

**MANAJEMEN SIARAN ACARA “KOLAG”
DI RADIO STAR FM YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Guna Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Sebagai Sebagian Syarat Dalam Memenuhi Tugas Akhir
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam Program (S-1)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

**MANAJEMEN SIARAN ACARA “KOLAG”
DI RADIO STAR FM YOGYAKARTA**

Skripsi



Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Guna Memenuhi Sebagai Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam Program (S-1)

Disusun oleh :

Ummu Hani Mulyaningrum

NIM. 04210109

Dibawah bimbingan:

Khoiro Ummatin, M. Si

NIP. 150 282 647

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

**KHOIRO UMMATIN, M.Si
DOSEN FAKULTAS DAKWAH
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

NOTA DINAS

**Hal : Skripsi Saudari Ummu Hani Mulyaningrum
Lamp : 3 Eksemplar**

**Kepada :
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamualaikum Wr, Wb

Setelah kami membaca, meneliti dan mengoreksi serta memberikan perbaikan-perbaikan terhadap skripsi ini seperlunya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari;

Nama : Ummu Hani Mulyaningrum

Nim : 04210109

Judul : Manajemen Siaran Acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta

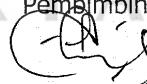
Maka skripsi ini sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Oleh karena itu, saya mohon kepada Bapak agar mahasiswa yang bersangkutan dipanggil dalam sidang Munaqosah untuk mempertanggungjawabkan.

Demikian nota dinas ini disampaikan atas perhatiannya kami haturkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Wr, Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 30 April 2008

Pembimbing

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 150282647



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.00.9/1000/2008

"Skripsi/Tugas Akhir dengan judul: **MANAJEMEN SIARAN ACARA "KOLAG" DI
RADIO STAR FM YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Ummu Hani Mulyaningrum**
NIM : 04210109
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 13 Mei 2008
Nilai Munaqasyah : B +

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 150282647

Pengaji I

Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 150275210

Pengaji II

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

Yogyakarta, 10 Juni 2008

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah
DEKAN

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



HALAMAN MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذنَا
إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تُحْمِلْ عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتُهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا
رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاغْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا
فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya:

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahanatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami bersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang yang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir.(2:286)”*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

* Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an Departemen Agama RI, 1981/1982), hlm.72.

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kasih Sayang dan Kekuasaan Allah
Menjadikanku ada seperti dan sampai saat ini*

Skripsi ini sebagai karya ilmiah yang pertama dibuat olehku

*Tiada kata yang dapat melukiskan pengorbananmu
Tiada sikap yang dapat membalas kasihsayangmu*

Dan

*Tiada balas yang dapat mewakilkan jasamu
Hanya karya ini yang dapat kuhadirkanku
Sebagai bukti atas pengharapanmu
Yang tidak seberapa*

*Karya ini kupersembahkan untuk:
Abah dan Ibu*

Kekuatan dan Kelemahanku

Ditopang

Mba Hidayah, Mba Hajar, Huda, Hafidz, dan Sofiyah

Keluargaku menjadikanku

Mencoba menata hidup

Sahabat-sahabatku inspirasiku memandang dan belajar

realita hidup yang tidak selamanya sempurna

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمُ الرَّحْمَنُ اللَّهُ بِسْمِ
اللَّهِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ أَمْوَارُ عَلَىٰ نَسْتَعِينُ وَبِهِ الْعَالَمِينَ رَبُّ اللَّهِ الْحَمْدُ
لِلَّهِ وَعَلَىٰ مُحَمَّدٍ عَلَىٰ وَسَلَامٌ صَلَّى اللَّهُمَّ رَسُولُهُ عَبْدُهُ مُحَمَّدًا أَنَّ وَأَشْهَدُ اللَّهَ إِلَّا
بَعْدُ أَمَّا أَجْمَعِينَ، وَصَحَّبِهِ.

Alhamdulillah segala puji syukur penyusun panjatkan kepada Illahi Robbi karena dengan rahmat kasih saying dan petunjuk-Nya, penyusunan skripsi sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa perubahan dan pembawa cahaya, tumpuan harapan pemberi syafa'at di Yaumul akhir nanti.

Skripsi yang berjudul “Manajemen Siaran Acara ‘Kolag’ di Radio Star FM Yogyakarta” ini penyusun berusaha mengungkap lebih dalam tentang manajemen siaran acara “Kolag” yang disiarkan oleh Radio Star FM Yogyakarta, dalam rangka untuk mengembangkan wawasan mengenai penerapan manajemen siaran acara di sebuah radio khususnya.

Penyusun menyadari penuh bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan yang begitu berharga dari semua pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan para staf.
2. Khoiro Ummatin, M.Si, selaku Pembimbing Akademik sekaligus pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaannya senantiasa membimbing dan mengarahkan penyusunan dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Musthofa, M.Si dan Sahlan, M.Si, selaku penguji Munaqosah yang telah memberikan penilaian dan masukan.
4. Seluruh staf Radio Star FM, khususnya Mas Olan, Mba Jeci, Gus Mif dan Ewi yang telah membantu memberikan data dan informasi mengenai penelitian penyusun, serta ilmu-ilmu lainnya yang penyusun tidak dapatkan sebelumnya.
5. Nida, Vepty, Afi, Erni, Dina, Nur dan Sansan yang mendampingi penyusun dan memberikan motivasi dalam melancarkan penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman KPI angkatan 2004, teman seperjuangan dalam menuntut ilmu di bangku kuliah, kelompok praktikum media angkatan ke-22 di RAJ dan semua teman yang mengenal penyusun, maaf tidak mungkin kiranya disebutkan satu-satu.

Alhamdulillah Jazakumullahu Khoiron Katsiron.

Penyusun berdoa semoga apa yang mereka berikan kepada penyusun menjadi ladang amal dan mendapat pahala yang berlipat dari Allah SWT. Tanpa bantuan mereka atas seizin Allah, ironis penyusun menyelesaikan skripsi ini. Kesempurnaan menjadi harapan semua pihak namun keterbatasan yang berbeda menyebabkan tingkat kesempurnaan berbeda pula adanya.

Akhirnya penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangsih wacana keilmuan bagi semua pihak, khususnya bagi penyusun sendiri. Amiin.

Penyusun

Ummu Hani Mulyaningrum
NIM. 04210109

Abstraksi

Saat ini persaingan “Tajais” (Tanya Jawab Islam) di Radio Yogyakarta semakin pesat. Terbukti hampir disemua radio Yogyakarta berlomba-lomba memberikan suguhan acara “Tajais” kepada pendengar setianya. Adapun yang menjadi tujuan utama disiarkannya acara “Tajais” tentu saja berbeda-beda. “Kolag” adalah salah satu acara “Tajais” yang bernaung di bawah Radio Star FM Yogyakarta. Banyaknya persaingan “Tajais” tidak mematahkan semangat “Kolag” untuk tetap eksis sampai saat ini. Hal tersebut tidak terlepas dari usaha produser acara “Kolag” dalam memproduksi dengan penerapan manajemen siaran.

Manajemen siaran acara “Kolag” memanfaatkan keenam unsur siaran yakni sumber daya manusia (*men*), kondisi keuangan (*money*), cara/sistem yang digunakan untuk mencapai tujuan (*methods*), bahan-bahan yang dikuasai (*materials*), alat/perkakas untuk produksi (*machines*) dan pemasaran, tempat untuk menjual hasil produksi (*market*). Adapun fungsi-fungsi manajemen siaran perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Keenam unsur siaran diimplementasikan terhadap fungsi-fungsi manajemen siaran. Adanya manajemen siaran dijadikan sebagai motor penggerak serta pengendali acara “Kolag”.

SDM (Sumber Daya Manusia) sebagai unsur terpenting dibutuhkan keber‘daya’annya sehingga dibutuhkan standar dan kriteria tersendiri yakni profesional, kredibilitas, kejujuran dan intelektual. Ukuran keempat standar dan kriteria tersebut sepenuhnya disesuaikan dan menjadi kebijakan Radio Star FM Yogyakarta. Adanya SDM tersebut membuat jati diri acara “Kolag” terkesan berbeda dengan acara “Tajais” pada umumnya yang terkesan monoton. Radio Star FM yang membidik anak gaul memberikan suguhan “Kolag” dengan maksud pendengar Radio Star FM dapat menikmati hiburan dan mendapatkan wawasan ajaran Islam sebagai nilai pendidikan khususnya moral yang sejatinya dibutuhkan oleh semua manusia. Adapun konsep Gus Mif sebagai narasumber dalam mensyiaran Islam dengan “*Buatlah mudah dan janganlah buat susah. Berilah kabar gembira dan jangan kau takut-takuti*”. Selain SDM unsur-unsur lainnya mengikuti SDM dalam siaran untuk memudahkan dan melancarkan jalannya produksi siaran acara “Kolag”.

