

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

A. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan salah satu bentuk atau tipe dari komunikasi. Menurut Stanley J. Baran dan Dennis K Davis (2010 : 6), ketika sebuah organisasi atau perusahaan menggunakan teknologi sebagai sebuah media untuk berkomunikasi dengan khalayak yang besar, maka akan terjadi sebuah proses komunikasi yang disebut komunikasi massa (*mass communication*). Berdasarkan definisi diatas, komunikasi massa diartikan juga sebagai sebuah interaksi dengan khalayak dalam jumlah yang besar seperti berorasi atau berpidato dan sebagainya.

Komunikasi Massa juga dapat dilakukan melalui media, baik melalui media cetak ataupun media elektronik. Melalui media cetak seperti lewat koran, majalah dan sebagainya. Melalui media elektronik seperti melalui televisi, radio, ataupun media *online*. Komunikasi Massa melalui media ini bersifat satu arah, dan tidak memungkinkan adanya atau terjadinya *feedback* atau umpan balik terhadap pesan yang disampaikan melalui sebuah media tersebut.

Media *Online* atau *internet* juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. *Internet* berkembang semakin pesat seiring berkembangnya teknologi. Selain berfungsi untuk mencari informasi, sekarang *internet* juga menjadi media untuk berbisnis. Sebut saja *Online Shop* yang sedang marak dilakukan oleh pengguna media *internet* dan pebisnis tentunya. *Internet* menjadi sarana untuk mengkomunikasikan apa yang pebisnis





serta pedagang ingin menyampaikan kepada khalayak luas. Dalam hal ini informasi atau pesan yang disampaikan adalah mengenai produk-produk yang ingin diperdagangkan.

Dennis McQuail dalam (Morissan, 2010 : 9-10), menjelaskan proses komunikasi massa yang sekaligus menjelaskan ciri atau karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

a. Ciri utama yang paling jelas yang dimiliki media massa adalah bahwa institusi ini dirancang untuk dapat menjangkau masyarakat luas. Potensi audien dipandang sebagai kumpulan orang dalam jumlah besar yang memiliki sifat tidak saling mengenal satu sama lain. Begitu pula hubungan antara pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*), adalah tidak saling mengenal.

b. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu pihak (*one-sided*) dan tidak ditujukan kepada orang-orang tertentu saja (*impersonal*) dan terdapat jarak sosial dan jarak fisik yang memisahkan kedudukan pengirim dan penerima pesan.

c. Pengirim pesan biasanya memiliki lebih banyak otoritas, keahlian dan juga gengsi (*prestige*) dibandingkan penerima pesan.

d. Audien media massa terdiri atas kumpulan besar orang yang terletak tersebar dan bersifat pasif karena tidak memiliki kesempatan untuk memberikan respons atau berpartisipasi dalam proses komunikasi dengan cara yang alami (orisinil).

Sedangkan karakteristik komunikasi massa (Farelbae, 2009), dijelaskan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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. Ditujukan pada khalayak yang luas, heterogen, anonim, tersebar dan tidak mengenal batas geografis-kultural.

b. Bersifat umum, bukan perorangan atau pribadi. Kegiatan penciptaan pesan melibatkan orang banyak dan terorganisasi.

c. Pola penyampaian bersifat cepat dan tidak terkendala oleh waktu dalam menjangkau khalayak yang luas.

d. Penyampaian pesan cenderung satu arah.

e. Kegiatan komunikasi terencana, terjadwal dan terorganisasi.

f. Penyampaian pesan bersifat berkala, tidak bersifat temporer.

g. Isi pesan mencakup berbagai aspek kehidupan manusia (ekonomi, sosial, budaya, politik dll).

2. Radio Sebagai Bentuk Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki bentuk-bentuk yang beragam. Televisi, radio dan media online seperti *internet* adalah bentuk-bentuk dari komunikasi massa. Radio sebagai salah satu bentuk komunikasi massa memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan yang ada di tengah-tengah masyarakat atau khalayak umum. Pada masa lampau sebelum



kemunculan televisi, radio merupakan salah satu produk elektronik yang sangat digemari masyarakat, karena dapat menghibur masyarakat dari program acara yang disiarkan oleh *radio stations* tersebut. Menurut Moeryanto Ginting, yang dikutip A. Ius Y. Triartanto (2010 : 30), radio merupakan alat komunikasi massa yang menggunakan lambang komunikasi yang berbunyi. Maka, dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan, seperti dalam (Satria, 2011), bahwa radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik).

Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Gelombang radio adalah satu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik dimodulasi (dinaikkan frekuensinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam suatu spektrum elektromagnetik. Gelombang radio ini berada pada jangkauan frekuensi 10 hertz (Hz) sampai beberapa gigahertz (GHz), dan radiasi elektromagnetiknya bergerak dengan cara osilasi elektrik maupun magnetik. Gelombang elektromagnetik lainnya, yang memiliki frekuensi di atas gelombang radio meliputi sinar gamma, sinar-X, inframerah, ultra violet, dan cahaya terlihat.

Ketika gelombang radio dipancarkan melalui kabel, osilasi dari medan listrik dan magnetik tersebut dinyatakan dalam bentuk arus bolak-balik dan voltase di dalam kabel. Hal ini kemudian dapat diubah menjadi signal audio atau lainnya yang membawa informasi. Meskipun kata 'radio' digunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan alat penerima gelombang suara, namun transmisi gelombangnya dipakai sebagai dasar gelombang pada televisi, radio, radar, dan telepon genggam pada umumnya. Dasar teori dari perambatan gelombang elektromagnetik pertama kali dijelaskan pada tahun 1873

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.



oleh James Clerk Maxwell dalam papernya di *Royal Society* mengenai teori dinamika medan elektromagnetik (*A dynamical theory of the electromagnetic field*), berdasarkan hasil kerja penelitiannya antara tahun 1861 dan tahun 1865.

Radio ditemukan pada tahun 1877, meskipun demikian, barulah pada tahun 1878 David E. Hughes muncul sebagai orang pertama yang mengirimkan dan menerima gelombang radio ketika dia menemukan bahwa keseimbangan induksinya menyebabkan gangguan ke telepon buatannya. Hughes mendemonstrasikan penemuannya kepada *Royal Society* pada tahun 1880, tetapi penemuannya tersebut hanya dianggap banyak orang sebagai suatu induksi semata. Pada akhirnya, Heinrich Rudolf Hertz pada tahun 1886 dan tahun 1888 muncul sebagai tokoh yang pertama kali membuktikan teori Maxwell melalui eksperimen, memperagakan bahwa radiasi radio memiliki seluruh properti gelombang (sekarang disebut gelombang *Hertzian*), dan menemukan bahwa persamaan elektromagnetik dapat diformulasikan ke persamaan turunan partial disebut persamaan gelombang, (Satria, 2011).

Sebagai bentuk dari komunikasi massa, media penyiaran seperti radio sangat krusial perannya di tengah masyarakat. Hal ini dikarenakan antara media penyiaran radio dengan masyarakat hubungannya adalah langsung, dalam artian proses penyampaian dan penerimaan informasi atau pesan yang terjadi langsung tanpa perantara. Hal ini yang perlu dicermati oleh pihak radio dalam menyaring isi pesan yang layak disiarkan dan isi pesan yang tidak layak untuk disiarkan, agar masyarakat pun menerima pesan informasi yang sewajarnya mereka dapatkan.

Radio sebagai bentuk komunikasi massa atau media massa memiliki karakteristik unik dan khas, yang juga tentunya memiliki keunggulan serta kelemahan. Dalam proses penyampaian pesan atau isi pernyataannya yang dikemas dalam suatu program, radio



memiliki cara tersendiri yang disebut dengan gaya radio, yang meliputi bahasa kata-kata lisan, lagu atau musik, dan juga efek suara, yang menjadi kunci utama identitas sebuah stasiun radio dalam menyajikan programnya untuk memikat para pendengarnya.

Bahasa atau kata-kata lisan yang digunakan penyiar dalam penyampaian pesannya disebabkan apa yang disebut dengan gaya radio atau *radio style*. Gaya radio ini biasanya ada berdasarkan segmentasi dan tipe radio siaran tersebut, atau biasa disebut *genre*. Penyiar yang ada dalam satu radio tertentu harus mengadaptasikan gaya siaran mereka untuk dapat sesuai dengan *radio style* dari radio tersebut. Hal ini akan sangat mempengaruhi kapasitas dari sebuah radio siaran di mata publik atau masyarakat. Oleh sebab itu, kolaborasi antar penyiar dan pihak *internal* radio sangat penting dan diperlukan.

