

**MANAJEMEN PENYIARAN
PROGRAM AGAMA ISLAM DI GAJAHMADA FM**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)*
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

oleh:

Iqlima Roihani
(1401026009)

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO
SEMARANG
2021**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (Kampus III) Ngaliyan Semarang 50185 Telp (024) 7606405

NOTA PEMBIMBING

Lamp :

Hal : **Persetujuan Naskah Skripsi**

Kepada Yth. Dekan Fakultas
Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Iqlima Roihani
NIM : 1401026009
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi Penyiaran Islam/ Radio Dakwah
Judul : Manajemen Penyiaran Program Agama Islam di Radio
Gajahmada FM

Dengan ini kami menyetujui dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 21 Juni 2021

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tatatulis

Bidang Substansi Materi

H. M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

Nur Cahyo Hendro Wibowo, S. T., M.Kom.
NIP. 19731222 200604 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

**SKRIPSI
MANAJEMEN PENYIARAN PROGRAM AGAMA ISLAM DI
RADIOGAJAHMADA FM**

Disusun Oleh :
Iqlima Roihani1401026009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Juni 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

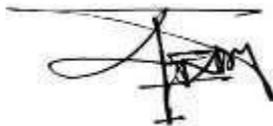
Ketua/Penguji I



H.M. Alfandi, M.Ag.
NIP.19710830 199703100
Penguji III

Ahmad Faqih, S.Ag., M.Si.
NIP.197303081997031004

PembimbingI



H.M. Alfandi, M.Ag.
M.Kom.
NIP.19710830 199703100.

Sekretaris/Penguji II



Nilnan Ni'mah, M.Si.
NIP. 19800202 2009012003
Penguji IV

Asep Dandang Abdullah,
M.Ag.

NIP. 19730114 2006041014
PembimbingII



Nur Cahyo Hendro W. S.T.,

NIP. 19731222 2006041001

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah
dan Komunikasi Pada
tanggal, 15 Juli 2021



Dr. H. Iivas Supena, M. Ag.
NIP. 19720410 200112 1003

PERNYATAAN

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Skripsi ini juga tidak berisi pikiran-pikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang disajikan sebagai bahan rujukan. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan manapun yang belum diterbitkan atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 17 Juni 2021



Iqlima Roihani

(1401026009)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan *syafa'atnya* di Yaumul Qiyamah.

Dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati, penyusunan skripsi yang berjudul **“Manajemen Penyiaran Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM”** tidak terlepas dari bantuan, semangat dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ketua Jurusan KPI, H. M. Alfandi, M.Ag., beserta jajarannya yang selalu memberikan masukan dan arahan.
4. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag., selaku dosen pembimbing 1 dan bapak Nur Cahyo Hendro W. S.T., M.Kom., selaku pembimbing 2 juga dosen wali. Saya mengucapkan terimakasih kepada beliau yang telah mencurahkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah Komunikasi UIN Walisongo, yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama dalam masa perkuliahan.
6. Staf dan karyawan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah melayani dan memberi bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Orang tua penulis, bapak Abdul Wahib dan Ibu Tutik Kartiningsih yang memberikan segalanya kepada penulis dan menjadi panutan hidup penulis. Saudara Hasan Ismaili, Leni Kurniasih, Yahya al-Hasan yang selalu memberikan doa dan semangat.
8. Teman-teman KPI 2014 khususnya kelas KPI-A.
9. Teman teman terdekat penulis, Nopia, Mamih giat, Nyai, Kak Al, Najib, mas yog yang telah membantu mengarahkan dan memberikan semangat hingga detik detik terakhir penulisan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada mereka semua hanya untaian terima kasih yang tulus dan do'a semoga Allah SWT. mencatat amal baik dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak. Amin.

Semarang, 17 Juni 2021

Peneliti

Iqlima Roihani

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat serta Karunia-Nya, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Orang Tua Peneliti, Bapak Abdul Wahib dan Ibu Tutik Kartiningsih yang selalu membimbingku, memberikan doa, nasihat, kasih sayang, dan motivasi dalam kehidupanku.
2. Saudara kandungku mas Hasan Ismaili dan Istrinya Leni Kurniasih yang mendoakan agar skripsi ini bisa lancar.
3. Sahabat dan teman dekatku Nopia, Mamih giat, Nyai, Kak Al, Najib, Mas Yog yang selalu memberikan motivasi dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamaterku tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

اللَّهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ عِلْمًا نَافِعًا، وَرِزْقًا طَيِّبًا، وَعَمَلًا مُتَقَبَّلًا

Ya Allah, Sesungguhnya aku memohon kepada-Mu Ilmu yang bermanfaat, Rizki yang halal dan amalan yang diterima.

ABSTRAKSI

Nama : Iqlima Roihani

NIM : 1401026009

Judul : Manajemen Penyiaran Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM

Radio Gajahmada FM bukanlah radio bernafas religi namun dengan misi melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi pendengar. Radio Gajahmada FM menyuguhkan beberapa program agama Islam dimana mayoritas pendengar nya adalah beragama Islam. Berdakwah melalui radio membutuhkan suatu manajemen terutama dalam manajemen penyiaran yang memadai agar dakwah yang disampaikan dapat efektif dan efisien sehingga dakwah yang disampaikan tidak sia sia.

Penelitian ini membahas tentang manajemen penyiaran program Agama Islam di Radio Gajahmada FM. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu pendekatan yang menggambarkan secara sistematis dan lebih menekankan kepada pengamatan, wawancara dan penelaahan data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang ada di olah menggunakan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini adalah Radio Gajahmada FM telah menerapkan fungsi manajemen penyiaran berupa perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pengarahan (*Actuating*), dan pengawasan (*Controlling*). (1)Perencanaan yang dilakukan meliputi perencanaan strategis dan perencanaan operasional, perencanaan operasional sudah berjalan namun kurang maksimal dimana hasil dan efektivitas dari program tersebut kurang diperhatikan. (2)Pengorganisasian dalam radio terbilang sederhana begitupula Radio Gajahmada FM. (3)Pengarahan yang diberikan manajer program tidak dibedakan dengan tujuan agar seluruh program pada radio Gajahmada FM dapat berkembang. (4)Pengawasan dilakukan secara berkala agar crew dapat bertanggung jawab terhadap jobdisk yang diberikan.

Kata kunci: Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengarahan (*Actuating*), Pengawasan (*Controlling*), Radio

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Metode Penelitian	10
F. Sistem Penulisan Skripsi	14
BAB II: MANAJEMEN PENYIARAN PROGRAM AGAMA ISLAM... ..	15
A. Manajemen	15
1. Pengertian Manajemen	15
2. Fungsi Manajemen	16
B. Radio	21
1. Pengertian Radio	21
2. Jenis jenis radio	22
3. Keunggulan dan kelemahan Radio	25

4. Tujuan Radio	27
5. Penyiaran radio	28
C. Program Siaran Dakwah	29
1. Pengertian Program Siaran	29
2. Dakwah di Radio	33
D. Manajemen Penyiaran	41
BAB III: GAMBARAN UMUM RADIO GAJAHMADA 102.4 FM	43
A. Sejarah Radio Gajahmada FM.....	43
B. Profil Radio Gajahmada FM	46
C. Visi dan Misi Radio Gajahmada 102.4 FM	46
D. Tugas dan Tanggung Jawab Penyiar	47
E. Struktur Organisasi Radio Gajahmada FM	47
F. Program Siaran Radio Gajahmada FM	48
G. Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM	52
H. Manajemen Penyiaran Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM	54
BAB IV: ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN MANAJEMEN PENYIARAN PROGRAM AGAMA ISLAM DI RADIO GAJAHMADA FM	60
A. Program Agama Islam	60
B. Manajemen Penyiaran	62
1. Perencanaan (<i>planning</i>)	62
2. Pengorganisasian (<i>organizing</i>)	68
3. Pengarahan (<i>directing</i>)	69
4. Pengawasan (<i>controlling</i>)	70
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hubungan antara Manajemen dan Penyiaran	41
Tabel 2. Struktur Organisasi Radio Gajahmada FM	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Radio Gajahmada FM	44
Gambar 2. <i>Rundown</i> Acara di Radio Gajahmada FM	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan kegiatan ajakan kepada manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Dakwah di era modern bukan hanya sebatas dakwah di atas mimbar saja, tapi juga harus menggunakan suatu bentuk teknologi yang dapat mengimbangi kemajuan yang terjadi dalam masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar sasaran aktivitas dakwah dapat tercapai. Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi dengan mengharapkan dakwah mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman.

Disadari atau tidak kehidupan umat manusia telah dipengaruhi oleh gerakan modernisme yang terkadang membawa kepada nilai nilai baru dan tentunya tidak sejalan bahkan bertentangan dengan nilai nilai Islam (Munir, 2009:4). Tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan, dimana berbagai informasi masuk begitu cepat dan instan yang tidak dapat dibendung lagi. Umat Islam harus dapat memilah dan menyaring informasi tersebut sehingga tidak bertentangan dengan nilai nilai Islam.

Berkembangnya masyarakat memberikan banyak tuntutan yang semakin beragam, hal ini membuat dakwah tidak hanya dilakukan secara tradisional. Dakwah harus berubah dan berkembang menjadi profesi yang menuntut *skill*, *Planing*, dan Manajemen yang handal sehingga dakwah dapat tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual dalam memecahkan masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti kongkret dan nyata, serta kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Seiring berkembangnya teknologi, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah tidak hanya disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada

masjid, majelis ta'lim maupun tempat ibadah muslim lainnya. Dalam penyampaian dakwah dapat menggunakan media. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas.

Media yang digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media audio yaitu media yang hanya menggunakan suara untuk di dengarkan, media visual yaitu media yang menggunakan gambar dan tulisan yang hanya bisa dilihat dan media audio visual yaitu media yang menggunakan suara dan gambar yang bisa dilihat dan didengar.

Dari sekian banyak media dakwah radio merupakan salah satu media dakwah yang bersifat auditif (audio), murah dan merakyat. Selain itu radio juga praktis digunakan sebagai media dakwah karena tidak tergantung oleh ruang dan waktu serta berkumpulnya mad'u. Era reformasi seperti ini, banyak masyarakat yang meninggalkan radio, mereka menganggap radio bukan kebutuhan yang penting artinya tidak setiap hari mereka mendengarkan radio, tetapi hanya diwaktu senggang saja. Berbeda dengan televisi ataupun koran, yang selalu menemani dalam sehari- hari.

Melihat kondisi tersebut, radio perlu dikembangkan kembali dengan menggugah minat masyarakat untuk mendengarkan radio dan dimanfaatkan sebagai kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya itu, berdakwah melalui radio membutuhkan suatu manajemen terutama dalam manajemen penyiaran yang memadai agar dakwah yang disampaikan dapat efektif dan efisien sehingga dakwah yang disampaikan tidak sia sia.

Keberhasilan media penyiaran bergantung pada bagaimana kualitas orang-orang yang bekerja pada bidang teknik, program, dan pemasaran. Namun demikian, kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media penyiaran bersangkutan mengelola sumber daya manusia yang ada. Karena alasan inilah manajemen yang baik mutlak diperlukan pada media penyiaran (Morissan, 2015:133). Adapun fungsi manajemen meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pengawasan (*controlling*).

Perencanaan (*Planning*) mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan apa yang akan dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya dan siapa yang melakukannya (Morissan, 2015:138). Selanjutnya, Pengorganisasian (*Organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Struktur organisasi yang terdapat pada stasiun penyiaran radio biasanya lebih sederhana, karena tergolong institusi kecil sehingga pembagiannya tidak rumit (Morissan,2015:151). Kegiatan pengarahan (*directing*) tidak kalah penting dari fungsi manajemen yang lain, fungsi mengarahkan tertuju pada upaya manajer dalam merangsang antusiasme karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan sehingga karyawan dapat melaksanakan tugas secara efisien (Morissan, 2015:162). Adapun Fungsi pengawasan (*controlling*) merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai sesuai yang diharapkan. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif (Morissan, 2015:167).

Perkembangan radio telah menjalani proses yang panjang hingga menjadi media komunikasi massa seperti saat ini. Walaupun memiliki kekurangan, radio diakui sebagai media massa yang dapat diandalkan karena cukup efektif dalam menyampaikan pesan. Dengan adanya perkembangan dalam mengikuti zaman yang pesat, radio dibedakan menjadi beberapa jenis; 1) Radio publik, radio publik identik sebagai radio pemerintah karena radio publik dipegang penuh oleh badan pemerintahan dan diatur dalam perundang-undangan; 2) radio swasta, berbeda dengan radio publik yang sepenuhnya dipegang oleh pemerintahan. Bahwa radio swasta merupakan radio yang dimiliki oleh perorangan yang sifat komersil. Sehingga sumber penghasilan operasional radio swasta berasal dari iklan; 3) radio komunitas, radio komunitas dibangun dalam tanggung jawab bersama oleh beberapa orang yang

tergabung dalam suatu komunitas; 4) radio berlangganan, merupakan radio yang sejenis dengan radio publik. Radio berlangganan dipegang kendali oleh suatu lembaga yang bernama Lembaga Penyiaran Berlangganan (<https://pakarkomunikasi.com/4-jenis-jenis-radio>).

Radio Gajahmada FM merupakan salah satu radio swasta yang berada di Jawa Tengah. Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidangnya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Bersifat komersial berarti stasiun swasta didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha sah lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (Morissan, 2015:88). Hal ini memberikan tantangan tersendiri, dimana manajemen Radio Gajahmada FM harus mampu menyeimbangkan antara memenuhi kepentingan pemilik, pemasang iklan dan kepentingan masyarakat.

Tantangan lain berasal dari persaingan media penyiaran yang ada di Jawa Tengah. Berbagai stasiun radio dan televisi saling bersaing untuk mendapatkan sebanyak mungkin pemasang iklan dan audien. Selain persaingan dengan media penyiaran lain, stasiun Radio Gajahmada FM juga harus bersaing dengan jenis media massa lain seperti televisi kabel, internet, VCD dan DVD.

Peneliti tertarik untuk memilih penelitian di Radio Gajahmada FM karena Radio Gajahmada FM merupakan radio terbaik se-Jawa Tengah yang mendapat penghargaan dalam kategori Lembaga Penyiaran Swasta Terbaik pada Anugerah Penyiaran KPID Jateng 2017 yang digelar di Kelenteng Sam Poo Kong. Hal ini membuktikan bahwa radio Gajahmada FM patut diperhitungkan keberadaannya.

Radio Gajahmada didirikan tahun 1972, radio ini semula berada di jalan Gajahmada 65 Semarang sehingga lokasi studio radio ini diabadikan menjadi nama radio. Radio Gajahmada Fm bukanlah radio bernafas religi namun dengan misi melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi

pendengar, radio Gajahmada FM menyuguhkan beberapa program agama Islam dimana mayoritas pendengar nya adalah beragama Islam.

Radio Gajahmada memiliki beberapa program dakwah yaitu program acara Gregetnya Sahur Pagi, program acara Sore Santai Nunggu Buka, program acara Mimbar Agama Islam, dan program acara Siraman Rohani Islam. Program- program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman agama Islam kepada pendengar muslim.

Program ‘Gregetnya Sahur Pagi’ dan Program ‘Sore Santai Nunggu Buka’ mengudara hanya pada bulan Ramadhan, kedua program ini disebut paket acara pada bulan Ramadhan. Program ‘Gregetnya Sahur Pagi’ mengudara setiap hari pada pukul 02.00 WIB- 05.00 WIB untuk menemani pendengar saat sahur. Sedangkan Program ‘Sore Santai Nunggu Buka’ mengudara pada pukul 17.00 WIB- 19.00 WIB untuk menemani pendengar disaat menunggu buka puasa. Dua program tersebut dibuat dalam bentuk paket acara dimana ada penggabungan format acara pada program tersebut. Hal ini dimaksudkan agar program tidak membosankan dan terkesan monoton.

Program Mimbar Agama Islam merupakan program acara dakwah yang memiliki format *talkshow* dengan konsep dialog interaktif. Penyiar memegang penuh kendali dalam program acara tersebut. Dai hanya bertugas menyampaikan materi yang telah disiapkan sebelumnya dan menjawab pertanyaan dari audien. Materi yang disampaikan dai seputar permasalahan yang banyak dibincangkan masyarakat dan materi peringatan hari besar Islam. Karena sifat radio yang sekali dengar, maka dai diseleksi dengan ketat. Hal ini dimaksudkan agar dai yang dipilih tidak memberikan kesalahan dalam pengucapan maupun pemilihan bahasa yang dapat merusak citra stasiun radio.

Program ‘Siraman Rohani Islam’ mengudara pada hari senin – jumat pukul 03.30 WIB - 04.00 WIB diluar bulan Ramadhan. Program ini merupakan jenis program off air yang bekerjasama dengan MITRADIO (Lembaga Kemitraan Radio).

