

**MANAJEMEN SIARAN MELALUI OB STAGE MOBILE  
OLEH RADIO UNISI 104,5FM YOGYAKARTA**

**Skripsi**



Oleh :  
Abadani Ahda  
NIM : 04210077

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

## ABSTRAKSI

Memasuki era globalisasi dalam dunia informasi dan komunikasi, media massa harus dapat mengikuti alur perkembangan zaman jika tidak ingin tertinggal oleh yang lainnya. Setiap media massa harus memiliki sebuah ide untuk melakukan perubahan sehingga mampu menembus pasaran jika tidak ingin eksistensinya di tengah masyarakat hilang.

Pada era sekarang siaran tidak hanya dilakukan di dalam sebuah ruangan gedung saja. Tapi sudah dilakukan dengan cara siaran keliling yang menggunakan sebuah sarana/alat berupa kendaraan. Kendaraan yang digunakan sebagai sarana siaran ini dinamakan OB Van. Sedangkan maksud dari siaran keliling adalah pelaksanaan siaran yang dilakukan oleh pihak radio yang bersangkutan di luar ruangan yang dilaksanakan dengan berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain baik *on air* maupun *off air*. Bahkan jika ada *event* yang diselenggarakan, pelaksanaan siaran dilakukan secara *live*. Salah satunya adalah Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta.

Dalam skripsi ini penulis akan membahas tentang bagaimana proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan oleh Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta dalam pelaksanaan siaran keliling dengan menggunakan OB Stage Mobile sebagai sarana siarannya. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Adapun pembahasan dalam penelitian adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif, karena lebih menekankan pada proses alur cerita, yang memaparkan tentang bagaimana penerapan fungsi-fungsi manajemen di tim siaran keliling Radio Unisi.

Hasil penelitian ini adalah pada tahapan perencanaan yang ada di manajemen siaran keliling sudah tersusun dengan baik, hal ini terlihat dari beberapa tahap dalam proses pelaksanaan siaran keliling dan penyelenggaraan event, yang meliputi rapat dan survey. Pada tahapan pengorganisasian, tim siaran keliling Radio Unisi membagi dalam beberapa bagian serta dengan tugas masing-masing. Sebenarnya yang perlu mendapatkan perhatian utama dalam pengorganisasian adalah sumber daya manusia (SDM) yang mengelola. Tahapan penggerakan merupakan tahapan yang penting dalam sebuah manajemen, begitu juga dalam tim siaran keliling Radio Unisi yang mana penggerakan dilakukan oleh Direktur Utama Radio Unisi menyerahkan seluruh tanggung jawab acara kepada koordinator siaran keliling dalam menggerakkan kru siaran keliling untuk melaksanakan tugasnya dengan jalan memberikan motivasi dan juga menjalin komunikasi. Pengawasan terhadap proses siaran dan event dilakukan dalam dua hal. Pertama, dengan pengawasan secara langsung yang dilakukan ketika siaran atau event berlangsung oleh koordinator siaran keliling sendiri. Kedua, evaluasi yang disebut pengawasan tidak langsung.

Hasil penelitian tentang bagaimana manajemen siaran melalui OB Stage Mobile Radio Unisi 104,5 FM lebih jelasnya ada di BAB III.

**Drs. Moh. Sahlan, M.Si.**  
Dosen Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
Hal : Skripsi  
Saudara Abadani Ahda

Kepada Yth.  
Bapak **Dekan Fakultas Dakwah**  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di –  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

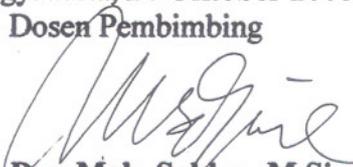
Nama : **Abadani Ahda**  
NIM : **04210077**  
Jurusan : **Komunikasi Penyiaran Islam**  
Judul : **Manajemen Siaran Melalui OB Stage Mobile Oleh  
Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta**

Maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi tersebut telah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk dimunaqsyahkan pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 24 Oktober 2008  
Dosen Pembimbing

  
**Drs. Moh. Sahlan, M.Si.**  
NIP. 150620462



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.00.9/1673/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**MANAJEMEN SIARAN MELALUI OB STAGE MOBILE  
OLEH RADIO UNISI 104,5 FM YOGYAKARTA**

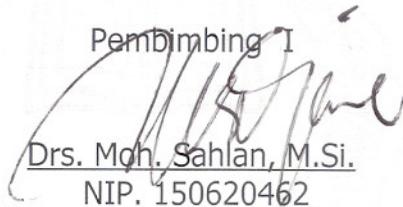
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Abadani Ahda  
NIM : 04210077  
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu 22 Oktober 2008  
Nilai Munaqasyah : B +

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

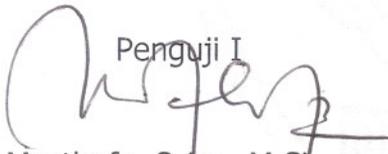
**TIM MUNAQASYAH :**

Pembimbing I



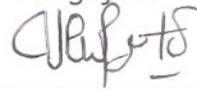
Drs. Moh. Sahlan, M.Si.  
NIP. 150620462

Penguji I



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

Penguji II



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

Yogyakarta, 27 Oktober 2008  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah  
DEKAN



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

## MOTTO

*Ada dua kekuatan yang besar di dunia ini, yaitu :*

*Kekuatan Do'a & Kekuatan Cinta*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi niki kulo persembahkan kagem :**  
**Almamaterku, abah & mamahku, mas/mb' yu & adekku ingkang sampun katah wenehi dua kekuatan ingkang ageng, kekuatan do'a & kekuatan cinta. Lan kagem sahabat & koncoku ingkang sampun berjuang bersama di jalan setapak penuh suka & duka. Oo nggeh, kagem "iwk cu2t"ku, matur nuwun sampun ngancani urip kulo, pokok'e enten ono awakku iki golek gawean disik.**

**Abadani Ahda utjapkan terimakasih atas do'a & cinta'y.  
I LOVE U all and forever in my deep heart.**

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama kami mengucapkan syukur *alhamdulillah* ke hadirat Allah S.W.T yang telah memberikan kenikmatan dan kesehatan sehingga segala urusan dapat diselesaikan dengan lancar. Oleh karena itu, penelitian ini pun berjalan dengan baik. Meskipun dalam proses penyelesaiannya terdapat kendala tetapi semuanya dapat di atasi dengan mudah.

Penelitian yang dilakukan ini berjudul “Manajemen Siaran Melalui *OB Stage Mobile* Oleh Radio Unisi 104,5 FM Yogyakarta”. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi kalangan perguruan tinggi, baik dosen maupun mahasiswa yang suka menggeluti bidang komunikasi, khususnya penyiaran.

Dalam proses penyelesaian dan penulisan hasil laporan penelitian ini banyak sekali bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Bahri Ghazali, M.A., selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil., selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Anisah Indriati, M.Si., selaku Pembimbing Akademik.
4. Bapak Drs. Moh. Sahlan, M.Si., selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberi bimbingan dalam penulisan skripsi.

5. Bapak Drs. H. Yahya Syardani, M.M., selaku direktur utama Radio Unisi 104.5FM Yogyakarta.
6. Mas Agus Purwanto, S.H., selaku narasumber. Terima kasih atas segala informasi dan fasilitasnya yang diberikan selama wawancara..
7. Abah Yakub & Mamah Indarmi, terima kasih atas doa & cintanya yang telah engkau berikan selama ini. Takkan pernah ada gantinya, hanya menjadi anak yang berbakti yang dapat kami berikan.
8. Pakdhe Chaizi, terima kasih donasinya yang engkau berikan untuk kelancaran proses *soft & hard copy* skripsi. Tidak bisa kami ganti, hanya doa & cinta yang dapat kami berikan.
9. Om Halimi & Bulik Zubaedah dan pasukan kecilnya, terima kasih atas dukungan nonmaterial selama di Yogya.
10. Mas, Mbak, dan Adikku, doa & cintaku akan selalu ada untuk kalian.
11. Buat seseorang yang di *foto dalam dompetku*, kamu telah berikan yang *terbaik dan terindah* hingga membuat ini jadi *kisah yang sempurna*. Kamu jadikan tempatku sebagai *tempat terindah*, tapi *tak seindah cinta yang semestinya* yang dapat aku berikan.
12. Mas Agus & Mbak Tanti dan pasukan kecilnya, terima kasih atas tempat dan kehangatan kekeluargaannya selama “nge-kost” di Yogya.
13. Teman-teman “Clakhsound (Nanang “mandra”, Cicus, dan Burhan “bdhor”)” & “Wisma Bonkkenk (yang masih bertahan dan sudah keluar)”, terima kasih atas pengalaman suka dan duka yang telah diberikan.

