



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah cara-cara yang ditetapkan terlebih dahulu, dengan cara mana perusahaan akan berjalan ke arah tujuan luas yang menyangkut finansial, operasi atau aspek-aspek perusahaan, (Ramlie, 1997:25).

Untuk itu Pelaksanaan Strategi sangat diperlukan dalam melakukan tindakan dalam manajemen strategis, karena pelaksanaan strategi sering dianggap sangat sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen, dan pengorbanan untuk strategi yang sukses. Pelaksanaan strategi di dalamnya menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada, rekonstruksi, dan merevisi rencana kompensasi dan insentif, (Ramlie, 1997:110).

2.2 Tahapan Strategi

Tahapan-tahapan strategi terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi. Secara jelasnya tahapan-tahapan tersebut adalah, (Ramlie, 1997:65). :

- a. Perumusan Strategi Kegiatan mengembangkan visi-misi organisasi. Visi adalah sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis, sedangkan misi adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



pernyataan jangka panjang yang membedakan suatu bisnis dari suatu bisnis serupa yang lain.

- b. Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi. Peluang dan ancaman eksternal adalah peristiwa, tren, ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti dimasa depan.
- c. Menentukan Kekuatan dan Kelemahan Internal Organisasi. Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen disetiap perusahaan.
- d. Menetapkan tujuan jangka panjang organisasi. Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang perlu dicapai organisasi dalam memenuhi misi utamanya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan juga penting untuk keberhasilan organisasi karena tujuan menentukan arah, membantu dalam melakukan evaluasi, menciptakan sinergi, menunjukkan prioritas, memusatkan koordinasi.
- e. sejumlah strategi alternatif untuk organisasi. strategi alternatif merupakan langkah yang menggerakkan perusahaan dari posisinya sekarang ini menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan. Strategi alternatif tidak datang dengan sendirinya, melainkan diturunkan dari visi, misi tujuan (sasaran), audit eksternal dan internal.
- f. Memilih strategi tertentu untuk digunakan. Memilih strategi tertentu untuk digunakan merupakan tugas dari perencana strategi dengan mempertimbangkan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kelebihan, kekuarangan, kompromi, biaya dan manfaat dari semua strategi. Langkah pemilihan yaitu dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi.

Ada beberapa hal yang mendasari untuk mengevaluasi Strategi,(Ramlie,1997:4).
yaitu :

a. Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal

Berbagai faktor eksternal dan internal dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan. Faktor eksternal seperti tindakan pesaing, perubahan permintaan, perubahan teknologi, perubahan ekonomi, pergeseran demografi, dan tindakan pemerintah.

b. Mengukur kinerja

Mengukur kinerja diantaranya yaitu dengan membandingkan hasil yang sebenarnya,mengevaluasi kinerja individu dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang ditetapkan.

c. Melakukan tindakan-tindakan korektif.

Melakukan tindakan-tindakan korektif menuntut adanya perubahan reposisi perusahaan agar lebih berdaya saing dimasa depan. Tindakan korektif harus menempatkan organisasi pada posisi yang lebih baik agar bisa memanfaatkan kekuatan internalnya, mengambil kesempatan dari peluang eksternal.

Pada pelaksanaannya sebuah strategi harus bisa berjalan dengan baik agar apa yang direncanakan bisa tercapai dengan dengan baik. Sebuah strategi bisa dikatakan efektif apabila:

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Strategi tersebut secara teknis dapat dikerjakan.
- b. Sesuai dengan mandat, misi dan nilai-nilai organisasi.
- c. Dapat membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang.
- d. Sesuai dengan isu strategi yang hendak dipecahkan.

C Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2.3 Perumusan Strategi

Menurut Ramlie, (1997:31). Perumusan strategi adalah proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* yang terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi yaitu :

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan
- b. Menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategi yang dirancang
- d. Menentukan tujuan dan target terukur dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi
- e. Memilih strategi yang sesuai untuk jangka pendek dan panjang

2.4 Pengertian Penyiar

Penyiar radio adalah orang yang bisa mengkomunikasikan gagasan, konsep dan ide sekaligus membawakan dan menyiarkan suatu program di radio. Penyiar radio memiliki tanggung jawab pada acara yang dibawakan, sehingga acara tersebut bisa berjalan dengan lancar. Untuk memuaskan para pendengar, seorang penyiar harus memiliki kemampuan dan bisa berperan dalam banyak hal, (Morissan,2008:29).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Penyiar dapat mewakili citra dari stasiun radio. Selain siaran, seorang penyiar memiliki tugas dan tanggung jawab lainnya sesuai dengan kemampuan mereka jika diperlukan. Selain suara bagus, penyiar juga harus bisa mengoperasikan peralatan siaran. Serta bisa menyiapkan dan menulis bahan siarannya sendiri.