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, salah satu keberhasilan dakwah menggunakan media radio bergantung pada manajemen yang diterapkan oleh

stasiun radio tersebut. Hal ini menarik peneliti untuk meneliti lebih dalam bagaimana Manajemen Penyiaran Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana manajemen penyiaran program agama Islam di Gajahmada FM?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen penyiaran program agama Islam di Radio Gajahmada FM yang ditinjau dari fungsi-fungsi manajemen mulai tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan Dakwah khususnya dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam. Penelitian ini untuk mengetahui langkah-langkah dalam menjalankan manajemen penyiaran yang professional sehingga menghasilkan *output* yang baik.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pengelola radio siaran dalam manajemen penyiaran pada program dakwah. Serta mampu memberikan kontribusi kepada mahasiswa mengenai bentuk pelaksanaan manajemen penyiaran dakwah melalui media radio sebagai bentuk peran aktif umat Islam dalam dakwah.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan Studi Pustaka yang penulis lakukan, penulis menemukan penelitian yang membahas mengenai manajemen penyiaran atau sejenisnya, diantaranya:

1. Skripsi yang disusun oleh Kristin Lutfianah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang, 2019 dengan judul *Analisis Proses Produksi Program Mimbar Agama Islam di Radio Gajahmada 102.4 Semarang*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan proses produksi program tersebut dari tahap pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kristin memiliki persamaan dan perbedaan dengan yang akan penulis teliti. Persamaan nya terletak pada objek yang diteliti yaitu Program Agama Islam di Radio Gajahmada. Perbedaan nya terletak pada subjek yang akan diteliti, penelitian Kristin Fokus kepada Analisis proses produksi sedangkan penulis memfokuskan pada Manajemen Program.

2. Skripsi yang disusun oleh S. Dian Nurul Alifiani Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Walisongo Semarang, 2007 dengan judul *Analisis Pesan Dakwah K.H.M Arifin di Radio Gajahmada 102.4 FM Semarang*. Dalam penelitian Dian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis teks/ deskriptif, metode dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitiannya menunjukkan materi dakwah yang disampaikan K.H.M. Arifin dapat dikategorikan dalam bidang Akhlaq, Syariah, dan Aqidah.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan pada skripsi Dian adalah sama sama meneliti radio Gajahmada FM Semarang. Sedangkan perbedaan nya yaitu fokus dan subjeknya, pada skripsi Dian

yaitu fokus pada pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H.M. Arifin. Sedangkan penelitian penulis fokus pada manajemen penyiaran program agama Islam di Radio Gajahmada FM.

3. Skripsi yang disusun oleh Lila Fitrotun Nisa' Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang, 2018 dengan judul *Implementasi Manajemen Penyiaran dalam Program Acara Kajian Kitab Al-Hikam di Radio PAS 101,0 FM Pati*. Dalam penelitian Lila menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis domain dimana peneliti menganalisis gambaran-gambaran dari obyek penelitian. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa radio PAS 101,0 FM Pati telah menerapkan manajemen penyiaran dalam program acara Kajian Kitab Al Hikam.

Penelitian yang dilakukan oleh Lila memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan pada skripsi Lila adalah fungsi manajemen yang akan diterapkan untuk mencapai sasaran tujuan. Sedangkan perbedaannya yaitu fokus dan objeknya, pada skripsi Lila yaitu fokus pada implementasi manajemen penyiaran pada Radio PAS FM pati. Sedangkan penelitian penulis fokus pada manajemen penyiaran di Radio Gajahmada FM.

4. Skripsi yang disusun oleh Nur Fuadi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016 dengan judul *Manajemen Siaran Radio Attaqwa*. Penelitian Nur menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil yang diperoleh bahwa Radio Attaqwa sudah menerapkan fungsi manajemen. Manajemen siaran yang dilakukan oleh Radio Attaqwa sudah menerapkan fungsi manajemen dengan baik, dapat dilihat koordinasi antar kru dan respon masyarakat terhadap kemajuan yang dilakukan oleh kru Radio Attaqwa.

Penelitian yang dilakukan Nur memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan penelitian Nur

adalah membahas manajemen penyiaran stasiun Radio dengan menerapkan fungsi fungsi manajemen. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian, pada penelitian Nur pembahasan manajemen fokus pada Radio Attaqwa dan pada penelitian yang akan peneliti teliti hanya terfokus pada manajemen penyiaran agama Islam di Radio Gajahmada FM.

5. Skripsi yang disusun oleh Aris Budi Sinudarsono Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016 dengan *Judul Manajemen Siaran Acara Ya Salam di Radio Saka FM*. Penelitian Aris menggunakan metode Kualitatif deskriptif yang menyajikan data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi data yang kemudian diolah serta dianalisis menjadi data yang terstruktur. Fokus pembahasan pada penerapan fungsi manajemen yang diterapkan dalam teori Morissan dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran. Hasil yang didapat, Radio Saka FM dalam siaran Ya Salam memakai fungsi manajemen dalam pengelolaannya. Penerapan fungsi manajemen dalam siaran Ya Salam berjalan efektif dan efisien.

Penelitian yang dilakukan oleh Aris memiliki persamaan dan perbedaan dengan yang akan penulis teliti. Persamaan terletak pada pembahasan Manajemen penyiaran Radio. Perbedaan terletak pada objek dan subjek penelitian, Aris memfokuskan pada fungsi manajemen yang diterapkan dalam teori Morissan dalam pelaksanaan siaran Ya Salam di Radio Saka FM sedang fokus penelitian penulis terletak pada manajemen penyiaran program agama Islam di Radio Gajahmada FM.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan menurut Moleong (2012:26) dapat disebut sebagai pendekatan penelitian kualitatif secara luas atau sebagai metode pengumpulan data kualitatif. Ide pentingnya berupa peneliti datang ke

lapangan untuk melakukan pengamatan terhadap sesuatu fenomena yang terjadi. Dalam hal ini lokasi penelitian yang peneliti lakukan berada di Radio Gajahmada FM Semarang. Sehubungan dengan hal tersebut peneliti akan memaparkan bagaimana situasi dan kondisi lokasi tersebut.

Adapun pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati (Moleong,2008:4). Spesifikasi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis, fakta atau karakteristik, populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rahmat. 2005:22). Penelitian deskriptif hanyalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula untuk menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik tentang populasi atau bidang tertentu.

Peneliti memilih jenis pendekatan ini berdasarkan data yang dibutuhkan dari pendekatan kualitatif berupa informasi mengenai suatu gejala fenomena yang terjadi dan situasi di lokasi tersebut sehingga lebih menekankan kepada pengamatan, wawancara dan penelaahan data.

2. Definisi konseptual

Untuk menghindari terjadinya keaburan pemahaman, peneliti perlu memberikan penjelasan dan batasan makna dalam penelitian skripsi ini.

1. Manajemen penyiaran

Manajemen diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang diterapkan.

Penyiaran diartikan sebagai kegiatan memancarluaskan siaran melalui alat atau media yang dapat diterima secara serentak oleh masyarakat.

Maka manajemen penyiaran merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam kegiatan memancar luaskan siaran melalui media radio untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Program Agama Islam

Program Agama Islam merupakan program program agama Islam yang terdapat pada Radio Gajahmada FM baik yang mengudara pada bulan Ramadhan ataupun bulan lain. Program tersebut adalah program ‘Gregetnya Sahur Pagi’ yang mengudara pada pukul 02.00 WIB - 05.00 WIB pada bulan Ramadhan, program ‘Sore Santai Menuju Buka’ mengudara pukul 16.00 WIB-19.00 WIB, ‘Mimbar Agama Islam’ mengudara setiap hari kamis pukul 17.00 WIB – 18.00 WIB, program ‘Siraman Rohani Islam’ mengudara setiap hari senin- jumat pukul 04.00 WIB – 05.00 WIB.

Dengan demikian, maksud dari Manajemen Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang diterapkan oleh Radio Gajahmada FM dalam upaya upaya koordinasi kegiatan pemancar luasan siaran melalui media radio untuk mencapai tujuan program program berkonten agama Islam yang terdapat di Radio Gajahmada FM. Program program Agama Islam yang dimaksud adalah program Siaran Rohani Islam, Program Mimbar Agama Islam, Program Gregetnya Sahur Pagi, dan Program Sore Santai Menuju Buka.

3. Sumber dan jenis data

Sember data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh objek penelitian perseorangan, berkelompok, dan organisasi (Ruslan, 2006:29) Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari pihak yang berwenang di Radio Gajahmada FM berupa jawaban atas pertanyaan pertanyaan terkait obyek penelitian baik berupa lisan maupun tulisan.

Selain itu data primer berupa wawancara dengan pihak Radio Gajahmada FM.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, perbankan dan keuangan (Ruslan,2006:30). Sumber data sekunder yang digunakan peneliti berupa buku buku, jurnal, hasil penelitian, internet, file file siaran dan bahan bahan kepustakaan lain yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode yaitu :

a. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan Tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data (Widodo, 2017:74). Wawancara secara umum merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin,2014:111).

Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pihak yang berwenang di Radio Gajahmada FM Semarang, beberapa pihak diantaranya yaitu General Manajer Radio Gajahmada FM, Program Manajer dan tim yang bersangkutan dengan skripsi ini.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut (Siregar,2015:19). Observasi dalam

penelitian ini dilakukan dengan mengadakan kunjungan ke Radio Gajahmada FM Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen dokumen tertulis, gambar, foto, atau benda benda lainnya yang berkaitan dengan aspek aspek yang diteliti (Widodo,2017:75).

5. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dan bahan bahan yang lainnya dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono,2008:224).

Peneliti mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi sehingga memperoleh data yang dibutuhkan. Untuk mengetahui kelengkapan dan kejelasan data sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, peneliti melakukan penelitian kembali atas data data yang diperoleh dari lapangan baik data primer maupun data sekunder hal ini diharapkan dapat menemukan kekurangan atau kesalahan dalam data yang diperoleh. Selanjutnya data tersebut disusun dan dijadikan dasar utama dalam menganalisis sehingga didapat keselarasan data dengan analisis yang digunakan.

Setelah data tersusun, selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap data tersebut. Dalam hal ini teknik yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif. Dengan teknik inilah peneliti akan mendeskripsikan bagaimana manajemen penyiaran program Agama Islam yang dilakukan oleh Radio Gajahmada FM.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan skripsi ini peneliti membuat sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I: Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian yang didalamnya memuat jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB II: Kerangka teori, pada bab ini berisi Pengertian dan fungsi manajemen, pengertian Radio, kelebihan dan kekurangan Radio, pengertian program siaran, dakwah di Radio dan Manajemen Penyiaran.

BAB III: Gambaran Umum, bab ini menjelaskan mengenai Gambaran umum Radio Gajahmada FM meliputi Profil Perusahaan; Visi dan Misi; Tugas dan tanggung jawab Penyiar; Struktur Organisasi; Program Acara; Program Agama Islam; dan Manajemen Penyiaran yang dilakukan oleh Radio Gajahmada FM.

BAB IV: Hasil dan analisis data penelitian, pada bab ini menjelaskan mengenai analisis terkait data-data yang telah dipaparkan. Berisi tentang hasil penelitian, hasil wawancara, dan pembahasan.

BAB V: Penutup, pada bab ini meliputi kesimpulan yang telah dihasilkan berdasarkan penelitian, saran-saran dan juga penutup dari penelitian.

BAB II

MANAJEMEN PENYIARAN PROGRAM AGAMA ISLAM

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari Bahasa Inggris, *management* yang berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan dan pengelolaan. Manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses yang diterapkan individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan.

Dalam bahasa Arab, istilah manajemen diartikan sebagai *an-nizam* atau *at-tanzim* yaitu suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya. Pengertian tersebut dalam skala aktivitas dapat diartikan sebagai aktivitas seseorang dalam menertibkan, mengatur dan berpikir sehingga mampu menata dan merapikan segala sesuatu yang ada di sekitarnya (Munir, Wahyu. 2019:9).

Stoner memberikan definisi manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Morissan.2015:135).

Manajemen merupakan kekuatan utama dalam organisasi apapun. Manajemen digunakan sebagai rujukan untuk mengatur atau mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan subsistem dan menghubungkannya dengan lingkungan organisasi, khususnya dalam pembinaan anggotanya (Choliq, 2014:14).

Manajemen adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan atau mengkoordinasikan kegiatan kegiatan orang lain (Assauri. 2004: 12).

Manajemen penyiaran merupakan manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Manajemen penyiaran dapat diartikan sebagai motor penggerak dalam merencanakan,

memproduksi, dan menyiarkan siaran agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai (Wahyudi, 1994:39).

2. Fungsi Manajemen

Definisi manajemen memberikan tekanan terhadap kenyataan bahwa manajer mencapai tujuan atau sasaran dengan mengatur karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber material dan finansial. Bagaimana manajer mengoptimasi pemanfaatan sumber-sumber, memadukan menjadi satu dan mengkonversi hingga menjadi output, maka manajer harus melaksanakan fungsi fungsi manajemen untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber sumber dan koordinasi pelaksanaan tugas untuk mencapai tujuan (Choliq. 2014:33).

Manajemen diperlukan sebagai upaya agar kegiatan bisnis dapat berjalan secara efektif dan efisien. Agar manajemen yang dilakukan mengarah kepada kegiatan bisnis secara efektif dan efisien, maka manajemen perlu dijelaskan berdasarkan fungsinya (Sule, Saefullah. 2013 : 7).

Menurut Morrisan bahwa melaksanakan tanggung jawab manajemennya, manajer umum melaksanakan empat fungsi dasar yaitu: *planning, organizing, directing, controlling*.

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya” (Morissan. 2015:138). Terdapat dua tipe utama perencanaan, yaitu perencanaan strategis dan perencanaan operasional.

a. Perencanaan Strategis adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan

penetapan metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan. Dalam hal ini perencanaan strategis stasiun penyiaran meliputi kegiatan: membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran; melakukan identifikasi dan sasaran (target) audien; menetapkan kebijakan untuk strategi yang akan dipilih; dan memutuskan strategi yang akan digunakan (Morissan, 2015:144).

- b. Perencanaan Operasional merupakan penguraian lebih rinci bagaimana rencana strategis akan dicapai. Rencana operasional terdiri dari rencana sekali pakai dan rencana tetap. Rencana sekali pakai dikembangkan untuk mencapai tujuan tertentu dan tidak digunakan kembali bila tujuan telah selesai. Sedangkan rencana tetap merupakan pendekatan pendekatan standart untuk menanganai situasi yang dapat diperkirakan dan terjadi berulang-ulang (Morissan, 2015:146).

Proses perencanaan dan penetapan program penyiaran mencakup langkah – langkah sebagai berikut :

- a. Menetapkan peran dan misi, yaitu menentukan sifat dan lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
- b. Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan dimana pengelola media penyiaran harus mencurahkan waktu, tenaga, dan keahlian yang dimiliki.
- c. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas dari setiap pekerjaan yang dilakukan. Menentukan faktor faktor terukur yang akan mempengaruhi tujuan atau sasaran yang akan ditetapkan.
- d. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
- e. Mempersiapkan rencana tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:
 - 1. Menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.

2. Penjadwalan, menentukan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan atau sasaran.
 3. Anggaran, menentukan sumber sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
 4. Pertanggung jawaban, menetapkan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum.
 5. Menguji dan merevisi rencana sementara sebelum rencana tersebut dilaksanakan.
 6. Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi.
 7. Komunikasi, menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen bersama.
- f. Pelaksanaan, memastikan persetujuan di antara semua pihak yang terlibat mengenai komitmen yang dibutuhkan.
- 2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja (Morissan, 2015:150).

Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Dan pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan kegiatan. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Morissan, 2015:151).

Struktur organisasi stasiun penyiaran radio biasanya lebih sederhana. Stasiun radio adalah institusi yang tergolong kecil sehingga pembagian kerjanya tidak terlampau rumit. Secara umum struktur organisasi penyiaran radio paling atas terdiri atas direktur utama dan manajer stasiun. Di bawahnya terdapat para manajer level menengah seperti manajer siaran, manajer pemasaran, manajer teknik, dan seterusnya. Manajer siaran antara lain membawahi bidang kerja teknologi informasi, produksi, penyiar reporter, penulis naskah, dan lain lain. Manajer pemasaran membawahi tenaga *sales* atau *account executive*. Bagian teknik mengelola stabilitas peralatan teknis siaran selama 24 jam (Morissan,2015:152).

3) Pengarahan & pemberian pengaruh

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Kegiatan mengarahkan dan memengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Fungsi pengarahannya diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya (Morissan,2015:162).

- a. Motivasi, keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya sangat erat dengan tingkatan atau derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan maka kemungkinan semakin besar karyawan memberikan kontribusinya.
- b. Komunikasi, adalah cara yang digunakan pimpinan agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran agar mereka dapat berperan secara penuh dan aktif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.
- c. Kepemimpinan, kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memengaruhi orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran.

Pemimpin yang berhasil, memiliki sifat yang diinginkan seperti karisma, berpandangan kedepan, dan keyakinan diri. Dalam kenyataannya pemimpin dapat memengaruhi moral dan kepuasan kerja dan tingkat prestasi karyawan.

