

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Pengertian Manajemen

Kita mungkin sangat sering mendengarkan kata “manajemen” namun jika seseorang ditanya mengenai apakah manajemen itu, maka jawabannya bisa sangat beragam. Hal ini tidak mengherankan karena tanggung jawab yang tercakup dalam manajemen bisa sangat beragam dan sekaligus kompleks. Adapun menurut beberapa ahli mengemukakan pengertian manajemen sebagai berikut:

- a. Stoner memberikan defenisi 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.⁷
- b. Pringle Jennings dan Longenecker yang mendefenisikan manajemen sebagai manajemen adalah proses memperoleh dan mengombinasikan sumber daya manusia, keuangan, informasi dan fisik untuk mencapai hasil yang di inginkan sebagai segmen masyarakat.⁸
- c. Howard Carlisle mengemukakan pengertian manajemen yang lebih menekankan pada pelaksanaan fungsi manajer yaitu: mengarahkan, mengoordinasikan, dan memengaruhi operasional suatu organisasi agar mencapai hasil yang diinginkan serta mendorong kinerjanya secara total.⁹
- d. Wayne Mondy memberikan defenisi manajemen yang lebih menekankan pada faktor manusia dan materi sebagi berikut: proses perencanaan, pengorganisasian, mempengaruhi dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi.

Teori manajemen atau “kelompok paham manajemen” beberapa di antaranya telah menjadi pionir untuk bidang-bidang yang baru sekali, sedangkan beberapa lainnya merupakan modifikasi atau fusi dari konsep-konsep manajemen

⁷James A. F Stoner, *Manajemen*, Prentice/ Hall International, (New York,1981) hal. 8

⁸Pringle, Daniel F. Jennings dan Justin G. Longenecker, *Managing Organizations : Functions and Behaviors*, (columbus, Ohio, Merrill Publishing Co, 1988) hal. 4

⁹Howard M. Carlisle, *Management Essentials : Concepts for Productivity And Innovation*, (2nd Edition, Science Research Associates, Chicago, 1987) hal. 10

terdahulu. Suatu subyek sevital manajemen mencakup masalah yang berpengaruh terhadap manusia, nilai-nilai keinginan dan teknologi sehingga menarik perhatian mahasiswa.¹⁰

Fungsi manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan/penggerak dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.¹¹

Defenisi ini menjelaskan bahwa manajemen itu merupakan suatu proses sistematis untuk melakukan pekerjaan pada media penyiaran, manajer umum (general meneger) bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) demikian rupa sehingga tujuan media penyiaran bersangkutan dapat tercapai. Manejer umum pada dasarnya bertanggung jawab pada setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran. Dalam melaksanakan tanggung jawab manajemennya, manejer umum melaksanakan empat fungsi dasar yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).¹²

a. Perencanaan (*planning*)

1. Defenisi perencanaan (*planning*)

Perencanaan (*Planning*) adalah pemilihan atau penetapan tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang di butuhkan untuk mencapai tujuan. Pembuatan keputusan banyak terlibat dalam fungsi ini. dimulai oleh karya Frederick W. Taylor pada tahun 1800-an ada kecenderungan untuk mengalihkan fungsi perencanaan dari karyawan operasi ke para manajer. Walaupun perencanaan tidak dapat sepenuhnya dipisahkan dari kegiata-kegiatan para karyawan, hal ini merupakan suatu bagian yang terpadu (integral) dari jabatan manajer. Pada dasarnya perencanaan kreatif merupakan pekerjaan penentuan faktor-faktor,

¹⁰George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (PT Bumi Aksara, 1990) hal.11

¹¹Dr. T. Hani Handoko, M. B. A. *Manajemen*, (BPFE Yogyakarta, 1987) hal. 8

¹²Morissan , M.A. *Manajemen Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta : Kencana 2008) hal.130

kekuatan, pengaruh dan hubungan-hubungan dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.¹³

2. Asas-asas perencanaan

Asas merupakan suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum yang dapat dijadikan pedoman pemikiran dan tindakan. Asas biasanya muncul dari hasil penelitian dan pengalaman. Dibawah ini merupakan asas perencanaan yang umum dilaksanakan pada perusahaan atau organisasi (Malayu S.P Hasibuan).