14. Teman KPI angk 2004, hei guy's thank's for all selama 4,5 tahun menemani dalam menuntut ilmu.
15. Bagi pihak yang belum disebutkan, karena banyaknya, terima kasih atas koreksi dan pengalaman yang kalian berikan selama mengadu nasib di Ngayogjokarto ini.

Semoga Allah S.W.T memberikan balasan yang setimpal atas amal perbuatan kalian selama ini, yang baik diberikan lebih dan tidak baik diberikan ampunan, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah S.W.T., oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhirnya, semoga Allah S.W.T meridhoi semua amal kita semua. ***Amien.***

Yogyakarta, 24 Oktober 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
 <b>BAB I        PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Penegasan Judul</b> .....	<b>01</b>
<b>B. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>03</b>
<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	<b>06</b>
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>07</b>
<b>E. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>07</b>
<b>F. Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>08</b>
<b>G. Kerangka Teoritik</b> .....	<b>10</b>
<b>1. Pengertian Tentang Manajemen</b> .....	<b>10</b>
<b>2. Pengertian Tentang Inovasi Siaran</b> .....	<b>22</b>
<b>3. Pengertian Tentang Manajemen Siaran</b> <i>“Outside Broadcast”</i> .....	<b>25</b>

	<b>H. Metode Penelitian .....</b>	<b>28</b>
	<b>1. Fokus Penelitian .....</b>	<b>28</b>
	<b>2. Model Penelitian .....</b>	<b>28</b>
	<b>3. Sumber Data .....</b>	<b>29</b>
	<b>4. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
	<b>5. Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>32</b>
	<b>6. Analisis Data .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM SIARAN KELILING</b>	
	<b>OB STAGE MOBILE</b>	
	<b>A. Deskripsi Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta .....</b>	<b>34</b>
	<b>B. Deskripsi Siaran Keliling OB Stage Mobile .....</b>	<b>44</b>
	<b>1. Alasan .....</b>	<b>44</b>
	<b>2. Kru atau Tim Inti Manajemen Siaran Keliling ...</b>	<b>47</b>
	<b>3. Tugas dan Tanggung Jawab SDM siaran keliling</b>	
	<b>OB Stage Mobile .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB III</b>	<b>MANAJEMEN SIARAN MELALUI OB STAGE MOBILE</b>	
	<b>RADIO UNISI 104.5 FM YOGYAKARTA</b>	
	<b>A. Tahapan Manajemen Siaran Keliling</b>	
	<b>Radio Unisi .....</b>	<b>55</b>
	<b>1. Perencanaan .....</b>	<b>56</b>
	<b>2. Pengorganisasian .....</b>	<b>75</b>
	<b>3. Penggerakan .....</b>	<b>79</b>

	<b>4. Pengawasan .....</b>	<b>85</b>
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP</b>	
	<b>A. Simpulan .....</b>	<b>89</b>
	<b>B. Kritik dan Saran .....</b>	<b>90</b>
	<b>C. Kata Penutup .....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. PENEGASAN JUDUL**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami judul, maka di bawah ini akan dijelaskan maksud dari judul “Manajemen Siaran Melalui OB Stage Mobile oleh Radio Unisi 104,5FM Yogyakarta”. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

##### **1. Manajemen**

Manajemen adalah proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lainnya<sup>1</sup>. Salah satu pengelolaan yang dilakukan oleh Radio Unisi diupayakan sebagai wujud siaran keliling yang meliputi proses manajemen. Adapun yang berupa proses manajemen adalah (1) perencanaan, (2) pengorganisasian, (3) penggerakan, dan (4) pengawasan yang sesuai dengan visi dan misi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan.

##### **2. Siaran**

Sedangkan siaran berasal dari kata siar. Siar berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata *siar* ditambah akhiran *an*, membentuk kata

---

<sup>1</sup> Winardi (pen), *Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 04.

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.<sup>2</sup>

Siaran yang dilakukan oleh Radio Unisi adalah siaran keliling, yaitu siaran yang dilakukan dengan berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain dalam bentuk *on air* maupun *off air*. Cara yang dilakukan yaitu dengan cara ikut berpartisipasi langsung dalam setiap *event* dan menyelenggarakan sebuah *event* dengan menggunakan OB Stage Mobile.

### 3. OB State Mobile

Penjelasan OB Stage Mobile terbagi atas dua kata, yaitu OB Van kepanjangan dari *Outside Broadcast Van* dan Stage Mobile. OB Van adalah sebuah kendaraan siaran luar ruang yang berfungsi untuk membantu *base station* dalam hal peliputan atau menyiarkan kegiatan-kegiatan *off air* secara langsung (*live*) di lokasi (*on location*)<sup>3</sup>, sedangkan Stage Mobile adalah sebuah kendaraan yang didalamnya terdapat sebuah panggung. Sehingga OB Stage Mobile adalah kendaraan yang digunakan sebagai sarana untuk siaran di luar ruangan dengan perlengkapan yang lengkap meliputi alat siar, alat produksi, panggung, sound system, dan alat band. OB Stage Mobile Radio Unisi di-*design* sesuai yang diinginkan dan di cat dengan warna identik Radio Unisi serta ditempel *stiker* sesuai simbol Radio Unisi 104.5 FM.

---

<sup>2</sup> J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 08.

<sup>3</sup> [Http://www.Mqradio.Com/Index.Php?Yp=0000&Menu=Ob%20van&Id\\_Menu=71](http://www.mqradio.com/index.php?yp=0000&menu=ob%20van&id_menu=71) akses tanggal 30 Maret 2008.

#### 4. Radio Unisi

Radio Unisi adalah salah satu radio siaran swasta yang berdiri tahun 1975 dengan gelombang 104,5 FM. Unisi FM mengidentifikasikan radionya sebagai *the exiting radio*.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di muka dapat dipahami bahwa yang dimaksudkan pada judul skripsi “**Manajemen Siaran Melalui OB Stage Mobile Oleh Radio Unisi 104,5FM Yogyakarta**” adalah proses siaran yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Dalam siaran yang dilaksanakan, Radio Unisi menyampaikan informasi dengan berbagai cara, antara lain menyelenggarakan dan mengikuti *event*, dan peliputan berita yang dilakukan secara *on air* dan *off air* dengan menggunakan *OB Stage Mobile* sebagai sarana siaran keliling.

#### B. LATAR BELAKANG MASALAH

Memasuki era globalisasi dalam dunia informasi dan komunikasi, media massa harus dapat mengikuti alur perkembangan zaman jika tidak ingin tertinggal oleh yang lainnya. Setiap media massa harus memiliki sebuah ide untuk melakukan perubahan sehingga mampu menembus pasaran jika tidak ingin eksistensinya di tengah masyarakat hilang.

Lewat dunia informasi dan komunikasi segala persoalan-persoalan global akan didiskusikan bersama dengan tujuan membangun sebuah kondisi

kehidupan yang diinginkan setiap insan manusia<sup>4</sup>. Media massa mempunyai peran yang sangat penting dalam penyampaiannya sehingga informasi yang disampaikan mampu dikomunikasikan dengan baik sampai ke tengah-tengah masyarakat. Maka setiap perkembangan teknologi yang ada, media massa harus mampu untuk mengikutinya jangan sampai tertinggal walau satu langkahpun.

Tulang punggung radio siaran adalah musik dan orang menyetel pesawat radio terutama untuk mendengarkan musik karena musik adalah hiburan<sup>5</sup>. Oleh sebab itu setiap program acara (programa) harus mempunyai sifat hiburan. Seorang penyiar harus bisa memilih dan memilah setiap musik yang akan diputarkan pada setiap programa. Karena itulah setiap penyiar berusaha untuk memberikan hiburan kepada *audience* dengan mengolah berbagai programa untuk disajikan dengan berbagai ilustrasi.