- d. Pelatihan, salah satu keuntungan program pelatihan adalah pemberian kesempatan kepada karyawan untuk mempersiapkan diri mereka dalam mengantisipasi perkembangan atau kemajuan stasiun penyiaran. Hal ini dapat meningkatkan motivasi dan moral karyawan dan stasiun penyiaran memperoleh keuntungan karena mendapatkan karyawan yang lebih cakap dan mahir (Morissan,2015:162-166).

4) Pengawasan & Evaluasi

Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif (Morissan,2015:167).

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodic terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum untuk membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Pengawasan dilakukan dengan melihat hasil kerja dan kinerja yang dapat diukur, seperti melihat jumlah dan komposisi audien yang menonton program yang bersangkutan, serta tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran (Morissan, 2008:315).

Menurut Peter Pringle, dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran

2. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar dan aturan perundangan yang berlaku
3. Memelihara catatan program yang disiarkan
4. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staff departemen program
5. Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat.
6. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

Melalui perencanaan stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah langkah perbaikan (Morissan, 2015:167).

B. Radio

1. Pengertian Radio

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang mengandalkan *audio* (suara) dalam menyampaikan pesan- pesan komunikasi. Radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya baik dari spesifikasi penyampaian dan bentuk pesan maupun spesifikasi khalayak pendengar (Soedarsono & Dewi, 2014:19).

Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat (Arifin, 1984:81).

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang

elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pengangkut (Romli, 2009:21).

Menurut Max Well atau yang dikenal dengan julukan “father of wireless” mengemukakan bahwa radio adalah merupakan suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil perdetik (Effendy,1990:21).

Ditinjau berdasarkan awal perkembangannya, radio hadir dari kebutuhan sosial manusia akan informasi dan komunikasi. Radio siaran menjadi salah satu media massa sebagaimana surat kabar atau media cetak yang lain. Sebagaimana setiap medium memiliki spesifikasi khusus, radio demikian juga. Keunggulan medium ini adalah radio siaran memiliki kecepatan dalam menyiarkan informasi, dengan jangkauan luas, menyangkut sejumlah besar khalayak dalam seketika (Wibowo, 2012:33).

2. Jenis jenis Radio

Jenis-jenis siaran radio ditinjau dari segi frekuensi, gelombang dan dari penyelenggara dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu:

Berdasarkan frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang per peristiwa dalam selang waktu yang diberikan. Untuk memperhitungkan frekuensi, seseorang menetapkan jarak waktu, menghitung jumlah kejadian peristiwa, dan membagi hitungan ini dengan panjang jarak waktu. Hasil perhitungan ini dinyatakan dalam satuan hertz (Hz) yaitu nama pakar fisika Jerman Heinrich Rudolf Hertz yang menemukan fenomena ini pertama kali. Frekuensi sebesar 1 Hz menyatakan peristiwa yang terjadi satu kali per detik. Berdasarkan frekuensi radio di bagi menjadi dua bagian yaitu: Amplitudo Modulasi (AM) dan Frekuensi Modulasi (FM)

Amplitudo Modulasi (AM) Saluran AM merupakan saluran yang pertama kali digunakan dalam teknologi penyiaran. Menurut ketentuan internasional, saluran AM berada pada blok frekuensi 300-3000 KHz. Pada sistem AM, sinyal informasi mengubah-ubah amplitude gelombang

pembawa, namun frekuensinya tetap. Dalam memancarkan sinyal, saluran AM memanfaatkan gelombang elektromagnetik bumi atau yang disebut dengan *ground waves* dan juga gelombang udara atau *sky waves*. Kedua jenis gelombang ini dapat membawa sinyal ke wilayah yang sangat jauh. Itu sebabnya mengapa radio Am mampu menyampaikan siarannya hingga ke tempat yang sangat jauh.

Frekuensi Modulasi (FM) Saluran FM ditetapkan secara internasional berada pada blok frekuensi VHF (very high frequency), yaitu 30-300 MHz. Di Indonesia, rentang pita frekuensi yang dialokasikan untuk siaran FM berada diantara 87,5 – 108 MHz. Pada wilayah frekuensi ini secara relatif, bebas dari gangguan baik atmosfer maupun interferensi yang tidak diharapkan. Jangkauan dari sistem modulasi ini tidak sejauh, jika dibandingkan pada sistem modulasi AM dimana panjang gelombangnya lebih panjang. Luas wilayah yang dapat dicakup siaran FM merupakan kombinasi dari daya watt dan tinggi tiang pemancar. Semakin tinggi daya watt stasiun FM, semakin tinggi tiang pemancar, maka semakin kuat sinyal yang dipancarkan. Keunggulan saluran FM dibandingkan AM adalah pada kualitas suara yang sangat bagus. Saluran ini nyaris bebas dari gangguan udara.

Berdasarkan Gelombang, Gelombang panjang (*long wave*) Gelombang jenis ini memiliki signal yang panjang sehingga mampu menjangkau range area yang sangat luas. Gelombang pendek (*short wave*) Gelombang yang menggunakan udara sebagai mediator. Gelombang ini mempunyai ruang frekuensi yang sangat lebar yaitu dari 1600 KHz sampai 30.000 KHz. Gelombang medium (*medium wave*). Gelombang yang menggunakan permukaan bumi sebagai mediator. Gelombang ini berada pada jalur 540 sampai 1600 KHz. Secara umum kebanyakan gelombang yang dipakai oleh stasiun radio. Jenis yang dipakai oleh gelombang ini adalah AM (amplitude modulation) dan FM (frequency modulation).

Berdasarkan Penyelenggara, Radio milik Negara Sebelum menjadi Lembaga Penyiaran Publik sejak tahun 2000, Radio Republik Indonesia

(RRI) berstatus sebagai Perusahaan Jawatan (Perjan) yaitu badan usaha milik negara (BUMN) yang tidak mencari untung. Dalam status Perusahaan Jawatan RRI telah menjalankan prinsip-prinsip radio publik yang independen. Perusahaan Jawatan dapat dikatakan sebagai status transisi dari lembaga Penyiaran Pemerintah menuju Lembaga Penyiaran Publik pada masa reformasi. Sejak tahun 2005, RRI resmi menjadi Lembaga Penyiaran Publik, repositioning dari Institusi Pemerintah ini juga ditandai dengan adanya komitmen menyeluruh karyawan RRI diseluruh Indonesia, penulis turut aktif berpartisipasi dalam melakukan diskusi-diskusi internal maupun eksternal, termasuk mengikuti berbagai pelatihan tentang Public Service Broadcasting di dalam dan luar negeri.

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI dikembangkan/dibangun mengacu pada UU No.32/2002 dan PP.No. 12/2005 sebagai lembaga yang independen, netral dan tidak komersial dan berfungsi melayani kepentingan masyarakat, sebagai corong publik, bukan corong pemerintah. Tugas LPP RRI, menurut PP no 12/2005, adalah memberi layanan informasi, pendidikan, hiburan sehat, kontrol dan perekat social dan pelestari budaya bangsa melalui siaran yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat di wilayah NKRI.

Radio swasta/komersial FM dan AM yang dapat digunakan untuk penyampaian informasi ini dapat dikemas dalam bentuk acara khusus maupun dengan memasukkan pesan ke dalam acara tertentu, akhirnya memilih radio sebagai sarana untuk mendapatkan finansial, mereka selanjutnya mengemas pelaksanaan siaran dengan konsep ekonomi yang diharapkan akan memperoleh kemanfaatan finansial setelah melakukan kegiatan penyiaran. penyelenggara radio swasta tentunya lebih memfokuskan pada keuntungan, sehingga sesuatu yang wajar kalau mereka tentunya akan menentukan kebijakan pola, strategi, bahkan tempat dalam melaksanakan siaran berpedoman faktor-faktor yang menguntungkan.

Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas.

Pelaksana penyiaran (seperti radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Intinya, radio komunitas adalah “dari, oleh, untuk dan tentang komunitas”.

Radio asing Radio luar negeri yang bisa didegar di Indonesia, biasanya menggunakan jaringan satelit. Biasanya pemancar radio ini menggunakan daya listrik yang jauh lebih tinggi dari stasiun radio lainnya.

3. Keunggulan dan Kelemahan Radio

a. Keunggulan Radio

Radio tidak kalah saing dengan media informasi dan hiburan yang lain seperti televisi, surat kabar, majalah maupun tabloid. Selain murah dan mudah, keunggulan Radio adalah sebagai berikut :

1) Cepat dan langsung

Radio merupakan sarana tercepat dalam penyampaian Informasi dibandingkan tv atau koran. Peristiwa yang baru saja terjadi bisa didapatkan dan langsung disampaikan kepada para pendengar tanpa proses yang rumit.

2) Akrab

Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Jarang sekali ada sekelompok orang mendengarkan siaran radio disuatu tempat, biasanya seseorang mendengarkan radio dikamar tidur, didapur, atau didalam mobil.

3) Dekat

Radio begitu dekat dengan pendengarnya. Penyiar radio menyapa para pendengarnya secara personal. Sang penyiar seakan berbicara dengan satu orang pendengar, bukan banyak pendengar.

4) Hangat

Paduan kata-kata, lagu dan efek suara dalam siaran radio begitu terasa hangat dan mampu memengaruhi emosi pendengarnya. Penyiar radio yang seringkali menanyakan kabar pendengarnya memberikan

semangat hidup, menghibur dikala sedih dengan lagu-lagu, bertindak seakan “teman baik” bagi pendengarnya.

5) Tanpa batas

Siaran radio bisa disimak oleh siapa saja, menembus batas geografis, demografis, suku, Ras, Agama dan antar golongan juga kelas social. Hanya tunarungu yang tidak mampu menikmati siaran radio (Fatmasari, 2007: 7-8).

Dengan keunggulan tersebut, radio berpotensi memengaruhi khalayak pendengar baik sikap, perilaku maupun motivasi individu dalam aktivitas sosialnya. Radio memiliki peranan penting dalam membentuk sikap maupun perilaku pendengar.

b. Kelemahan Radio

Ada keunggulan, ada pula kelemahan. Beberapa kelemahan radio seperti yang diutarakan Meeske (2003) antara lain adalah:

Pertama, Audio Only. Lain halnya dengan TV yang memberikan gambaran visual yang jelas di samping bunyi yang menyertainya, radio hanya mengandalkan satu elemen saja, yaitu bunyi. Ini adalah salah satu kelemahan radio dimana pesan yang disampaikan hanya melalui sound atau bunyi yang menjadi andalan radio.

Kedua, Sifat Siaran Tidak Dapat Ditarik Ulang. Salah satu kriteria penyiar berkualitas yang paling mendasar adalah sikap hati-hati dan tanggung jawabnya terhadap apa yang disiarkan. Kenapa? karena sifat pesan yang disampaikan melalui radio adalah searah, sekilas saja, dan tidak bisa ditarik lagi jika telah disiarkan.

Ketiga, Mendengarkan Radio Rentan Mengalami Gangguan Radio adalah media audio yang hubungannya hanya dengan indra pendengar saja. Jadi, mendengarkan radio berhubungan dengan keoptimalan fungsi indra pendengar yang jika dilakukan terus-menerus sangat mungkin menyebabkan distraksi atau gangguan pendengaran. Tidak ada lagi cerita mendengarkan radio jika indra

pendengar bermasalah. Selain itu, banyak orang yang gemar beraktivitas sambil mendengarkan radio. Tentu saja ini akan memecah konsentrasi dan memperlambat selesainya pekerjaan yang di-handle.

4. Tujuan radio

Di Indonesia ada tiga tujuan dominan pendirian radio.

1. Pelayanan kebutuhan pendengar. Dalam hal ini, pendirian 43 diawali dengan penelitian khalayak untuk mengetahui bagaimana kebutuhan pendengar terhadap media radio, baik siaran, waktu siar, maupun kemasan acaranya. Tujuan ini bersifat idealistic karena jika tidak ditemukan signifikansi yang tinggi dari kebutuhan pendengar maka sebuah radio tidak didirikan begitu saja.
2. Aktualisasi kepentingan pengelola. Setiap orang yang berkiprah di bidang keradioan pasti memiliki motivasi pribadi, misalnya ingin populer, memperluas relasi atau ingin memperkuat eksistensi dirinya dalam kaulah pergaulatan politik. Tidak ada yang salah dari motivasi itu, tetapi apabila terlalu dominan maka akan terjadi personifikasi seluruh program siaran radio.
3. Perolehan pendapatan ekonomi. Inilah tujuan yang populer dimana radio telah menjadi obyek mencari keuntungan dan lapangan kerja yang mengharuskan pemilik mengalokasikan keuntungannya melalui iklan yang bersifat on air atau program off air agar mampu bersaing dan berkembang untuk meningkatkan kualitas acara serta SDM-nya (Masduki, 2004:6).

5. Penyiaran Radio

Penyiaran adalah kegiatan pembuatan dan proses menyiarkan acara siaran radio dan televisi serta pengelolaan operasional perangkat lunak dan keras, yang meliputi segi ideil, kelembagaan dan sumber daya manusia untuk

memungkinkan terselenggaranya siaran radio dan televisi. Kegiatan penyiaran dilakukan oleh organisasi penyiaran. Organisasi penyiaran bisa bersifat *public secto*, *privat sector*, bisa pula bersifat *no for profit (non-provit oriented)* (Wahyudi, 1994:6).

Penyiaran merupakan padanan kata Broadcasting yang memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran (Morissan,2008: 32).

Penyiaran sebagai suatu proses kerja sama antar manusia penyiaran, memerlukan proses manajemen yang sesuai dengan sifat bidang kerja penyiaran, sesuai dengan sifat fisik medium radio maupun televisi sebagai media komunikasi massa elektronika. Output penyelenggaraan penyiaran adalah siaran. Siaran adalah benda abstrak yang sangat potensial untuk dipergunakan mencapai tujuan yang bersifat idiil maupun materiil. Siaran berasal dari kata siar yang berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar dan imbuhan an sehingga membentuk kata benda memiliki makna apa yang disiarkan (Wahyudi, 1994:8).

Proses penyiaran melibatkan tiga hal yaitu komponen *software*, *brainware*, dan *hardware*. Tanpa salah satu dari komponen ini, penyelenggaraan penyiaran tidak dapat berlangsung.

- a. *Software* meliputi, dukungan manajemen, naskah produksi, SOP masing masing profesi yang terlibat dalam proses siaran, semua jenis regulasi termasuk kode etik penyiaran serta kode etik jurnalis.
- b. *Brainware* semua crew penyelenggaran siaran yang terlibat, seperti pengarah acara, kamerawan, operator audio. Brainware mengindikasikan satu ide pemikiran, kreativitas, serta gagasan produksi yang lain.

c. *Hardware* meliputi semua peralatan produksi yang terlibat. (Djamal & Andi,2015:107).

C. Program Siaran Dakwah

1. Pengertian Program

Kata program berasal dari Bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata siaran untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya (Morissan.2015:210).

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 (Wahyu, 1994:8).

Program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (*daily program*) dan program khusus atau mingguan (*special program*). Program regular disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali, umumnya dijadwalkan pada malam hari dan akhir pekan (Romli, 2009: 74).

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya (Morisson, 2008: 210).

Tanggung jawab utama seorang manajer program antara lain mencakup pemilihan dan penjadwalan seluruh program serta mengatur penayangan berbagai macam program sedemikian rupa agar dapat menarik sebanyak mungkin audien dan menghasilkan peringkat acara setinggi

mungkin. Dalam merencanakan dan memilih program, maka bagian program biasanya akan berkonsultasi terlebih dahulu dengan bagian pemasaran (sales-marketing). Hal ini mutlak dilakukan karena bagian pemasaranlah yang akan memasarkan program bersangkutan kepada para pemasang iklan. Dalam hal ini bagian program dan bagian pemasaran harus bekerja sama dengan baik (Morissan, 2008:232).

Hal hal yang perlu dipertimbangkan dalam merencanakan program siaran agar dapat menarik audien antara lain:

1. *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien yang diuju.
2. *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk produksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan.
3. *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu. Pemilihan waktu siar yang tepat sangat membantu keberhasilan program tersebut.
4. *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan (Morissan, 2015:212).

Terdapat 10 macam strategi dalam merancang program yang digunakan oleh hampir semua stasiun penyiaran di dunia, yaitu:

1. Pembagian program setiap hari (*dayparting*) adalah langkah perencanaan yang membagi setiap hari. Beberapa slot waktu yang dinilai cocok dan pas untuk diudarkan (disiarkan). Program ini sangat mempertimbangkan target audiensi tertentu pada slot waktu tersebut, misalnya pagi, siang, sore atau malam hari. Pada malam hari kaum bapak telah sampai rumah dari bekerja sehingga program dengan target kaum bapak pantas diudarkan di malam hari.
2. Tema (*theming*) adalah penentuan tema tertentu yang diudarkan pada saat khusus seperti hari liburan, atau menentukan satu minggu dengan tema tertentu.