- a) *Principle of contribution to objective* (asas pencapaian tujuan). Setiap perencanaan dan segala perubahannya harus ditunjukkan kepada pencapaian tujuan.
- b) *Principle of efficiency of planning* (asas efisiensi perencanaan). Suatu perencanaan efisien jika perencanaan itu dalam pelaksanaannya dapat mencapai tujuan dengan biaya uanng sekecil-kecilnya.
- c) *Principle of primary of planning* (asas pengutamakan perencanaan). Perencanaan adala keperluan utama para pemimpin dan fungsi-fungsi lainnya, oganizing, staffing, directing, controlling, evaluating, reportin. Seseorang tidak akan dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen lainnya tanpa mengetahui tujuan dan pedoman dalam menjalankan kebijaksanaan.
- d) *Principle of pervasiveness of planning* (asas pemerataan perencanaan). Asas pemerataan perencanaan memegang peranan penting mengingat pemimpin pada tingkat tinggi banyak mengerjakan perencanaan dan tanggung jawab atas berhasilnya rencana tersebut.
- e) *Principle of planning premise* (asas patokan perencanaan). Patokan-patokan perencanaan sangat berguna bagi lamaran, sebab premis-premis perencanaan dapat menunjukkan kejadian-kejadian yang akan datang.¹⁴

3. Jenis-jenis perencanaan

Perencanaan mencakup banyak variasi atau jenis. Beberapa variasi tersebut adalah visi, misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, dan aturan.

¹³Dr. T. Hani Handoko, M. B. A. *Manajemen*, (BPFE Yogyakarta, 1987) hal.23

¹⁴ Prof. Dr. H. Afifuddin, M.M. *Dasar-dasar Manajemen* (Penerbit Alfabeta, Bandung 2014) hal 55

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.

a) Visi (*vision*)

Menurut Wibisono visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai dimasa depan. Dengan kata lain, visi dapat dikatakan sebagai pernyataan want to be dari organisasi atau perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang.

b) Misi (*mission*)

Menurut Prasetyo dan Benedicta di dalam misi produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, pasar yang dilayani dan teknologi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pernyataan misi harus mampu menentukan kebutuhan apa yang di puasi oleh perusahaan, siapa yang memiliki kebuhan tersebut, dimana mereka berada dan bagaimana pemuasaan tersebut dilakukan.

c) Tujuan (*objective*)

Tujuan yang diinginkan harus dirumuskan dengan sejelas-jelasnya agar dapat dipahami dan ditafsirkan dengan mudah oleh orang lain. Tujuan yang diinginkan itu harus wajar, rasional, ideal, dan cukup menantang untuk diperjuangkan dan dapat dicapai oleh orang banyak. Tegasnya, tujuan yang diinginkan itu harus ditetapkan supaya perencanaan itu tidak mengambang. Menurut G.R. Terry mengemukakan bahwa tujuan adalah sasaran manajerial yaitu tujuan yang melukiskan skop yang jelas serta memberikan arah pada usaha-usaha seorang manajer. Sedangkan Wilson mengatakan tujuan adalah pusat perhatian sampai sejauh mana bidang-bidang atau pusat perhatian itu dapat direalisasikan pada waktu tertentu, ditentukan oleh perkiraan kemampuan yang dimiliki dan hasil yang hendak dicapai.

d) Strategi (*strategy*)

Strategi pada hakikatnya merupakan *interpretative planning* yang dibuat dengan memperhitungkan rencana saingan. Penyusun strategi didasarkan atas pemanfaatan keunggulan-keunggulan dari pada saingan. Celah-celah kelemahan saingan harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sehingga kita

unggul dalam persaingan tersebut. strategi yang dilaksanakan tidak boleh diketahui saingan agar tidak ada kontra strategi dari pihak-pihak saingan.

e) Kebijakan (*policy*)

Kebijakan adalah suatu jenis rencana yang memberikan bimbingan berpikir dan arah dalam pengambilan keputusan. Sering kali kebijakan merupakan pernyataan tidak tertulis dari manajer. dengan kebijakan, rencana akan semakin baik dan menjuruskan daya pikir dari pengambilan keputusan ke arah tujuan yang diinginkan.

f) Prosedur (*procedure*)