Pada era sekarang siaran tidak hanya dilakukan di dalam sebuah ruangan gedung saja. Tapi sudah dilakukan dengan cara siaran keliling yang menggunakan sebuah sarana/alat berupa kendaraan. Kendaraan yang digunakan sebagai sarana siaran ini dinamakan OB Van. Sedangkan maksud dari siaran keliling adalah pelaksanaan siaran yang dilakukan oleh pihak radio yang bersangkutan di luar ruangan yang dilaksanakan dengan berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain baik *on air* maupun *off air*. Bahkan jika ada *event* yang diselenggarakan, pelaksanaan siaran dilakukan secara *live*.

---

<sup>4</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hlm. 01.

<sup>5</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori & Praktek*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1990), hlm. 78.

Pelaksanaan siaran keliling tidak bisa langsung beroperasi. Harus dilakukan sebuah survei oleh radio untuk mengetahui permintaan pasar sehingga tidak salah langkah dalam melakukan promosi kepada *audience*. Diperlukan sebuah strategi yang tepat untuk menyesuaikan dengan permintaan pasar yang ada. Strategi dari setiap perusahaan merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan dan penentuan strategi ini dapat dilakukan dengan membuat tigamacam keputusan, yaitu: *konsumen, kepuasan, dan marketing mix*<sup>6</sup>. Dari ketiga elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya tidak bisa dipakai secara satu-satu harus berkesinambungan. Karena ketiga elemen tersebut sangat menentukan alur dari strategi radio tersebut. Ketiga elemen strategi ini merupakan sebuah rencana jangka panjang yang digunakan sebagai pedoman bagi setiap program siaran keliling.

Radio Unisi 104,5 FM yang beralamat di Jln. Demangan Baru No. 24 Yogyakarta 55281 ternyata ikut memperhatikan terhadap perkembangan teknologi penyiaran yang siaran sekarang tidak hanya dilakukan dalam sebuah ruangan gedung tapi sudah melakukan perubahan dengan membuat OB Stage Mobile untuk melakukan siaran luarnya. Radio Unisi mengerti kebutuhan masyarakat pada umumnya perihal keinginan perubahan dalam bentuk baru dan menarik sehingga mereka dapat mengekspresikan *apresiasi* masing-masing secara langsung.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan di muka bahwa kegiatan siaran keliling adalah sebuah inovasi siaran bagi Radio Unisi, maka sebuah

---

<sup>6</sup> Basu Swastha, dkk, *Menejemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1985), hlm. 69-70.

inovasi/sesuatu hal yang baru harus mendapatkan perhatian yang khusus karena tidak sembarangan dalam mengelolanya. Dibutuhkan sebuah proses manajemen yang dapat mengatur/mengontrol jalannya siaran keliling. Mulai dari merencanakan kegiatan siaran keliling, mengorganisasikan orang-orang yang handal dalam bidangnya sesuai kebutuhan, menggerakkan sumber daya yang dimiliki, dan mengawasi segala aktivitas proses pelaksanaan siaran keliling. Selain itu sumber daya juga menentukan jalannya kegiatan siaran keliling, dari manusia dan pendukung siaran. Tanpa adanya sumber daya yang sesuai kebutuhan, penerapan proses manajemen tidak akan berjalan. Diharapkan dari penyatuan antara proses manajemen dan sumber daya, pelaksanaan siaran dapat dikontrol sesuai dengan tujuan oleh Radio Unisi, sebagai pengelola.

Dari latar belakang masalah yang dipaparkan, penulis bermaksud mengadakan penelitian sebagai bahan penulisan skripsi tentang “Manajemen Siaran Melalui OB Stage Mobile Oleh Radio Unisi 104,5 FM Yogyakarta”

### **C. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan paparan di muka, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah kaitannya dengan proses manajemen yang digunakan dalam pelaksanaan siaran keliling dengan menggunakan OB Stage Mobile. Oleh karena itu, perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan oleh Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta dalam

pelaksanaan siaran keliling dengan menggunakan OB Stage Mobile sebagai sarana siarannya?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Segala sesuatu tindakan yang kita lakukan pasti mempunyai tujuan, begitu juga dengan penelitian ini. Tujuan penelitian ini didasarkan pada perumusan masalah penelitian yang telah diungkapkan di atas. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Untuk mengetahui, mempelajari, dan mendeskripsikan proses manajemen mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan siaran yang dijalankan oleh Radio Unisi dalam pelaksanaan siaran keliling dengan menggunakan OB Stage Mobile.

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Melakukan siaran di luar secara berkeliling, bertatap muka, dan berinteraksi dengan masyarakat secara langsung dalam pelaksanaan siaran, dan menyelenggarakan *event* dengan menggunakan sarana kendaraan yang disebut OB Stage Mobile adalah hal baru yang dilakukan oleh Radio Unisi.

Berdasarkan paparan di muka maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, yaitu antara lain:

1. Sumbangan pemikiran bagi lembaga terkait, yaitu Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta,
2. Acuan bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian sejenis, dan

3. Bagi KPI (Komunikasi Penyiaran Islam) diharapkan sebagai dasar untuk studi atau perbandingan studi-studi mengenai manajemen inovasi siaran khususnya siaran keliling di radio. Selain itu, untuk menambah wawasan dalam mengetahui penerapan manajemen inovasi siaran di radio.

## F. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka adalah uraian tentang kajian teoritik yang relevan dengan masalah yang diteliti. Tinjauan pustaka berguna untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan. Selain itu tinjauan pustaka dapat digunakan untuk melihat pendapat terkait dengan persoalan yang diteliti<sup>7</sup>.

Penelitian tentang “Manajemen Inovasi Siaran Melalui OB Stage Mobile Oleh Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta”, belum pernah diteliti sebelumnya. Adapun penelitian tentang manajemen yang terkait di radio, penulis temukan ada beberapa diantaranya;

1. “Manajemen Penyiaran Agama Islam (Dalam Acara Sasisoma) di Radio Geronimo Yogyakarta”, oleh Arif Munajad. Penelitian ini menjelaskan manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan di Radio Geronimo berkaitan dengan acara Sasisoma (Sana Sini Soal Agama) yang menggunakan metode dialog interaktif<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Zarkasji Abdul Salam, dkk, *Pedoman Penelitian IAIN Sunan Kalijaga*, (Yogyakarta: Balai Penelitian P3M IAIN Sunan Kalijaga, 1996), hlm. 21.

<sup>8</sup> Arif Munajad, “Manajemen Penyiaran Agama Islam (Dalam Acara Sasisoma) di Radio Geronimo Yogyakarta”, (*Skripsi*, Yogyakarta: Tanpa terbit, UIN Sunan Kalijaga, 2004).

2. “Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Suara al-Mabrur) Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)”, oleh Nanang Qosim. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa sistem manajemen Radio Salma termanifestasikan 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 yang berupa ajakan, dan dapat mempengaruhi pendengar dengan harapan adanya perubahan dan mengamalkan ajaran agama Islam<sup>9</sup>.
3. “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<sup>10</sup>.

Penelitian yang penulis lakukan adalah mengenai proses manajemen mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang diterapkan dalam pelaksanaan siaran keliling oleh Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta. Adapun yang menjadi perbedaan antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah obyek penelitian yang belum

---

<sup>9</sup> Nanang Qosim, “Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Suara al-Mabrur) Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)”, (*Skripsi*, Tanpa terbit, UIN Sunan Kalijaga, 2002).

<sup>10</sup> Mifrokhah, “Studi Tentang Radio sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen di Rakosa Female Radio)”, (*Skripsi*, Yogyakarta: Tanpa terbit, UIN Sunan Kalijaga, 2004).

pernah diteliti yakni proses penelitian inovasi siaran keliling dengan menggunakan sarana untuk melakukan siaran di luar. Kemudian penulis mencoba untuk mengamati dan menganalisis dalam pelaksanaan siaran keliling. Penelitian ini dilakukan untuk menambah dan memperkaya pengetahuan khususnya pada bidang komunikasi dan penyiaran.

## **G. KERANGKA TEORITIK**

### **1. Pengertian Tentang Manajemen**

Secara terminology kata manajemen menurut G. R. Terry dalam bukunya "*Priciples of Management*" yang diterjemahkan oleh Dr. Winardi adalah 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 pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lainnya<sup>11</sup>.