3. Program Series (*stripping*) adalah penayangan satu program sindikasi jenis series setiap hari dalam minggu minggu pertama secara khusus.
4. Pengelompokan program yang sama (*stacking*) adalah satu teknik yang digunakan untuk mempengaruhi audiensi dengan cara mengelompokkan bersama beberapa program dengan tema yang mirip dalam rangka melihat (*sweep*) penonton selama penayangan satu program dengan program berikutnya.
5. Pemrograman ulang (*Counterprogramming*) adalah langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audiensi dari stasiun pesaing tersebut.
6. Menjembatani (*Bridging*) digunakan bila satu stasiun penyiaran mencoba mencegah audiensi untuk berpindah kanal dalam satu jeda waktu (*the main evening breaks*), di mana semua stasiun penyiaran berhenti dengan programnya.

Langkah bridging ini efektif dengan melalui beberapa cara, yaitu:

- 1) Telah siap dengan satu program yang disiarkan pada saat jeda itu.
 - 2) Menyiarkan satu program agak terlambat sehingga para pemirsa 'gugup' dan kehilangan permulaan dari satu program yang lain
 - 3) Pengiklanan program berikutnya (setelah waktu jeda) dalam slot waktu penyiaran program yang digemari penonton.
7. Perantara Salah Satu Program Unggulan (*Tentpoling*) adalah langkah perencanaan slot waktu bagi program acara yang baru, sebelum dan setelah satu program unggulan yang mempunyai audiensi cukup besar. Penempatan program baru ini akan membuat audiensi berkesempatan melihat tayangan cuplikannya,

sehingga diharapkan audiensi ini tetap tune-in ke kanal bersangkutan.

8. Perantara Dua Program Unggulan (*Hammocking*) adalah langkah perencanaan slot waktu yang mirip dengan *tentpoling*, tetapi satu program baru atau show tersebut ditempatkan di antara dua program unggulan yang mempunyai audiensi cukup besar. Penempatan program baru ini akan membuat audiensi berkesempatan melihat tayangan cuplikannya, sehingga diharapkan audiensi tersebut tetap tune-in ke kanal bersangkutan.
9. Garis Pemrograman (*Crossprogramming*) adalah pemilihan jenis program berikut dalam urutan jadwalnya dari penayangan satu program, yang mempunyai relevansi tema. Langkah ini dapat diperoleh dengan cara mengevaluasi jalan cerita dari dua jenis episode atau dua program yang berbeda.
10. Penentuan Jeda Program (*Hotswitching*) adalah penentuan jeda komersial yang tepat oleh *programmer* pada satu program sedemikian rupa, sehingga tidak menyebabkan audiensi mengubah kanal yang ditonton berpindah ke kanal televisi yang lain untuk menghindari jeda komersial tersebut (DjamaI,Andi. 2015:126-129).

2. Dakwah di Radio

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “da’wah”. *Da’wah* mempunyai tiga huruf asal yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu* dari ketiga huruf dasar ini, terbentuk beberapa kata dan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi (Munawwir, 1997:406).

Kata Dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah SWT,

para Nabi, dan Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh. Terkadang pula diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah syaitan, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya.

Istilah dakwah dalam Al-Quran diungkapkan dalam bentuk *fi'il* maupun *mashdar* sebanyak lebih dari seratus kata. Dalam Al-Quran, dakwah dalam arti mengajak ditemukan sebanyak 46 kali, 39 kali dalam mengajak kepada Islam dan kebaikan dan 7 kali mengajak ke neraka atau kejahatan. Di samping itu, banyak sekali ayat-ayat yang menjelaskan istilah dakwah dalam konteks yang berbeda (Munir dan Ilahi, 2012:17).

Kata dakwah yang mengajak kepada kebaikan antara lain disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 221:

... وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ وَيُبَيِّنُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

Terjemahnya:

‘... Dan Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin Nya, dan Allah menerangkan ayat-ayat Nya (perintah-perintah Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran.’

Sedangkan kata dakwah yang berarti mengajak kepada kejahatan, antara lain disebutkan dalam firman Allah QS. Fatir Ayat 6 :

إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمْ عَدُوٌّ فَاتَّخِذُوهُ عَدُوًّا إِنَّمَا يَدْعُوا حِزْبَهُ لِيَكُونُوا مِنْ أَصْحَابِ السَّعِيرِ

Terjemahnya:

‘Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh bagimu, maka anggaplah ia musuh(mu), karena sesungguhnya syaitan-syaitan itu hanya mengajak golongannya supaya mereka menjadi penghuni neraka yang menyala-nyala.’

Dari ayat di atas, dapat dipahami bahwa dakwah secara etimologis mengandung dua pengertian yakni dakwah kepada kebaikan dan dakwah kepada kejahatan (Abdullah, 2019:2).

Berikut beberapa definisi dakwah menurut para ahli :

- 1) Abu Bakar Zakaria mengatakan dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan.
- 2) Syekh Ali bin Shalih al Mursyid mengatakan dakwah adalah sistem yang berfungsi menjelaskan kebenaran, kebijakan dan petunjuk (agama) sekaligus menguak berbagai kebatilan beserta media dan metodenya melalui sejumlah teknik metode dan media yang lain.
- 3) Toha Yahya Omar, dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.
- 4) Musyawarah Kerja Nasional –I PTDI di Jakarta (1968) merumuskan dakwah adalah mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran, mengubah umat dari satu situasi kepada situasi lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribadi, keluarga, kelompok atau massa serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangun bangsa dan umat manusia.
- 5) Imam Sayuti Farid, dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia dengan asas, cara serta tujuan yang dapat dibenarkan oleh ajaran Islam itu sendiri.
- 6) Hamzah Ya'kub, dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.

- 7) Hafi Anshori, dakwah adalah Proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan menaati Allah SWT, amar makruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat dan nahi mungkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang di ridhai Allah SWT.
- 8) M. Arifin, dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha memengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.
- 9) Asep Muhiddin, dakwah adalah upaya memperkenalkan Islam yang merupakan satu satunya jalan hidup yang ebnar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia (Aziz, 2004:12-13).

Secara kualitatif dakwah Islam bertujuan untuk memengaruhi dan mentransformasikan sikap batin dan perilaku warga masyarakat masyarakat menuju suatu tatanan kesalehan individu dan kesalehan sosial. Dakwah dengan pesan keagamaan dan pesan pesan sosialnya juga merupakan ajakan kepada kesadaran untuk senantiasa memiliki komitmen (istiqomah) di jalan yang lurus (Munir dan Ilahi, 2012:2).

b. Tujuan Dakwah

Secara khakiki dakwah memiliki tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al Quran dan al Hadis dan mengajak manusia mengamalkan nya. Tujuan dakwah ini dapat dibagi menjadi tujuan yang berkaitan dengan materi dan objek dakwah (Syamsudin, 2016:11).

Tujuan dakwah adalah menegakkan ajaran agama Islam kepada setiap insan bagi individu maupun masyarakat sehingga ajakan tersebut mampu mendorong suatu persatuan yang sesuai dengan ajaran tersebut (Tasmara, 1987: 47).

Sedangkan tujuan yang diharapkan terhadap masyarakat adalah terbinanya kehidupan yang rukun dan damai, taat dalam melaksanakan ajaran agama dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi. Lebih jauh lagi, dalam interaksi sosial, diharapkan munculnya sikap saling menghormati satu sama lain, baik sesama muslim maupun dengan pemeluk agama lainnya. Selanjutnya tujuan kegiatan dakwah adalah terwujudnya umat terbaik khaira ummah yang basisnya didukung oleh muslim yang berkualitas individu yang baik (khairul bariyyah) yang oleh Allah dijanjikan akan memperoleh ridha dan surga. Untuk terbinanya khairul ummah harus didahului oleh pembinaan khairul bariyyah. Sedangkan khairul bariyyah merupakan individu muslim yang memiliki integritas iman, ilmu dan amal yang dimanifestasikan dalam kehidupan kesehariannya (Abdullah, 2018:167).

Dalam mewujudkan tujuan dakwah, diperlukan sebuah konsep dakwah yang matang yang dapat mendukung pencapaian tujuan tersebut. Setidaknya menentukan unsur-unsur dakwah itu sendiri sebagai konsep dasar pelaksanaan dakwah yang dapat membantu mewujudkan citacita dakwah. Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) telah menetapkan program keagamaan, yaitu:

- 1) Program keagamaan harus disajikan oleh perorangan atau kelompok atau organisasi yang bertanggungjawab.
- 2) Program keagamaan harus disajikan dengan tanggungjawab, tanpa prasangka, dan tidak mempertentangkan keyakinan antar umat beragama.

- 3) Stasiun radio tidak boleh menyiarkan acara keagamaan yang secara ritual atau peribadatnya tidak diterima oleh umum.
- 4) Program keagamaan tidak boleh menganjurkan perpindahan agama.
- 5) Program keagamaan harus mempertebal iman yang dianut seseorang (Dewan Kehormatan Kode Etik, "PRSSNI").

c. Unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah, unsur tersebut adalah da'i, mad'u, maddah, wasilah, thariq, dan atsar (Aziz, 2016: 215).

- 1) Subjek dakwah (Da'i) Da'i adalah orang yang melakukan dakwah atau dapat disebut pendakwah (Aziz, 2016:216). Da'i adalah agen perubahan sosial (agent of change), penyeru kepada kebaikan dan kebenaran. Agar seruanya mudah diterima, maka da'i harus memiliki akhlak yang mulia dan menjadi teladan dan panutan di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Da'i dapat melaksanakan dakwah secara individu maupun berdakwah secara kolektif melalui organisasi (Saputra, 2012:8).

- 2) Objek dakwah (Mad'u).

Kata mad'u dalam bahasa Arab merupakan isin Maf'ul yang berarti objek atau sasaran dari kata kerja transitif (muta'adi). Secara etimologi mad'u adalah orang yang diajak. Dipanggil dan diundang. Menurut terminologi mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah islam, baik perseorangan maupun kelompok (Sulthon, 2015: 45).

Secara umum Al-Qur'an menjelaskan ada tidak tipe mad'u, yaitu: mukmin, kafir dan munafik. Sedangkan Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu: golongan cerdik cendekiawan, golongan awam dan golongan yang berbeda dari keduanya (Munir, dkk, 2012:19).

- 3) Materi dakwah (Maddah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu masalah akidah, masalah syariah, masalah mu'amalah dan masalah akhlak (Munir,dkk, 2012:20).

4) Metode dakwah (Thariq)

Metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos*, merupakan gabungan dari kata *meta* yang berarti melalui, mengikuti, sesudah dan kata *bodos* berarti jalan ataupun cara. Sedangkan dalam bahasa Jerman, metode berasal dari kata akar *methodica* yang berarti ajaran tentang metode. Sedangkan dalam bahasa Arab metode disebut *thariq* atau *thariqoh* yang berarti jalan atau cara (Munir, dkk. 2012:23).

Beberapa Ulama membagi metode dakwah terbagi menjadi tiga (Ya'qub, 2000:121), yaitu:

Pertama, Bil al-Hikmah pada intinya merupakan penyeruan atau pengajakan secara bijak, filosofis, argumentatif, dilakukan dengan adil, penuh kesabaran dan ketabahan. Dakwah *bi al-Hikmah* yang berarti dakwah bijak, mempunyai makna selalu memperhatikan suasana, situasi dan kondisi mad'u (muqtadha al-hal). Hal ini berarti menggunakan metode yang relevan dan realistis sebagai tantangan dan kebutuhan, dengan memperhatikan kadar pemikiran dan intelektual, suasana psikologis, serta situasi sosiokultural mad'u (Muhyiddin, 2002:79).

Kedua, Al-Mau'idzah al-Hasanah yaitu berdakwah dengan memberikan nasehat nasehat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasehat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mad'u (Munir,2006:34). Metode ini diarahkan kepada mad'u yang

kapasitas intelektual dan pemikiran serta pengalaman spiritualnya tergolong kelompok awam. Dalam hal ini, peranan juru dakwah adalah sebagai pembimbing, teman dekat yang setia yang menyayangi dan memberikan segala hal yang bermanfaat serta membahagiakan mad'unya (Enjang, dkk.2009:90).

Ketiga, Wa Jadilhum bi al-Lati Hiya Ahsan. Secara umum dapat dikatakan bahwa dakwah dengan *mujadalah bil laty hiya ahsan* mengandung pengertian dakwah dengan cara berdialog dan berdiskusi dengan lemah lembut tanpa kekerasan. Pandangan semacam ini dikemukakan oleh al Maraghi, Al-Zammahsyari, AlBaidlawy dan A. Hasjmy. Menurut Sayyid Quthub, metode dialog dan diskusi tidak bertujuan mencari kemenangan, tetapi bertujuan agar objek dakwah patuh dan tunduk terhadap ajaran agama untuk mencapai kebenaran (Pimay, 2005: 67).

5) Media dakwah (Wasilah)

Wasilah berasal dari bahasa Arab yang berarti means (titik tengah), expedient, device (alat, perlengkapan), instrument dan tool (alat). Dalam bidang dakwah, wasilah adalah alat menghubungkan da'i dan mad'u dalam proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u (Munir, 2006:32).

Secara istilah media dakwah merupakan alat yang digunakan sebagai perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi ada sarana lain selain alat komunikasi tersebut, seperti tempat, infrastruktur, mesin (Aziz, 2009:403). Dari definisi yang ada, setidaknya media dakwah dapat dipahami sebagai sebuah alat atau sarana (saluran) yang dipergunakan untuk memudahkan menyampaikan pesan-pesan dakwah (islam) dari da'i kepada mad'u.

Asmuni Sukir mengelompokan media dakwah menjadi enam macam, yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi-organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan budaya (Aziz ,2009:405-406).

6) Efek dakwah (*Atsar*)

Efek adalah suatu pengaruh atau tindakan dan sikap setelah objek dakwah menerima pesan tersebut (Aziz, 2016:456). *Atsar* sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da' i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali.

d. Manajemen Dakwah

Kecenderungan masyarakat untuk mencari solusi kepada ajaran Islam dalam menghadapi problematika kehidupan dan masalah masalah kontemporer merupakan tantangan bagi para pelaku dakwah. Dakwah harus dikemas sedemikian rupa untuk mampu memengaruhi persepsi masyarakat bahwa nilai nilai ajaran Islam lebih tinggi nilainya daripada nilai nilai yang lain (Munir,dkk, 2012:3).

Jika aktivitas dakwah dilaksanakan sesuai dengan prinsip prinsip manajemen maka citra professional dalam dakwah akan terwujud pada kehidupan masyarakat. Dengan demikian dakwah tidak dipandang dalam objek ubudiyah saja akan tetapi diinterpretasikan dalam berbagai profesi (Munir,dkk., 2012:36).

Manajemen dakwah merupakan terminologi yang terdiri dari dua kata yakni “Manajemen dan Dakwah”. Kedua kata ini berangkat dari disiplin ilmu yang sangat berbeda (Munir, dkk, 2012:7).

Manajemen dakwah adalah suatu pengelolaan dakwah secara efektif dan efisien melalui suatu organisasi yang terintegrasi yang secara sadar ditetapkan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Dari arti ini, manajemen dakwah merupakan suatu upaya sadar yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi yang direncanakan bersama-sama oleh seseorang yang terlibat dalam pengelolaan organisasi (stake holder). Manajemen dakwah merupakan salah satu usaha untuk merumuskan rencana-rencana, strategi-strategi, penggalangan dana dan lain sebagainya untuk tujuan dakwah (Primay, 2013:4).

