

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategos*” (stratus yakni militer atau memimpin) yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang, konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang.¹⁰

Menurut Onong Uchjaya strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagai mana tehnik operasinya.¹¹

Strategi komunikasi menurut Smith adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasive untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, rencana dan berbagai alternative berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.¹²

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 10

¹¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya,2004). hlm.32

¹² Adelisa Pratiwi, *Strategi Komunikasi Direktorat Penyiaran Dalam Mengkomunikasikan Peraturan Dan Kebijakan Proses Perizinan Penyiar*, skripsi Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia 2012, hlm.13

harus dapat menunjukkan bagai mana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.¹³

Kegunaan dari strategi komunikasi menurut Smith antarlain :¹⁴

1. Sebuah rencana, suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar.
2. Sebuah cara, suatu *manuver* spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola, dalam suatu rangkaian tindakan.
4. Sebuah posisi suatu cara menepatkan organisasi dalam sebuah lingkaran.
5. Sebuah prespektif, suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.

Tujuan strategi komunikasi menurut Pace dan Faules yaitu:¹⁵

1. *To secure understanding*, untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam komunikasi.
2. *To establish acceptance*, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
3. *To motive action*, penggiatan untuk motivasi.
4. *The goals which the communicator sought to achieve*, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

b. Strategi Program

Strategi program adalah perencanaan program yang mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik audien berdasarkan demografi tertentu.¹⁶ Bagian ini membahas strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari:

¹³ Ibid., hlm.14

¹⁴ Ibid., hlm. 14

¹⁵ Ibid., hlm.15

¹⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grub,2009. hlm.232-314

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangan. Perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu.¹⁷

2. Produksi dan pembelian program

Manager program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkan dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Memproduksi atau membuat program adalah sebuah ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Media penyiar membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. Dalam produksi program sangat dianjurkan memakai produksi program lokal, karena target audien tentunya adalah masyarakat lokal. Strategi untuk mengangkat budaya lokal masyarakat atau nilai etnik terbukti berhasil menjaring banyak masyarakat pendengar radio.¹⁸

3. Eksekusi program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan. Dalam hal ini, pengelolaan

¹⁷*Ibid.*, hlm. 232-316

¹⁸*Ibid.*, hlm. 232-316

program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara yang sebaik baiknya untuk mendapatkan hasil yang paling optimal. Dalam eksekusi program juga terdapat pembagian waktu siaran menentukan jadwal penayangan suatu acara berdasarkan perilaku audien setiap harinya baik siang, sore, ataupun malam harinya dan juga strategi penayangan. Bahwa program suatu media penyiaran harus memahami suatu prinsip dasar dalam mengelola program siaran bahwa setiap menit dalam setiap hari waktu siaran selama 24 jam sehari adalah persaingan untuk merebut audien permenitnya.¹⁹

4. Pengawasan dan evaluasi program

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. Dalam hal pengawasan program (*program control*), menejer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut: mempersiapkan standar program siaran, mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun perundangan yang berlaku, memelihara catatan program yang disiarkan, mengarahkan dan mengawasi staf departemen program, memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat, memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan. Di Indonesia ketentuan butir 1 dan 3 tersebut sudah diatur dalam pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3SPS) yang di susun oleh komisi penyiaran Indonesia (KPI) melalui keputusan no 9 tahun 2004 harus dipatuhi oleh setiap stasiun penyiaran.²⁰

¹⁹*Ibid.*, hlm. 232-316

²⁰*Ibid.*, hlm. 232-316

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Radio

Radio merupakan alat penerima program dengan biaya murah. Dengan sedikit biaya, radio berpotensi menjangkau tingkat sosial seluruh penduduk. Karena bentuk kecil, radio merupakan pesawat penerima siaran yang mudah di bawa kemana-mana.²¹

Karakteristik Radio tidak hanya berbeda dengan media lainnya tetapi juga memiliki keunggulan dan cirikhas tertentu. Karakteristik khusus dari radio yaitu:²²