2.5 Keterampilan dan Kualitas Penyiar

Dalam menyampaikan siarannya penyiar harus menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami oleh para pendengarnya. Selain itu penyiar juga diharapkan memiliki kesederhanaan menyangkut hal-hal yang bersifat fisik. Tetapi juga hal dalam penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya mengkomunikasikannya. Penyiar juga harus bisa mempunyai rasa kedekatan dengan para pendengarnya dan juga mengetahui target audiensnya. Penyiar harus tahu pasti siapa pendengarnya pria atau wanita, umur, pendidikan, pekerjaan, minat maupun program apa yang mereka butuhkan dan mereka sukai. Disini seorang penyiar juga harus tahu bagaimana teknik siaran, diantaranya, (Romli,2004:31).

a. *Ad Libitium.*

Ad libitium yaitu teknik siaran dengan cara berbicara santai, enjoy, rileks tanpa beban atau tekanan, sesuai dengan selernya dan tanpa naskah.

b. *Script Writing*

Script Writing yaitu penyiar melakukan siaran dengan cara membawa naskah siaran yang sudah disusunnya.

Agar tidak terkesan membaca. Agar bisa menjadi seorang penyiar yang bisa menyajikan sebuah program siaran dan bisa diterima oleh seluruh



pendengar maka penyiar harus bisa meningkatkan kualitas siarannya terutama untuk penyiar baru. Salah satu bentuk upaya yang bisa dilakukan diantaranya adalah dengan rutin mengadakan berbagai bentuk pelatihan tentang broadcasting. Pelatihan ini tentunya bisa memberikan ilmu baru hingga bisa dipraktekan saat siaran. Ketika persaingan semakin tinggi di dalam perkembangan industri media khususnya di kalangan radio di masa sekarang. Penyiar pada sebuah stasiun penyiaran radio harus memiliki kemampuan dan dapat berperan dalam banyak hal. karena salah satu kegunaan penyiar adalah bisa mewakili citra stasiun penyiaran radio. Penyiar paling tidak bisa memiliki suara yang bagus dan memiliki ciri suara yang khas,serta bisa juga mengoperasikan peralatan siaran,juga harus bisa memiliki kemampuan menulis paling tidak untuk mempersiapkan bahan materi yang akan dibawakannya selama mengudara (*On Air*), (Romli,2004:32).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2.6 Pengemasan *advertising*/iklan yang baik dari penyiar

Untuk menarik konsumen di sebuah perusahaan radio harus membuat iklan yang baik dan efektif guna mampu menyampaikan iklan yang baik dan efektif kepada para pendengar penyiar harus melakukan proses siaran sebagai berikut kriteria iklan yang harus diperhatikan pada saat siaran radio, (Effendy,2003:49).

1. Tujuan iklan harus jelas, Bagaimana kita harus mengemas iklan dengan informasi lengkap,alasan mengapa konsumen harus menggunakan produk anda akan membuat mereka sadar untuk membeli produk anda.



2. Media pemasaran yang tepat, Produk yang ditawarkan dengan media pemasaran yang akan mudah dikenal oleh para pendengar.
3. Kemasan iklan yang unik, kreatif, dan tepat sasaran, kita harus mengemas iklan semenarik mungkin dan mampu membuat konsumen yakin untuk menggunakannya.



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dari penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa penulis yang diketahui, diantaranya :

Pertama, penelitian dilakukan oleh Ani Triyanti tahun 2010 dengan judul Kecakapan Penyiar dalam menjalankan profesi kepenyiaran. Dalam penelitian ini permasalahan bertujuan untuk mengetahui bagaimana kecakapan penyiar radio UNISI dalam menjalankan profesinya dalam kepenyiaran di radio yang menyatakan bahwa kecakapan yang dimiliki seorang penyiar meliputi komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, pengucapan, dan kontrol suara. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif.