Manajemen dakwah adalah suatu pengelolaan dakwah secara efektif dan efisien melalui suatu organisasi yang terintegrasi yang secara sadar ditetapkan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Dari arti ini, manajemen dakwah merupakan suatu upaya sadar yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi yang direncanakan bersama-sama oleh seseorang yang terlibat dalam pengelolaan organisasi (stake holder). Manajemen dakwah merupakan salah satu usaha untuk merumuskan rencana-rencana, strategi-strategi, penggalangan dana dan lain sebagainya untuk tujuan dakwah (Pimay, 2013:4)

D. Manajemen Penyiaran

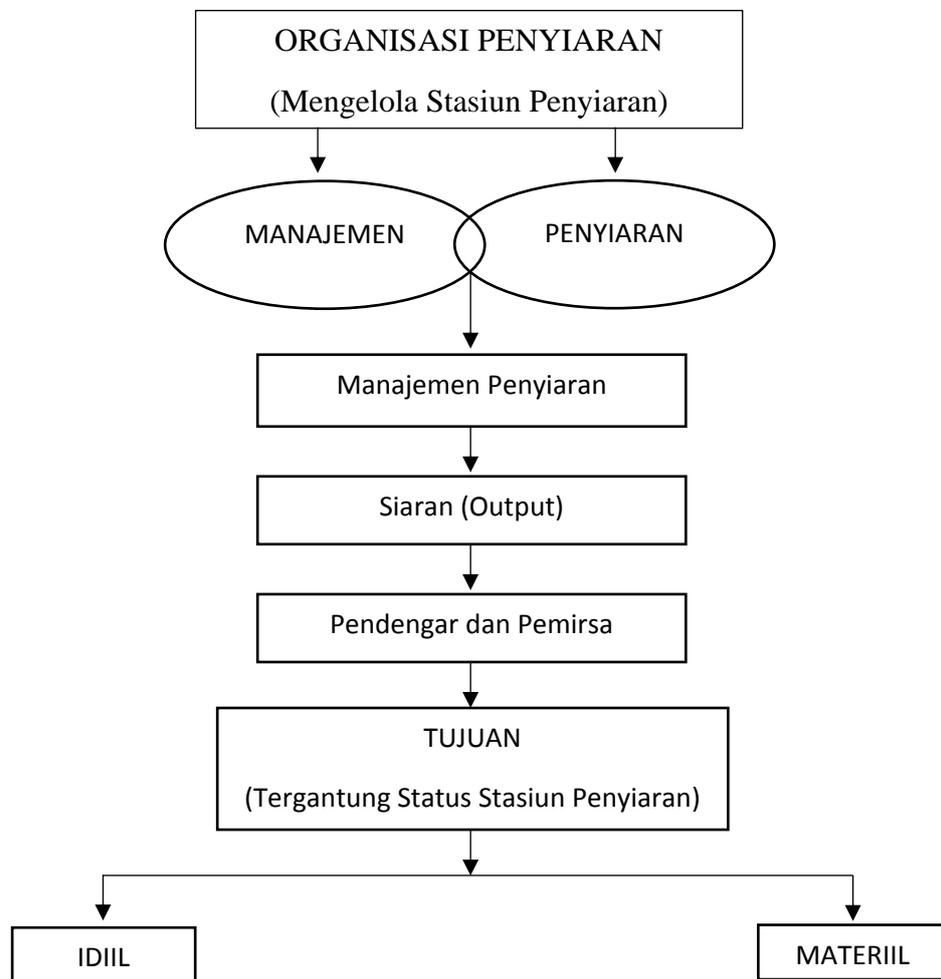
Manajemen dan penyiaran memiliki arti yang berbeda, manajemen mencakup kerja seseorang atau kelompok melalui tindakan tertentu tentang apa yang harus mereka lakukan, metode serta hal hal penunjangnya demi pencapaian tujuan tertentu, sedangkan penyiaran merupakan pembuatan dan menyiarkan suatu pesan melalui udara. Akan tetapi antar keduanya perlu dipadukan dan disesuaikan dengan landasan tujuan yang hendak dicapai. Jadi manajemen penyiaran dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mempengaruhi memanfaatkan kepandaian atau keterampilan orang lain untuk mencapai tujuan bersama (Wahyudi, 1994:39).

Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti, manajemen penyiaran sebagai “motor penggerak” organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siara. Pada dasarnya proses perencanaan, produksi dan menyiarkan siaran merupakan proses transformasi yang ada dalam manajemen. Tahapan manajemen inilah yang harus disinkronkan dengan tahapan proses penyiaran dan setiap langkah harus berorientasi kepada tujuan yang hendak dicapai (Wahyudi, 1994:39).

Pada media penyiaran posisi manajer biasanya terdiri atas tiga tingkatan (level) yaitu:

1. Manajer tingkat bawah; manajer tingkat ini bertugas mengawasi secara dekat pekerjaan rutin karyawan yang berada dibawah naungannya. Manajer tingkat bawah bertanggung jawab kepada manajer tingkat menengah.
2. Manajer tingkat menengah; bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan tertentu sebagai bagian dari proses untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Manajemen menengah dapat meliputi beberapa tingkatan dalam suatu organisasi. Sebutan lain bagi manajer menengah adalah manajer departemen, kepala pengawas dan sebagainya.
3. Manajer puncak; manajer yang mengoordinasikan kegiatan perusahaan serta memberikan arahan dan petunjuk umum untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebutan khas bagi manajer puncak adalah direktur atau presiden direktur (Morissan. 2015:137)

Hubungan antara manajemen dan penyiaran di dalam manajemen penyiaran adalah sebagai berikut



Ada pertemuan antara manajemen dan penyiaran dari tabel diatas. Pertemuan ini terjadi atas landasan rasa kebersamaan dan keterbukaan untuk menciptakan siaran yang berkualitas, baik dan benar (normative, edukatif, informative, dan komunikatif) (Wahyudi, 1994:42).

Dalam pengelolaan manajemen penyiaran, tiap tahap kegiatan sudah ada ketentuan yang harus dilakukan. Penyimpangan dari ketentuan yang berjalan menandakan penanganan manajemen sudah tidak profesional sehingga dapat berakibat mempengaruhi proses penyiaran tersebut dan konsumen penyiaran turut dirugikan (Wahyudi, 1994:46).

BAB III

GAMBARAN UMUM RADIO GAJAHMADA 102.4 FM SEMARANG

A. Sejarah Radio Gajahmada FM

Radio Gajahmada FM didirikan tahun 1972 oleh Bapak Haris Suharto dan (Alm) Bapak Hidayat. Radio Gajahmada FM semula berada di Jalan Gajahmada 65 Semarang. Lokasi jalan tempat studio radio ini berada diabadikan menjadi nama radio. Tiga tahun kemudian, manajemen dan lokasi studio berpindah. Di bawah kepemimpinan Bapak Teguh Dono Mulyanto, Radio Gajahmada menempati studio dan kantor di Jalan M.T. Haryono 161.

Pembaharuan organisasi dan program siaran dilakukan. Sesuai Peraturan Pemerintah (PP) No. 50/1977 tentang status badan hukum radio non-pemerintah, Radio Gajahmada pun mendaftarkan diri menjadi Perseroan Terbatas bernama PT. Suara Gajahmada Palapa Angkasa Jaya. Selain itu juga menjadi anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional atau PRSSNI Semarang (No. 239-9/1978); dengan hak siaran berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 38836/TD/1977 yang terus diperbaharui.

Seiring berkembangnya bidang teknologi siaran, Radio Gajahmada berpindah dari AM 828 ke FM 102.6 pada bulan Mei 1991. Perpindahan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas siaran agar jernih diterima pendengar.

Frequency Modulation (FM) memiliki keunggulan dapat menghilangkan gangguan atau pencampuran karena cuaca, alat elektronik, atau gangguan dari dua stasiun yang berada dalam gelombang yang sama, serta dapat menyiarkan sebaik baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.

Pada tahun 2004, sesuai penataan frekuensi oleh pemerintah, Radio Gajahmada menempati frekuensi baru di FM 102.4 hingga sekarang.

B. Profil Radio Gajahmada FM



Profil Perusahaan	: PT. Suara Gajahmada Palapa Angkasa Jaya
Nama Radio	: Gajahmada
Frekuensi	: FM 102.4
Positioning	: Radionya Orang Semarang
Station Format	: Family
Music Format	: Contemporarry Hits
Listener Call	: Paramitra
On Air	: 24 jam/ 7 hari
Facebook	: Radio Gajahmada
Instagram	: @gajahmadafm
Alamat Studio	: JL. MT Haryono 161 Kel. Jagalan, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang
Alamat Kantor Pemasaran	: JL. Bukit Puncak 2 No. 7 Bukit Sari Semarang

(web gajahmada fm 14.12 13/01/20)

C. Visi dan Misi Radio Gajahmada FM

Kamus Longman mendefinisikan visi sebagai *ability to see* (kemampuan melihat) atau *an idea of what you think something should be like* (gagasan mengenai apa yang anda pikirkan mengenai sesuatu seharusnya seperti apa).

Visi adalah cita cita atau harapan untuk mewujudkan suatu keadaan atau situasi yang ideal di masa depan. Sedangkan Misi secara bahasa memiliki dua pengertian dasar yaitu maksud atau tujuan yang ingin dicapai dan pekerjaan penting yang harus dilakukan. Dengan demikian Misi memiliki

pengertian maksud atau tujuan yang ingin dicapai melalui serangkaian tindakan atau pekerjaan yang harus dilakukan (Morissan,2015:139).

Untuk meningkatkan kinerja dan kualitas di dunia penyiaran Radio Gajahmada FM Semarang membangun Visi dan Misi sebagai berikut:

- a. Visi Radio Gajahmada yaitu “Menjadi media pendidikan, informasi, dan hiburan yang konstruktif bagi masyarakat.”
- b. Misi Radio Gajahmada yaitu “Melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi pendengar.”

D. Tugas dan Tanggung Jawab Penyiar Radio Gajahmada FM

Menurut Mustari, definisi tanggung jawab ialah sikap dan perilaku seseorang dalam menjalankan tugas serta kewajibannya. Tugas adalah perbuatan yang harus diselesaikan seseorang dalam jangka waktu yang ditentukan.

Penyiar merupakan elemen penting dalam sebuah lembaga penyiaran, karena penyiar merupakan icon dan penggerak suatu program acara. Agar program acara dapat berjalan dengan baik dan berkualitas penyiar Radio Gajahmada FM memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Bertanggung jawab atas kelancaran operasional siaran setiap harinya.
- b) Bekerjasama dengan produser, produksi, music director, untuk program acara yang akan diudarkan.
- c) Berkonsultasi dan menerima saran dari atasan ketika ada hambatan- hambatan dalam proses siaran.

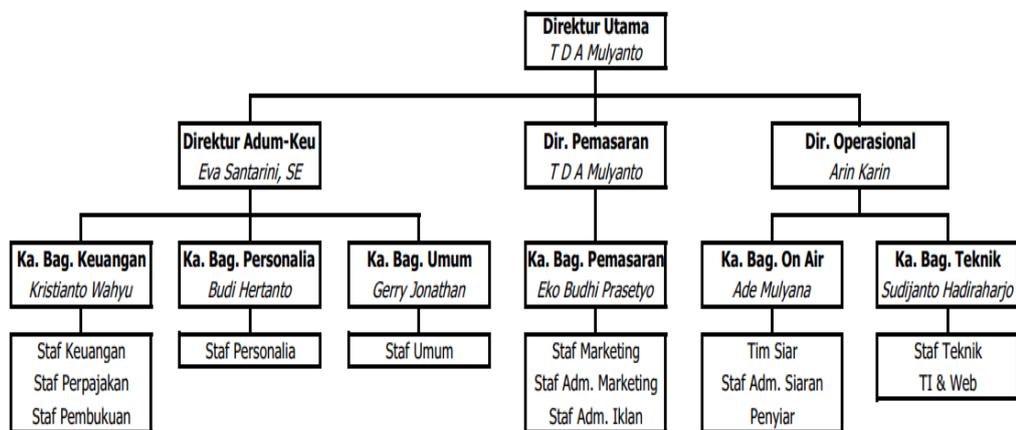
E. Stuktur Organisasi Radio Gajahmada FM

Struktur organisasi stasiun penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda beda satu dengan lainnya, bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyiarannya tidak memiliki struktur organisasi yang persis sama. Perbedaan ini biasanya

disebabkan oleh skala usaha atau besar kecilnya stasiun penyiaran (Morissan, 2015:151).

Berikut struktur organisasi Radio Gajahmada FM

STRUKTUR ORGANISASI
PT Suara Gajahmada Palapa Angkasa Jaya
Gajahmada 102.4 FM Semarang



F. Program Siaran Radio Gajahmada FM

Program siaran baik yang diperoleh melalui produksi sendiri, produksi kerja sama, ataupun melalui pembelian dari rumah produksi harus direncanakan secara matang kapan akan disiarkan. Setiap program acara dibuatkan judul, kriteria, format, dan durasi. Berikut *rundown* acara di Radio Gajahmada FM :

WIB	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	WIB
04.30-05.00	Siraman Rohani Islam						Siraman Rohani Kristen	04.30-05.00
05.00-08.00	Kota Kita					Kota Kita Weekend	Kota Kita Weekend	05.00-08.00
08.00-09.00	Oldi Goldi						Sunday Music	08.00-09.00
09.00-10.00	Konsultasi Kesehatan	Info Konsumen	Megabahtera			Megabahtera Weekend	Mimbar Agama Kristen/Katolik	09.00-10.30
10.00-11.00	Megabahtera						Mimbar Agama Kristen/Katolik	10.30-11.00
11.00-13.00	Sebelas Tiga Belas						Relax on Sunday	11.00-13.00
13.00-14.00	Goyang Asoy					G-Sport	Ta Cia Wu An	13.00-15.00
14.00-17.00	Gamatans						Bintang Kecil	15.00-17.00
17.00-18.00	Intermezzo				Mimbar Agama Islam	Gajahmada 123	Dwidasa Adigita Persada	17.00-18.00
18.00-19.00	Intermezzo						Top 20 Countdown	18.00-19.00
19.00-20.00	Asia Hit List	7PM	Blacklist	lflfl	Ajang Mingguan*	Gajamadanza	Rock Request	19.00-20.00
20.00-21.00	Konsultasi Psikologi	Rock Indonesia	Sudut Pandang	Sejam Baring	Request Mandarin	Gajamadanza	Rock Request	20.00-21.00
21.00-22.00	Konsultasi Psikologi	Rock Indonesia	Kemaren Dulu	Wayang Kulit	Karaoke Mandarin	Gajamadanza	Rock Request	21.00-22.00
22.00-23.00	Gita Malam		Klimaks	Wayang Kulit	Karaoke Mandarin	Gita Malam		22.00-23.00
23.00-01.00	Gita Malam		Alnosta	Wayang Kulit	Kilas Balik Gita Persada	Gita Malam		23.00-01.00
01.00-03.00	Goyang Semarang	Campursari	Alnosta	Wayang Kulit	Kilas Balik Gita Persada	Happy Slow Rock	Karaoke Alnosta	01.00-03.00
03.00-04.30	Don't Sleep Away					Kidung Pujian	Kilas Balik Gita Persada	03.00-04.30

*Buka Buku | Share dot Com | Mimbar Agama Budha

● Keluarga ● Dewasa > 40 tahun ● Dewasa Produktif ● Anak Muda
 ● Religi ● Wanita ● Konsultasi ● Anak-anak

a. Program Siraman Rohani Islam

Siraman Rohani Islam merupakan program yang memuat tentang renungan pendek keagamaan Islam dengan diiringi sebuah lagu - lagu Islami yang disiarkan setiap hari Senin - Sabtu pukul 04.30 sampai 05.00 WIB. Program ini setiap harinya membahas tentang ilmu keagamaan dengan tema yang berbeda-beda agar para pendengar dapat menambah iman serta kesejukan dalam hati.

b. Kota Kita

Kota Kita merupakan program yang membahas tentang semangat pagi dengan alunan musik hits terbaik, aneka info aktual setiap harinya, dan ucapan ulang tahun setiap hari nya. Program ini disiarkan setiap hari Senin - Minggu pukul 05.00 sampai 08.00 WIB.

c. Oldi Goldi

Oldi Goldi merupakan program yang membahas tentang kenangan manis dengan diiringi lagu – lagu nostalgia manca setiap

harinya. Program ini disiarkan setiap hari Senin - Jum'at pukul 08.00 sampai 09.00 WIB. Jadi para pendengar dapat bernostalgia dengan mendengarkan program acara tersebut setiap paginya dengan santai.

d. Megabahtera

Megabahtera merupakan program belajar hidup menuju keluarga bahagia dan sejahtera. Jadi program ini setiap harinya membahas seputar tips dalam menciptakan suasana dalam berkeluarga yang harmonis. Program ini disiarkan setiap hari Senin - Sabtu pukul 09.00 sampai 11.00 WIB.

e. Breaktime

Breaktime merupakan program keep update dengan info tengah hari dan relaks juga bisa sambil request lagu – lagu manca yang yesterhits setiap harinya. Program ini disiarkan setiap hari Senin – Sabtu pukul 11.00 sampai 14.00 WIB.

f. Gamafun

Gamafun merupakan program siang yang sangat seru dan asyik, karena membahas tentang gaya hidup anak muda dengan diiringi musik top 40 juga pastinya ada kuis untuk para pendengar. Program ini disiarkan setiap hari Senin – Sabtu pukul 14.00 sampai 17.00 WIB.

g. Intermezzo

Intermezzo merupakan program yang membahas tentang info-info ringan dengan tetap rileks saat sakit. Program ini disiarkan setiap hari Senin – Jum'at pukul 17.00 sampai 19.00 WIB.

h. Konsultasi Psikologi

Konsultasi Psikologi merupakan program yang membahas solusi – solusi bagi para pendengar yang mau curhat dengan pakarnya langsung yaitu psikolog Endang S. Indrawati. Program ini disiarkan setiap hari Senin pukul 19.00 sampai 20.00 WIB.

i. Asia Hits List

Asia Hits List merupakan program yang membahas tentang music – musik dan info K & J Pop bagi anak muda yang mendengarkan. Program ini disiarkan hari Senin pukul 20.00 sampai 22.00 WIB.

j. Gita malam

Gita Malam merupakan program yang membahas tentang musik – musik malam yang sangat romantis, galau, happy dan pastinya menyenangkan hati bagi para pendengarnya. Program ini disiarkan setiap hari Senin, Selasa, Sabtu, dan Minggu pukul 22.00 sampai 01.00 WIB.

k. Goyang Semarang

Goyang Semarang merupakan program yang membahas tentang lagu – lagu dangdut pada dini hari buat menemani yang pada begadang. Program ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 01.00 sampai 03.00 WIB.

l. Lepas Malam

Lepas Malam merupakan program yang membahas tentang musik manca dan persada untuk menemani dini hari para pendengarnya. Program ini disiarkan setiap hari Senin – Rabu pukul 03.00 sampai 04.30 WIB.

m. 7PM

7PM merupakan program yang membahas tentang lagu- lagu persada dan manca paling baru setiap minggunya. Program ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 19.00 sampai 20.00 WIB.

n. Rock Indonesia

Rock Indonesia merupakan program yang membahas tentang musik – musik rock Indonesia will rock you. Program ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 20.00 sampai 22.00 WIB.

o. Campursari

Campursari merupakan program yang membahas tentang musik – musik campursari bagi para kalangan orang tua. Program ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 01.00 sampai 03.00 WIB.

p. Info Konsumen

Info Konsumen merupakan program yang membahas tentang sharing dengan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Semarang, jadi disini pendengar dapat berkonsultasi dan sharing dengan pihak tersebut agar bisa menjadi konsumen yang cerdas. Program ini disiarkan setiap hari Rabu pukul 09.00 sampai 10.00 WIB.

q. Mimbar Agama Islam

Mimbar Agama Islam merupakan program yang membahas tentang ilmu keagamaan, wawasan tentang keislaman bagi para pendengarnya. Program ini diisi materi oleh ustadz yang membawakan tema yang berbeda-beda setiap segmennya. Program ini disiarkan setiap hari Kamis pukul 19.00 sampai 20.00 WIB.

r. Musik Minggu

Musik Minggu merupakan program yang membahas tentang lagu – lagu keren di hari Minggu pagi. Program ini disiarkan setiap hari Minggu pukul 09.00 sampai 11.30 WIB.