Setiap media massa memiliki kekuatan dan kelemahan. Tidak ada satu pun media massa yang sanggup memenuhi kebutuhan serta kepuasan dari masyarakat yang *heterogen* terhadap segala keinginan dan kebutuhannya. Menurut Effendy yang dikutip A. Ius Y. Triartanto (2010 : 36-40), media penyiaran radio memiliki kekuatan dan kelemahan layaknya media massa lainnya. Kekuatan dari radio sendiri terbagi ke dalam tiga hal, yakni:

a. Radio Siaran Bersifat Langsung

Program siaran yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Baik berita, informasi atau pesan yang disampaikan oleh penyiar dapat diterima pendengar secara langsung pada saat itu juga.

b. Radio Siaran Menembus Jarak dan Rintangan

Radio siaran dapat menembus jarak yang jauh walau dirintangi oleh gunung, lembah,

Hak cipta dilindungi Undang-undang
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



padang pasir, maupun lautan. Jarak bukanlah permasalahan berarti bagi media penyiaran radio.

c. **Radio Siaran Mengandung Daya Tarik**

Radio siaran memiliki sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang menjadi daya tariknya, yaitu musik, kata-kata atau suara manusia, dan efek suara.

Sedangkan, kelemahan media penyiaran radio terdiri atas tiga hal, yakni:

a. **Durasi Program Terbatas**

Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu. Setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing.

b. **Sekilas Dengar**

Sifat radio siaran adalah auditori, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ke telinga pendengar hanya sekilas dan sepintas lalu saja. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar. Artinya pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan.

c. **Mengandung Gangguan**

Setiap penyampaian komunikasi dengan menggunakan bahasa lisan atau ucap melalui media mengalami gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah suara atau bunyi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



231), program stasiun radio sebagian besar didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang sama dan dikenal dengan nama format.

Maka dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa format adalah penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio. Secara lebih sederhana dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.

Program siaran yang baik tentunya adalah program siaran yang mampu memenuhi keinginan ataupun kebutuhan para pendengarnya. Menurut Morissan (2008 : 363), masalah atau kesulitan utama bagi pengelola program adalah memastikan, apakah suatu program akan sukses ketika ditayangkan atau tidak, karena hingga saat ini tidak ada sebuah pemahaman pasti yang dapat digunakan oleh para pengelola program, untuk menjamin bahwa program yang dibuat akan berjalan sukses nantinya.

Semua program yang sukses memiliki beberapa elemen yang mencakup konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren, (Morissan, 2008 : 364). Dalam kalimat lain dapat dikatakan, sebuah program yang baik dan telah berjalan sukses, pasti memiliki elemen-elemen yang telah disebutkan di atas, baik dalam proses perjalanan program tersebut, maupun sampai akhirnya program tersebut bisa berjalan dengan baik.

Elemen-elemen keberhasilan program yang diuraikan Morissan (2008 : 364), tentunya dapat dijelaskan ke dalam beberapa kalimat, guna memperjelas pengertian dari setiap elemen-elemen tersebut (konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren).



a. Konflik

Salah satu elemen yang paling penting dalam keberhasilan program adalah konflik, yakni adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh-tokoh yang terlibat. Tanpa adanya konflik, kecil kemungkinan program itu akan mampu menahan perhatian audien.

b. Durasi

Sebuah program yang berhasil adalah program yang dapat bertahan selama mungkin. Tetapi, banyak pula program yang tidak dapat bertahan lama, karena sulit menemukan ide cerita yang segar tanpa harus mengulang dari yang sudah ada sebelumnya. Kata kunci dalam usaha untuk mempertahankan program selama mungkin adalah tidak boleh kehabisan ide cerita.

c. Kesukaan

Sebagian audien memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai, yaitu orang-orang yang membuat audien merasa nyaman. Adakalanya orang menyukai suatu program bukan karena isi atau kontennya, tetapi lebih tertarik kepada penampilan pembawa berita atau pembawa acaranya. Pada kalimat lain, dapat dikatakan suatu program siaran harus mampu menampilkan sosok pembawa acara atau pengisi acara yang bisa membuat audien nyaman.

d. Konsistensi

Sebuah program yang baik, harus konsisten terhadap tema dan karakter pemain atau pengisi acara yang dibawanya sejak awal. Artinya para perancang program dari setiap program siaran haruslah bertahan pada tema atau karakter program sejak awal. Dengan demikian, tidak boleh terjadi pembelokan atau penyimpangan tema atau

karakter di tengah jalan yang akan membuat audien bingung dan pada akhirnya bisa meninggalkan program tersebut.