- a. Radio mengandalkan suara dari manusia untuk mendekatkan diri dengan khalayaknya. Oleh karena itu, kualitas suara penyiar mutlak penting. Orang-orang hanya mau mendengar radio apabila suara penyiar menarik, meskipun mereka tidak mengenal suaranya.
- b. Materi program dapat diproduksi secara cepat dan murah, bahkan hanya memasang pesawat telepon saja suatu acara bisa dilangsungkan. Suatu pengumuman bisa disiarkan secara seketika begitu materi tersebut diserahkan, tanpa harus menunggu sedikitpun.
- c. Penemuan transistor dan teknik redifusi membuat radio begitu populer sehingga dinikmati oleh jutaan orang, termasuk yang buta huruf di Negara-negara berkembang.
- d. Karena kesederhanaan operasinya, suatu setasiun radio bisa memancarkan siaran dalam berbagai bahasa. Ini sangat ideal bagi Negara-negara yang memiliki banyak kelompok etnik dan bahasa daerah.

Dalam sebuah Radio diperlukannya menejemen, menejemen merupakan sebuah faktor yang menekankan pada faktor manusia dan materi sebagai berikut: *the process of planning, organizing, influencing and controlling to accomplish organizational goal through the coordinated use of human and material resources.* (proses perencanaan, pengorganisasian,

²¹Burhan Fanani, *buku pintar menjadi, Mc, Pidato, Penyiar Radio dan televisi*, (Yogyakarta: Araska,2013). hlm. 118

²² Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan (Serta Aplikasi di Indonesia)*, (Jakarta:Bumi aksara,2005). hlm. 147

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

memengaruhi dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi).²³

3. Eksistensi

Eksistensi bisa kita kenal dengan satu kata yaitu keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas adanya tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu diberikan orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang disekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan kita diakui. Tentu akan terasa tidak nyaman ketika kita ada namun tidak satupun orang namun tidak satupun anggap kita ada, oleh karena itu pembuktian akan keberadaan kita dapat dinilai dari berapa orang yang menanyakan kita atau setidaknya merasa sangat membutuhkan kita jika kita tidak ada.

Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja kita (performa) kita didalam suatu lingkungan. Perkuliahan misalnya, dosen akan lebih mengenal dan mengetahui keberadaan kita setelah dosen tahu performa kita baik (dengan nilai yang bagus, aktif, dan komunikatif) dan cenderung sedikit memperhatikan orang-orang yang pasif.

Dalam suatu keorganisasian eksistensi hanya perlu dilakukan dengan sebuah apresiasi terhadap kerja seseorang. Apresiasi yang sangat sederhana, yaitu ucapan terimakasih. Hanya itu, hanya sebuah ucapan terimakasih yang mampu membuat seseorang yang merasa keberadaannya, merasa eksistensinya. Namun kadang, kita semua sudah sibuk dengan kegiatan masing-masing kita lupa akan masalah kecil ini. Ucapan terimakasih.²⁴

Dalam mempertahankan eksistensi diperlukan strategi untuk mempertahankan pendengar. Strategi mempertahankan pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan simpati pendengar meliputi:

²³Morissan,*Op.Cit.* hlm.128

²⁴ Arini Rosdiana, *Strategi Komunikasi Marketing Radio Dakta 107 Fm Dalam Meningkatkan Eksistensi Kalangan Pendengar*, Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah 2011, hlm. 21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Strategi mempertahankan kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengar dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu.

2. Strategi pembentukan kebiasaan (*Habbit formation*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama, oleh karena itu penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

3. Strategi pengontrolan Arus pendengar

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program keprogram berikutnya.

4. Strategi penyimpanan sumber-sumber program

Penyimpanan program ini disimpan bermaksud agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi tentu saja dengan penyajian yang berbeda.