Manajemen merupakan kegiatan pimpinan dengan menggunakan segala sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasinya dan dengan manajemen yang baik maka diharapkan tujuan dapat tercapai dengan efisien<sup>12</sup>.

Dalam struktur organisasi ada bagian perencanaan siaran. Untuk merencanakan, perencanaan siaran haru mempunyai variable-variabel yang harus dipertimbangkan dalam perencanaan siaran di radio maupun televisi, yaitu :

---

<sup>11</sup> Winardi (pen), *Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 04.

<sup>12</sup> Ibnu Syamsi, *Pokok-pokok Organissasi dan Manajemen*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), hlm. 59.

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 marketadel yang dapat dipasarkan atau laris manis (yang mempunyai rating tinggi).
3. Orientasi Khalayak ialah mencakup *what need audience* (kebutuhan khalayak) dan *what want audience* (keinginan khalayak). Perbedaan kebutuhan dan keinginan khalayak dilihat dari segi *formatting* acara. Jika *information* (informasi) masuk pada *what need audience* sedangkan *entertainment* (hiburan) masuk pada *what want audience*<sup>13</sup>.

Untuk mencapai tujuan yang sebaik-baiknya dalam pelaksanaan siaran keliling, maka dari itu diperlukan adanya sarana manajemen yang tepat. Sehingga dengan adanya sarana manajemen yang tepat akan terwujudnya tujuan yang diharapkan. Sedangkan sarana dalam manajemen dapat dirumuskan dengan 6M<sup>14</sup>, yaitu *men* (sumber daya manusia), *money* (kemampuan keuangan), *methods* (cara yang digunakan untuk pencapaian tujuan), *materials* (bahan-bahan yang digunakan), *machines* (alat mesin produksi yang dimiliki), *market* (pasar, tempat untuk menjual hasil produksi).

---

<sup>13</sup> Ulbert Silalahi, *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 137.

<sup>14</sup> Rosdy Roslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 01.

a) *Men* (sumber daya manusia)

Dalam pelaksanaan manajemen siaran keliling, faktor manusia adalah yang paling menentukan, tanpa ada manusia maka tidak ada proses kerja sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Sumber daya manusia sangat berpengaruh dalam pelaksanaan siaran keliling untuk penempatan pengurus dan penyiar. Dibutuhkan sebuah penyeleksian yang tepat dan benar. Penentuan pengurus yang mempunyai kemampuan dalam bidang produksi dan lapangan sehingga akan terbentuk sebuah semangat kerja yang berimbas dalam pelaksanaan siaran keliling setiap harinya. Pengurus yang bertanggung jawab, jujur, dapat dipercaya, dan profesional serta penyiar yang mempunyai kemampuan menjual, menarik, dan memiliki modal pergaulan yang luas. Karena dalam pelaksanaan keliling pengurus dan penyiar memiliki tanggung jawab yang tinggi. Bukan hanya akan berinteraksi langsung dengan masyarakat, tapi diharapkan bisa menarik minat penyandang dana dan menjual kepada yang mau menyandangkannya untuk pelaksanaan siaran keliling. Untuk itu pembentukan kepengurusan dalam siaran keliling diimbangi dengan manajemen siaran keliling yang tepat. Sehingga akan terbentuk system yang solid.

b) *Money* (kemampuan uang)

Uang sangat berperan penting pada setiap perusahaan termasuk stasiun radio dalam pelaksanaan aktivitas siaran. Apalagi dengan

adanya program baru yang membutuhkan dana banyak dalam pengoperasiannya. Uang berpengaruh dalam hidup dan matinya pelaksanaan siaran tersebut. Sumber dana produksi bisa didapatkan dari pemasangan iklan/sponsorship, program khusus, dan bisa saja sebuah proyek gabungan/kerjasama.

c) *Methods* (cara yang digunakan untuk pencapaian tujuan)

Cara yang digunakan untuk pencapaian tujuan yang telah dicanangkan oleh Radio Unisi adalah dengan membuat banyak *event* dan berpartisipasi dalam *event-event* yang diselenggarakan oleh pihak klien. Dibutuhkan pendekatan yang intensif dan menarik sehingga akan mengena dan menimbulkan perspektif yang kesannya antusias dalam setiap pengoperasian siaran keliling. Menurut Goldstein<sup>15</sup> ada tiga macam tingkah laku yang dapat menarik antusias *audience*, yaitu perbuatan, sikap, dan proses.

d) *Materials* (bahan-bahan yang digunakan)

Bahan-bahan yang digunakan dalam proses siaran keliling adalah macam-macam bentuk penyajian acara yang dimiliki oleh PJ (penanggung jawab) acara yang sudah disusun sedemikian rupa untuk kelancaran proses siaran. Bahan-bahan tersebut dapat berwujud *logbook* siaran, jadwal penyiar, naskah siaran berita, pemutaran lagu-lagu, dan sebagainya.

---

<sup>15</sup> Sumadi Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993), hlm. 380.

e) *Machines* (alat mesin produksi yang dimiliki)

Proses siaran dalam pelaksanaan siaran radio memerlukan beberapa peralatan, antara lain<sup>16</sup>;

1. Transmitter (pemancar) yaitu alat yang berfungsi mengubah suara menjadi gelombang elektromagnetik FM atau 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, CD player, tape recorder, microphone. Peralatan tersebut menjadi tempat masuknya suara yang disiarkan.
5. Monitor, radio, dan headphone.

f) *Market* (pasar, tempat untuk menjual hasil produksi)

Tidak sembarangan dalam melempar produk ke tengah-tengah masyarakat. Sebuah station radio memiliki identitas masing-masing di mata masyarakat berdasarkan kesan yang mereka dapatkan secara spontan dan dirangkai dari pengalaman. Untuk itu dibutuhkan produksi yang sempurna dan diimbangi dengan manajemen yang sempurna pula, maka akan terjual produk yang dipasarkan. Ini menjadi tugas seorang penanggungjawab *marketing* untuk membentuk serangkaian struktur pemasaran yang tepat berdasarkan pengamatan selama di

---

<sup>16</sup> Team RAJ, *Handout Panduan Praktikum di Radio Anak Jogja*, (Yogyakarta: RAJ, 2007), hlm. 02.

lapangan. Pada pokoknya, manajemen terdiri atas perancangan dan pelaksanaan rencana-rencana. Adapun ada tiga tugas pokok dari manajemen, yaitu<sup>17</sup> :

1. Mempersiapkan rencana atau strategi umum bagi perusahaan
2. Melaksanakan rencana tersebut.
3. Mengadakan evaluasi, menganalisa dan mengawasi rencana tersebut dalam operasinya.

Selain itu juga dibutuhkan strategi dalam memasarkan produksi untuk menarik minat sponsorship. Sehingga dengan banyaknya sponsor/iklan yang masuk, semakin banyak produksi yang dijual ke pasaran. Semua itu akan berimbas ke rating radio tersebut, semakin banyak sponsor/iklan semakin masyarakat tahu. Karena dengan adanya sponsor, penyandang dana, maka pada setiap *event-event* di tempat-tempat penyelenggara, bisa diikuti tanpa ada rasa khawatir. Disaat ada *event-event* tersebut memang tempat yang tepat untuk menjual hasil produksi.

Meskipun beberapa perusahaan termasuk stasiun radio memiliki tujuan yang sama, tetapi dalam pencapaian tujuan yang diharapkan menggunakan strategi yang berbeda-beda. Pada pokoknya strategi ini ditempuh berdasarkan suatu tujuan. Strategi yang ditempuh oleh setiap perusahaan terdiri dari tiga tahap<sup>18</sup>, yaitu :

1. Memilih konsumen yang dituju.

---

<sup>17</sup> Basu Swastha, dkk, *Menejemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1985),

<sup>18</sup> *Op Cit*, hlm. 70.

2. Mengidentifikasi keinginan mereka.
3. Menentukan marketing mix.

Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Target konsumen

Usaha pelaksanaan siaran keliling akan berhasil jika hanya ditujukan kepada konsumen tertentu saja, dan bukan masyarakat secara keseluruhan. Konsumen yang dituju merupakan individu-individu yang harus dilayani dengan memuaskan sehingga pasar potensialnya akan menjadi lebih besar. Tidak mungkin sebuah perusahaan terutama stasiun radio benar-benar memberikan kepuasan kepada setiap orang. Pendekatan yang paling baik adalah dengan memilih kelompok tertentu yang dituju dan menentukan marketing mix yang dapat memenuhi kebutuhan mereka<sup>19</sup>.