2.

1.

a.

b.

2.

1.



4. Fungsi Manajemen

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.

2011 : 129).

Manajemen berasal dari kata *manage* dan dalam bahasa latin *manus*, yang berarti memimpin, mengatur atau membimbing, (Tommy Suprpto, 2011 : 129). Frans Sadikin mengatakan manajemen adalah suatu proses untuk menciptakan, memelihara, dan mengoperasikan organisasi perusahaan dengan tujuan tertentu melalui upaya manusia yang sistematis, terkoordinasi dan kooperatif, maka proses penentuan asas-asas pokok perusahaan yang menjadi batasan, pedoman, dan penggerak bagi setiap manusia dalam perusahaan, sudah termasuk dalam pengertian manajemen, (Tommy Suprpto, 2011 : 130).

George R. Terry dalam (Tommy Suprpto, 2011 : 130), mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggiatan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.



Berdasarkan pengertian diatas mengenai manajemen, dapat ditarik kesimpulan dalam (Tommy Suprpto, 2011 : 131-132), bahwa fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen, yaitu suatu proses dari tindakan untuk melakukan hal-hal sebagai berikut:

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan yang mencakup penetapan tujuan dan standar, penentuan dan prosedur, pembuat rencana serta ramalan (prediksi) yang diperkirakan akan terjadi. Lewat perencanaan, seorang manajer mengidentifikasi hasil kerja yang diinginkan serta mengidentifikasi cara-cara untuk mencapainya.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses pemberian tugas, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinasi kepada setiap individu dan kelompok untuk menerapkan rencana.

c. Penyusunan Staff (*Staffing*)

Fungsi ini meliputi penentuan dan persyaratan personel yang dipekerjakan, menarik dan memilih calon karyawan, menentukan *job description* dan persyaratan teknis suatu pekerjaan, penilaian dan pelatihan termasuk pengembangan kualitas dan kuantitas karyawan sebagai acuan untuk penyusunan setiap fungsi dalam manajemen organisasi.

d. Pengarahan (*leading*)

Pengarahan adalah proses untuk menumbuhkan semangat pada karyawan supaya bekerja giat serta membimbing mereka melaksanakan rencana dalam mencapai tujuan. Fungsi pengarahan meliputi membuat orang lain melakukan pekerjaan, mendorong dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan



yang kondusif, khususnya dalam metode komunikasi dari atas ke bawah dan sebaliknya, diharapkan timbulnya saling pengertian dan kepercayaan yang baik.

e. Pengawasan (*controlling*)

Fungsi terakhir manajemen ini mencakup, persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan atau organisasi dalam upaya pencapaian tujuan kepuasan bersama, produktivitas dan terciptanya citra yang positif. Dalam hubungan ini, Schermerhorn Jr mengatakan bahwa fungsi ini merupakan pengukuran kinerja, membandingkan antara hasil yang sesungguhnya dengan rencana serta mengambil tindakan pembetulan yang diperlukan.

Sedangkan fungsi-fungsi manajemen menurut Anton Athoillah (2010 : 98), dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Perencanaan (*planning*)

Planning berasal dari kata *plan*, artinya rencana, rancangan, maksud, dan niat.

Planning berarti perencanaan. Perencanaan adalah proses kegiatan, sedangkan rencana merupakan hasil perencanaan. Perencanaan adalah kegiatan yang berkaitan dengan usaha merumuskan program yang ada di dalamnya memuat segala sesuatu yang akan dilaksanakan, penentuan tujuan, kebijaksanaan, arah yang akan ditempuh, prosedur dan metode yang akan diikuti dalam usaha pencapaian tujuan.

b. *Organizing*

Mengorganisasikan (*organizing*) adalah suatu proses menghubungkan orang-orang yang terlibat dalam organisasi tertentu dan menyatupadukan tugas serta fungsinya dalam organisasi.

c. *Coordinating*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Milik BIKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 BIKGG.