Jalannya sebuah usaha tidak terlepas dari kelancaran dan hambatan. Adanya hambatan diacara “Kolag” tidak meruntuhkan semangat untuk berusaha siaran kendati persaingan “Tajais” semakin pesat. Hambatan bukan menjadi persoalan ketidaknyamanan ketika SDM acara “Kolag” mampu menyelaraskan dengan keyakinan. Keyakinan niat baik akan selalu mendapatkan jalan keluar bagi orang yang selalu yakin dan berusaha.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Telaah Pustaka.....	7
G. Kerangka Teoritik.....	9
1. Tinjauan Tentang Manajemen Siaran.....	9
2. Tinjauan Tentang Radio Siaran Sebagai Media Dakwah.....	32
H. Metode Penelitian.....	36
BAB II GAMBARAN UMUM ACARA “KOLAG”	42
A. Profil Acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta.....	42
B. Visi Misi Acara “Kolag”	50
C. Format Siaran Acara “Kolag”.....	52

D. Gambaran Tugas dan Tanggung Jawab Sumber Daya Manusia “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta.....	56
BAB III MANAJEMEN SIARAN ACARA “KOLAG”.....	73
A. Tahapan Manajemen Siaran Acara “Kolag”	74
1. Produksi Siaran (<i>Programming</i>).....	74
2. SDM dan Tata Usaha (<i>Career and Still Development</i>)..	79
3. Promosi, Pemasaran dan Kerjasama (<i>Marketing and Networking</i>).....	90
4. Peralatan Siaran (<i>Hardware Maintenance</i>).....	94
B. Fungsi-Fungsi Manajemen Siaran Acara “Kolag”	98
1. Perencanaan (<i>Planning</i>) Siaran Acara “Kolag”.....	98
2. Pengorganisasian (<i>Organizing</i>) Siaran Acara “Kolag”..	106
3. Penggerakan (<i>Actuating</i>) Siaran Acara “Kolag”.....	110
4. Pengawasan (<i>Controlling</i>) Siaran Acara “Kolag”.....	118
C. Hambatan Manajemen Siaran Acara “Kolag”.....	126
BAB IV PENUTUP.....	130
A. Kesimpulan.....	130
B. Kritik dan Saran.....	136
C. Kata Penutup.....	138

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Format Siaran Radio Star FM.....	54
2. Tabel 2.2 Format Acara Unggulan Harian.....	55
3. Tabel 2.3 Format Acara Unggulan Mingguan.....	56
4. Tabel 3.1 Tanpa Blocking Time I.....	112
5. Tabel 3.2 Tanpa Blocking Time II.....	113
6. Tabel 3.3 Blocking Time I.....	113
7. Tabel 3.4 Blocking Time II.....	114



BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGRASAN JUDUL

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami judul di atas, maka di bawah ini akan dijelaskan maksud dari judul, Manajemen Siaran Acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Siaran

Manajemen berasal dari kata bahasa Inggris yaitu, *manage* dan dalam bahasa latin *manus*, yang berarti: memimpin, menangani, mengatur, atau membimbing.¹ Karenanya, manajemen dapat diartikan sebagai ilmu dan seni tentang upaya untuk memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan secara efektif dan efesien. Efektif artinya tujuan dapat dicapai dalam waktu yang singkat sedangkan efisien dapat diartikan pencapaian tujuan dengan biaya yang rendah.²

Sedangkan siaran berasal dari kata siar. Siar berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata *siar* ditambah akhiran *an*, membentuk kata benda, yang memiliki makna apa yang disiarkan.

Siaran sebagai *output* stasiun penyiaran yang dikelola oleh organisasi

¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 1.

² "<http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen>", akses 22 agustus 2007

penyiaran, merupakan hasil perpaduan antara kreativitas manusia dan kemampuan sarana/alat, atau antara perangkat keras dan lunak.³

Manajemen penyiaran dapat diartikan oleh J. B. Wahyudi sebagai kemampuan seseorang untuk mempengaruhi/memanaftakan kepandaian/ketrampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi, dan menyiaran siaran dalam usaha untuk mencapai tujuan bersama.⁴

Manajemen siaran pada judul ini, dapat diartikan sebagai upaya produksi acara didukung SDM dan peralatan siaran dengan kerjasama sponsor yang dilakukan Radio Star FM dalam menyiaran siaran meliputi fungsi-fungsi manajemen dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan sampai pengawasan, sesuai dengan visi dan misi, untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan oleh Radio Star FM Yogyakarta.

2. Acara “Kolag”

“Kolag” yaitu singkatan dari “Khotbah dan Lagu” yang merupakan salah satu nama acara di Radio Star Fm Yogyakarta, dengan nuansa *religi*. Acara “Kolag” salah satu dari program *Talkshow/dialog* yang disiarkan secara *live* setiap hari Kamis, pukul 17.00-18.00 WIB. Acara ini dipandu oleh Olan dan Ewi dengan menghadirkan nara sumber tetap Gus Mif. Acara “Kolag” yang dikemas dalam durasi 60 menit ini, berisikan khutbah atau ceramah, tanya-jawab melalui telepon atau sms, dan diantara beberapa *segment* diselingi lagu yang bernuansa islami.

³ J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 8

⁴ *Ibid.* hlm. 39

3. Radio Star FM

Radio Star FM Yogyakarta adalah salah satu radio siaran swasta yang berlokasi di Jalan Sultan Agung, Puro Pakualaman Yogyakarta, dengan gelombang 101.30 FM. Star FM mengidentitaskan radionya sebagai *radio gaulnya jogja*.

Dari penjelasan-penjelasan, dapat dipahami bahwa maksud yang terkandung dalam judul skripsi “**Manajemen Siaran Acara “Kolag” di Radio Star Fm Yogyakarta**” adalah studi tentang hasil produksi dengan melihat penerapan fungsi-fungsi manajemen dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan sampai pengawasan, dalam pelaksanaan pengiriman informasi atau isi pesan mengenai ajaran dan nilai Islam kepada *audience* khususnya umat Islam yang diproduksi dan disiarkan oleh Radio Star FM Yogyakarta atas nama acara “Kolag” (Khotbah dan Lagu).

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang disampaikan dengan pesan, khususnya lewat *audio* kini telah disadari oleh instansi-instansi radio pada umumnya. Bentuk pesan yang disampaikan oleh beberapa instansi dikemas dalam sebuah siaran acara tentang “Tajais” (Tanya Jawab Islam). Salah satunya adalah acara “Kolag” yang disiarkan oleh Radio Star FM Yogyakarta melalui saluran 101.30. Sekilas acara “Kolag” terlihat sama dengan acara-acara “Tajais” di radio pada umumnya, jika belum

mendengarkannya. Namun jika mendengarkan acara “Kolag”, tentu saja berbeda dalam pengemasan siaran acara. Acara “Kolag” sangat santai untuk didengarkan dan tidak membosankan. Sehingga pendengar, dengan sasaran utamanya adalah orang-orang yang merasa dirinya gaul dapat terkena pesan-pesan lewat pesan yang disampaikan acara “Kolag” dan dapat menikmatinya.

Adanya perkembangan zaman menuntut manusia untuk lebih maju dalam pemikiran sehingga banyak tercipta dari yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat secara modern. Kini, media massa sebagai salah satu media dakwah dalam bentuk komunikasi, selama ini telah banyak digunakan oleh umat Islam. Pesan-pesan dakwah harus dapat dikemas secara kreatif seiring dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat dewasa ini.

Radio adalah salah satu dari media massa yang ada. Saat ini radio juga mampu menunjukkan kemampuannya sebagai wadah dari media dakwah. Dakwah yang mempunyai tujuan “*beramar ma'ruf nahi munkar*” tidak berbeda dengan penyampaian informasi atau pesan yang isinya seputar ajaran-ajaran Islam sesuai dengan yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Penyampaian pesan tentang ajaran-ajaran Islam merupakan bentuk pengamalan dari *amar ma'ruf nahi munkar*.

Media radio yang bersifat *auditif* dan *abstraktif* menjadi karakteristik radio siaran yang diusahakan untuk menjadi konkret dengan cara meramu tiga elemen dasar radio, yaitu: *sound, voice, and music* (bunyi-

bunyian, suara, dan musik)⁵ agar menimbulkan imajinasi, emosi, dan sugesti kepada pendengar.

Karakteristik yang dimiliki radio siaran dapat dimanfaatkan untuk menyebarluaskan dan mengembangkan nilai-nilai ajaran Islam. Pesan yang disampaikan lewat radio dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat Hal ini bisa saja terjadi, karena pada saat ini perangkat radio sudah bukan merupakan barang mewah dan setiap rumah dimungkinkan memiliki.

Radio Star FM yang mengidentitaskan sebagai *radio gaulnya jogja*, ternyata ikut memperhatikan terhadap perkembangan moral bangsa yang senang terhadap kegiatan dengan sifat identik “gaul”. Radio Star FM mengerti kebutuhan masyarakat pada umumnya perihal pesan-pesan moral dan wawasan agama yang berisi ajaran-ajaran Islam, sehingga pendengar mengetahui dan merasa terarah atau terbimbing dalam menjalani hidup ini dengan baik. Sadar pengaruh radio akan sugesti cukup efektif, radio ini mencoba turut kontibusi dalam siaran acara “*Kolag*” (*Khotbah dan Lagu*).

Radio Star Fm sebagai sebuah konfigurasi (susunan) yang terdiri dari aneka macam alat penyiaran dan sumber daya manusia, merupakan sebuah sistem penyiaran yang membentuk suatu jalinan dengan saling kait-mengkait dalam rangka mencapai tujuan berupa penyebarluasan informasi, dalam hal ini mengenai pesan-pesan moral sesuai ajaran agama Islam.

Sebuah sistem tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya suatu proses manajemen yang menunjukkan adanya pembagian tugas dan memenuhi

⁵ Onong Uchajana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: CV Mandar Maju, 19990), hlm. 77.

persyaratan tertentu yang jelas bagi setiap personel dalam melakukan pekerjaannya masing-masing dalam suatu penyiaran, karena dalam siaran membutuhkan kerja tim. Begitu juga dalam siaran acara “Kolag” yang disiarkan secara *on air* setiap hari Kamis, pukul 17.00-18.00 WIB, diperlukan proses manajemen siaran untuk dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan, kekuatan dan kelemahan siaran acara “Kolag” yang sebelumnya telah direncanakan dengan berbagai pertimbangan, agar acara “Kolag” dapat disiarkan terus ditengah persaingan acara “Tajais” yang ada di radio-radio lainnya.