Dan yang menjadi pembeda antara penelitian saya dan penelitian dari penelitian ini ialah dalam penelitian yang saya buat adalah mengetahui bagaimana strategi beserta langkah dan cara-cara pihak manajemen Radio Muara AM dalam meningkatkan kualitas penyiaran yang tujuannya ialah agar muara tetap bisa menjaga eksistensinya di bidang penyiaran radio, sedangkan pada penelitian terdahulu ini hanya ingin mengetahui bagaimana cara penyiar bercakap pada saat melakukan siaran di Radio UNISI dalam menyajikan informasinya kepada khalayak umum agar intonasinya dapat efektif dan bisa diterima dengan baik oleh para pendengar.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Azis tahun 2008. Dengan judul Strategi Radio Sonora Yogyakarta dalam persaingan bisnis Siaran Radio. Dalam penelitian ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penulis Bertujuan dan membahas masalah penelitian bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengelola dunia bisnis radio hingga bisa bersaing dengan radio lain. Dan program siarannya agar bisa diterima di masyarakat. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan observasi mengamati penelitian langsung di Radio Sonora Yogyakarta, dan hasil penelitiannya ialah Radio Sonora memiliki pemasaran dan promosi bisnis yang baik melalui online dan dari media cetak beserta surat kabar.

Hingga berpusat sampai ke pelosok daerah-daerah yang lainnya dan promosi sampai ke luar daerah tidak hanya di sekitar Yogyakarta saja. Yang jadi pembeda antara penelitian ini dan penelitian dari saya ialah penelitian saya mengulas mengenai strategi penyiaran dari permasalahan internal saja agar bisa menjaga eksistensi bukan mengulas dari hal persaingan bisnis, sedangkan dari penelitian terdahulu ini dia memfokuskan strategi dalam hal bersaing dengan radio yang lainnya tentu saja ini ada kaitanya dengan strategi pemasaran di dalamnya.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah Nasution tahun 2010 dengan judul Strategi Radio Prambors dalam upaya mempertahankan pendengar siaran putuss sama nataya di Prambors Yogyakarta. Dalam permasalahan penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Radio Prambors Yogyakarta dalam upaya mempertahankan pendengar siaran Putuss sama Nataya.

Metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode penelitian kualitatif dengan cara interview dan wawancara oleh beberapa orang di internal Stasiun Prambors untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam mempertahankan program acara tersebut dan hasil dari penelitian ini ialah Radio Prambors menggunakan strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus pendengar, dan strategi penyimpanan



sumber program dalam upaya untuk mempertahankan siaran Putuss dengan Nataya tersebut. Yang menjadi pembeda antara penelitian saya dengan penelitian ini ialah dilihat dari hasil penelitiannya dari hasil penelitian saya menggunakan strategi komunikasi, perencanaan program, evaluasi strategi, dan strategi penyiaran.

Karena rumusan masalah dari penelitian saya adalah ingin mengetahui strategi penyiaran yang meliputi seluruh program untuk peningkatan kualitas penyiaran. Kalau penelitian terdahulu ini hanya memfokuskan dan melibatkan strategi dari salah satu program saja bukan keseluruhan program dan analisis program seperti yang saya teliti.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Tri Dewi Mei Ira Wati tahun 2013 dengan judul "strategi penyiaran program acara "semarakata" di Radio Swara Slenk FM 92,5 MHZ rumusan masalah dari penelitian ini ialah bagaimanakah strategi penyiaran program acara "semarakata" di Radio Swara Slenk FM 92,5 MHZ dalam menarik minat para pendengarnya.

Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode wawancara dan interview dalam penelitian ini teknik yang digunakan menggunakan metode pengambilan sumber data human (manusia) dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dan hasil dari penelitian ini ialah strategi pengemasan program acara semarakata di radio Swara Slenk FM dalam membangun masyarakat yang melek akan budaya bagi pendengarnya, sebagai Pemilihan tema dilakukan dengan memberikan kebebasan kepada program director dan narasumber untuk dapat mengembangkan tema yang ada atau ketentuan segmentasi menurut kreatifitasnya sendiri. Hal ini dilakukan oleh Radio Swara Slenk FM untuk memberikan keleluasaan kepada program director dan narasumber dalam mengeksplorasi kemampuan dan talentanya dalam mengolah suatu tema budaya. Maka hal



yang dapat membedakan antara kedua penelitian ini ialah dari masalah dan tujuan penelitian saya adalah strategi untuk meningkatkan kualitas penyiarannya yang melibatkan seluruh strategi yang digunakan dalam menjaga eksistensinya di dunia penyiaran yang akan menentukan peningkatan dalam kualitas penyiaran.