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



Mengoordinasikan (*coordinating*), yaitu menyatukan dan menyelaraskan semua kegiatan. Adanya bermacam-macam tugas dan kegiatan yang dilakukan oleh banyak orang memerlukan koordinasi dari seorang pemimpin.

d. Controlling

Pengendalian (*controlling*), yakni meneliti dan mengawasi agar semua tugas dilakukan dengan baik dan sesuai dengan peraturan yang ada atau sesuai dengan deskripsi kerja masing-masing personal.

e. Evaluating

Mengevaluasi (*evaluating*), menilai semua kegiatan untuk menemukan indikator yang menyebabkan sukses atau gagalnya pencapaian tujuan, sehingga dapat dijadikan bahan kajian berikutnya. Dirumuskan solusi alternatif yang dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dan meningkatkan kualitas keberhasilan di masa yang akan datang.

f. Budgeting

Budgeting (penyusunan anggaran biaya). Setiap lembaga membutuhkan pembiayaan yang terencana dengan matang. Untuk itu *income* yang diperoleh harus diperhatikan sebelum mengeluarkan dana untuk kegiatan tertentu. Suatu anggaran merupakan rencana penggunaan sumber-sumber keuangan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan terpadu.

g. Actuating

Actuating adalah kegiatan yang menggerakkan dan mengusahakan agar para pekerja melakukan tugas dan kewajibannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



h. Forecasting

Kegiatan peramalan termasuk upaya memprediksi berbagai kemungkinan yang akan terjadi setelah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan meramal atau memperkirakan biasanya didasarkan pada hasil pengawasan dan evaluasi sehingga organisasi dapat membuat perencanaan yang lebih baik dan mempersiapkan alternatif yang akan diambil dalam suatu keputusan.

i. Staffing atau assembling resources

Staffing atau *assembling resources*, termasuk kegiatan organisasi yang sangat penting karena berhubungan dengan penempatan orang dalam tugas dan kewajiban tertentu yang harus dilaksanakan. Pelaksanaan penempatan orang berkaitan dengan manajemen personal.

j. Directing and commanding

Directing and commanding merupakan kegiatan organisasi yang berhubungan dengan pembinaan dan pelaksanaan instruksional para pemegang jabatan dalam organisasi. Kegiatan-kegiatan *directing* dan *commanding* berhubungan dengan adanya kekuasaan hierarkis dalam organisasi, sebagaimana seorang manajer dan memberikan instruksi maupun perintah, saran-saran terhadap bawahannya.

Berdasarkan fungsi-fungsi manajemen di atas, dapat disimpulkan seperti apa yang dijelaskan Morissan (2008 : 138), bahwa dalam media penyiaran, manajer umum adalah orang yang bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran. Dalam melaksanakan tanggung jawab manajemennya, manajer umum melaksanakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



empat fungsi dasar yaitu: Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*organizing*),
Pengendalian (*directing*), Pengawasan (*controlling*)

5 Proses Evaluasi Program Siaran Radio

Proses evaluasi memiliki banyak sebutan. Evaluasi (*evaluating*) juga dapat disebut sebagai fungsi pengawasan (*controlling*), penilaian (*appraising*), serta dapat juga disebut sebagai fungsi perbaikan (*correcting*), (Morissan, 2008 : 167). Evaluasi merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum, (Morissan, 2008 : 167). Pengertian ini dalam arti lain juga menggambarkan bagaimana proses evaluasi itu sebenarnya menunjukkan adanya keterkaitan yang erat, antara proses evaluasi sendiri dengan proses perencanaan.

Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan, (Morissan, 2008 : 274).

Hal ini tentu berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan yang sesuai dengan apa yang telah direncanakan pada awal proses perencanaan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan, definisi atau pengertian evaluasi menurut Robert J. Mockler dalam (Morissan, 2008 : 167), adalah suatu usaha sistematis untuk mencapai standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, dan membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Evaluasi juga merupakan proses menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin, bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien



Hal-hal berikutnya yang dapat dievaluasi adalah tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran (finansial). Suatu analisis dapat mengungkapkan bahwa target pendapatan yang diproyeksikan sebelumnya adalah tidak realistis dan karenanya penyesuaian perlu dilakukan. Sebaliknya, jika hasil analisis mengungkapkan bahwa proyeksi pendapatan dapat direalisasikan, maka proses evaluasi dalam bentuk diskusi harus diarahkan pada upaya untuk menambah jumlah tenaga pemasaran, atau menyesuaikan tarif iklan (*rate card*) atau perubahan tingkat komisi stasiun penyiaran kepada biro iklan, (Morissan, 2008: 355).