Melihat latar belakang masalah tersebut, peneliti bermaksud mengadakan penelitian sebagai bahan untuk penulisan skripsi tentang manajemen siaran acara “Kolag” yang disiarkan oleh Radio Star FM Yogyakarta.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana penerapan tahapan manajemen siaran acara “Kolag” (Khutbah dan lagu) dengan meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan sampai pada pengawasan di Radio Star FM Yogyakarta?

D. TUJUAN PENELITIAN

Segala sesuatu yang dilakukan, dipastikan memiliki tujuan sesuai dengan harapan. Begitu juga dengan penelitian ini. Adapun tujuan penelitian ini dapat menjawab sesuai dengan rumusan masalah yakni:

Untuk mempelajari dan mendeskripsikan penerapan dari tahapan manajemen siaran dan fungsi-fungsi manajemen siaran dalam acara “Kolag” (Khotbah dan Lagu) di Radio Star FM Yogyakarta, dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasannya.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat akademis, khususnya bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dan mahasiswa pada umumnya sebagai dasar untuk studi atau perbandingan studi-studi mengenai manajemen siaran acara khususnya “Tajais” (Tanya Jawab Islam) di radio. Selain itu, untuk menambah wawasan dalam mengetahui penerapan manajemen siaran di Radio.
2. Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada Radio Star FM Yogyakarta dan elemen masyarakat. Bahwa media apapun dapat berperan dalam mengembangkan tugas dakwah.

F. TELAAH PUSTAKA

Telaah pustaka adalah uraian tentang kajian teoritik yang relevan dengan masalah yang diteliti. Telaah pustaka berguna untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan. Selain itu

telaah pustaka dapat digunakan untuk melihat pendapat terkait dengan persoalan yang diteliti⁶.

Penelitian tentang "Manajemen Siaran Acara "Kolag" di Radio Star FM Yogyakarta", belum pernah diteliti sebelumnya. Adapun penelitian tentang Manajemen yang terkait di radio, penulis temukan ada beberapa, diantaranya;

1. "Studi Tentang Radio sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen di Rakosa Female Radio)", oleh Mifrokhah. Penelitian ini menjelaskan mengenai pelaksanaan manajemen siaran dakwah di Rakosa Female Radio dengan pola siaran dakwahnya yang berkaitan dengan unsur-unsur dakwah yang meliputi subyek dakwah, obyek dakwah, metode dakwah, materi dakwah dan tujuan dakwah. Dalam pelaksanaannya diterapkan pada fungsi-fungsi manajemen dakwah di Rakosa Female Radio.⁷
2. "Manajemen Penyiaran Agama Islam (Dalam Acara Sasisoma) di Radio Geronimo Yogyakarta", oleh Arif Munajad. Penelitian ini menjelaskan manajemen, meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan di Radio Geronimo berkaitan dengan acara "Sasisoma" (Sana Sini Soal Agama) yang menggunakan metode dialog interaktif.⁸
3. "Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Suara al-Mabruk Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)", oleh Nanang Qosim. Dalam

⁶ Zarkasji Abdul Salam, dkk, *Pedoman Penelitian IAIN Sunan Kalijaga*, (Yogyakarta: Balai Penelitian P3M IAIN Sunan Kalijaga, 1996)hlm. 21

⁷ Mifrokhah, "Studi Tentang Radio sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen di Rakosa Female Radio)", *Skripsi*, (Yogyakarta: Fak. Dakwah UIN Sunan Kalijaga,t. t, 2002)

⁸ Arif Munajad, "Manajemen Penyiaran Agama Islam (Dalam Acara Sasisoma) di Radio Geronimo Yogyakarta", *Skripsi*, (Yogyakarta: Fak. Dakwah UIN Sunan kalijaga, t. t, 2002)

penelitian ini dijelaskan bahwa sistem manajemen Radio Salma termanifestasi pada *job description*. Sistem penyiaran dakwah Islam di radio Salma merupakan suatu bentuk penyiaran yang melibatkan bagian-bagian atau komponen-komponen yang berhubungan, sehingga ketergantungan yang berfungsi, bergerak (dinamis) untuk menyampaikan pesan (*massage*) yang berupa ajakan, dan dapat mempengaruhi pendengar dengan harapan adanya perubahan dan mengamalkan ajaran agama Islam.⁹

Adapun yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah obyek yang belum pernah diteliti yakni manajemen siaran acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta, dalam hal penerapan manajemen siaran yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, acara “Kolag” di Radio Star FM, kemudian penulis menganalisis dalam pelaksanaanya.

G. KERANGKA TEORITIK

1. Tinjauan Tentang Manajemen Siaran

Secara terminologi, kata manajemen menurut G. R. Terry dalam bukunya “*Principles of Management*” yang diterjemahkan oleh Dr. Winardi, mengandung arti sebagai berikut:

“Manajemen merupakan sebuah proses yang khas, terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah ditetapkan melalui

⁹ Nanang Qosim, “Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Swara al-Mabruk) Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Fak. Dakwah UIN Sunan Kalijaga, t. t, 2002)

pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lainnya.”¹⁰

Sedangkan siaran berasal dari kata siar. Siar berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata *siar* ditambah akhiran *an*, membentuk kata benda, yang memiliki makna apa yang disiarkan. Siaran sebagai *output* stasiun penyiaran yang dikelola oleh organisasi penyiaran, merupakan hasil perpaduan antara kreativitas manusia dan kemampuan sarana/alat, atau antara perangkat keras dan lunak.¹¹

Selama ini belum ada teori dengan jelas mengungkapkan tentang “manajemen siaran”. Adapun Masduki dalam bukunya sependapat manajemen berarti seni mengelola untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Radio adalah media massa yang menggunakan frekuensi sebagai sarana siaranya.¹² Tahapan Manajemen Radio Siaran meliputi¹³:

a. Produksi Siaran (*Programming*)

Produksi siaran acara radio terdiri dari:

1) *Pra Produksi*

Dalam pra produksi, langkah pertama adalah rapat untuk acara produksi dengan melakukan pandangan jauh/pengamatan atau observasi terhadap masa depan, dimana selalu berpegang pada *idealism* dan *trend* masa kini. Kedua, *job allocation*: siapa penanggung jawab, siapa penyiar, sampai pada pembuatan *script*

¹⁰ Winardi (pen), *Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 4.

¹¹ J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 8

¹² Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, (Yogyakarta: Jendela, 2003), hlm. 78

¹³ *Ibid.*, hlm. 79

atau naskah jadi. Semua hal tersebut termasuk dalam hal perencanaan, tentunya sudah dengan pertimbangan matang.

2) Produksi

Produksi radio adalah seluruh kegiatan siaran yang dapat dilakukan/disiarkan secara langsung (*on air*) atau tidak langsung (*off air*).

Produksi *on air* dilakukan secara langsung dari ruang siaran, tanpa melalui tahapan pengeditan dan penggabungan materi secara mekanis. Produksi *off air* dilakukan di dalam ruang produksi yang meliputi sejumlah tahap sampai sebuah paket acara siap disiarkan.¹⁴

3) *Pasca* Produksi

Dalam *pasca* produksi yang perlu dilakukan adalah evaluasi dari hasil produksi baik secara *on air* atau *off air*. Jika produksi siaran dilakukan secara *off air* maka perlu editing. Adanya evaluasi dilakukan untuk pembelajaran, sehingga pada waktu perencanaan produksi ulang diharapkan hasilnya lebih baik dari produksi sebelumnya.

b. SDM dan Tata Usaha (*Career and Still Development*)

Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Oleh karena itu, manajemen

¹⁴ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS, 2005), hlm. 51.

timbul karena adanya orang-orang yang berkerja sama untuk mencapai tujuan.

SDM (sumber daya manusia) merupakan kebutuhan palng vital bagi radio. Radio merupakan wadah kemauan sekelompok orang untuk bekerja sama dan berkiprah dengan kemauan masing-masing di dunia penyiaran/*broadcasting*. SDM yang berarti sumber daya manusia bukan bertumpu pada “manusia” tetapi keber “daya”annya. Semakin banyak orang yang tidak serta merta meningkatkan kekuatan dan keberdayaan SDM radio. Seringkali SDM yang berlimpah justru menjadi bumerang bagi kehidupan radio.¹⁵

Suatu instansi untuk melalakukan *reqruitment* sumber daya manusia di dalam satu kesatuan manajemen diperlukan adanya penyeleksian yang benar dalam artian tanpa ada unsur KKN (korupsi, kolusi, dan nepotisme). Penyaringan sumber daya manusia ini dilihat dari tingkat kejujuran, kredibilitas, profesional dan intelektual. Empat kriteria yang harus dimiliki oleh sumber daya manusianya.

- 1) Kredibilitas, sumber daya manusia yang baik jika seseorang itu mempunyai kredibilitas. Komponen-komponen kredibelitas terdiri dari:

¹⁵ Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, Op. Cit., hlm. 83.

- a) Otoritas yang mempunyai arti memiliki keahlian yang diakui.
Otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman.¹⁶
 - b) *Good Sense* yaitu pendengar menyukai (dan akhirnya menerima) gagasan yang dikemukakan oleh pembicara yang dipandang obejektif.¹⁷
 - c) *Good Character* (akhlak yang baik) adalah kejujuran, integritas, ketulusan.¹⁸
 - d) *Good Will*, dibangun melalui proses ko-orientasi.¹⁹
 - e) Dinamisme, adalah ekspresi fisikal dari komitmen psikologis individu terhadap topik.²⁰
- 2) Kejujuran, saat ini kejujuran sangat penting dan mahal harganya.
- Kejujuran dapat dilihat dari iman seseorang dimana ia meyakini dan mempercayai akan adanya Tuhan Yang Maha Esa. Selain itu, jujur mengantarkan orang dapat Ikhlas, tulus hati, tidak curang dan dapat dipercaya. Jika dari awal sumber daya manusianya mempunyai sifat jujur, diharapkan dalam bekerja dapat dilandasi dengan kejujuran.
- 3) Profesional, bagaimana seseorang bekerja sesuai dengan bidangnya dan orang tersebut dapat mempertanggungjawabkan apa yang

¹⁶ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 2007), hlm.73.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 74.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 75.