G. Program Agama Islam di Radio Gajahmada

Radio Gajahmada memiliki beberapa jenis acara dalam program acara yang disiarkan, salah satunya adalah jenis program keagamaan. Melihat mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, Radio Gajahmada memberikan lebih banyak program Agama Islam. Program Agama Islam tersebut :

a. Program Acara **Mimbar Agama Islam** (program acara mingguan)

Program **Mimbar Agama Islam** termasuk dalam program acara mingguan yang disiarkan setiap hari kamis jam 19.00 – 20.00 WIB (60 menit). dengan format siaran dakwah, 2 arah dan disampaikan secara langsung. Dengan dipandu oleh ustadz Mustamir sebagai narasumber, dan menjelaskan materi yang telah di siapkan sebelum acara dimulai.

Program Mimbar Agama Islam merupakan program acara *on air* dengan format acara dakwah interaktif di mana pendengar dapat berkomunikasi dengan narasumber dengan bertanya seputar materi yang disampaikan melalui telepon atau whatsapp. Materi disiapkan oleh narasumber yang sudah dipercaya dan diseleksi dengan ketat.

b. Program Acara **Siraman Rohani Islam** (program acara harian)

Program **Siraman Rohani Islam** termasuk dalam program acara harian yang disiarkan setiap hari senin – sabtu dengan durasi 30 menit pada jam 04.30-05.00. Program Siaran Rohani Islam merupakan program acara *Off Air* dengan format acara one way (satu arah) sehingga pendengar hanya mendengarkan materi siaran yang diselengi oleh lagu-lagu religi terbaru.

Program Siraman Rohani Islam dapat disebut dakwah di antara lagu karena materi dibawakan dengan diselengi lagu religi. Produksi program Siraman Rohani Islam bekerjasama dengan MITRADIO yang menyediakan konten audio Islami dengan berbagai durasi.

c. Program Acara Bulan Ramadhan (program acara bulanan/ momentum)

Pada bulan Ramadhan Radio Gajahmada mengubah rundown acara, ada program yang dihilangkan dan digantikan oleh program baru. Hal ini dikarenakan pada bulan Ramadhan animo masyarakat untuk berlomba lomba dalam kebaikan lebih meningkat sehingga pada bulan Ramadhan diperlukan perombakan mata acara. Maka dari itu Radio Gajahmada membuat program acara dalam paket, paket acara sahur dan berbuka.

Paket acara sahur memiliki tujuan untuk menemani pendengar pada waktu sahur. Paket acara sahur berisi talkshow, pembagian hadiah, lagu religi terbaru, dan ditutup dengan Kultum (kuliah 7 menit).

Paket acara berbuka memiliki tujuan untuk menemani pendengar pada waktu berbuka puasa. Paket acara berbuka berdurasi 2 jam dimulai jam 17.00-19.00.

H. Manajemen Penyiaran Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM

Definisi manajemen memberikan tekanan terhadap kenyataan bahwa manajer mencapai tujuan atau sasaran dengan mengatur karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber material dan finansial. Bagaimana manajer mengoptimasi pemanfaatan sumber-sumber, memadukan menjadi satu dan mengkonversi hingga menjadi output, maka manajer harus melaksanakan fungsi fungsi manajemen untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber sumber dan koordinasi pelaksanaan tugas untuk mencapai tujuan (Choliq, Abdul. 2014:33).

Pada media penyiaran, manajer umum bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sedemikian rupa sehingga tujuan media penyiaran bersangkutan dapat tercapai. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, manajer melaksanakan empat fungsi dasar manajemen yaitu:

1. Perencanaan
2. Pengorganisasian
3. Pengarahan & pemberian pengaruh
4. Pengawasan

(Morissan, 2015:138)

1. Perencanaan Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM

Pada dunia penyiaran, perencanaan merupakan unsur yang sangat penting, karena siaran memiliki dampak yang sangat luas. Perencanaan program pada radio Gajahmada FM mengacu pada misi organisasi yaitu memberikan yang terbaik untuk pendengar. Dalam merumuskan suatu program acara, media masa harus menyiarkan yang berkaitan dengan informasi, pendidikan,hiburan, religius termasuk juga komersial. Sesuai

regulasi UUD penyiaran disebutkan bahwa media berperan untuk menyiarkan hal hal tsb.

“Perencanaan acara itu prinsipnya adalah kita (gajahmada) mendasari apa yang menjadi kebutuhan radio dan apa yang menjadi kebutuhan pendengar. Dalam merumuskan suatu program acara, media masa harus menyiarkan yang berkaitan dengan informasi, pendidikan, hiburan, religius termasuk juga komersial. Dalam regulasi UUD penyiaran juga disebutkan bahwa media berperan untuk menyiarkan hal hal tsb. Kita sebagai radio bertanggung jawab menyiarkan program religious dan kita memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pendengar” (Daniel, PD dept penyiaran).

Radio Gajahmada FM sebagai stasiun penyiaran radio bertanggung jawab menyiarkan program religius dan tidak lupa memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pendengar. Ketika merencanakan suatu program acara radio, manajer program menentukan program seperti apa yang ingin dibuat dan dispesifikkan. Selanjutnya menentukan format acara.

“Ketika kita merumuskan kita harus punya suatu program acara radio, kita bisa spesifik ke program seperti apa. Kita bisa saja merumuskan dalam format dakwah ataukah dalam format interaktif. Dakwah bisa bersifat monolog meskipun juga kalo interaktif harusnya dua arah dari pendengar. Paling tidak format acara ini yang dirumuskan dalam perencanaan siaran. Perencanaan yang dilakukan berupa: Pemilihan nama acara yang mudah diingat dan dimengerti pendengar, jam tayang siaran disesuaikan kebutuhan pendengar, menentukan target pendengar, memilih penyiar, mencari narasumber yang sesuai, ketika komponen sudah dirumuskan dibuatlah contoh siaran, selanjutnya mencari slot tayang yang sesuai” (Daniel, PD Dept. Penyiaran).

Format acara untuk program Agama Islam dibagi menjadi dua, format dakwah satu arah atau dalam format dakwah interaktif. Setelah menentukan format acara, tahap berikutnya dalam perencanaan adalah sebagai berikut:

- a. Pemilihan nama acara, nama acara berpengaruh terhadap pendengar. Pemilihan nama acara yang mudah diingat dan dimengerti. Radio Gajahmada memilih nama Mimbar Agama Islam untuk siaran dakwah interaktiv dan nama Siaran Rohani Islam untuk siaran

- dakwah monolog atau satu arah. Penamaan tersebut berdasarkan kata yang mudah dan familiar didengar oleh pendengar.
- b. Audie / pendengar, target pendengar disesuaikan dengan segmentasi pendengar Radio Gajahmada yaitu keluarga dan lebih dispesifikan menjadi keluarga yang beragama Islam.
 - c. Jam tayang siaran, pemilihan jam tayang disesuaikan dengan kebutuhan pendengar karena jam tayang berkaitan dengan target pendengar Radio Gajahmada FM.
 - 1) Untuk program mimbar Agama Islam tayang pada hari Kamis jam 19.00, dipilih malam hari dengan pemikiran masyarakat Semarang mulai berada di rumah sekitar pukul 19.00 sehingga dapat mendengarkan dengan nyaman di rumah. Program Mimbar Agama Islam berdurasi 1 jam dengan diselingi lagu Islami, waktu 1 jam dirasa cukup karena melihat konsep acaranya berupa interaktif dimana melibatkan pendengar untuk bertanya dan narasumber akan menjawab pertanyaan dari pendengar.
 - 2) Program Siraman Rohani Islam tayang pada hari Senin-Sabtu di jam 04.30 – 05.00. format acaranya monolog atau one way dengan desain program dakwah diantara lagu. Pemilihan jam tayang tersebut diharapkan masyarakat lebih semangat menjalani hari dengan dakwah dipagi hari.
 - 3) Paket siaran Ramadhan tayang hanya di bulan Ramadhan. ada dua paket di bulan Ramadhan, paket sahur dan paket berbuka. paket ini hanya ada di bulan Ramadhan sesuai momentum yang ada.
 - d. Penyiar. Dalam merencanakan penyiar acara dibagi menjadi dua jenis, pertama penyiar program dipilih berdasarkan pengetahuan agama yang lebih mendalam yang kedua penyiar tidak diharuskan memiliki pengetahuan agama yang lebih mendalam atau bisa dikatakan semua penyiar dapat mengisi acara tersebut.

- e. Narasumber, pemilihan narasumber dilihat dari pemahaman mengenai nilai keagamaannya dan narasumber dipilih yang dakwahnya tidak menimbulkan kontroversial. Pada program Siraman Rohani Radio Gajahmada FM bekerja sama dengan MIT Radio yang menyediakan paket-paket acara Islam dengan berbagai durasi.
 - f. Contoh siaran, ketika komponen siaran sudah dirumuskan dibuatlah contoh siaran, desain siaran yang dipilih apakah diawali dengan suatu lagu tema atau penyiar berbicara.
 - g. Slot tayang, Setelah contoh siaran selesai program dimasukkan dalam slot tayang yang sudah ada.
2. Pengorganisaian dalam manajemen program Agama Islam di Radio Gajahmada FM

Struktur organisasi dalam stasiun radio tidak sama atau bisa disebut tidak baku. Pada Radio Gajahmada FM struktur organisasi paling atas terdapat Direktur Utama (manajer puncak). Pada manajer tingkat tengah ada Direktur Adum-Keuangan, direktur Pemasaran, dan direktur Operasional. Selanjutnya pada manajer tingkat bawah, Direktur Adum-Keuangan membawahi kepala bagian keuangan, kepala bagian personalia, dan kepala bagian umum; Direktur Pemasaran membawahi kepala bagian pemasaran; Direktur Operasional membawahi kepala bagian On Air dan kepala bagian Teknik. Masing-masing manajer tingkat bawah memiliki staf yang sesuai dengan bidangnya.

“Karena Gajahmada FM mendaftarkan diri menjadi Perseroan Terbatas (PT) sehingga Gajahmada FM memiliki direktur utama yang membawahi seluruh perusahaan, dibawahnya ada Direktur Administrasi dan Keuangan, Direktur Operasional yg bertanggung jawab teknis dan siaran, dan Direktur pemasaran. Direktur operasional membawahi bagian teknis dan siaran, nah bagian siaran itu terdapat coordinator tim siar dan penyiar penyiar, Program Director, script writer, reorter, dan social media anlyls” (Daniel, PD Dept. Penyiaran).

3. Pengarahan dalam manajemen program Agama Islam di Radio Gajahmada FM

“untuk pengarahan suatu program dilakukan dengan membuat skrip garis besar yang akan disiarkan, sehingga peniarnya tidak keluar jauh dari tema dan dapat mengatur jalannya acara dengan mudah” (Daniel, PD dept penyiaran).

Pengarahan dalam program acara bertujuan untuk menjaga program acara berjalan sesuai dengan rencana. Ketika program acara berjalan diberikan skrip panduan garis besar apa yang akan disampaikan, Program direktur membantu mengarahkan acara melalui computer ketika program sedang berjalan. Pengarahan berupa pembahasan materi yang disampaikan, lagu yang diputar, iklan yang disampaikan dll.

4. Pengawasan & Evaluasi dalam manajemen penyiaran Program Agama Islam di Radio Gajahmada FM

“Program Direktur bertugas mengawasi dan mengontrol apakah acara tersebut berjalan dengan lancar. Kalau evaluasi dilakukan sekitar 3-6 bulan tergantung urgent tidaknya, namun untuk program baru diawasi selama 3 bulan untuk menentukan apakah program tersebut ada pembenahan atau tidak, bukan berarti programnya langsung dihapus tapi kita lebih ke evaluasi dan mencari mana yang harus di ubah atau diganti agar program tsb tetap jalan”

Pengawasan, ketika program acara berjalan Program direktur standby mendengarkan dan mengawasi. Hal ini bertujuan apabila ada kondisi atau hal hal yang tidak sesuai rencana bisa cepat diatasi. Perencanaan dan pengawasan ada keterkaitan sangat erat, perencanaan yang matang akan memberikan mekanisme control yang efektif dan efisien.

Evaluasi dilakukan tiap 3-6 bulan tergantung urgent tidaknya, namun untuk program baru dilakukan pengawasan terlebih dahulu selama 3 bulan untuk menentukan apakah dibutuhkan pembenahan. Program baru

yang membutuhkan pembenahan tidak langsung di hapuskan melainkan di lakukan evaluasi dan mencari solusi yang harus dilakukan.

BAB IV
ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN
MANAJEMEN PENYIARAN PROGRAM AGAMA ISLAM
Di RADIO GAJAHMADA FM

Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi, dakwah diharapkan mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman. Seiring berkembangnya teknologi, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Dari sekian banyak media dakwah radio merupakan salah satu media dakwah yang bersifat auditif (audio), murah dan merakyat. Selain itu radio juga praktis digunakan sebagai media dakwah karena tidak tergantung oleh ruang dan waktu serta berkumpulnya mad'u. berdakwah melalui radio membutuhkan suatu manajemen terutama dalam manajemen penyiaran yang memadai agar dakwah yang disampaikan dapat efektif dan efisien sehingga dakwah yang disampaikan tidak sia sia. Adapun fungsi manajemen meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pengawasan (*controlling*).

Radio Gajahmada FM merupakan salah satu radio swasta yang berada di Jawa Tengah. Radio Gajahmada didirikan pada 1972, radio ini semula berada di jalan Gajahmada 65 Semarang sehingga lokasi studio radio ini diabadikan menjadi nama radio. Radio Gajahmada Fm bukanlah radio bernafas religi namun dengan misi melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi pendengar. Radio Gajahmada FM menyuguhkan beberapa program agama Islam dimana mayoritas pendengar nya adalah beragama Islam.

A. Program Agama Islam

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya (Morissan, 2015: 210). Kata program lebih

sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia untuk mengacu kepada pengertian acara. Dapat diartikan disini Program Agama Islam adalah suatu acara Agama Islam yang ditampilkan pada stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audien nya.

Radio Gajahmada FM memiliki beberapa program Agama Islam yaitu program acara Gregetnya Sahur Pagi, program acara Sore Santai Nunggu Buka, program acara Mimbar Agama Islam, dan program acara Siraman Rohani Islam. Program- program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman agama Islam kepada pendengar muslim

Program ‘Gregetnya Sahur Pagi’ dan Program ‘Sore Santai Nunggu Buka’ mengudara hanya pada bulan Ramadhan, kedua program ini disebut paket acara pada bulan Ramadhan. Program ‘Gregetnya Sahur Pagi’ mengudara setiap hari pada pukul 02.00- 05.00 WIB untuk menemani pendengar saat sahur. Sedangkan Program ‘Sore Santai Nunggu Buka’ mengudara pada pukul 17.00- 19.00 WIB untuk menemani pendengar disaat menunggu buka puasa. Dua program tersebut dibuat dalam bentuk paket acara dimana ada penggabungan format acara pada program tersebut. Hal ini dimaksudkan agar program tidak membosankan dan terkesan monoton.