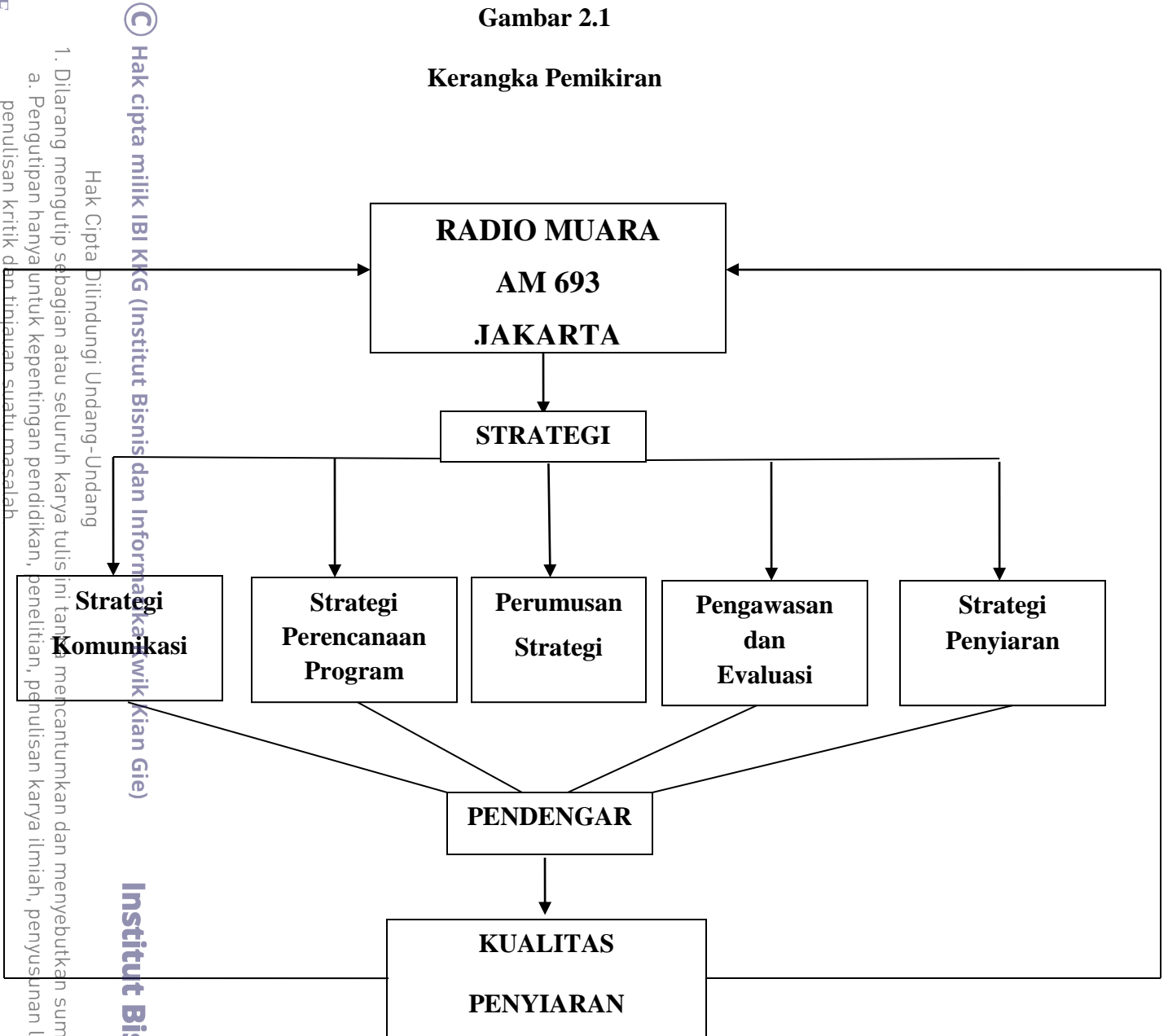
Sedangkan pada penelitian ini penulis hanya memfokuskan penelitiannya terhadap penyiaran 1 program saja yang dalam strategi dalam menarik minat para pendengarnya saja. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Propitasari tahun 2016 dengan judul penelitian Strategi pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam meningkatkan jumlah pemasang iklan. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Strategi pemasaran apa yang diterapkan oleh Radio Utari FM Cilacap dalam meningkatkan jumlah pemasang iklan. Dan metode penelitian yang digunakan oleh penulis ialah metode penelitian kualitatif deskriptif dan berdasarkan hasil penelitian yang di lapangan ialah strategi pemasaran yang dilakukan melalui elemen periklanan. Yang dimaksud dengan Elemen periklanan yaitu penggunaan media cetak seperti brosur, dan penggunaan media luar ruangan seperti benner, spanduk, dan baliho lalu melalui elemen kehumasan yaitu menjaga hubungan baik dengan pendengar agar setia mendengarkan siaran radio Utari FM Cilacap, kemudian juga menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak seperti Bawaslu, KPU dan kepolisian sebagai salah satu cara untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan alur pemikiran pada gambar kerangka pemikiran diatas bahwa Radio Muara memiliki berbagai macam strategi untuk meningkatkan kualitas penyiarannya yang tujuannya ialah menarik perhatian para pendengarnya. Setiap perusahaan pasti ingin sekali dinilai di mata para konsumen baik produk atau jasa nya di mata para pendengar begitu pula dengan stasiun radio yang tugasnya menyiarkan sebuah program acara yang ingin dinilai berkualitas di mata para pendengar, oleh karena itu dalam menentukan baik atau buruknya kualitas di mata para pendengarnya. Strategi komunikasi dalam penyampaian sebuah pesan sangat diperlukan pada saat penyiar menyampaikan sebuah pesan yang informatif dan berkualitas kepada khalayak, karena salah satu modal utama di radio hanya berbicara dan berdialog hal itu merupakan kunci besar dalam peningkatan kualitas penyiaran di radio.