Prosedur merupakan jenis rencana, karena prosedur menunjukkan pemilihan cara bertindak dan berhubungan dengan aktifitas masa depan. Prosedur benar-benar merupakan petunjuk untuk tindakan dan bukan cara berpikir. Prosedur memberikan detail tindakan, sehingga suatu aktivitas tertentu harus dilaksanakan. Biasanya prosedur dijelaskan secara kronologi.

g) Peraturan (*rule*)

Rule adalah rencana tentang peraturan –peraturan yang telah ditetapkan dan harus ditaati. *Rule* kadang-kadang timbul oleh prosedur tetapi keadannya tidak sama. Perbedaannya, *rule* tidak menurut urutan-urutan sedangkan prosedur sama-sama memberikan bimbingan untuk bertindak yang baik.¹⁵

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah penentuan sumberdaya-sumberdaya dan kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, perancangan dan pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang akan dapat “membawa” hal-hal tersebut kearah tujuan, penunggasan tanggung jawab tertentu dan kemudian, pendelegasian wewenang yang diperlukan kepa da individu-individu untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Fungsi ini mempercepat struktur formal di mana pekerja ditetapkan, dibagi dan dikoordinasikan. Manajer perlu mempunyai kemampuan untuk mengembangkan dan kemudian memimpin tipe

¹⁵ Prof. Dr. H. Afifuddin, M.M. *Dasar-dasar Manajemen* (Penerbit Alfabeta, Bandung 2014) hal 57

organisasi yang sesuai dengan tujuan, rencana dan program yang telah ditetapkan. Perbedaan tujuan akan membutuhkan jenis organisasi yang berbeda pula.¹⁶

1. Asas-asas Perorganisasian

- a) *Principle of organizational objectives* (asas tujuan organisasi). Menurut asas ini tujuan organisasi harus jelas dan rasional, organisasi bertujuan untuk mendapatkan laba (business organization) ataukah untuk memberikan layanan (*public organization*).
- b) *Principle of unity of objective* (asas kesatuan tujuan). Menurut asas ini, di dalam suatu organisasi (perusahaan) harus ada kesatuan tujuan yang ingi dicapai. Organisasi secara keseluruhan dan tiap-tiap bagiannya harus berusaha mencapai tujuan tersebut.
- c) *Principle of unity of command* (asas kesatuan perintah). Menurut asas ini, hendaknya setiap bawahan menerima perintah ataupun memberikan pertanggung jawaban hanya kepada satu orang atasan, tetapi seorang atasan dapat memerintah beberapa orang bawahan.
- d) *Principle of the span of management* (asas rentang kembali). Menurut asas ini, seorang manajer hanya dapat memimpin secara efektif sejumlah bawahan tertentu, misalnya 3 sampai 9 orang. Jumlah bawahan ini tergantung kecakapan dan kemampuan manajer bersangkutan.
- e) *Principle of delegation of authority* (asas pendelegasian wewenang). Menurut asas ini, hendaknya pendelegasian wewenang dari seorang atau sekelompok orang kepada orang lain yang jelas dan efektif, sehingga ia mengetahui wewenangnya.¹⁷

2. Proses pengorganisasian

Proses disebut juga. Proses pengorganisasian menurut Malayu.

- a) Manajer harus mengetahui tujuan organisasi yang ingin dicapai, apakah *profit* atau *service motive*.
- b) Penentuan kegiatan-kegiatan, artinya manajer harus mengetahui, merumuskan, dan menspesifikasikan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi dan menyusun daftar kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.

¹⁶ Dr. T. Hani Handoko, M. B. A. *Manajemen*, (BPFE Yogyakarta, 1987) hal 24

¹⁷ Prof. Dr. H. Afifuddin, M.M. *Dasar-dasar Manajemen* (Penerbit Alfabeta, Bandung 2014) hal 112

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.