5. Strategi daya penarik massa

Daya penarik massa sangat penting diperhatikan oleh stasiun-stasiun radio dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran yang menarik.²⁵

²⁵Ardiansyah Nasution, *Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengaran Siaran Putus Sama Nataya Di Prambors Yogyakarta*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN kalijaga 2010. Hlm. 23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Program Siaran

Tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting dan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran radio. Pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat dipengaruhi oleh programnya. Tanggung jawab program dipercayakan kepada departemen program.²⁶

Departemen program adalah bagian yang paling bertanggung jawab dalam mengelola program atau acara pada suatu stasiun penyiaran. Bagian ini mempunyai tugas membawa audien kepada suatu stasiun penyiaran melalui programnya.

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 dari pada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Bagian pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan:

- a. *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien yang dituju.
- b. *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi pemasangan iklan yang berminat memasang iklan pada program bersangkutan.
- c. *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu.
- d. *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

Bagian program yang bagus biasanya terdiri dari orang-orang yang mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai audien. Direktur atau

²⁶ Morissan, *Op.Ci.* hlm. 199

menejer program tergolong posisi yang paling sulit diisi karena susah untuk menemukan orang yang berpengalaman.

Menurut Maxine dan Robert, tugas seorang manejer program adalah mengawasi anggaran program dan menjaga pengeluaran sesuai dengan batasan yang sudah ditetapkan, melakukan negosiasi dengana produser independent serta pemasok program dalam hal pembelian program, mengevaluasi ide-ide lokal untuk kemungkinan di produksi sendiri.²⁷

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio.

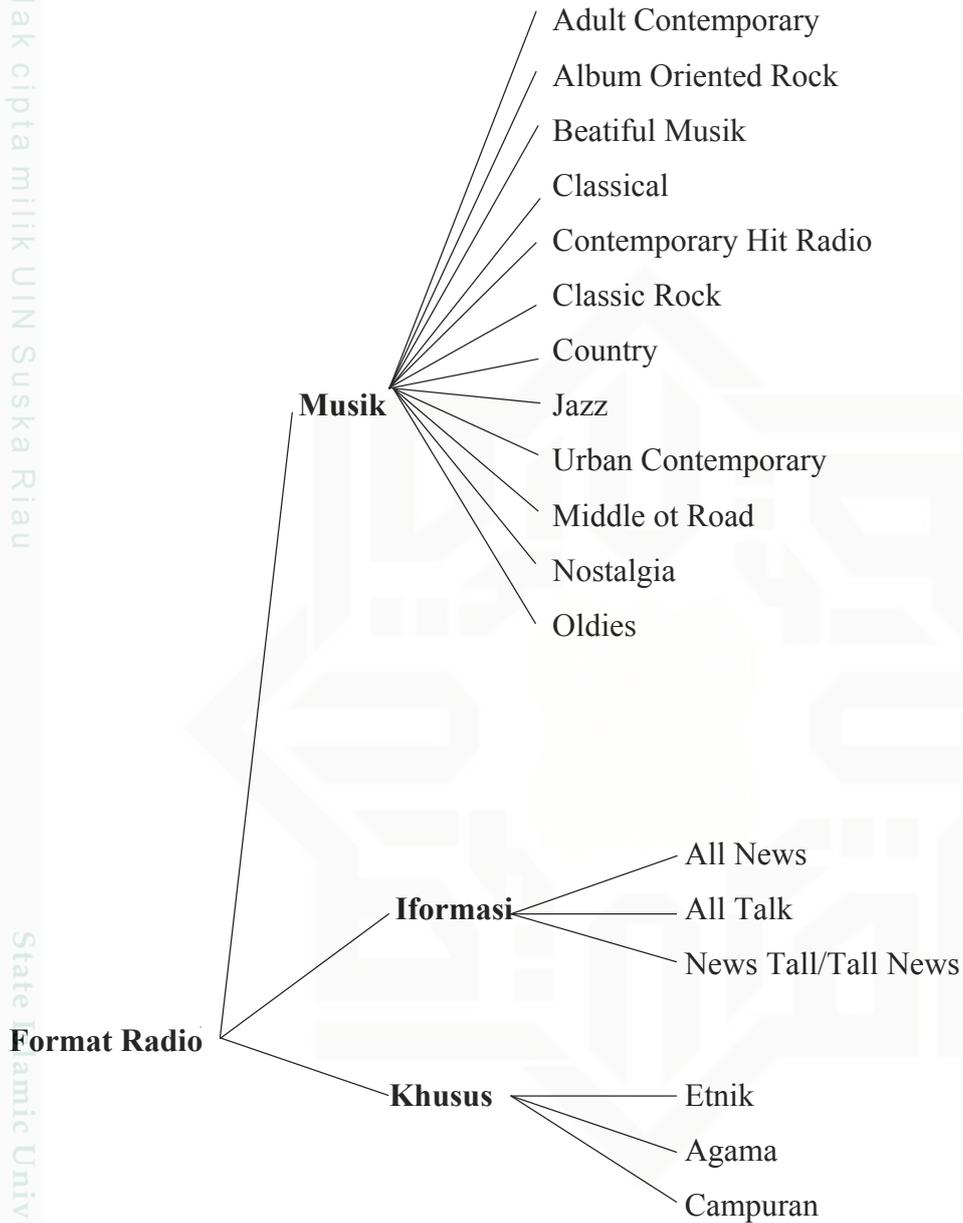
Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*).²⁸