Program Mimbar Agama Islam merupakan program acara dakwah yang memiliki format *talkshow* dengan konsep dialog interaktif. Penyiar memegang penuh kendali dalam program acara tersebut. Dai hanya bertugas menyampaikan materi yang telah disiapkan sebelumnya dan menjawab pertanyaan dari audien. Materi yang disampaikan dai seputar permasalahan yang banyak dibincangkan masyarakat dan materi peringatan hari besar Islam. Karena sifat radio yang sekali dengar, maka dai diseleksi dengan ketat. Hal ini dimaksudkan agar dai yang dipilih tidak memberikan kesalahan dalam pengucapan maupun pemilihan bahasa yang dapat merusak citra stasiun radio.

Program ‘Siraman Rohani Islam’ mengudara pada hari Senin – Jumat pukul 03.30- 04.00 WIB diluar bulan Ramadhan. Program ini merupakan jenis program Off Air yang bekerjasama dengan MITRADIO (Lembaga Kemitraan Radio).

B. Manajemen Penyiaran

Manajemen penyiaran merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam kegiatan memancar luaskan siaran melalui media radio untuk mencapai tujuan organisasi.

Adapun fungsi manajemen yang diterapkan oleh Radio Gajahmada FM meliputi:

1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Terdapat dua tipe utama perencanaan, yaitu perencanaan strategis dan perencanaan operasional. Perencanaan strategi (*strategic planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan penetapan metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan. Mengenai proses perencanaan dan penetapan program penyiaran itu mencakup langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menetapkan peran
- b. Menentukan wilayah sasaran
- c. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektifitas dari setiap pekerjaan yang dilakukan
- d. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai
- e. Mempersiapkan rencana dan tindakan
- f. Membangun pengawasan
- g. Komunikasi
- h. Pelaksanaan

Sedangkan perencanaan operasional adalah penguraian lebih rinci bagaimana rencana strategis akan dicapai (Morissan, 2008:146).

1. Program Siraman Rohani Islam

- a. Menetapkan peran. Peran yang dituju adalah program ini dapat memberikan siraman rohani umat muslim di Kota Semarang, selain itu program ini diharapkan dapat menambah wawasan pendengar muslim Radio Gajahmada FM.
- b. Menentukan wilayah sasaran. Wilayah sasaran pendengar yang dituju dalam Program Siaran Rohani Islam adalah masyarakat muslim di Kota Semarang dan kota besar disekitarnya.
- c. Indikator efektivitas pada program Siaran Rohani Islam adalah materi yang disiarkan dapat memberikan siraman ke Rohanian pendengar muslim di Radio Gajahmada FM.
- d. Hasil yang ingin dicapai program ini adalah program Siaran Rohani Islam berjalan sesuai jam tayang yang sudah di tentukan tanpa ada kendala sehingga tujuan dari program tersebut dapat terealisasikan. Ketika program berjalan dengan lancar tanpa kendala hal ini menandakan proses perencanaan sudah berjalan sesuai yang diharapkan.
- e. Rencana tindakan yang dilakukan berupa:
 - 1) Mencari materi; materi didapat dari kerjasama antara Radio Gajahmada FM dengan MITRADIO. Pihak MITRADIO menyiapkan materi berupa paket siaran yang berdurasi 30 – 50 menit setiap paket, materi dakwah dipilih oleh MITRADIO dan Radio Gajahmada hanya menyiarkan ulang. Karena Radio Gajahmada bukan termasuk Radio Dakwah jadi untuk pemilihan materi dakwah lebih mudah dengan kerja sama kepada Radio radio yang memiliki siaran dakwah seperti MITRADIO.
 - 2) Crew atau penyiar; penyiar program Siraman Rohani Islam dirangkap dengan penyiar yang piket malam sehingga tidak ada penyiar khusus untuk program ini. Penyiar tidak hanya bertugas membuka dan menutup acara melainkan penyiar juga memiliki

tanggung jawab dalam keberhasilan kelancara program ketika mengudara.

- 3) Penjadwalan. Mayoritas penduduk Kota Semarang adalah umat muslim sehingga program Siaran Rohani Islam memiliki jadwal lebih banyak yaitu hari Senin – Jumat (5 Hari). Pemilihan waktu juga diperhatikan, jam tayang dipilih jam 03.00– 04.00 WIB dengan alasan pada jam tersebut umat muslim melakukan ibadah sholat subuh dan mempersiapkan kegiatan pagi hari. Pada pagi hari otak manusia cenderung lebih fresh sehingga lebih mudah menerima informasi.
- 4) Anggaran, anggaran didapat dari iklan yang masuk dan tayang pada program ini.
- 5) Pertanggungjawaban. Penanggung jawab pada lapangan adalah crew atau penyiar yang bertugas, di atasnya lagi ada Manager Program yang akan melakukan evaluasi pada rapat evaluasi bulanan.
- 6) Komunikasi. Komunikasi antar crew dan manajer harus lancar, ketika ada kendala crew dapat memberikan laporan kepada manager untuk keputusan apa yang harus dilakukan. Komunikasi dilakukan bisa melalui pesan elektronik maupun ber tatap muka.
- 7) Pelaksanaan. Program baru, atau program lama harus melalui persetujuan bersama termasuk program Siraman Rohani Islam.

2. Program Mimbar Agama Islam

- a. Menetapkan Peran. Program Mimbar Agama Islam diharapkan dapat menjadikan solusi untuk pendengar yang sedang memiliki pertanyaan atau masalah seputar Agama Islam. Pada program ini disediakan narasumber yang ahli dalam bidang dakwah dan penyiar yang interaktif.

- b. Menentukan Wilayah Sasaran. Wilayah sasaran yang dituju adalah warga muslim kota Semarang khususnya dan kota kota besar disekitarnya.
- c. Menentukan Indikator efektivitas. Indikator efektivitas Program Mimbar Agama Islam adalah meningkatnya jumlah interaksi antara pendengar dengan pemateri.
- d. Hasil yang ingin dicapai program Mimbar Agama Islam dapat menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi dalam hal keagamaan pendengar Muslim Radio Gajahmada FM.
- e. Rencana tindakan dilakukan berupa :
 - 1) Materi. Materi Dakwah di sesuaikan dengan isu terkini sehingga materi dakwah yang disampaikan tidak tertinggal zaman. Karena Radio Gajahmada FM bukan Radio dakwah, materi dakwah di serahkan kepada pemateri (ustadz) dimana pemateri lebih mendalami Ilmu Agama Islam. Pihak Radio Gajahmada FM hanya memberi batasan materi yang disampaikan tidak mengandung SARA dan materi tidak condong ke pandangan kelompok tertentu.
 - 2) Crew atau Penyiar. Penyiar yang dibutuhkan adalah penyiar tidak harus pintar dalam Ilmu Agama Islam namun setidaknya tau hal hal dasar mengenai Agama Islam. Berbeda dengan penyiar, untuk narasumber (ustadz) dipilih tidak hanya paham Ilmu Agama Islam namun tutur kata dan bahasa yang dipilih juga harus diperhatikan. Hal ini dilakukan mengingat Program Mimbar Agama Islam dilakukan secara ON Air sehingga pemilihan narasumber sangat diperhatikan untuk meminimalisir kesalahan.
 - 3) Penjadwalan. Mimbar Agama Islam mengudara pada hari Kamis dari jam 17.00 -18.00 WIB dengan durasi 1 jam. Hari Kamis dipilih karena pada hari tersebut umat Muslim berlomba lomba melakukan hal hal baik untuk menyambut hari Jumat. Pemilihan jam dipilih berdasarkan pengamatan tim siar pada jam tersebut

masyarakat mulai senggang dan tidak ada aktivitas berat sehingga dapat fokus mendengarkan materi siaran.

- 4) Anggaran didapat dari jumlah iklan yang masuk maka dari itu Program Mimbar Agama dibuat semenarik mungkin agar banyak pendengar muslim yang melakukan interaksi sehingga pemilik iklan tertarik untuk menaruh iklan nya pada program ini.
 - 5) Pertanggung Jawaban. Program Mimbar Agama Islam di awasi langsung oleh manajer program karena program tersebut merupakan program ON Air. Hal ini dimaksudkan agar program minim terjadi kesalahan.
 - 6) Pengujian program dilakukan 3 bulan pertama setelah program mengudara, program tersebut dinilai dari segi efektivitas dan segi anggaran. Jika lolos uji, program dapat dilanjutkan menjadi program tahunan. Apabila ada kendala program tidak langsung dihapus melainkan dicarikan solusi agar program tersebut tetap berjalan.
- f. Pengawasan dilakukan langsung oleh manager program untuk dilaporkan kepada manager yang lebih tinggi jabatannya.
 - g. Komunikasi. Program Mimbar Agama Islam tidak hanya melibatkan karyawan Radio Gajahmada FM maka dari itu komunikasi sangat penting. Komunikasi terhadap narasumber harus lancar untuk menunjang keberhasilan program ini.
 - h. Pelaksanaan. Setelah melakukan poin poin diatas dibutuhkan persetujuan dari beberapa pihak agar Program Mimbar Agama Islam dapat mengudara.

3. Gregetnya Sahur Pagi dan Sore Santai Nunggu Buka

- a. Menetapkan Peran. Program Gregetnya Sahur Pagi dan Santai Sore Nunggu Buka merupakan program paket untuk bulan Ramadhan sehingga program ini hanya mengudara ketika bulan Ramadhan.

- Paket program ini diharapkan dapat menemani pendengar muslim ketika sahur dan buka puasa di bulan Ramadhan. Program ini dikemas seasyik mungkin dengan format acara entertaint yang berisikan lagu, obrolan ringan, kuliah tujuh menit (kultum), dan kuis.
- b. Menentukan Wilayah Sasaran. Sasaran yang dituju adalah pendengar muslim kota Semarang dan kota kota besar disekitarnya.
 - c. Menentukan indikator efektivitas. Program ini dikatakan efektif ketika pendengar ikut berpartisipasi dalam program seperti request lagu, melamparkan pertanyaan, atau ikut serta dalam kuis.
 - d. Menentukan hasil yang ingin dicapai. Hasil yang dicapai berupa program dapat berjalan tanpa kendala dan banyak iklan yang masuk agar kebutuhan anggaran dapat terpenuhi.
 - e. Rencana tindakan yang dilakukan berupa:
 - 1) Agar Paket Program Ramadhan ini berjalan lancar dibutuhkan penyiar yang interaktif, materi dakwah yang singkat namun jelas diterima pendengar, dan lagu lagu yang menunjang suasana Ramadhan.
 - 2) Berbeda dengan program agama Islam yang lain, karena Paket Program Ramadhan hanya mengudara pada bulan Ramadhan materi yang dipilih harus sesuai dengan bulan Ramadhan.
 - 3) Penjadwalan, jadwal untuk program Gregetnya Sahur Pagi setiap hari Senin - Minggu jam 02.00- 05.00 WIB sedangkan jadwal untuk program Sore Santai Nunggu Buka setiap hari Senin – Minggu jam 17.00 – 19.00 WIB.
 - 4) Anggaran didapat dari Iklan yang masuk pada program tersebut.
 - 5) Pertanggung Jawaban dipegang oleh manajer program karena paket program ini termasuk program unggulan dan sangat diperhatikan oleh pendengar.
 - 6) Paket program bulan Ramadhan merupakan program momentum sehingga perlu adanya revisi dan pengujian setiap tahun nya.

Agar program tidak terasa boring dan monoton harus dilakukan perombakan penyajian program.

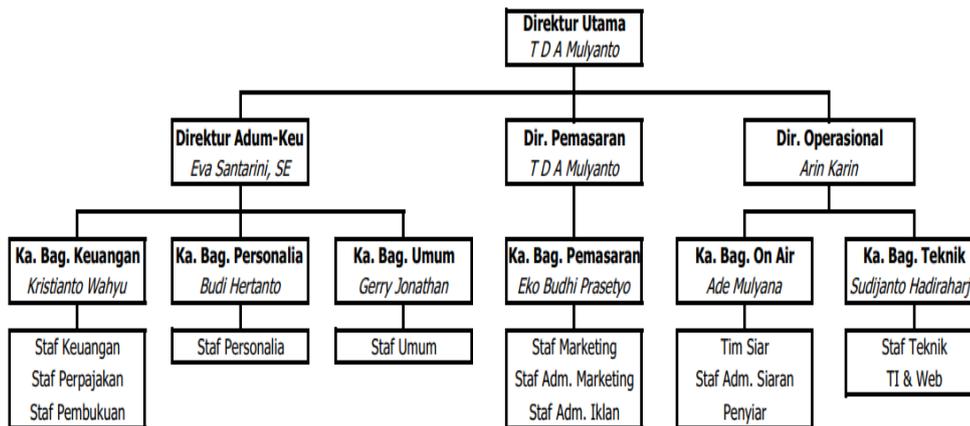
- f. Manajer program ikut mengawasi jalannya program. Hal ini untuk meminimalisir terjadinya kesalahan ketika On Air. Ketika manajer program sedang berhalangan, tanggung jawab diserahkan kepada penanggung jawab program.
- g. Komunikasi, manajer program harus membangun komunikasi yang baik antar crew hal ini bertujuan apabila ada hambatan ketika program berlangsung bisa segera diatasi.
- h. Pelaksanaan, walaupun paket program bulan Ramadhan merupakan agenda program tahunan pelaksanaan dan teknisnya tetap harus melalui proses persetujuan dari direktur pusat.

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Struktur organisasi stasiun penyiaran radio biasanya lebih sederhana. Stasiun radio adalah institusi yang tergolong kecil sehingga pembagian kerjanya tidak terlampau rumit. Secara umum struktur organisasi penyiaran radio paling atas terdiri atas direktur utama dan manajer stasiun. Di bawahnya terdapat para manajer level menengah seperti manajer siaran, manajer pemasaran, manajer teknik, dan seterusnya. Manajer siaran antara lain membawahi bidang kerja teknologi informasi, produksi, penyiar reporter, penulis naskah, dan lain lain. Manajer pemasaran membawahi tenaga *sales* atau *account executive*. Bagian teknik mengelola stabilitas peralatan teknis siaran selama 24 jam (Morissan, 2015:152).

Struktur organisasi dalam Radio Gajahmada FM sederhana pembagian nya juga tidak rumit, namun dalam hal pengorganisasian semua memiliki tugas dan tanggung jawab masing masing.

STRUKTUR ORGANISASI
PT Suara Gajahmada Palapa Angkasa Jaya
Gajahmada 102.4 FM Semarang



Dalam pembuatan Program Agama Islam bagian On Air memiliki tanggung jawab lebih karena suatu Program acara diawasi oleh bagian On Air, namun bagian teknik, bagian umum, bagian personalia dan bagian keuangan juga ikut berkontribusi sesuai bidang dan tanggung jawab masing masing untuk menunjang keberhasilan Program tersebut.

3. Pengarahan (*directing*)

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Kegiatan mengarahkan dan memengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya (Morissan 2015:162).

Untuk mengurangi kesalahan dan kendala ketika program berlangsung, manajer program memberikan arahan yang jelas sehingga

sesuai dengan tujuan program bahwa program agama Islam dibutuhkan dapat diterima oleh pendengar muslim. Manajer program tidak membedakan antara program satu dengan yang lain, motivasi yang diberikan manajer program bertujuan untuk berkembangnya seluruh program yang ada di Radio Gajahmada FM agar program yang disajikan lebih maksimal dan disenangi oleh pendengar Radio Gajahmada FM.

4. Pengawasan (*controlling*).

Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif (Morissan, 2015:167).

Pengawasan Program pada Radio Gajahmada FM dilakukan secara berkala, untuk program jangka panjang (Program Mimbar Agama Islam dan Program Siraman Rohani Islam) dilakukan 1 bulan pertama setelah program mengudara. Pengawasan ini berupa evaluasi apakah program tersebut dapat disiarkan lagi (dilanjutkan) atau harus ada perubahan. Untuk program yang dihapus hampir tidak pernah terjadi karena sebelum program mengudara sudah dilakukan perencanaan yang matang apabila memungkinkan untuk dihapus dikarenakan ada hal yang mendesak sehingga program tersebut diberhentikan. Apabila ada program yang harus dibenahi dilakukan pada rapat bulanan untuk diambil tindakan selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dakwah di era modern bukan hanya sebatas dakwah diatas mimbar saja, tapi juga harus menggunakan suatu bentuk teknologi yang dapat mengimbangi kemajuan yang terjadi dalam masyarakat salah satunya melalui Radio. Berdakwah melalui radio membutuhkan suatu manajemen terutama dalam manajemen penyiaran yang memadai agar dakwah yang disampaikan tidak sia sia.

Radio Gajahmada Fm bukanlah radio bernafas religi namun dengan misi melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi pendengar mereka menyuguhkan berbagai program Agama Islam yang dikemas menarik. Program tersebut yaitu program acara Gregetnya Sahur Pagi, program acara Sore Santai Nunggu Buka, program acara Mimbar Agama Islam, dan program acara Siraman Rohani Islam.