¹⁹ *Ibid*

²⁰ *Ibid*

telah dibuat. Adapun kriteria profesional dapat dilihat dari: kedisiplinan, Tangguh yakni, tidak mudah dikalahkan, kuat, tabah dan tahan uji. Tertib dalam artian sesuai dengan aturan yang ada. Berani dalam memutusakan segala sesuatu, tidak gentar. Seperti pribahasa “berani hilang tak hilang, berani mati tak mati”. Maksudnya, mengerjakan suatu pekerjaan janganlah tanggung-tanggung atau takut-takut.

- 4) Intelektual, bukan sekedar diukur dari pintar tidaknya orang dalam menjawab pertanyaan, akan tetapi bagaimana dia dapat menghasilkan ide yang kreatif/cerdas. Orang tersebut juga dapat mendidik dengan memberi sesuatu yang berdampak positif, baik berupa latihan akhlak maupun kecerdasan pikiran, serta kreatifitas. Namun selektif, cerdas dalam segala hal situasi, ambisi dengan kemauan keras untuk yang diharapkan, dan taktik²¹.

Tata usaha dimaksudkan mengatur administrasi manajerial

internal dalam perusahaan. Adanya tata usaha untuk memudahkan kebutuhan SDM dalam kegiatannya.

Untuk menjadi seorang *broadcaster* yang kreatif dan dinamis memerlukan waktu cukup lama, karena harus dimulai dari jenjang paling bawah. Dari jenjang paling bawah ini, tahap demi tahap meniti karier ke jenjang paling atas di dunia penyiaran, dan setelah berada pada jenjang paling atas ini, jelas akan mengetahui liku-liku penyiaran,

²¹ Dive Novio, “Perbaikan Manajemen Siaran Radio Harus di Mulai dari Penyiar”, <http://www.manajemen/CJdIVePeduli>, akses 22 Agustus 2007.

baik manajemen, proses pengadaan materi siaran apakah harus diproduksi sendiri atau membeli, proses penyiaran, teknologi penyiaran, serta persaingan antar-stasiun radio siaran.

c. Promosi, Pemasaran dan Kerjasama (*Marketing and Networking*)

Identitas sebuah stasiun radio kadang-kadang disamakan dengan kesan yang diciptakan. Merancang dan membangun kesan sebuah stasiun radio menjadi tugas dan tanggung jawab manajemen stasiun radio. Dengan adanya identitas sebuah stasiun radio, maka radio tersebut akan terkesan mempunyai kualitas dibanding dengan radio yang tidak mempunyai identitas. Hal ini menyebabkan produksi/karya yang akan disiarkan akan mendapatkan banyak sponsor/iklan., karena melihat identitas radio tersebut, pada umumnya masyarakat mengetahui, sehingga produksi acara tersebut akan meraih posisi/rating.

d. Peralatan Siaran (*Hardware Maintenance*)

Pada dasarnya proses berlangsungnya siaran radio “hanya” memerlukan beberapa peralatan, yaitu:

- 1) *Transmitter* (pemancar) yaitu alat yang berfungsi mengubah suara menjadi gelombang elektromagnetik FM maupun AM.
- 2) *Antena*, berfungsi sebagai penghantar gelombang elektromagnetik ke udara.

- 3) *Mixer*, berfungsi sebagai pencampur suara dari beberapa input audio yang sudah tersedia menjadi satu.
- 4) *Input Audio*, meliputi computer sebagai sarana perekaman suara, CD player, tape recorder, mikrofon. Peralatan tersebut berfungsi sebagai alat masuknya suara yang disiarkan.
- 5) *Monitor*: radio dan headphone.²²
- 6) *Audio Processor*; meliputi volume, bas, dan trable yang berfungsi memproses kualitas suara agar sesuai dengan yang dikehendaki.

Sebagai ilmu pengetahuan manajemen bersifat universal dan sistematis, karena mencakup kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan konsep serta mengacu pada landasan teoritis dalam melaksanakan fungsi-fungsi dasar dari manajemen umum, mulai tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, sampai tahap penilaian (evaluasi). Sebagai suatu seni, manajemen merupakan “bagaimana” cara memimpin orang lain demi untuk mencapai tujuan bersama pada sebuah lembaga/organisasi, termasuk manajemen untuk mengelola bidang siaran dan bidang lainnya pada umumnya.

Dari keempat sektor manajemen itu, manajemen produksi siaran merupakan “jantung” radio siaran. Sektor ini membutuhkan SDM mumpuni yang dapat diperoleh melalui rekrutmen selektif pelatihan dan uji coba siaran yang terstruktur.²³

²² Team RAJ, *Handout Panduan Praktikum di Radio Anak Jogja*, (Yogyakarta: RAJ, 2007), hlm. 2.

²³ *Ibid*

Stasiun radio disebut organisasi penyiaran karena terdiri dari satu kesatuan antara manusai dengan prasarana sehingga menjadi sebuah sistem dengan tujuan menyiaran. Stasiun radio sebuah sistem yang termasuk dalam sekup besar, sehingga perlu adanya manajemen untuk menggerakan stasiun radio. J. B. Wahyudi dalam bukunya²⁴ menyebutkan manajemen penyiaran adalah;

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

Manajemen siaran dalam penelitian ini untuk mengetahui penerapan dari fungsi-fungsi manajemen. Ada beberapa pendapat tentang fungsi-fungsi manajemen itu sendiri. Dari beberapa pendapat yang ada mengenai fungsi manajemen, penulis menggunakan teori dari G. R. Terry, yang mana tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan merupakan fungsi pokok atau tahapan-tahapan manajemen.

Adapun penulis menggunakan pendapat G. R. Terry dengan pertimbangan bahwa keempat fungsi manajemen yakni; perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan cukup mewakili dari fungsi-fungsi manajemen yang disebutkan oleh banyaknya pakar dalam hal manajemen.

²⁴ JB Wahyudi, *Op. Cit.*, hlm. 39

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan usaha sadar dan pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa depan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.²⁵ Suatu rencana mempunyai tiga sifat, yang pertama, harus menyangkut masa yang akan datang, kedua; menyangkut tindakan, dan ketiga, terdapat suatu elemen identifikasi pribadi atau organisasi.²⁶

Sesuatu perencanaan yang baik, haruslah mengandung formulasi *5 W+1 H*. Ulberth Silalahi, dalam bukunya menjabarkan:

Perencanaan memberikan tujuan dan arah organisasi, menentukan apa yang harus dikerjakan (*what must be done*), mengapa harus dikerjakan (*why must be done*), di mana dikerjakan (*where will be done*), kapan akan dikerjakan (*when will be done*), siapa yang akan mengerjakan (*who will do it*), dan bagaimana hal tersebut akan dikerjakan (*how will it be done*).²⁷

Suatu perencanaan siaran harus mengetahui akan target audiensnya seperti apa? format acaranya seperti apa? Dan sponsornya siapa?. Dalam struktur organisasi pasti ada bagian perencanaan siaran. Untuk merencanakan, perencanaan siaran harus mempunyai variabel-variabel yang harus dipertimbangkan dalam perencanaan siaran khususnya di radio, yaitu:

²⁵ Sondang P. Siagian, *Fungsi-fungsi Manajerial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 50.

²⁶ Ulberth Silalahi, *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 137.

²⁷ *Ibid*, hlm. 137

- 1) *Idealism*, yang merupakan visi dan misi dari lembaga penyiaran tersebut yang dioperasionalkan dalam tujuan penyiaran.
- 2) Orientasi Bisnis dengan mengacu pada program-program atau acara-acara yang *marketable* yang dapat dipasarkan atau laris manis (yang mempunyai rating tinggi).
- 3) Orientasi Khalayak ialah yang mencakup *what need audience* (kebutuhan khalayak) *and what want audience* (keinginan khalayak). Perbedaan kebutuhan dan keinginan khalayak dilihat dari segi formating acara. Jika *Information* (informasi) masuk pada *what need audience* sedangkan *entertainment* (hiburan) merupakan *what want audience*.

Perbedaan dari segi jenis:

- a) Jika *audience* menonton program-program formal yang sifatnya mendidik *audience* akan dituntut untuk berfikir.
- b) Sedangkan untuk menonton program-program non formal *audience* akan mendengarkan atau menonton secara rilek/santai.

Meskipun sama-sama jenis informasi, namun informasi atau berita terlalu tinggi, seperti; politik, ekonomi, dan hukum, hal tersebut sesungguhnya masyarakat membutuhkan namun tidak diinginkan. Sedangkan informasi selebritis (*soft news*) itu merupakan keinginan khalayak.

- 4) Penentuan format acara yang mencakup pemenuhan atau gratifikasi fungsi-fungsi media yaitu informasi, *education*, *religion*, hiburan, transmisi budaya-nilai-nilai budaya. Dalam manajemen siaran harus mempertimbangkan fungsi-fungsi media di atas karena itu merupakan kebutuhan.
- 5) Perencanaan jadwal siaran yang mencakup jam tayang dan durasi penayangan waktu harus dipertimbangkan. Seperti; *golden time and prime time* keduanya termasuk *good time*.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian ialah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, serta wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.²⁸

Dalam teori sistem, pengorganisasian dipandang sebagai sistem dari *variable-variable* yang saling mengisi dan didalamnya termasuk:

- 1) Individu-individu,
- 2) Pengaturan fungsi-fungsi secara informal,
- 3) Pola tingkah laku yang dihasilkan oleh reaksi-reaksi terhadap peranan-peranan fungsi di dalam organisasi,
- 4) Penjiwaan peranan oleh individu-individu,

²⁸ Sondang P. Siagian, *Op. Cit.*, hlm . 82.