2. Menentukan keinginan konsumen

Strategi yang efektif memerlukan suatu pengetahuan tentang keinginan konsumen yang ditujukan terhadap manfaat hasil produksi. Dalam hal ini, manajemen harus menemukan tentang keinginan apa yang penting bagi konsumen. Tentu saja perlu diadakan penyesuaian *marketing mix* terhadap keinginan-keinginan tersebut. Setelah menentukan konsumen yang dituju, pelaksana siaran keliling harus mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk menentukan keinginan mereka. Informasi yang berupa pendapat saja belum dapat

---

<sup>19</sup> *Op Cit*, hlm. 72.

menjamin ketepatannya. Pengumpulan informasi ini merupakan tugas dari bagian riset. Dengan ini pelaksana akan lebih mudah dan lebih tepat dalam menentukan keinginan konsumen.

### 3. *Marketing mix*

*Marketing mix* ini merupakan variabel-variabel yang dipakai oleh perusahaan terutama stasiun radio sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel-variabel yang terdapat di dalamnya adalah *produk, distribusi, dan promosi*<sup>20</sup>.

Dalam manajemen bukan hanya sarana saja yang dibutuhkan, namun harus mengetahui fungsi dari manajemen itu sendiri. Ada beberapa pendapat tentang fungsi-fungsi manajemen. Salah satunya dari pendapat G. R. Terry yang penulis gunakan menyebutkan bahwa tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan merupakan fungsi pokok atau tahapan-tahapan manajemen.

#### 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<sup>21</sup>. Suatu rencana mempunyai tiga sifat, yang pertama, harus menyangkut masa

---

<sup>20</sup> *Op Cit*, hlm. 70.

<sup>21</sup> Sondang P. Siagian, *Fungsi-fungsi Manajerial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm.

depan, kedua, menyangkut tindakan, dan ketiga, terdapat suatu elemen identifikasi pribadi atau organisasi<sup>22</sup>.

Suatu perencanaan yang baik haruslah mengandung formulasi 5W + 1H. Dalam Ulbert Silalahi 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*)<sup>23</sup>.

#### b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah 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<sup>24</sup>.

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

- 1) Individu-individu,
- 2) Pengaturan fungsi-fungsi secara informal,

---

<sup>22</sup> Ulbert Silalahi, *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Mandar Manju, 1996), hlm. 137.

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm. 137.

<sup>24</sup> Sondang P. Siagian, *Op Cit*, hlm. 82.

- 3) Pola tingkah laku yang dihasilkan oleh reaksi-reaksi terhadap peranan-peranan fungsi didalam organisasi,
- 4) Penjiwaan peranan oleh individu-individu,
- 5) Lingkungan fisik.

Pengorganisasian memerlukan sebuah koordinasi yang tepat sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman antar anggota. 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<sup>25</sup>.

Teknik yang digunakan dalam penggerakan yang dilakukan seorang pemimpin dalam menggerakkan anak buahnya, diantaranya adalah :

---

<sup>25</sup> George R. Terry, alih bahasa J. Smith, D. F. M, *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hlm. 128.

### 1) Motivasi

Motivasi adalah keinginan yang terdapat pada seseorang individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan-tindakannya.<sup>26</sup>

### 2) Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah hubungan dimana satu orang yakni pemimpin mempengaruhi pihak lain untuk bekerjasama secara sukarela dalam usaha mengerjakan tugas-tugas yang berhubungan untuk mencapai hal yang diinginkan oleh pemimpin tersebut.<sup>27</sup>

### 3) Komunikasi

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seorang ke orang lain.<sup>28</sup>

Komunikasi sebagai suatu proses dengan mana orang-orang bermaksud memberikan pengertian-pengertian melalui pengiringan berita secara simbolis dan dapat menghubungkan para anggota berbagai satuan organisasi yang berbeda dan bidang yang berbeda pula.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm. 328.

<sup>27</sup> *Op Cit*, hlm. 343.

<sup>28</sup> T. Handoko, *Manajemen....*, hlm. 271.

<sup>29</sup> *Ibid*.

#### 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.<sup>30</sup>

Di dunia penyiaran akan lebih cepat bila pengawasan dilakukan oleh semua pemimpin/manajer di berbagai tingkatan. Hal ini mengingat hasil produksi siaran memiliki dampak di masyarakat bila ada kesalahan. Maka, sebelumnya kesalahan tersebut diawasi secara dini untuk diteliti ulang dan diperbaiki sebelum disiarkan. Perlu disadari dalam dunia penyiaran *ralat* sangat tidak efektif karena sifat siaran yang sekilas.

Sasaran pengawasan menurut Donnelly, 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.<sup>31</sup>

Adapun proses dasar pengawasan ada tiga tahap<sup>32</sup>, antara lain;

- 1) Menyusun standar kerja (*standar operating procedure* dan petunjuk pelaksanaan kerja).

---

<sup>30</sup> J. B. Wahyudi, *Dasar-dasar...*, hlm. 92.

<sup>31</sup> J. B. Wahyudi, *Op Cit*, hlm. 93.

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm. 94.

- 2) Ukuran pelaksanaan atas dasar standar yang ada.
- 3) Melakukan koreksi pada standar dan perencanaan.

Dalam organisasi mekanisme pengawasan akan mudah dilakukan bila manajemen yang diterapkan *management by system*.

Pada dasarnya sistem yang baik akan membentuk<sup>33</sup>:

- 1) Struktur dan tata kerja yang baik.
- 2) Pemilihan staf dan personel yang tepat.
- 3) Perencanaan dan mekanisme control 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.

## 2. Pengertian Tentang Siaran

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.<sup>34</sup>

Dalam pelaksanaan siaran melalui OB Stage Mobile dibutuhkan seorang pengurus yang *professional* sehingga diharapkan dapat memberikan

---

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

<sup>34</sup> J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 8

kontribusi yang maksimal. Maka, untuk pencapaian hasil yang maksimal dalam setiap pelaksanaan siaran, dibutuhkan sebuah strategi yang akurat pula. Jauh-jauh hari harus dilakukan sebuah peninjauan terlebih dahulu supaya dapat menerapkan strategi inovatif siaran yang tepat untuk mendapatkan *aplous dan antusias* dari masyarakat. Sehingga untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat diperlukan sebuah strategi yang akurat *dan profesional* sehingga diharapkan tidak asal memilih orang dalam pembentukan struktur pengurus dan penyiar dalam siaran keliling.

Berdasarkan paparan di muka perlu dijelaskan pengertian tentang strategi, sebagai berikut;

Strategi berkaitan dengan empat hal<sup>35</sup>, yaitu:

- 1) *strategi as a plan* yaitu strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- 2) *strategi as a pattern* yaitu strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- 3) *strategi as a position* yaitu strategi merupakan cara organisaasi dalam menempatkan produk atau jasa tertentu dalam pasar yang spesifik.
- 4) *strategi as a perspective* yaitu strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.

---

<sup>35</sup> Mintzberg, H. & Quinn, B.C, *The Strategy: Process, Concepts, Contens, Cases, (Second Edition)*, (New Jersey: Prentice Hall. Inc, 1991), hlm. 23-28.

Sebuah strategi untuk dapat diterapkan justru harus memenuhi kriteria fleksibilitas. Dengan adanya fleksibilitas ini justru akan memberikan ruang gerak kepada pelaku strategi untuk dapat mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk pencapaian tujuannya. Strategi yang terencana dengan baik mampu menyusun dan mengatur sumber-sumber organisasi dalam sebuah hasil yang unik, menarik, baru, dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang berdasarkan pada keterampilan dan kelemahan internal, mengantisipasi perubahan lingkungan dan tindakan yang dilakukan lawan.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan<sup>36</sup>. Tetapi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, strategi tidak berfungsi sebagai arah penunjuk jalan pencapaiannya, sekaligus harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.