Setiap program acara di radio yang ingin direncanakan pasti akan melibatkan beberapa divisi yang akan menentukan ide awal format program acara yang nantinya akan disiarkan, apakah program acara ini mengundang minat para pendengar atau tidak karena strategi penentuan perencanaan program juga sangat diperlukan oleh Program Director untuk memilah-milih program acara yang berkualitas dan program seperti apa yang nantinya akan mengundang minat para pendengar.

Oleh karena itu stasiun radio sangat diperlukan proses pengawasan dan evaluasi yang akan menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran dan karyawannya. Pengawasan harus dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan di tiap perusahaan. Yang nantinya berfungsi untuk menjadi pijakan dalam mengukur hasil kinerja di dalam perusahaan agar bisa kembali efektif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa izin IBKKG.
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa izin IBKKG.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa izin IBKKG.
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa izin IBKKG.
2. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa izin IBKKG.



Hal yang sangat perlu diperhatikan pada saat menyiarkan sebuah program acara adalah pembawaan dari tiap penyiar terhadap program acaranya. Karena kualitas penyiaran itu dapat dilihat dan dimonitor melalui pembawaan program acaranya, jika program acara yang dibawakan oleh penyiar dinilai kurang efektif dan kurang berkualitas dalam menarik minat para pendengarnya maka otomatis rating program acara itu juga akan menurun. Oleh karena itu sangat diperlukan keterampilan dan kreativitas dari para penyiarnya yang bertanggung jawab besar terhadap jalannya proses penyiaran. Karena baik dan buruknya suatu kualitas penyiaran dapat dilihat dari rating. Jika rating yang dilihat sangat tinggi maka program acara itu dinilai efektif dan berkualitas di benak para pendengarnya dan siap bersaing dengan stasiun radio yang lainnya. Berikut adalah 8 kriteria seorang penyiar yang baik, (Prayudha,2005:46).

1. Mempunyai kualitas vocal yang memadai.
2. Memahami dan menguasai format radionya.
3. Mampu melaksanakan *script reading* dengan baik.
4. Memahami secara mendalam segmen radio.
5. Mampu menghasilkan gagasan kreatif.
6. Memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengar.
7. Mampu bekerja sama dalam tim.
8. Menjadi diri sendiri *Be Yourself*.