5) Lingkungan fisik,

Dari organisasi *variable* tersebut, dirangkum oleh ketidakseimbangan sistem atau pengaruh dari komponen-komponen dibantu oleh komunikasi pengembangan dan pengambilan keputusan.

Teori tersebut mempertimbangkan seluruh faktor di dalam sistem sebagai satu kesatuan yang dinamis bereaksi terhadap dan membentuk rangkumannya.²⁹

Pengorganisasian perlu koordinasi. Dengan koordinasi akan mendatangkan keuntungan berupa terpadunya berbagai kemampuan dan keahlian dari para pelaksana rencana yang kesemuanya diarahkan kepada sasaran yang telah ditentukan.

Disamping itu pengorganisasian akan memudahkan pimpinan dalam mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan suatu rencana produksi.

c. Penggerakan (*Actuating*)

Penggerakan merupakan keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi yang efektif, efisien, dan ekonomis.³⁰

Agar penggerakan dalam berjalan dengan baik dan lancar maka diperlukan beberapa hal yang dapat menggerakan seseorang untuk

²⁹ George R. Terry, alih bahasa J. Smith, D. F. M, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hlm. 76

³⁰ *Ibid.*, hlm. 128.

melakukan tindakan/pekerjaan, yaitu diperlukannya adanya kepemimpinan, komunikasi, motivasi, dan fasilitas.

1) Kepemimpinan (*Leadership*)

Kepemimpinan adalah suatu proses pemberian pengaruh dan pengarahan dari seorang pemimpin terhadap orang lain (atau sekelompok orang) untuk melakukan suatu aktivitas tertentu yang sesuai kehendaknya.³¹

Alvin Brown memberikan konsep tipe-tipe kepemimpinan yang terbagi menjadi tiga golongan besar. Adapun tipe-tipe tersebut adalah:

- a) *Pemimpin Otokratis*, pemimpin yang mendasarkan atas kekuasaan pada tangan seorang (*a one man orchestra*).
- b) *Pemimpin Demokratis*, pemimpin yang hanya memberikan perintah setelah mengadakan konsultasi dahulu dengan kelompok masyarakatnya.
- c) *Pemimpin Liberal*, pemimpin disini tidak pernah memimpin/mengendalikan bawahannya sepenuhnya. Ia sendiri tidak pernah ikut serta dengan bawahannya, seolah-olah tanpa ikatan antara pemimpin dan bawahannya.³²

³¹ Abdul Syani, *Manajemen Organisasi*, (Jakarta: PT Bina Aksara, 1987), hlm. 231.

³² *Ibid.*, hlm. 241.

2) Komunikasi

Menurut Katz dan Robert Kahn, dua ahli psikologi sosial dari pusat Riset Survei Universitas Michigan, bahwa komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna yang merupakan hal utama dari suatu sistem sosial atau organisasi. Jadi komunikasi sebagai suatu “proses menyampaikan informasi, dan pengertian dari satu orang ke orang lain yang merupakan satu-satunya cara memanajemen aktivitas dalam suatu organisasi adalah melalui proses komunikasi”.³³

Sebagaimana telah disinggung di atas mengenai komunikasi antar manusia (*human relations*) dalam organisasi perusahaan. Merupakan salah satu perilaku yang ciri khas dari manusia yang sekaligus dapat dibedakan dengan makhluk-makhluk lainnya, adalah penggunaan simbol-simbol untuk berkomunikasi antar sesama manusia. Di dalam suatu organisasi terdapat bentuk-bentuk komunikasi *human relations*, yakni komunikasi antar pribadi (manusianya) dan komunikasi antar manajemen. Artinya komunikasi merupakan basis untuk mengadakan kerja sama, interaksi, dan mempunyai pengaruh di dalam manajemen, misalnya dalam hal³⁴:

- a) Pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diterima dan akurat serta jelas sumber-sumbernya.

³³ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, hlm. 80.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 90.

- b) Menyampaikan informasi yang perlu ke tempat bagi pengambil keputusan, misalnya untuk meminta persetujuan atasan dalam pelaksanaan program acara yang sedang dibuat.
- c) Memegang peranan penting dalam proses pengawasan.

Organisasi terdiri dari orang-orang yang menduduki suatu posisi atau peranan tertentu, diantara orang-orang tersebut terjadi pertukaran pesan/informasi melalui jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi akan berbeda dalam sistem dan struktur antara satu organisasi dengan organisasi lainnya.

Begitu juga peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya, maka hubungan tersebut akan ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan sistem komunikasinya.

Menurut Stephen P. Robbins dalam bukunya, *Organization Behaviour: concepts, controversies, and applications*. Second Edition, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1983.³⁵ bahwa dalam organisasi tersebut pada umumnya dikenal dengan lima model jaringan komunikasi, yaitu sebagai berikut:

³⁵ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, hlm. 92.

a) Model Rantai (*Chain*)

Metode jaringan komunikasi di sini terdapat lima tingkatan dalam jenjang hirarkinya dan hanya dikenal komunikasi sistem arus ke atas (*upward*) dan ke bawah (*downward*), yang artinya menganut hubungan komunikasi garis langsung (komando) baik ke atas atau ke bawah tanpa terjadinya suatu penyimpangan. Model ini banyak dianut pada jaringan komunikasi dalam manajemen operasi militer, laporan keuangan, pembayaran gaji, dan lain sebgainya yang sangat kaku demi mencapai ketelitian tinggi atau pengawasan ketat pada setiap tingkatan yang mewakili devisi /supervisor jenjang hirarkinya.

b) Model Roda (*Wheel*)

Sistem jaringan komunikasi di sini, semua laporan, instruksi perintah kerja, dan pengawasan terpusat satu orang yang memimpin empat bawahan atau lebih, dan antara bawahan tidak terjadi interaksi.

c) Model Lingkaran (*Circle*)

Model jaringan komunikasi lingkaran ini, pada semua anggota/staf bisa terjadi interaksi pada setiap tiga tingkatan

hirarkinya tetapi tanpa ada kelanjutan pada tingkatan yang lebih tinggi, dan hanya terbatas pada setiap level.

d) Model Saluran Bebas (*All-channel*)

Model jaringan komunikasi ini, adalah pengembangan model lingkaran, dari semua tiga level tersebut dapat melakukan interaksi secara timbal balik tanpa menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya. Semua saluran komunikasi antar tingkatan jenjang hirarkinya tidak dibatasi dan setiap staf/bawahan bebas melakukan interaksi dengan berbagai pihak/pimpinan atau sebaliknya.

e) Model Huruf “Y”

Model jaringan komunikasi dalam organisasi di sini, tidak jauh berbeda dengan model rantai, yaitu terdapat empat level jenjang hirarkinya, satu supervisor mempunyai dua bawahan dan dua atasan mungkin yang berbeda devisi/departemen.

3) Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin *moveare* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi ini hanya diberikan kepada manusia, khususnya kepada para bawahan atau pengikut.³⁶

³⁶ Malaya S. P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi (Dasar Peningkatan Produktivitas)*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 1996) hlm. 92.

Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan ketrampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

Pada dasarnya perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cakap dan terampil, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang optimal. Kemampuan, kecakapan, dan ketrampilan karyawan tidak ada artinya bagi perusahaan, jika mereka tidak mau bekerja keras dengan mempergunakan kemampuan, kecakapan, ketrampilan yang milikinya.

a) Tujuan Pemberian Motivasi

- (1) Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan
- (2) Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
- (2) Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
- (3) Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan
- (4) Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan
- (5) Mengefektifkan pengadaan karyawan
- (6) Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- (7) Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan
- (8) Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan

- (9) Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya
- (10) Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku
- (11) Dan lain sebagainya.³⁷

b) Asas-asas Motivasi

- (1) Asas mengikutsertakan, artinya mengajak bawahan untuk ikut berpartisipasi dan memberikan kesempatan kepada mereka mengajukan pendapat, rekomendasi dalam proses pengambilan keputusan.
- (2) Asas komunikasi, artinya menginformasikan secara jelas tentang tujuan yang ingin dicapai, cara-cara mengerjakannya dan kendala-kendala yang dihadapinya.
- (3) Asas adil dan layak, artinya memberikan penghargaan, puji dan pengakuan yang tepat serta wajar kepada bawahan atas prestasi kerja yang dicapainya. Begitu juga sebaliknya memberikan sanksi hukuman yang tepat serta wajar jika karyawan tersebut pekerjaanya kurang baik (prestasi rendah).
- (4) Asas wewenang yang didelegasikan, artinya memberikan kewenangan, dan kepercayaan diri pada bawahan, bahwa

³⁷ *Ibid.*, hlm. 97.

dengan kemampuan dan kreativitasnya ia mampu mengerjakan tugas-tugas itu dengan baik.

c) Alat-alat Motivasi

(1) *Materiil Insentif*, alat motivasi yang diberikan itu berupa uang dan atau barang yang mempunyai nilai pasar; jadi memberikan kebutuhan ekonomis. Misalnya: kendaraan, rumah, dan lain-lainnya.

(2) *Nonmateriil Insentif*; alat motivasi yang diberikan itu berupa barang/benda yang tidak ternilai; jadi hanya memberikan kepuasan/kebahagian rohani saja. Misalnya: medali, piagam, bintang jasa, dan lain-lainnya.