Mobil adalah sebuah kendaraan yang digunakan untuk perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh. Komponen mobil terdiri dari mesin penggerak dan kerangka *body*. Dilihat dari jenis bahan bakarnya, mobil ada dua jenis, yaitu jenis bahan bakar bensin dan jenis bahan bakar solar. Sedangkan dilihat dari kegunaannya, mobil bisa digunakan untuk pemakaian keluarga, angkut barang, dan transportasi umum. Bahkan mobil bisa di-*design* demikian bagus untuk sebuah *modifikasi* (perombakan secara keseluruhan dengan mengganti komponen-komponen yang asli yang terdapat pada kendaraan tersebut). Untuk men-*design* dan me-*modifikasi* memerlukan waktu yang tidak cepat. Bisa berbulan-bulan lamanya.

---

<sup>36</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Ilmu dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya Offset, 1989), hlm. 35.

OB Stage Mobile yang digunakan untuk pelaksanaan siaran keliling telah di-*design* dan di-*modifikasi* sedemikian bagus untuk dapat mengidentifikasikan bahwa ini sebuah kendaraan untuk siaran keliling sebuah stasiun radio. Peralatan yang terdapat di dalamnya adalah peralatan untuk pelaksanaan siaran seperti yang terdapat di stasiun radio yang sudah ada.

Dibutuhkan dana yang tidak sedikit pula dalam pengoperasiannya. Sehingga dengan adanya dana dalam pengoperasiannya, maka akan maksimal pula dalam setiap pelaksanaan siaran keliling. Tidak ada hambatan yang berarti semua sudah dicek setiap komponen-komponennya.

### **3. Pengertian Tentang Manajemen siaran “*Outside Broadcast*”**

Berdasarkan paparan di muka, manajemen adalah proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lainnya<sup>37</sup>. Sedangkan *outside broadcast* (OB) adalah suatu pelaksanaan siaran yang dilakukan di luar ruangan/studio.

Manajemen siaran *outside broadcast* adalah proses pelaksanaan siaran yang dilakukan di luar ruangan/studio yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lainnya.

---

<sup>37</sup> Winardi (pen), *Asas-asas Manajemen*, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 04.

Materi yang dipersiapkan untuk siaran luar memiliki perbedaan dengan materi yang disiapkan untuk studio. Perbedaannya terletak pada persiapan alat yang dilakukan sebelum pelaksanaan siaran berlangsung. Persiapan yang dilakukan dalam siaran luar seperti mempersiapkan alat yang dibutuhkan untuk siaran keliling, antara lain genset, pemancar, antenna, laptop, mixer, microphone, tape player CD, monitor control, headphone.

Untuk materi siaran yang dilakukan di luar ruangan, tentu saja memiliki perbedaan, antara lain bentuk *rundown*<sup>38</sup> acara, yang akan dijelaskan di sub bab berikutnya. *Rundown* acara di luar ruangan, atau siaran keliling, memiliki beberapa satuan acara yang berinteraksi dengan pendengar yaitu reportase *on air* maupun *off air*. Sedangkan materi siaran dalam studio adalah dalam bentuk *logbook*<sup>39</sup> siaran dan interaksi dengan pendengar dilakukan melalui telephone maupun SMS (*Short Message Service*).

Radio adalah sarana imajinasi, komunikasi, dan sahabat sehingga lebih dari sekedar penyampai fakta di lapangan<sup>40</sup>. Selain itu juga, radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar) tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio mempunyai fungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya

---

<sup>38</sup> Laporan, rangkuman, ringkasan.

<sup>39</sup> Buku harian.

<sup>40</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 99.

memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya<sup>41</sup>.

Sebelum proses pelaksanaan siaran, terdapat proses produksi siaran radio. Tanpa didahului proses produksi radio, pelaksanaan siaran tidak akan pernah terjadi. Bahkan bisa saja pelaksanaan siaran terjadi, tapi tanpa adanya bahan siaran yang tersusun dengan rapi.

Produksi siaran radio terdiri dari :

#### 1) Pra Produksi

Langkah pertama dalam pra produksi adalah rapat untuk acara produksi dengan melakukan pandangan jauh/pengamatan/observasi terhadap masa depan, dimana selalu berpegang pada idealisme dan trend masa kini. Kedua, *job allocation* penanggung jawabnya siapa, penyiaranya siapa, sampai pada pembuatan *script* atau naskah jadi. Semua ini masuk pada perencanaan dan hal yang dipersiapkan dalam pelaksanaan siaran sudah dipertimbangkan dengan sangat matang.

#### 2) Produksi

Pada tahap produksi, proses siaran sudah dilaksanakan secara langsung (*on air*) atau tidak langsung (*off air*).

#### 3) Pasca Produksi

Yang perlu dilakukan pada pasca produksi adalah evaluasi dari segala hasil yang telah diproduksi baik secara *on air* maupun *off air*. Dengan adanya evaluasi maka itu adalah proses pembelajaran menuju tingkat yang lebih baik

---

<sup>41</sup> *Ibid*, hlm. 09

dari sebelumnya serta mendiskusikan hal-hal yang sekiranya perlu diperbaiki dari produksi sebelumnya. Sehingga pada waktu perencanaan produksi untuk selanjutnya diharapkan hasilnya lebih baik dari produksi sebelumnya.

## H. METODE PENELITIAN

### 1. Fokus Penelitian

Makna dari fokus penelitian menunjuk pada materi yang akan dijadikan bahan penulisan skripsi. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah manajemen inovasi siaran dengan menggunakan sebuah sarana/alat yang disebut OB Stage Mobile yang dimanfaatkan oleh Radio Unisi 104,5FM Yogyakarta yang meliputi diterapkannya tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan siaran keliling.

### 2. Model Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, yakni hasilnya lebih menekankan pada proses alur cerita, maka model penelitian dengan strateginya yang paling tepat adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Kirk dan Miller metode penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara hakiki bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya<sup>42</sup>. Bogdan dan Taylor berpendapat metode penelitian kualitatif

---

<sup>42</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 04.

adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati<sup>43</sup>.

Model penelitian ini akan mampu menangkap berbagai informasi baru secara kualitatif dengan deskriptif yang lengkap dan penuh makna yang dapat diserap.

### 3. Sumber Data

Data penelitian ini berupa data kualitatif. Data yang berupa informasi tersebut digali dari bermacam-macam sumber data. Adapun, jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diungkapkan sebagai berikut:

- a. Narasumber atau informan, adalah Koordinator siaran keliling. Penulis mengambil narasumber ini karena rumusan masalah yang penulis rumuskan mengenai manajemen inovasi siaran melalui OB State Mobile dalam siaran keliling koordinator yang bertanggung jawab dan mengetahui secara jelasnya. Koordinator mempunyai tanggung jawab setiap proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi pelaksanaan siaran keliling.
- b. Tempat, terdiri atas lapangan *ngetem*-nya OB Stage Mobile yang dipakai untuk pelaksanaan siaran keliling.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Model penelitian ini berupa penelitian deskriptif kualitatif. Jenis sumber datanya berupa informan (orang) dan tempat. Sesuai dengan model dan sumber data penelitian, maka teknik pengumpulan datanya adalah:

---

<sup>43</sup> *Ibid, Ibid.*

#### a. Observasi

Makna dari observasi adalah tempat yang dijadikan ajang pelaksanaan siaran keliling. Bisa juga diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian<sup>44</sup>.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik observasi non partisipan, yaitu pemeranserta sebagai pengamat<sup>45</sup>. Maksudnya adalah peranan peneliti sebagai pengamat tidak sepenuhnya sebagai pemeranserta tetapi melakukan fungsi pengamatan, peneliti sebagai anggota pura-pura. Peranan seperti ini masih membatasi para subyek menyerahkan dan memberikan informasi terutama yang bersifat rahasia<sup>46</sup>.

Berdasarkan penjelasan di muka peneliti mengamati dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan siaran keliling menggunakan OB Stage Mobile yang dilakukan oleh Radio Unisi 104,5 FM Yogyakarta dengan tidak menjadi anggota.

#### b. Dokumentasi

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan permasalahan penyelidikan<sup>47</sup>.

---

<sup>44</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: GadjahMada University Press, 1998), hlm. 100.

<sup>45</sup> Lexy J. Moleong, *Metode...*, hlm. 177.

<sup>46</sup> *Ibid, ibid.*

<sup>47</sup> Hadari Nawawi, *Op Cit*, hlm. 133.

Pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip yang dimiliki oleh Radio Unisi yang terdiri dari sejarah berdiri dan perkembangan, struktur organisasi, dan arsip siaran (*logbook*) dalam pelaksanaan siaran untuk siaran keliling.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan para informan yang terlibat langsung dalam pelaksanaan siaran keliling. Sedangkan wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula<sup>48</sup>.