²⁷*Ibid.*, hlm. 203

²⁸*Ibid.*, hlm. 220

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 2.1 Pembagian Format Radio menurut Peter Pringle²⁹

Gambar diatas merupakan pembagian format radio menurut Peter Pringle. Menurutnya seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan kedalam tiga kelompok besar, yaitu: format musik, informasi dan khusus. Format musik adalah format yang paling umum digunakan oleh hampir

²⁹*Ibid.*,hlm. 225

seluruh stasiun radio komersial. Format informasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*) dan dominasi perbincangan (*all talk* atau *talk news*).

Format khusus adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnis dan agama. Dengan demikian, format khusus ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu format etnis dan format agama.

B. Kajian Terdahulu

Sebagai acuan dan bahan pertimbangan dalam penelitian ini, maka peneliti menentukan beberapa peneliti terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan peneliti. Penelitian dilakukan oleh:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Arini rosdiana dengan judul strategi komunikasi marketing Radio Dakta dalam eningkatkan eksistensi dikalangan pendengar.

Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi kounikasi marketing Radio Dakta untuk meningkatkan eksistensinya. Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode deskriptif analisis melalui pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian adanya performa kualitatif yang dilakukan oleh seluruh *crew* Radio Dakta akan membantu cerita yang baik bagi Radio Dakta

2. Penelian yang dilakukan oleh Ardiansyah nasution dengan judul strategi Radio Prabon dalam upaya mempertahankan pendengar siaran putus sama nataya di Prambon Yogyakarta.

Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi Radio Prambon dalam upaya mempertahankan pendengar siaran putus sama nataya di Prambon. Metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian program siaran dibuat semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan dan yang disukai pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran.

Perbedaan penelitian yang dilakukan dari kedua peneliti ini yaitu, Radio Pratama 88.8 FM memiliki beberapa program unggulan salah satu program