Data yang didapat dari hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam pembuatan Program Agama Islam, radio Gajahmada FM sudah menerapkan dan melaksanakan sesuai fungsi manajemen meliputi:

1. Perencanaan

Perencanaan program Agama Islam yang dilakukan oleh radio Gajahmada FM berupa perencanaan strategis seperti pemilihan nama acara yang mudah diingat dan dimengerti pendengar, jam tayang siaran disesuaikan kebutuhan pendengar, menentukan target pendengar, memilih penyiar, mencari narasumber yang sesuai, ketika komponen sudah dirumuskan dibuatlah contoh siaran, selanjutnya mencari slot tayang yang sesuai

2. Pengorganisasian

Struktur organisasi dalam Radio Gajahmada FM sederhana pembagiannya juga tidak rumit, namun dalam hal pengorganisasian semua memiliki tugas dan tanggung jawab masing masing. Dalam pembuatan

Program Agama Islam bagian On Air memiliki tanggung jawab lebih karena suatu Program acara diawasi oleh bagian On Air, namun bagian teknik, bagian umum, bagian personalia dan bagian keuangan juga ikut berkontribusi sesuai bidang dan tanggung jawab masing masing untuk menunjang keberhasilan Program tersebut.

3. Pengarahan

Agar mengurangi kesalahan dan kendala ketika program berlangsung, manajer program memberikan arahan yang jelas sehingga sesuai dengan tujuan program bahwa program Agama Islam dibutuhkan dapat diterima oleh pendengar muslim. Manajer program tidak membeda bedakan antara program satu dengan yang lain, motivasi yang diberikan manajer program bertujuan untuk berkembangnya seluruh program yang ada di Radio Gajahmada FM agar program yang disajikan lebih maksimal dan disenangi oleh pendengar Radio Gajahmada FM.

4. Pengawasan

Pada Radio Gajahmada FM pengawasan program agama Islam dilakukan secara berkala, untuk program jangka panjang (Program Mimbar Agama Islam dan Program Siraman Rohani Islam) dilakukan 3 bulan pertama setelah program mengudara. Pengawasan ini berupa evaluasi apakah program tersebut dapat disiarkan lagi (dilanjutkan) atau harus ada perubahan.

Pengawasan program Agama Islam pada Radio Gajahmada FM dirasa kurang maksimal dilaksanakan seperti kurangnya indikator efektivitas dan hasil atau dampak yang dihasilkan dari program tersebut sudah tercapai atau belum.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat di sarankan kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Radio Gajahmada FM untuk mengawasi detail hasil siaran program Agama Islam apakah sudah sesuai dengan tujuan

program dan selera pendengar. Saran dari peneliti agar Radio Gajahmada FM mengadakan penelitian selera maupun minat pendengar (*audience profil research*) sehingga materi dan kualitas siaran dakwah dapat tepat sasaran dan lebih diminati.

2. Untuk peneliti yang akan datang, peneliti berharap penelitian ini dikembangkan menggunakan tema yang sama, tetapi objek penelitian berbeda (radio lain) dan kemudian dilakukan perbandingan antara manajemen Radio Gajahmada FM dengan manajemen yang diterapkan oleh radio lain, sehingga akan diketahui perbedaan manajemen yang digunakan oleh kedua radio tersebut.
3. Saran dan kritik dari pembaca di harapkan dalam penyempurnaan penelitian ini supaya kedepannya menjadi lebih baik
4. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pembaca mengenai manajemen penyiaran radio.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah (kajian ontologi, epistemology, aksiologi dan aplikasi dakwah)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Abdullah, Muhammad Qodaruddin. 2019. Pengantar Ilmu Dakwah. Penerbit Qiara Media.
- Andi, Fachruddin dan Djamal, Hidajanto. 2015. Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi. Jakarta: Kencana.
- Arifin, Anwar. 1984. Strategi Komunikasi. Armico: Bandung.
- Assauri. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Aziz, Moh. Ali. 2016. Ilmu Dakwah. Jakarta: prenadamedia group
- Bungin, Burhan. 2014. Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Choliq, Abdul. 2014. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Enjang, dkk. 2009. Dasar-dasar Ilmu Dakwah. Bandung: Penerbit Widya Pandjadjaran
- Fatmasari, Ningrum. 2007. Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter & Reporter Radio. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Lexi J Moleong, 2008. Metode penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Masduki. 2004. Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta: Pustaka Populer.
- Morissan. 2015. Manajemen Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Muhyiddin, Asep, dkk. 2002. Metode Pengembangan Dakwah. Bandung: CV Pustaka Setia
- Munir, M. 2009. Metode Dakwah, Jakarta: Kencana.
- Munir, Muhammad dan wahyu ilahi. 2012. Manajemen Dakwah. Jakarta: Kencana.
- Pimay, Awaludin. 2013. Manajemen Dakwah Sebuah Pengantar. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group
- Romli, Asep Syamsul M. 2009. Dasar- dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.
- Ruslan. R. 2006. Metodologi Penelitian Publik Relation dan Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Perasada.
- Saputra, wahidin. 2012. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: Rajawali Pers.

- Siregar, Syofian. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- Siswanto, B. 2016. Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soedarsono dan Dewi K. 2014. Sistem Manajemen Komunikasi: Teori, Model dan Aplikasi. Bandung: Simbiosis Rakatama Media.
- Sugiarto, Eko. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, cet IV.
- Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2013. Pengantar Manajemen. Jakarta: Kencana.
- Sulthon, Muhammad. 2015. Dakwah dan Shadaqat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Syamsudin. 2016. Pengantar Sosiologi Dakwah. Jakarta: Kencana.
- Wahyudi, J.B. 1994. Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Fred. 2012. Teknik Produksi Radio Siaran. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Widodo, 2017. Metodologi Penelitian Populer & Praktis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ya'qub, Ali Mustafa. 2000. Sejarah dan Metode Dakwah Nabi. Penjaten Barat: Pustaka Firdaus.

Sumber dari Jurnal / Skripsi

- Fuadi, Nur. 2016. Manajemen Siaran radio Attaqwa. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Hani, Khosois Kafiyah. 2014. Manajemen Penyiaran Program Dakwah Mutiara Pagi di RRI Purwokerto. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Lutfianah, Kristin. 2019. Analisis Proses Produksi Mimbar Agama Islam di Radio Gajahmada 102.0 Semarang. Semarang: UIN Walisongo.
- Nisa', Lila Fitrotun. 2018. Implementasi Manajemen Penyiaran dalam Program Acara Kajian Kitab Al Hikam di Radio PAS 101,0 FM Pati. Semarang: UIN Walisongo.
- Sinudarsono, Aris Budi. 2016. Manajemen Siaran Acara Ya Salam di Radio Saka FM. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.

Sumber dari Internet

- <https://pakarkomunikasi.com/4-jenis-jenis-radio> (diakses pada 29 Maret 2019, jam 23.48 WIB)

<http://gajahmadafm.id/tentang-kami/> (diakses pada 13 juni 2019, jam 14.34 WIB)

INTERVIEW GUIDE

Narsum: Daniel (Program direktur, dept penyiaran)

1. Bagaimana sejarah berdirinya Radio Gajahmada FM ?
2. Apa Visi dan Misi Radio Gajahmada FM?
3. Bagaimana struktur organisasi Radio Gajahmada FM ?
4. Bagaimana perencanaan acara di Radio Gajahmada FM ?
5. Bagaimana pengorganisasian di Radio Gajahmada FM ?
6. Bagaimana pengarahan di Radio Gajahmada FM ?
7. Bagaimana Evaluasi di Radio Gajahmada FM ?
8. Segmentasi atau Pendengar di Radio Gajahmada FM seperti apa ?
9. Jenis acara apa saja yang ada di Radio Gajahmada FM?
10. Daya jangkau frekuensi Radio Gajahmada FM sampai kemana ?
11. Progam Agama Islam apa saja yang disiarkan oleh Radio Gajahmada FM?

- 1) Radio Gajahmada didirikan tahun 1972 oleh Bapak Haris Suharto dan (Alm) Bapak Hidayat. Radio ini semula berada di Jalan Gajahmada 65 Semarang. Lokasi jalan tempat studio radio ini berada diabadikan menjadi nama radio. Tiga tahun kemudian, manajemen dan lokasi studio berpindah. Di bawah kepemimpinan Bapak Teguh Dono Mulyanto, Radio Gajahmada menempati studio dan kantor di Jalan M.T. Haryono 161.

Pembaharuan organisasi dan program siaran dilakukan. Sesuai Peraturan Pemerintah (PP) No. 50/1977 tentang status badan hukum radio non-pemerintah, Radio Gajahmada pun mendaftarkan diri menjadi Perseroan Terbatas bernama PT. Suara Gajahmada Palapa Angkasa Jaya. Selain itu juga menjadi anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional atau PRSSNI Semarang (No. 239-9/1978); dengan hak siaran berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 38836/TD/1977 yang terus diperbaharui.

Di bidang teknologi siaran, Radio Gajahmada berpindah dari AM 828 ke FM 102.6 pada bulan Mei 1991. Perpindahan ini untuk meningkatkan kualitas siaran agar jernih diterima pendengarnya. Frequency Modulation (FM) bisa menghilangkan gangguan atau pencampuran karena cuaca, alat elektronik, atau gangguan dari dua stasiun yang berada dalam gelombang yang sama. Pada tahun 2004, sesuai penataan frekuensi oleh pemerintah, Radio Gajahmada menempati frekuensi baru di FM 102.4 hingga sekarang.

- 2) VISI: Menjadi media pendidikan, informasi, dan hiburan yang konstruktif bagi masyarakat.
MISI : Melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi pendengar PD berada dibawah naungan departemen penyiaran

- 3) Karena Gajahmada FM mendaftarkan diri menjadi Perseroan Terbatas (PT) sehingga Gajahmada FM memiliki direktur utama yang membawahi seluruh perusahaan, dibawahnya ada Direktur Administrasi dan Keuangan, Direktur Operasional yg bertanggung jawab teknis dan siaran, dan Direktur pemasaran.
Direktur operasional membawahi bagian teknis dan siaran, nah bagian siaran itu terdapat coordinator tim siar dan penyiar penyiar, Program Director, script writer, reorter, dan social media anlysis.

- 4) Perencanaan acara itu prinsipnya adalah kita (gajahmada) mendasari apa yang menjadi kebutuhan radio dan apa yang menjadi kebutuhan pendengar. Dalam merumuskan suatu program acara, media masa harus menyiarkan yang berkaitan dengan informasi, pendidikan, hiburan, reigius termasuk juga komersial. Dalam regulasi UUD penyiaran juga disebutkan bahwa media berperan untuk menyiarkan hal hal tsb. Kita sebagai radio bertanggung jawab menyiarkan program religious dan kita memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pendengar. ketika kita merumuskan kita harus punya

suatu program acara radio, kita bisa spesifik ke program seperti apa. Kita bisa saja merumuskan dalam format dakwah atautah dalam format interaktif. Dakwah bisa bersifat monolog meskipun juga kalo interaktif harusnya dua arah dari pendengar. Paling tidak format acara ini yang dirumuskan dalam perencanaan siaran. Perencanaan yang dilakukan berupa :

- a. Pemilihan nama Acara, nama acara berpengaruh terhadap pendengar. Pemilihan nama acara yang mudah diingat dan dimengerti. Radio gajahmada memilih nama mimbar Agama Islam untuk siaran dakwah interaktif dan nama siaran rohani islam untuk siaran dakwah monolog atau satu arah. Penamaan tersebut berdasarkan kata yang mudah dan familiar didengar oleh pendengar.
- b. Jam Tayang siaran, pemilihan jam tayang disesuaikan dengan kebutuhan pendengar karena jam tayang berkaitan dengan target pendengar kita
 - a) Untuk program mimbar Agama Islam tayang pada hari kamis jam 19.00, dipilih malam hari dengan pemikiran masyarakat semarang mulai berada dirumah sekitar pukul 19.00 sehingga dapat mendengarkan dengan nyaman dirumah. Program Mimbar Agama Islam berdurasi 1 jam dengan diselingi lagu islami, waktu 1 jam dirasa cukup karena melihat konsep acaranya berupa interaktif dimana melibatkan pendengar untuk bertanya dan narasumber akan menjawab pertanyaan dari pendengar.
 - b) Program Siraman Rohani Islam tayang pada hari senin- sabtu di jam 04.30 – 05.00. format acaranya monolog atau one way dengan desain program dakwah diantara lagu. Pemilihan jam tayang tersebut diharapkan masyarakat lebih semangat menjalani hari dengan dakwah dipagi hari.

- c) Paket siar Ramadhan tayang hanya di bulan Ramadhan. ada dua paket di bulan ramdahan, paket sahur dan paket berbuka. paket ini hanya ada di bulan ramdhan sesuai momentum yang ada.
 - c. Penyiar, kita memilih penyiar yang seperti apa,apa kah setiap penyiar bisa mengisi atau penyiar yang benar benar spesifik karena memiliko pengetahuan keagamaan yang lebih mendalam atau tidak.
 - d. Contoh siaran, Nah ketika komponen sudah dirumuskan dibuatlah contoh siaran, desain siaran nya, apakah diawali dengan suatu lagu tema atau penyiar berbicara itu termasuk desain produksi siaran kita.
 - e. Slot tayang, Setelah duming (contoh siaran) selesai dikasih di slot tayang kita.
 - f. Narasumber, pemilihan narasumber dilihat dari pemahaman mengenai nilai keagamaan nya dan narasumber dipilih yang dakwahnya tidak menimbulkan kontroversial. Untuk program siraman rohani kita bekerja sama dengan MIT Radio, mereka menyediakan paket paket acara Islam dengan berbagai durasi.
- 5) Karena Gajahmada FM mendaftarkan diri menjadi Perseroan Terbatas (PT) sehingga Gajahmada FM memiliki direktur utama yang membawahi seluruh perusahaan, dibawahnya ada Direktur Administrasi dan Keuangan, Direktur Operasional yg bertanggung jawab teknis dan siaran, dan Direktur pemasaran.
- Direktur operasional membawahi bagian teknis dan siaran,nah bagian siaran itu terdapat coordinator tim siar dan penyiar penyiar, Program Director, script writer,reorter, dan social media anlys.
- 6) Untuk pengarahan suatu program dilakukan dengan membuat skrip garis besar yang akan disiarkan, sehingga penyiarnya tidak keluar jauh dari tema dan dapat mengatur jalan nya acara dengan mudah
- 7) Evaluasi 3-6 bulan tergantung urgent tidaknya, namun untuk program baru di awasi selama 3 bulan untuk menentukan apakah program tersebut ada pembenahan atau tidak, bukan berarti program nya langsung dihapus tapi

kita lebih ke evaluasi dan mencari mana yang harus di ubah atau diganti agar program tsb tetap jalan.

- 8) Segmentasinya adalah keluarga
- 9) Edukasi, informasi, talkshow, keagamaan
- 10) Jika sesuai yuridis jarak jangkauannya 20 KM, namun pada kenyataan tdiak bisa dibatasi asal tidak terhalang pegunungan bisa lebih jauh jangkauannya.

Tenggara : purwodadi; Timur: jepara & pati; Barat : Batang; Selatan : Temanggung

- 11) Mimbar agama Islam (kamis 17.00-18.00) , Siraman Rohani Islam (senin - sabtu pagi 04.30 -05.00) , Paket sahur dan Paket berbuka

Gregetnya sahur : program yang secara khusus didedikasikan untuk aktivitas sahur dan menemani sahur, kita pengen nya suatu acara yang sifatnya menghibur dan juga seru karena sifatnya membangunkan. Program yang sifatnya multi isi ada music,ada obrolan, ada dakwahnya juga. Untuk materi dakwah nya kita bekerja sama dengan konten provider yang khusus menyiapkan materi materi dakwah dan materinya disesuaikan untuk bulan Ramadhan.

Santai sore nunggu buka: konsep nya hamper sama dengan gregetnya sahur Cuma karena sore pengen nya santai santai jadi bedanya di segmentasi pembukaan dan musiknya. Untuk secara konten kita sama sama konten variatyshow, ada hiburan, ada kuis, ada dakwahya dan ada informasinya juga.

Dokumentasi Foto



Penyiar (Nindi gold) sedang berada di dalam studio siar membawakan program Acara Mimbar Agama Islam



(Kiri) Mas Daniel sebagai Program director,dept penyiaran , (Kanan) Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Iqlima Roihani
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 19 Februari 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Sedompyong 1 RT 07/ RW XI,
Semarang Timur, Kota Semarang.
Email : iqlimaroihani@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Tarbiyatul Atfal (lulus tahun 2002)
2. SDI Sulatan Agung 4 (Lulus tahun 2008)
3. MTS Futuhiyah 2 (Lulus tahun 2011)
4. MA NU Banat Kudus (Lulus tahun 2014)
5. Mahasiswa S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang Angkatan Tahun 2014

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Semarang, 30 Juni 2021

Penulis,

Iqlima Roihani

NIM.1401026009