Wawancara ini bersifat terbuka dan dilakukan tidak dalam keadaan formal serta dapat dilakukan berulang-ulang. Data atau informasi yang dikumpulkan bisa semakin mendalam dan sangat rinci. Keterbukaan dalam wawancara ini dapat mengumpulkan data atau informasi yang sangat banyak sehingga informan dapat memberikan informasi yang benar dan jujur. Khususnya mengenai perasaan, sikap, dan pandangan terhadap pelaksanaan siaran keliling. Transkrip wawancara hanya sebagai pedoman yang sifatnya luwes dan tidak mengikat. Juga, teknik wawancaranya menggunakan teknik bola salju (*snow ball*), yaitu semakin banyak data atau informasi dari yang maka semakin besar dan lengkap data yang diperoleh.

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data siaran keliling di Radio Unisi dalam hal diterapkannya strategi inovatif dalam

---

<sup>48</sup> Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial (Dasar-dasar dan Aplikasi)*, (Jakarta: Rajawali Press, 1989), hlm. 109.

perencanaan, pengoperasian, dan pelaksanaan siaran keliling. Dimana pedoman wawancara yang dipersiapkan sebelum memulai mengajukan pertanyaan, hanya dicantumkan pokok-pokok penting yang akan ditanyakan. Wawancara yang ditujukan kepada EO (Event Organizing) siaran keliling selaku yang mengetahui, bertanggung jawab, dan pelaksana dalam siaran keliling.

#### 5. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan upaya mengumpulkan data wawancara dengan data yang telah dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi, sehingga akan terkumpul data yang valid dan relevan dengan cara menggabungkan kedua data tersebut yang telah terkumpulkan. Maka, dibutuhkan keseriusan dan ketelitian dalam proses pengumpulan data supaya tidak terjadi kesalahan.

#### 6. Analisis Data

Analisis Data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, dokumentasi, interview, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman paenelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain<sup>49</sup>.

Setelah data dikumpulkan maka dalam penelitian kualitatif ini yang dilakukan adalah memberi *nomor halaman* data sebagai langkah kerja awal untuk pengaturan data. Langkah selanjutnya adalah memberi *daftar kode* pada data yang telah diberi nomor halaman tersebut. Setelah memberi nomor

---

<sup>49</sup> Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Teknik)*, (Bandung: Tarsito, 1985), hlm. 140.

halaman dan daftar kode, perlu dibuat rancangan penomoran pada unit-unit atau bagian-bagian yang akan dianalisis.

Dalam penelitian kualitatif ini, proses analisis datanya menyajikan tiga komponen, yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan<sup>50</sup>.

1. Reduksi data merupakan proses seleksi dan penyederhanaan dari hasil pengumpulan data di lapangan (*fieldnote*). Proses itu berlangsung selama mengadakan penelitian. Oleh karena itu, reduksi data dilakukan dengan membuat intisari atau ringkasan dari catatan yang diperoleh pada saat pengumpulan data di lapangan.
2. Sajian data merupakan penyusunan data dalam bentuk deskriptif kalimat yang sistematis. Dengan demikian, semua data yang telah disusun dalam bentuk kalimat yang disajikan dengan baik sehingga dapat pula dibaca dan dipahami.
3. Penarikan kesimpulan atau *verifikasi* merupakan kegiatan yang menyimpulkan data-data setelah melakukan kegiatan reduksi data dan sajian data. Kegiatan di dalam langkah penarikan simpulan itu pun dapat dilakukan untuk mengulang dan menelusuri kembali data-data yang belum dimasukkan.

---

<sup>50</sup> Heribertus B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Metodologi Penelitian untuk Ilmu-ilmu Sosial dan Budaya*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 1996), hlm. 82.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis pada bab-bab sebelumnya, mengenai “Manajemen Siaran Keliling Melalui OB Stage Mobile oleh Radio Unisi 104.5 FM Yogyakarta” dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Pada tahapan perencanaan yang ada di manajemen siaran keliling sudah tersusun dengan baik, hal ini terlihat dari beberapa tahap dalam proses pelaksanaan siaran keliling dan penyelenggaraan event, yang meliputi rapat dan survey. Pada tahap ini yang terpenting adalah survey, karena dengan survey proses berjalannya acara dapat dipenuhi. Penggunaan OB Stage Mobile juga memiliki kekurangan.
- b. Pada tahapan pengorganisasian, manajemen siaran keliling Radio Unisi membagi dalam beberapa bagian serta dengan tugas masing-masing. Peran paling dominan yang ada pada manajemen siaran keliling Radio Unisi adalah dipegang oleh koordinator siaran keliling yang mana hal ini terlihat dari banyaknya tugas yang dilakukan. Sebenarnya yang perlu mendapatkan perhatian utama dalam pengorganisasian adalah sumber daya manusia (SDM) yang mengelola.
- c. Tahapan penggerakan merupakan tahapan yang penting dalam sebuah manajemen, begitu juga dalam manajemen siaran keliling Radio Unisi

yang mana penggerakan dilakukan oleh Direktur Utama Radio Unisi menyerahkan seluruh tanggung jawab acara kepada koordinator siaran keliling dalam menggerakkan kru siaran keliling untuk melaksanakan tugasnya dengan jalan memberikan motivasi dan juga menjalin komunikasi. Salah satu motivasi yang diberikan adalah dengan memberikan bonus kepada mereka yang menjalankan tugas dengan baik dan benar dan hal ini merupakan salah satu cara yang baik untuk meningkatkan kinerja tim.

- d. Pengawasan terhadap proses siaran dan event dilakukan dalam dua hal. Pertama, dengan pengawasan secara langsung yang dilakukan ketika siaran atau event berlangsung oleh koordinator siaran keliling sendiri. Kedua, evaluasi yang disebut pengawasan tidak langsung. Evaluasi ini dilakukan pasca acara selesai, baik saat masih di lokasi atau diskusi maupun melalui pertemuan resmi atau rapat, dan yang menjadi topik pembahasan adalah kiranya jika ada kekurangan yang dapat diperbaiki. Dari evaluasi yang ada menjadi masukan positif untuk perencanaan pelaksanaan siaran dan penyelenggaraan event selanjutnya..

## **B. KRITIK DAN SARAN**

OB Van dibuat untuk mendukung sebuah siaran langsung dari luar studio. Melihat harga, biaya perawatan dan pajak yang tinggi, memiliki OB Van justru akan membebani keuangan perusahaan jika radio tidak sering mengadakan kegiatan luar ruang yang mendatangkan uang.

Banyak hal-hal yang salah kaprah berkaitan dengan keberadaan OB Van bagi eksistensi sebuah station radio :

- a) Lebih gaya, lebih mentereng jika memiliki OB Van.

Bagus/tidaknya sebuah radio siaran lebih ditentukan oleh daya pancar, pemilihan lagu, kreatifitas acara, dan *announcing* skill penyiar.

- b) Siaran langsung harus dilakukan dengan OB Van.

Perkembangan teknologi mempermudah untuk melakukan siaran langsung. Dengan biaya yang jauh lebih murah dan peralatan yang lebih ringan, station radio bisa melakukan siaran langsung tanpa harus membawa OB Van. Mulai dari pemancar mini, bahkan jaringan telepon/handphone pun saat ini kualitasnya sudah cukup layak digunakan sebagai media siaran langsung.

- c) Lebih pede melakukan liputan jika menggunakan OB Van.

Melihat bentuknya yang besar, OB Van justru membuat reporter menjadi kurang gesit dalam mengejar berita dan narasumber. Jika diminta memilih, kendaraan ideal seorang reporter adalah yang ramping seperti sepeda motor.

- d) Narasumber lebih suka diwawancara oleh radio yang memiliki OB Van.

Narasumber seperti ini perlu di edukasi, lebih penting mana: OB Van atau wawancaranya?

- e) Pemasang iklan lebih suka beriklan di radio yang memiliki OB Van

Jika menurut klien OB Van adalah hal penting, bisa saja kita turuti kemauannya. Kita bisa menyewa OB Van dalam jangka waktu tertentu sesuai

keinginan klien. Yang jadi masalah, apakah setelah kita sediakan OB Van, klien bersedia menyetujui proposal promosi yang kita ajukan? Jawabannya belum tentu, bisa saja disetujui jika ada *budget*. Apakah si klien mau menambah dana promosinya jika kita menyediakan OB Van? Sekali lagi, belum tentu. Dimana klien akan beriklan? Jawabnya tentu saja di radio bukan di OB Van.