- c) Pengelompokan kegiatan-kegiatan, artinya manajer harus mengelompokkan kegiatan-kegiatan ke dalam beberapa kelompok atas dasar tujuan yang sama.
- d) Pendelegasian wewenang, artinya manajer harus menetapkan besarnya wewenang yang akan didelegasikan kepada setiap departemen.
- e) Rentang kendali, artinya manajer harus menetapkan tipe jumlah karyawan pada setiap departemen bagian.
- f) Peranan perorangan, artinya manajer harus menetapkan dengan jelas tugas-tugas setiap individu karyawan, supaya tumpang tindih tugas dapat dihindarkan.
- g) Tipe organisasi, artinya manajer harus menetapkan tipe organisasi apa yang akan dipakai, apakah *line organization*, *line and staff organization*, ataukah *function organization*.
- h) Struktur (*organization chart* = bagan organisasi), artinya manajer harus menetapkan struktur organisasi yang bagaimana yang akan digunakan.¹⁸

3. Macam-macam Organisasi

Macam-macam organisasi menurut Malayu S.P Hasibuan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang, yaitu sebagai berikut:

- a) Berdasarkan proses pebentukannya
 - b) Berdasarkan kaitan hubungannya dengan pemerintah
 - c) Berdasarkan skala (ukuran) besar kecilnya
 - d) Berdasarkan tujuannya
 - e) Berdasarkan *organization chart*-nya
 - f) Berdasarkan tipe-tipe/bentuknya.¹⁹
- ### 4. Pertimbangan pengorganisasian

a) Rentang kendali

Rentang kendali (*span of management/span of control/span of executive/span of authority*) sangat diperlukan dalam pengorganisasian karena berhubungan dengan pembagian kerja, koordinasi, dan kepemimpinan (manajerial).

¹⁸ *Ibid.*, hal 114

¹⁹ *Ibid.*, hal 116

b) Wewenang dan kekuasaan

Wewenang merupakan hak kelembagaan menggunakan kekuasaan. Hal ini didasarkan pada pengakuan keabsahan untuk mempengaruhi perorangan atau kelompok yang berupaya untuk mempengaruhi dipandang mempunyai hak, untuk itu ada batas-batas yang diakui.

c) Desentralisasi dan sentralisasi

Sentralisasi adalah proses konsentrasi wewenang, dan keputusan pada tingkat atas organisasi. Sedangkan desentralisasi adalah pendelegasian wewenang pada semua tingkat organisasi.

d) Efektivitas tim

Organisasi sengaja menciptakan kelompok-kelompok di dalamnya untuk mempermudah pencapaian tujuan. Kelompok jenis ini termasuk pada ranah formal baik kelompok tugas maupun kelompok komando.

e.) Reorganisasi dan restrukturisasi organisasi

Reorganisasi adalah penyusunan kembali organisasi, baik ADART maupun strukturnya supaya organisasi itu lebih efektif dalam mencapai tujuan. Reorganisasi dapat dilakukan karena tuntutan internal dan eksternal.²⁰

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Actuating atau disebut juga “pelaksanaan” mencakup kegiatan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. Mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi komponsasi kepada mereka.²¹

1) Kepemimpinan

Menurut George Terry mengungkapkan bahwa kepemimpinan merupakan kemampuan mengarahkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja sama dengan kepercayaan serta tekun mengerjakan tugas-tuga yang diberikan oleh pimpinan mereka. kepemimpinan sangat berperan dalam pencapaian tujuan suatu lembaga

²⁰ *Ibid.*, hal 133

²¹ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (PT Bumi Aksara, 1990) hal. 17

atau organisasi. Kepimpinan yang amah dan bertanggung jawab dapat membawa lembaga atau organisasi maju dan berkembang.

a. Teori kepemimpinan

Teori kepemimpinan membicarakan proses timbulnya seseorang menjadi pemimpin. Pada dasarnya ada dua teori kepemimpinan, yaitu teori sifat (*traits theory*) dan teori situasional (*situational theory*).

b. Tipe-tipe kepemimpinan

Tipe kepemimpinan sering disebut perilaku kepemimpinan atau gaya kepemimpinan (*leadership style*). Menurut Miftah Toha mengemukakan bahwa gaya kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain.

c. Jenis kepemimpinan

Memimpin merupakan kegiatan yang berkesinambungan. Hambatan-hambatan akan berdatangan sehingga kepemimpinan berubah, demikian pula kemampuan dan sikap mereka. Oleh karena itu pemimpin harus menyiapkan manuver untuk mencegah terjadinya hal tersebut.²²

d. Motivasi

Motivasi merupakan proses psikologi yang bersifat fundamental. Sangat sukar menyanggah bahwa motivasi merupakan proses yang amat penting dalam pemuasan berbagai kebutuhan dan menjamin berbagai kepentingan para anggota organisasi.