(3) Kombinasi *Materiil dan Monmateriil Insentif*; alat motivasi yang diberikan itu berupa uang dan barang; jadi memenuhi kebutuhan ekonomis dan kepuasan/kebanggaan rohani.³⁸

d) Fasilitas

Betapapun besarnya perhatian yang diberikan pada unsur manusia dalam organisasi, arti pentingnya fasilitas kerja yang memadai tetap perlu mendapat perhatian. Dedikasi, kemampuan kerja, ketrampilan, dan niat besar untuk

³⁸ *Ibid.*, hal. 99.

mewujudkan prestasi kerja yang tinggi tidak akan besar manfaatnya tanpa fasilitas yang dibutuhkan itu.

Seiring dengan perkembangan serta semakin canggihnya teknologi informasi, maka fasilitas untuk proses penyiaran radio perlu diadakan penyegaran. Hal ini perlu dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas penyiaran sehingga indera pendengaran pendengar setianya semakin dimanjakan.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Menurut G. R Terry, pengawasan atau *controlling* adalah langkah untuk menentukan apa yang telah dicapai, mengadakan evaluasi, dan mengambil tindakan-tindakan korektif bila diperlukan untuk menjamin adanya hasil sesuai dengan apa yang telah direncanakan.³⁹

Dalam dunia penyiaran, akan lebih tepat bila sistem kontrol dilakukan secara *pengendalian* oleh semua pemimpin/manejer di semua tingkatan. Hal ini mengingat *output* (hasil produksi) siaran memiliki dampak sangat luas di masyarakat. Kesalahan dapat diketahui secara dini dan diperbaiki sebelum materi itu disiarkan, akan jauh lebih baik bila kesalahan itu diketahui saat materi itu sedang disiarkan.

³⁹ J. B. Wahyudi, *Op. Cit.*, hlm. 92.

Harus disadari bahwa dalam dunia penyiaran, *ralat* sangat tidak efektif karena sifatnya yang sekilas.

Sasaran pengawasan menurut Donelly, Gibson, dan Ivan Cevich dalam bukunya “*Fundamentals of Management*”, tidak saja pada proses operasi akan tetapi meliputi tiga tahapan pendekatan pelaksanaan program, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan hasil kerja.⁴⁰.

Proses dasar pengawasan ada tiga tahap, yaitu:

- 1) Menyusun standar kerja (*standar operational procedure* atau petunjuk pelaksanaan kerja)
- 2) Ukuran pelaksanaan atas dasar standar yang ada
- 3) Melakukan koreksi pada standar dan perencanaan⁴¹.

Bentuk pengawasan ada yang menggunakan arus balik (*Feedback System*) sebagai bahan koreksi langkah, ada juga yang menggunakan sistem pandangan ke depan (*Feedforward System*).⁴²

Dunia penyiaran memerlukan langkah ekstra hati-hati, karena bila siaran baik, akan dianggap wajar oleh khalayak, tetapi bila siaran jelek, bahkan salah, maka khalayak akan menghakiminya.

Dalam organisasi, mekanisme kontrol akan mudah dilakukan bila manajemen yang diterapkan *management by system*. Pada dasarnya, sistem yang baik akan membentuk:

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 93.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 94.

⁴² *Ibid.*, hlm. 94.

- 1) Struktur dan tata kerja yang baik.
- 2) Pemilihan staf dan personel yang tepat.
- 3) Perencanaan dan mekanisme kontrol yang efektif.
- 4) Kelancaran proses pelaksanaan/produksi.
- 5) Hubungan antar-personel yang harmonis.
- 6) Iklim kerja yang serasi.
- 7) Personel yang kreatif, disiplin, dan penuh dedikasi.⁴³

2. Tinjauan Tentang Radio Siaran Sebagai Media Dakwah

b. Pengertian Radio

Menurut James Maxwell yang dikenal dengan julukan “*Scientific Father of Wireless*” mengemukakan bahwa “radio adalah merupakan suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik.⁴⁴

Sesuatu yang harus ada dalam radio yaitu pertama gelombang magnetis (suara); kedua, dipancarkan stasiun pemancar; ketiga, diterima oleh audio atau pesawat penerima.

Dalam pemancaran gelombang radio antara lain dikenal pemancar AM dan FM. Adapun keuntungan FM dari AM yaitu:

- 1) Dapat menghilangkan *interference* (gangguan, pencampuran) yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 95.

⁴⁴ Onong Uchajana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Op.Cit, hlm. 21

- 2) Dapat menghilangkan *interference* yang disebabkan dua stasiun yang bekerja pada gelombang yang sama.
- 3) Dapat menyiaran suara sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.⁴⁵

Sebelum proses pemancaran siaran terjadi, tentu terdapat suatu proses sehingga siap dipancarkan. Proses itulah yang dinamakan proses produksi siaran radio.

c. Penataan Acara Siaran (*Radio Programming*)

Penataan acara siaran ini tidak memiliki pola yang baku. Ini banyak tergantung dari sistem pemerintahan dimana badan radio siaran itu berada dan tergantung dari bentuk organisasi badan radio siaran itu.

- 1) Pembagian menurut unsur acara siaran

Berdasarkan unsur acara siaran, bahan siaran dibagi menjadi dua golongan, yaitu: *Pertama*, siaran kata maksudnya ialah segala bahan siaran yang pokok isinya dilukiskan dengan kata-kata (*spoken word*). Dan yang *kedua*, siaran seni suara maksudnya adalah segala bentuk kesenian yang pokok isinya dilukiskan dengan musik.⁴⁶

- 2) Pembagian menurut tujuan acara siaran

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 24.

⁴⁶ Onong Uchajana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Op. Cit., hlm. 114.

Pembagian acara siaran berdasarkan tujuan yang dianut Radio Republik Indonesia (RRI) sekarang menurut pedoman *Unesco* meliputi lima bagian, yaitu:

- a) Siaran Pemberitaan dan Penerangan (*News and Information*)
- b) Siaran Pendidikan (*Education*)
- c) Siaran Kebudayaan (*Culture*)
- d) Siaran Hiburan (*Entertainment*)
- e) Siaran Lain-lain (*Miscellaneous*)⁴⁷

Sedangkan untuk Radio Siaran Swasta yang tergabung dalam PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) mengikuti pola pembagian sebagai berikut:

- a) Siaran Berita dan Penerangan
- b) Siaran Pendidikan dan Agama
- c) Siaran Hiburan
- d) Siaran Niaga (Iklan)
- e) Lain-lain.⁴⁸

Golongan acara lain-lain biasanya diisi dengan informasi yang bersifat pelayanan umum (*public service*), misalnya: penyampaian berita lelayu, jadwal pemberangkatan Kereta Api, Pesawat Terbang, dan sebagainya.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 117.

⁴⁸ Antonius Darmanto, *Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 1998), hlm. 22.

d. Radio Siaran sebagai Media Penyiaran Islam

Hampir seluruh radio siaran yang menyelenggarakan siaran di Indonesia menyajikan informasi, pendidikan, dan hiburan. Siaran keagamaan termasuk siaran pendidikan. Dalam sejarahnya, RRI Jakarta ketika kebangkitan Orde Baru, menjadi sangat terkenal dengan acara siaran “Kuliah Subuh” yang diselenggarakan oleh almarhum Buya Hamka. Kepeloporan Kuliah Subuh di RRI itu sekarang marak melalui radio siaran swasta, bahkan juga diikuti televisi-television swasta.

Dalam bukunya Djamalul Abidin menyebutkan mengapa media radio siaran dianggap sebagai media komunikasi efektif karena:

1) Memiliki daya langsung

Pesan dakwah dapat disampaikan kepada khalayak. Proses penyampainya tidak begitu kompleks. Dari ruangan siaran di studio melalui saluran modulasi di teruskan ke pemancar lalu sampai ke pesawat penerima radio. Pesan dakwah langsung diterima di mana saja.

2) Memiliki daya tembus

Siaran radio menjangkau wilayah yang luas. Semakin jauh jaraknya. Pemancar yang bergelombang pendek (*short wave*) dengan kekuatan 500-1000 KW dengan arah antena tertentu dapat menjangkau seluruh dunia.

3) Memiliki daya tarik

Daya tarik media radio siaran ialah terpadunya suara manusia, suara musik, dan bunyi tiruan (*sound efect*) sehingga mampu mengembangkan daya reka pendengarnya. Sebuah sandiwara radio yang dikemas secara baik akan mampu menarik pendengarnya. Berdakwah dengan mempergunakan paket produksi sandiwara radio cukup efektif. Banyak sandiwara radio yang berisikan dakwah, antaranya dalam tahun 1950-an ialah sandiwara radio yang berjudul “Sinar Memancar dari Jabbar Nur” karya almarhum penair Bahrum.⁴⁹

⁴⁹ Djamalul Abidin Ass, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 126.

H. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.⁵⁰

1. Sumber dan Fokus Penelitian

Menurut Lofland (1984:47) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Adapun yang menjadi sumber data penelitian ini adalah :

- a. Sumber data utama diperoleh dari kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancara. Adapun sebagai sumber untuk diwawancara adalah *Program Officer/Program Director* Radio Star FM Yogyakarta karena beliau yang mengetahui dan bertanggung jawab dalam pelaksanaan pengawasan langsung terhadap bidang-bidang yang berhubungan dengan masing-masing kepala bidang departemen siaran, serta bertanggung jawab terhadap jalannya siaran baik *on air* maupun *off air* di Radio Star FM Yogyakarta. Penanggung Jawab acara “Kolag” dan Gus Mif selaku pengisi acara “Kolag” karena ikut terlibat langsung dalam siaran.

⁵⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 4.