Melihat “salah kaprah” diatas, rasanya perlu untuk berpikir dengan sehat, fungsi utama OB Van adalah sebagai alat siaran luar ruang, bukan untuk menaikkan *prestige*.

Saran dari penulis yaitu ;

- a) Gunakanlah OB Van untuk mendatangkan pemasukan dari iklan, jangan sampai OB Van justru menjadi pos pengeluaran. Jika akan menggunakan OB Van untuk siaran luar ruang, pastikan ada klien yang mau mensponsori acara itu. Dengan begitu OB Van sudah digunakan sebagaimana mestinya.
- b) Melakukan rekrutmen jika memang diperlukan untuk mengisi jabatan dalam manajemen siaran keliling. Karena tim inti dalam manajemen siaran keliling OB Stage Mobile adalah para staff dan karyawan perusahaan Radio Unisi. Jadi mereka terbagi tugas antara perusahaan dan manajemen siaran keliling, yang nantinya akan mengcaukan tugas masing-masing.
- c) Melakukan penambahan struktur jabatan dalam manajemen siaran keliling, yaitu sekretaris dan bendahara. Sehingga setiap orang tidak berperan ganda.

### C. KATA PENUTUP

*Alhamdulillah*, puji syukur ke hadirat Allah S.W.T yang tak henti-hentinya penulis ucapkan. Kendati banyak rintangan dan musibah yang sempat mewarnai dalam penyelesaian skripsi ini, namun tidak memutuskan semangat yang telah diberikan Allah S.W.T kepada penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah skripsi ini. Karya ilmiah ini diselesaikan sebagai salah satu syarat akhir untuk menyangang gelar Sarjana Sosial Islam (S. Sos. I).

Tidak lupa pula penulis haturkan *matur nuwun* sedalam-dalamnya bagi semua pihak yang telah membantu penulis atas proses penulisan karya ilmiah skripsi ini. Dengan doa, dukungan spiritual semua pihak, dan usaha penulis, akhirnya penulisan karya ilmiah skripsi terselesaikan, walau dibutuhkan waktu yang tak singkat. Satu hal yang penulis sadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ilmiah skripsi ini.

Semoga karya ilmiah atau skripsi ini dapat membuktikan penulis sebagai alumni mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah di UIN Sunan Kalijaga yang tidak sekedar cuma-cuma mendapat gelar Sarjana. Adanya skripsi ini diharapkan bermanfaat untuk kepentingan penulis di hari-hari yang akan datang. Selain itu, semoga karya ilmiah atau skripsi ini dapat bermanfaat, terlebih sebagai referensi ilmu khususnya bagi penulis skripsi selanjutnya dan pembaca karya ilmiah pada umumnya.

Atas segala kekurangan yang ada, penulis haturkan *pangapunten* yang sebesar-besarnya. Amien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Salam, Zarkasji, dkk. 1996. *Pedoman Penelitian IAIN Sunan Kalijaga*. Yogyakarta: Balai Penelitian P3M IAIN Sunan Kalijaga.
- Effendy, Onong, Uchjana. 1989. *Ilmu Komunikasi Ilmu dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya Offset.
- \_\_\_\_\_. 1990. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Faisal, Sanapiah. 1989. *Format-format Penelitian Sosial (Dasar-dasar dan Aplikasi)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Handoko, T. Hani. 1995. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE UII.
- “[Http://www.itpin.com/blog/2006/07/24/dari-invention-ke-innovation/](http://www.itpin.com/blog/2006/07/24/dari-invention-ke-innovation/)”. akses 30 Maret 2008.
- “[Http://www.sc.com.my/ENG/HTML/resources/press/pr\\_20050921bm.html](http://www.sc.com.my/ENG/HTML/resources/press/pr_20050921bm.html)”. akses 30 Maret 2008.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKiS.
- Mifrokhah. 2004. “*Studi Tentang Radio sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen di Rakosa Female Radio)*” Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Mintzberg, H. & Quinn, B. C. 1991. *The Strategy: Process, Concepts, Contens, Cases, (Second Edition)*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Moleong, Lexy, J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Muhadjir, Noeng. 1985. *Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Teknik)*. Bandung: Tarsito.
- Munajad, Arif. 2004. “*Manajemen Penyiaran Agama Islam (dalam Acara Sasisoma) di Radio Geronimo Yogyakarta*” Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Prayudha, Harley. 2004. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia.
- Qosim, Nanang. 2002. “*Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Suara al-Mabrur) Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)*” Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- RAJ, Team. 2007. *Handout Panduan Praktikum di Radio Anak Jogja*. Yogyakarta: RAJ.
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Siagian, Sondang P. 1992. *Fungsi-fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silalahi, Ulbert. 1996. *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Supriyanto, Eko, dkk. 2004. *Inovasi Pendidikan*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Suryabrata, Sumadi. 1993. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sutopo, Heribertus B. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Aplikasinya dalam penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University.
- \_\_\_\_\_. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Metodologi Penelitian untuk Ilmu-ilmu Sosial dan Budaya*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Swastha, Basu, dkk. 1985. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Syamsi, Ibnu. 1994. *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Rineka Cipta.

Terry, G. R. (alih bahasa J. Smith D. F. M). 1991. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahyudi, J. B. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: PT Gramedia Utama.

Winardi (pen). 1986. *Asas-asas Manajemen*. Bandung: Alumni.

The background of the page features a large, faded watermark of the University of Indonesia logo. The logo is a shield-shaped emblem with a central figure and text, rendered in a light, semi-transparent style.

# *LAMPIRAN*

## **INTERVIEW GUIDE**

1. Survei yang dilakukan dalam menyikapi permintaan pasar oleh pihak Radio sebelum OB State Mobile dibuat?
2. Alasan dibuatnya OB Stage Mobile?
3. Strategi yang dilakukan oleh pihak Radio dalam menyesuaikan permintaan pasar dengan menggunakan OB State mobile?
4. Maksudnya “pandangan mata”?
5. Dalam masalah dana, pencarian dana untuk mengoperasikan OB Stage Mobile dari mana saja?
6. Siapa saja tim inti siaran keliling Radio Unisi?
7. Apa saja tugas dan tanggung jawab setiap personel tim inti?
8. Bagaimana proses perencanaan di manajemen siaran keliling Radio Unisi?
9. Bagaimana proses pengorganisasian di manajemen siaran keliling Radio Unisi?
10. Bagaimana proses penggerakan di manajemen siaran keliling Radio Unisi?
11. Bagaimana proses pengawasan di manajemen siaran keliling Radio Unisi?

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama	<b>Abadani Ahda</b>
Tempat, tanggal lahir	<b>Surakarta, 02 Februari 1986</b>
Umur	<b>22 tahun 8 bulan 27 hari</b>
Jenis kelamin	<b>Laki-laki</b>
Alamat	<b>Tuwak Wetan 27 RT 01/001 Gonilan Sukoharjo 57162 Jawa Tengah</b>
Telepon	<b>0815 4851 1894</b>
Email	<b>Abda_mgpro@yahoo.com</b>

### **PENDIDIKAN :**

1. TK 'Aisyiah angk. 1996.
2. SD Djama'atul Ichwan Surakarta, angk. 1998.
3. SLTP N 25 Surakarta, angk. 2001.
4. SMU Muhammadiyah 2 Surakarta, angk. 2004.
5. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Lulus tahun 2008.

### **PENGALAMAN ORGANISASI :**

1. Anggota OSIS SMU Muhammadiyah 2 Surakarta periode 2002-2003, seksi humas.
2. Anggota Dewan Ambalat SMU Muhammadiyah 2 Surakarta periode 2002-2003, seksi humas & transportasi.
3. Ketua Divisi Badminton UKM Olah Raga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta periode 2005-2006.
4. Wakil Ketua Umum UKM Olah Raga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta periode 2006-2007.
5. Bassist Clakhsound periode 2006-sekarang.
6. Ketua bagian Listrik Wisma Bonkkenk Sapen GK I/388 Demangan Baru Yogyakarta periode 2006-2008.