Sisi finansial sangat penting untuk dievaluasi, guna menyesuaikan arus ekonomi (pendapatan dan pengeluaran) dalam suatu stasiun penyiaran seperti radio. Karena, tidak dapat dipungkiri bahwa faktor ekonomi merupakan faktor yang menunjang keberadaan stasiun penyiaran radio. Oleh sebab itu, evaluasi dari sisi finansial harus benar-benar diperhatikan dengan baik dan teliti oleh pihak stasiun penyiaran radio, guna menyeimbangkan neraca keuangan perusahaan. Keberadaaan suatu media penyiaran radio dapat bertahan lama atau tidak, bukan hanya dipengaruhi oleh faktor finansial saja, tetapi juga ada faktor-faktor lain yang menunjang, seperti sumber daya manusia, teknologi, dan sebagainya.

B. Kerangka Konsep

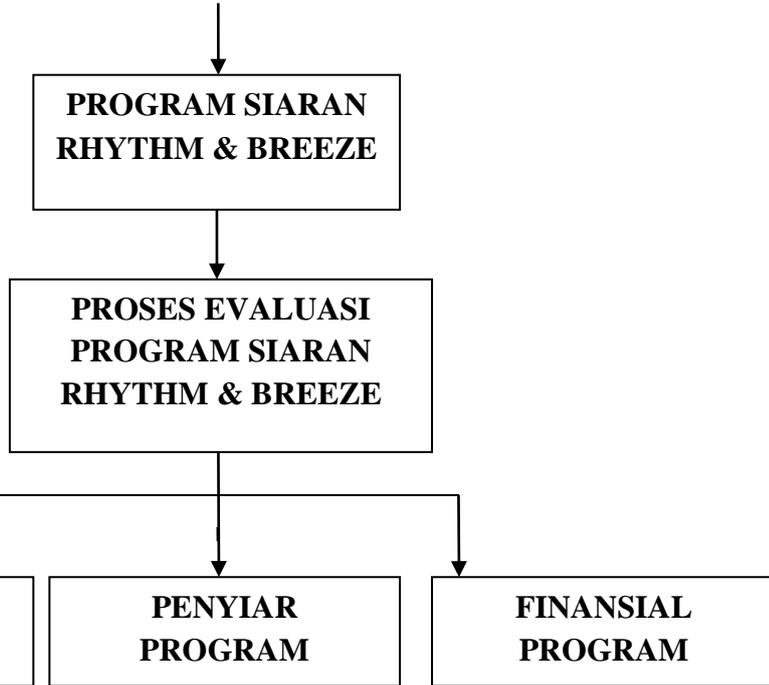
Gambar 2.1.
Kerangka Konsep



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.



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.



Radio merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa yang sekarang ini cukup digemari masyarakat. Media elektronik seperti radio ini memiliki fungsi untuk menginformasi dan juga menghibur para pendengar. Fungsi radio semacam ini juga dicirikan oleh salah satu radio wanita dewasa di Jakarta, yakni 106.6 FM V Radio Jakarta. Seperti radio-radio yang lainnya, V Radio pun memiliki fungsi untuk menginformasi dan juga menghibur para pendengar mereka yang tergolong dalam segmentasi wanita dewasa.

Media penyiaran radio juga memiliki beberapa program siaran, yang akan dijadikan produk jual kepada masyarakat banyak dan juga para pengiklan. Program siaran yang baik dan menarik tentu akan menjadi favorit bagi para pendengar. Setiap radio seakan berlomba-lomba untuk menyediakan atau menyajikan program siaran yang bermutu dan menarik bagi para pendengar mereka. Hal ini tentu dilakukan agar mereka tidak ditinggalkan para pendengarnya. Demikian juga V Radio yang memiliki program siaran seperti *Rhythm & Breeze*. Seiring berjalannya waktu, program siaran *Rhythm & Breeze*



dirasa butuh evaluasi guna mempertahankan mutu yang ada dan juga meningkatkan kualitas dengan inovasi-inovasi yang memungkinkan untuk dilakukan pada program

siaran *Rhythm & Breeze*.

Proses evaluasi tersebut dilakukan dengan melihat kepada beberapa elemen yang ada, yakni konten siaran program *Rhythm & Breeze*, penyiar *Rhythm & Breeze*, serta juga sisi finansial dari program siaran *Rhythm & Breeze*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.