- b. Sumber data kedua yakni sumber tertulis. Adapun yang dimaksud sumber tertulis dalam penelitian ini adalah dokumen yang dimiliki Radio Star FM Yogyakarta.

Sedangkan istilah “Fokus Penelitian” menunjuk pada materi yang akan dijadikan bahan penulisan skripsi. Yang menjadi obyek penelitian dalam skripsi ini adalah manajemen siaran acara “Kolag” yang diaplikasikan oleh Radio Star FM Yogyakarta dalam mengelola siaran, khususnya pada siaran agama Islam dalam acara “Kolag”, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

2. Metode Pengumpulan Data

- a. Metode *Observasi*

Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian.⁵¹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *observasi non partisipan*, yaitu dalam melakukan pengamatan penulis tidak ikut ambil bagian dalam kegiatan yang berlangsung, tetapi hanya mengamati dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan program acara “Kolag” yang disiarkan di Radio Star FM Yogyakarta, sebagai langkah awal untuk pengumpulan data.

⁵¹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998), hal. 100.

b. Metode *Interview* (Wawancara)

Interview adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pernyataan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula.⁵²

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-sejarah siaran agama Islam di Radio Star FM Yogyakarta mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan siaran acara “Kolag”, yang diterapkan di Radio Star FM Yogyakarta dengan menggunakan *Interview* Bebas Terpimpin. Dimana pedoman *interview* yang dipersiapkan sebelum memulai mengajukan pertanyaan, hanya dicantumkan pokok-pokok penting yang akan ditanyakan.

Interview yang dituju kepada Jeci Gracieta selaku *Program Officer/Program Director* Radio Star FM Yogyakarta yang mengetahui dan selaku penanggung jawab dalam pengawasan langsung terhadap departemen siaran. Selain itu interview juga ditujukan kepada Olan, selaku produser/penanggung jawab acara “Kolag” serta Gus Mif, selaku pengisi acara “Kolag”, karena mereka terlibat secara langsung dalam siaran acara “Kolag”.

c. Metode Dokumentasi

Metode ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga

⁵² *Ibid.*, hlm. 111.

buku-buku tentang pendapat, teori, dalil/hukum-hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.⁵³

Metode ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip atau dokumen yang dimiliki oleh Radio Star FM Yogyakarta, untuk melengkapi data berkaitan dengan Radio Star FM dan perkembangannya, seperti untuk mengetahui struktur organisasinya, dan sejarah dan perkembangan serta rekaman siaran acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta.

3. Teknik Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).⁵⁴

Penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat macam untuk membedakan triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

⁵³ Hadari Nawawi, *Op. Cit.*, hlm. 133.

⁵⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2006), hlm.324

Peneliti dalam hal ini menggunakan triangulasi sumber, berarti membandingkan dan menecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal itu dapat dicapai dengan jalan⁵⁵:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Peneliti menggunakan triangulasi untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Sehingga me-*recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori⁵⁶. Untuk itu peneliti melakukan dengan jalan mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.

⁵⁵ *Ibid.*, hlm. 330

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 332

4. Teknik Analisis Data

Teknik Analisa Data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil *observasi*, dokumentasi, *interview*, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁵⁷

Penelitian ini bersifat deskriptif, oleh karena itu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya data diidentifikasi atau *cross check* data, yakni dicocokkan dengan hasil dari observasi, interview dan dokumentasi, kemudian ditafsirkan seperlunya.

Adapun dalam penelitian ini, data berupa kualitatif, yang kemudian akan dianalisis dengan teknik atau cara deskriptif interpretatif, yakni data dikumpul, disusun kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan seperlunya. Penafsiran dilakukan dengan cara mengartikan maksud perkataan/kalimat dari data yang terkumpul dengan dilandasi pendapat dan teori yang telah ada sebelumnya.



⁵⁷ Noeng Muhamadji, *Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Teknik)*, (Bandung: Tarsito, 1985), hlm. 140ooo

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis pada bab-bab sebelumnya, mengenai “Manajemen Siaran Acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta” dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Tahapan Manajemen Siaran

Tahapan manajemen siaran acara “Kolag” terdiri dari empat yakni:

a. Produksi Siaran

Acara “Kolag” adalah salah satu acara yang disiarkan secara langsung sehingga dalam proses produksi hanya terdiri dari dua tahap yakni pra produksi dan produksi.

1) Pra Produksi

Pra produksi acara “Kolag” yakni mendiskusikan pengemasan acara “Kolag” agar terkesan berbeda dengan acara “Tajais” pada umumnya. Perbedaan tercipta dengan hadirnya Gus Mif sebagai narasumber atau ustadzh yang cara penyampaian pesan dengan kesan tegas namun santai. Santai dalam penyampaian pesan dilakukan melalui pendekatan humor. Pemilihan materi oleh produser diserahkan kepada Gus Mif, sehingga Gus Mif mampu menguasai materi dengan mudah ketika siaran.

Hari senin, dijadikan *metting* untuk mendiskusikan siaran “Kolag” pada edisi berikutnya. Semua pengisi acara berkumpul untuk menyiapkan siaran “Kolag” di hari Kamis.

2) Produksi

Produksi acara “Kolag” dilakukan setiap hari Kamis, pukul 17.00- 18.00 WIB dari studio siaran Radio Star FM Yogyakarta. Adanya tahap produksi memudahkan jalannya produksi, seperti dalam penyampaian pesan. Gus Mif dengan lancar menyampaikan pesan. Seringkali acara “Kolag” pada waktu siaran direkam sebagai bahan bukti siaran atau *sample* jika dikemudian hari dibutuhkan.

b. SDM dan Tata Usaha

SDM acara “Kolag” sejauh ini memiliki kriteria tingkatan sebagai berikut:

1) Kredibilitas

Kredibilitas Olan selaku produser dan pengisi acara “Kolag” yang mendampingi Gus Mif baik adanya. Dilihat dari otoritas, Olan membekali pengalaman dan pendidikan, demikian juga dengan Gus Mif, dan Ewi. Dilihat dari *good sense* SDM pengisi acara mampu melakukan dengan baik. *Good character* dan *good will* Olan baik adanya, tidak salah jika menjadi seorang pimpinan. Ewi tidak berbeda jauh dengan Olan, namun menjadi kurang baik karena penampilan Ewi sebagai pengisi

atau penyiar di jam “Kolag” kurang sopan, sehingga terkesan tidak larut dalam siaran acara “Kolag” yang pada umumnya pesan berupa ajaran-ajaran Islam. Adapun *good character* dan *good will* Gus Mif cukup baik, sama halnya dengan Ewi, penampilan Gus Mif terkesan preman jika orang awam tidak mengenal. Terlepas dari semua itu, *dynamisme* SDM “Kolag” sangat baik, mereka mengisi acara selalu dengan semangat terutama Gus Mif, cara penyampaian pesan yang terkesan tegas tapi santai.

2) Kejujuran

Kejujuran SDM “Kolag” yakni Olan dan Ewi sebagai orang dalam Radio Star FM menjadi penyiar dapat diakui, mereka murni bekerja atas keinginan dan kebutuhan memajukan Radio Star FM pada umumnya, sedangkan Gus Mif terkesan kurang jujur untuk mengisi acara “Kolag”, tidak berangkat dari hati terkesan ada unsur lain.

3) Profesional

Olan dan Ewi cukup profesional dalam bekerja, mereka cukup disiplin dengan pekerjaan yang telah dipilih yakni sebagai penyiar secara umum. Namun Ewi sebagai penyiar atau pendamping Gus Mif kurang menunjukkan kepribadian profesional dalam menyesuaikan acara yang dibawakan dengan penampilan. Sedikit berbeda, Gus Mif terkesan kurang

profesional terlihat dari kurang disiplin pada diri sendiri dalam mengisi acara “Kolag”. Terkadang Gus Mif tidak dapat mengisi acara, karena banyaknya acara yang mendesak dan dadakan. Sehingga ada kesan kurang konsisten.

4) Intelektual

Intelektual SDM “Kolag” baik adanya, mereka mampu memberikan materi pesan yang akan mencuat dan cara penyampaian pesan mampu mensugesti pendengar untuk ingin selalu mendengarkan acara “Kolag”. Pemilihan kata menjadi kunci utama dalam penyampaian pesan atau syiar dengan sasaran kaum remaja dan muda.

Adapun tata usaha berfungsi membantu lancarnya siaran berkaitan administrasi Radio Star FM Yogyakarta. Tata usaha menjadi bidang tersendiri untuk fokus menangani urusan administrasi.

c. Promosi, Pemasaran, dan Kerjasama

Acara “Kolag” melakukan promosi kepada siapa saja dan pada setiap kesempatan. Promosi dilakukan oleh pihak pemasaran, namun SDM terkadang dilibatkan dalam promosi untuk meyakinakan para pengiklan sehingga terjalin kerjasama antara “Kolag” dengan pengiklan.

d. Peralatan Siaran

Alat-alat siaran untuk acara “Kolag” telah disediakan Radio Star FM terdiri dari transmitter, antena, audio mixer, mikrofon,

computer, *headset*, dan *optimood*, yang sebelumnya oleh bagian teknisi telah diatur untuk mudah digunakan, sehingga para SDM dengan mudah dapat menggunakannya tanpa mempersiapkan alat-alat siaran kecuali alat-alat pendukung acara siaran.. Komponen alat-alat siaran tersebut pada umumnya digunakan untuk radio siaran dan sistem yang digunakan sistem teresterial untuk mencapai *coverage area*. Sistem teresterial yaitu sistem dengan hantaran suara yang dialirkan dari pemancar ke antena kemudian ditangkap oleh *signal* telekomunikasi. Alat-alat siaran membuat suara penyiar terdengar nyaman ditelinga. Peralatan siaran dan penyiar merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan untuk sebuah siaran.

