kepada Operation Director

Tanggal 14 Mei 2008

- a. Bagaimana profil I-Radio Jogja?
- b. Bagaimana perkembangan I-Radio Jogja?
- c. Apa visi dan misi dari I-Radio Jogja?

2. Wawancara kepada Program kordinator

Tanggal 14, 20 Mei 2008 dan Tanggal 5 Agustus 2008

- a. Apa sajakah tugas bapak sebagai Program kordinator?
- b. Bagaimana pola komunikasi dengan bawahan dan juga dengan devisi lainya?
- c. Bagaimana proses mendesain program acara?
- d. Apa yang harus di lihat sebelum mendesain?
- e. Apa saja yang mempengaruhi program acara?
- f. Kapan saja dilaksanakan evaluasi penyiar dan program?
- g. Sejauhmana keberhasilan program acara di I-Radio Jogja?
- h. Kendala apa saja yang di temukan dalam mendesain program acara?

3. Wawancara kepada produser acara

Tanggal 5 agustus 2008

- a. Bagaimana kordinasi dengan Program Kordinator?

b. Apa tugas dari Produser acara?

c. Apa kendala yang di hadapi?

4. Wawancara kepada Divisi Event and Promotion

Tanggal 5 Agustus 2008

a. Apa tugas dari Divisi Event and Promotion?

b. Bagaimana kordinasi dengan Program Kordinator?

5. Wawancara kepada Penyiar

Tanggal 5 Agustus 2008

a. Apa tugas dari penyiar?

b. Bagaimana kordinasi dengan Program Kordinator?

CURRICULUM VITAE

Data Pribadi

Nama : Mukhamad Arifin
Tempat / tanggal lahir : Jakarta, 19 Oktober 1982
Jenis kelamin : Laki-laki
Alamat Rumah : Kalideres Jakarta Barat Rt. 05/07 No. 24
HP: 085228921106
Email: bos.arie@yahoo.com

Nama Orang Tua

1. Nama Ayah : Sukemi Syarifudin.
Pekerjaan : PNS
2. Nama Ibu : Siti Amanah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

3. Pendidikan
SDN 05 Jakarta, lulus tahun 1992
SMPN 186 Jakarta, lulus tahun 1998
SMAN 95 Jakarta, Lulus tahun 2001
Masuk UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2002

II. Pengalaman Organisasi dan Pekerjaan

1. Tahun 2004, Humas UKM Olah Raga UIN Sunan Kalijaga.
2. Tahun 2005, Humas Keluarga Mahasiswa Jakarta di Jogjakarta.
3. Tahun 2006, Humas, Komunitas Pecinta Komunikasi (KOMPENI) Jogjakarta.

4. General Manager, Penyiar, dan Kepala Produksi di Rasida FM (Radio Kampus UIN Sunan Kalijaga).
5. Penyiar dan Reporter Radio Edukasi BPMR Yogyakarta (DEPDIKNAS)