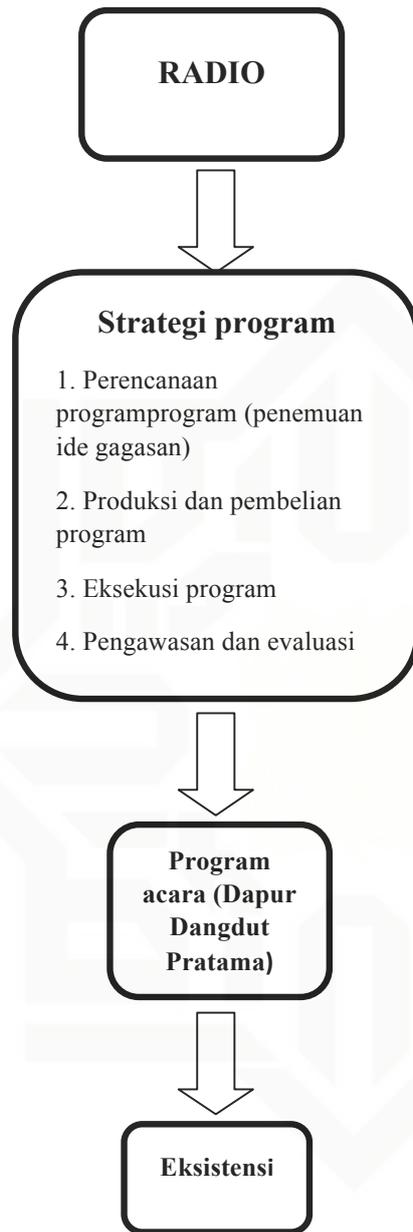
unggulannya adalah program Dapur Dangdut Pratama, dimana program tersebut bertujuan untuk menarik para pendengar. Program Dapur Dangdut Pratama yang disiarkanpun tergolong menarik karena selain memutar musik dangdut program ini juga disertai dengan tema acara atau pembahasan yang berbeda setiap harinya. Tema acara tersebut bertujuan untuk memberikan informasi, motifasi sesuai dengan tema yang di sampaikan dan untuk menjalin ke akrabn dengan pendengar. Dengan adanya strategi-strategi yang sudah dirancang dengan matang maka akan menghasilkan daya tarik yang besar khususnya bagi pendengar Radio Pratama 88.8 FM.

C. Kerangka Pikir

Radio Pratama 88.8 FM adalah radio swasta yang terdapat didaerah Bangkinang Kabupaten Kampar. Radio ini memiliki salah satu program unggulan untuk menarik pendengar, program ini bernama Program Dapur Dangdut Pratama yaitu program musik dangdut baik dangdut asli maupun dangdut *remix*.

Dimasa sekarang ini peminat musik dangdut semakin tergeser dengan aliran musik rock dan pop yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat. Untuk mencapai program yang baik tentunya membutuhkan beberapa proses atau harus memiliki strategi program yang baik, strategi program meliputi : adanya perencanaan program, sebuah penemuan ideatau gagasan yang nanti akan diwujudkan, adanya produksi dan pembelian program.

Dalam hal ini bagaimana memproduksi program yang baik, adanya eksekusi program yang bertujuan untuk menentukan penayangan program, dan adanya pengawasan serta evaluasi program yangdidalamnya terdapat aturan yang bertujuan untuk mengatur kearah yang lebih baik sesuai dengan undang-undang penyiaran.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

D. Konsep Operasional

Melalui kerangka teoritis yang telah penulis jelaskan sebelumnya, maka dapat dibuat suatu rumusan konsep operasional yang akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian. Adapun indikator-indikator dalam kajian tentang strategi program Dapur Dangdut Pratama untuk mempertahankan eksistensinya adalah:

1. Perencanaan program
 - a. Penemuan ide
 - b. Pembentukan perencanaan
 - c. Tujuan perencanaan
 - d. Faktor pendukung perencanaan
 - e. Menarik minat pendengar
2. Produksi dan pembelian program
 - a. Produksi
 - b. Sumber dari isi program
 - c. Perekrutan penyiar
 - d. Kriteria penyiar
 - e. Faktor yang dipertimbangkan dalam proses produksi
3. Eksekusi program
 - a. Pemilihan waktu siaran
 - b. Survei khalayak
 - c. Pertimbangan waktu siaran dengan radio lain
 - d. Peraturan kepenyiaran
4. Pengawasan dan evaluasi
 - a. Pengawasan program
 - b. Survei kepuasan pendengar
 - c. Catatan kekurangan
 - d. Pengawasan oleh manajer