2. Fungsi-Fungsi Manajemen Siaran Acara “Kolag.”

- a. Perencanaan siaran acara “Kolag” dibedakan menjadi dua.

Perencanaan jangka panjang dan perencanaan jangka pendek.

Perencanaan jangka panjang untuk membicarakan persiapan acara “Kolag” selama satu tahun kedepan. Persiapan dimulai dengan membahas persiapan unsur-unsur yang digunakan. Sedangkan perencanaan jangka pendek yang diadakan seminggu sekali, dipersiapkan untuk membahas wacana materi yang akan menjadi tema materi pada edisi berikutnya, yakni setiap hari Kamis, pukul 17.00 WIB.

- b. Pengorganisasian siaran acara “Kolag” dilakukan untuk koordinasi dengan pihak-pihak bagian pada unsur yang mendukung siaran acara “Kolag”. Siaran acara “Kolag” membutuhkan kerja tim, tidak dapat siaran dengan sumber daya manusia (Olan, Ewi dan Gus Mif) saja, akan tetapi dibantu pihak-pihak yang berada dibalik unsur-unsur pendukung siaran lainnya. Koordinasi yang tercipta di acara “Kolag” terlihat santai namun menjadi terlalu santai sehingga koordinasi seringkali dijadikan alasan hambatan dalam tim kerja.
- c. Penggerakan atau pelaksanaan siaran acara “Kolag” disiarkan setiap hari Kamis, pukul 17.00 WIB, di saluran 101.3 Radio Star FM Yogyakarta. Penggerakan atau pelaksanaan acara “Kolag” merupakan penggabungan sebuah produksi dengan otoritas khalayak dan bisnis. Hal tersebut dilihat dari adanya kerjasama antara “Kolag” dengan pengiklan yang dengan alat-alat siaran dapat disiarkan melalui Radio Star FM di 101.3 FM.
- d. Pengawasan siaran acara “Kolag” dilakukan dalam dua hal. Pertama, dengan pengawasan secara langsung yang dilakukan ketika siaran berlangsung oleh produser “Kolag” sendiri. Kedua, evaluasi yang disebut pengawasan tidak langsung. Evaluasi ini dilakukan seminggu sekali, tepatnya hari Senin, pukul 14.00 WIB. Apa yang perlu dievaluasi pada Kamis lalu ketika siaran “Kolag” menjadi topik pembahasan, kiranya jika ada kesalahan yang dapat

diperbaiki. Dari evaluasi yang ada menjadi pembahasan untuk perencanaan setiap minggunya.

3. Hambatan Manajemen Siaran Acara “Kolag”

Hambatan yang terjadi pada siaran acara “Kolag” yakni terletak pada SDM. Hambatan terjadi ketika Gus Mif tidak mampu konsisten secara *continue* untuk mengisi acara “Kolag” di hari Kamis, pukul 17.00 WIB. Selain itu tidak ada cadangan pengganti narasumber, sehingga jika Gus Mif berhalangan hadir, maka siaran acara “Kolag” tidak dapat disiarkan. Hambatan dirasa dalam hal meningkatkan motivasi secara lahiriah dan material. Hal itu disebabkan kurangnya pihak sponsor yang berkeinginan memasang dijam siaran “Kolag”. Adanya hambatan pada acara “Kolag” tidak dapat dikatakan sukses atau berhasil secara keseluruhan atau umum, terlebih pandangan orang dalam menilai tentu saja berbeda.

B. KRITIK DAN SARAN

1. Kritik dan saran untuk acara “Kolag” di Radio Star FM Yogyakarta:
 - a. Acara “Kolag” saat ini jauh dari kata konsisten untuk siaran pada tiap minggunya. Kepada produser acara diharapkan mengambil tindakan tegas, bagaimana acara “Kolag” menjadi eksis siaran dengan formasi: Gus Mif, Mas Olan dan penyiar yang bertugas di jam siaran sesuai waktu siaran yakni setiap Kamis, pukul 17.00 WIB.

- b. Diharapkan acara “Kolag” disiarkan secara *continue* sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Minimalnya setiap minggu terlebih dahulu hadir diruang dengar *Starlovers*. Sangat disayangkan jika cara “Kolag” tidak dapat konsisten, karena acara “Tajais” di Radio Star FM Yogyakarta berbeda dengan acara-acara “Tajais” di Radio lainnya yang menjadikan siaran acara “Kolag” selalu dinanti *Starlovers*. Banyaknya acara “Tajais” di radio-radio lain, sebagai bentuk persaingan dalam menjaring pendengar dan sponsor juga menentukan eksistensi acara “Kolag” sebagai acara “Tajais”nya Radio Star FM Yogyakarta.
2. Kritik dan saran untuk Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dikhkususkan kepada jurusan KPI;
- a. Sebagai jurusan KPI di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, praktek kuliah jarang dilakukan terlebih untuk praktek media. Juruasan KPI lebih banyak mempelajari sebatas teori-teori komunikasi melalui media dan penyiaran Islam. KPI diharapkan dapat membangun dan membangkitkan sarana dan prasarana yang telah dimiliki. Sarana dan prasarana yang ada diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai tempat praktek sebelum mahasiswa KPI diterjunkan pada waktu praktikum media yakni ke instansi media sesungguhnya. Untuk mengembangkan praktek bagi mahasiswa KPI perlu ada bimbingan dari dosen tertentu, sehingga terjalin kerjasama dan ikatan antara dosen dan mahasiswa.

b. Adanya harapan untuk jurusan KPI supaya mencoba membuat acara “Tajais” yang dikemas secara kreatif dan inovasi baru. Acara “Tajais” yang diciptakan nantinya dapat disiarkan melalui radio yang berada di bawah naungan UIN Sunan Kalijaga atau dibawah naungan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga. Sehingga eksistensi jurusan KPI tidak diragukan lagi, bukan hanya bisa memberikan materi dengan berhasil dalam artian IPK di atas rata-rata bagus, akan tetapi juga dapat memberikan hasil praktik yang meyakinkan. Sehingga ketika masuk dalam dunia penyiaran dibawah naungan media, mahasiswa terlihat lihai tidak kaku.

C. KATA PENUTUP

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Illahi Robbi yang tak henti-hentinya menyusun ucapan. Kendati banyak rintangan dan musibah yang sempat mewarnai dalam penyelesaian skripsi ini namun tidak memutuskan semangat yang telah diberikan Allah kepada penyusun untuk menyelesaikan karya ilmiah skripsi ini, hanya memakan waktu lama. Karya ilmiah ini diselesaikan sebagai salah satu syarat akhir untuk menyandang gelar Sarjana Sosial Islam.

Semoga karya ilmiah atau skripsi ini dapat membuktikan penyusun sebagai alumni mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Sunan Kalijaga yang tidak sekedar cuma-cuma mendapat gelar Sarjana. Adanya skripsi ini diharapkan bermanfaat untuk kepentingan di

kemudian hari penyusun. Selain itu, semoga karya ilmiah atau skripsi ini dapat bermanfaat terlebih sebagai referensi ilmu khususnya,bagi penyusun dan pembaca karya ilmiah ini pada umumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Syani, *Manajemen Organisasi*, Bina Aksara, Jakarta, 1987.
- Abdul Salam, dkk, Zarkasji, *Pedoman Penelitian IAIN Sunan Kalijaga*, Balai Penelitian P3M IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 1996.
- Abidin Ass, Djamilul, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, Gema Insani Press, Jakarta, 1996.
- Darmanto, Antonius, *Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, 1998.
- Deprtemen Agama Islam RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an Departemen Agama Islam RI, Jakarta, 1981/1982.
- Effendy, Onong Uchajana, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, CV Mandar Maju, Bandung, 1990.
- Faisal, Sanapiah, *Format-Format Penelitian Sosial (Dasar-dasar dan Aplikasi)*, Rajawali, Jakarta, 1989.
- Hasibuan, Malayu S. P, *Organisasi & Motivasi (Dasar Peningkatan Produktivitas)*, Sinar Grafika Offset, Jakarta, 1996.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen>, akses 22 agustus 2007
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Pustaka Populer LkiS, Yogyakarta, 2005.
- _____, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, Jendela, Yogyakarta, 2003.
- Mifrokhah, "Studi Tentang Radio sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen di Rakosa Female Radio)", *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2004.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998
- Muhadjir, Noeng, Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Teknik), Tarsito, Bandung, 1985.

- Munajad, Arif, "Manajemen Penyiaran Agama Islam (Dalam Acara Sasisoma) di Radio Geronimo Yogyakarta", *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2004.
- Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1998.
- Novio, Dive, "Perbaikan Manajemen Siaran Radio Harus di Mulai dari Penyiar", <http://www.manajemen/CJdIVePeduli>, akses 22 Agustus 2007.
- Qosim, Nanang, "Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Swara al-Mabru) Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)", *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2002.
- RAJ, Team, *Handout Panduan Praktikum di Radio Anak Jogja*, RAJ, Yogyakarta, 2007.
- Rahmat, Jalaluddin, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, Rosdakarya, Bandung, 2007.
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1998.
- Siagian, Sondang P., *Fungsi-fungsi Manajerial*, Bumi Aksara, Jakarta 1992.
- Silalahi, Ulberth, *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*, Mandar Maju, Bandung, 1996.
- Syamsi, Ibnu, *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*, Rineka Cipta, Jakarta, 1994.
- Terry, George R., alih bahasa J. Smith, D. F. M, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta, 1991.
- Wahyudi, J. B., *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 1994.
- Winardi (pen), *Asas-asas Manajemen*, Alumni, Bandung, 1986.

Lain-Lain:

Dokumen milik Radio Star FM Yogyakarta tahun 2007 sampai dengan 2008.