e. Tujuan dan fungsi motivasi

Menurut S.P. Hasibuan mengemukakan tujuan motivasi yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja
2. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
3. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan
4. Meningkatkan disiplin karyawan

²² Prof. Dr. H. Afifuddin, M.M. *Dasar-dasar Manajemen* (Penerbit Alfabeta, Bandung 2014) hal 162

5. Mengefektifkan pengadaan karyawan
6. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
7. Meningkatkan kesejahteraan keryawan
8. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya
9. Meningkatkan efesiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

f. Teori motivasi

Teori motivasi dipahami agar pimpinan mampu mengidentifikasi apa yang memotivasi karyawan bekerja, hubungan perilaku kerja dengan motivasi, dan mengapa karyawan berprestasi tinggi.

d. Komunikasi

Komunikasi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Dalam melakukan aktivitas, manusia hidup berkomunikasi dengan manusia lainnya karena manusia adalah makhluk sosial. Semakin berkembang kehidupan manusia, peranan komunikasi menjadi hal yang penting untuk kepentingan interaksi, memecahkan masalah, atau menjalin kerja sama dengan orang lain.²³

e. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan adalah terdapat banyak sebutan untuk fungsi Pengawasan antara lain evaluasi, penilain, dan perbaikan. Namun sebutan pengawasan lebih banyak digunakan karena lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif. Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Hal ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan yang sesuai dengan apa yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.²⁴

²³ *Ibid.*, hal 190

²⁴ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta : Kencana 2008) hal.159

Kegiatan mengarahkan dan mempengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan sebagai berikut:

1) Motivasi

Keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkaytan atau derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka kemungkinan semakin besar karyawan memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan stasiun penyiaran bersangkutan.²⁵

2) Komunikasi

Komunikasi adalah faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Komunikasi adalah cara yang digunakan pimpinan agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran agar mereka dapat berperan secara penuh dan efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.²⁶

3) Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi orang-orang agar berkerja mencapai tujuan dan sasaran. Dalam kenyataannya para pemimpin dapat mempengaruhinya moral dan kepuasan kerja dan tingkat prestasi keryawan.²⁷

4) Pelatihan

Perusahaan memilih karyawan biasanya karena memiliki pengalaman atau latar belakang dan keahlian untuk melaksanakan suatu tanggung jawab tertentu. Namun demikian karyawan tetap membutuhkan pelatihan. Dalam hal ini, manajer umum harus memastikan bahwa kegiatan tersebut akan dapat memberikan kontribusi kepada karyawan agar mereka dapat bekerja secara lebih efektif sehingga secara tidak langsung ikut membantu stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya.²⁸

²⁵ *Ibid.*, hal 154

²⁶ *Ibid.*, hal 155

²⁷ *Ibid.*, hal 157

²⁸ *Ibid.*, hal 158

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.

5) Fungsi dan tujuan evaluasi

Menurut Crawford tujuan dan fungsi evaluasi yaitu :

- a) Untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai dalam kegiatan.
- b) Untuk memberikan objektivitas pengamatan terhadap perilaku hasil.
- c) Untuk mengetahui kemampuan dan menentukan kelayakan.
- d) Untuk memberikan umpan balik bagi kegiatan yang dilakukan.

6) Model dan pendekatan evaluasi

Model evaluasi ialah desain evaluasi yang dibuat oleh para ahli atau pakar evaluasi dan biasanya dinamakan sama dengan pembuatannya atau tahap pembuatannya. Model dibuat oleh para ahli merupakan model standar yang digunakan oleh para manajer. Pendekatan evaluasi diartikan sebagai beberapa pendapat tentang tugas evaluasi dan bagaimana dilakukan dengan kata lain tujuan dan prosedur evaluasi. Setiap pendekatan memberikan petunjuk bagaimana memperoleh informasi yang berguna dalam beberapa kondisi.

7) Evaluasi kinerja

Penelitian dan evaluasi keberhasilan pencapaian output dan outcomes organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran adalah fokus dari kegiatan pengukuran kinerja. Indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif maupun kualitatif untuk dapat menggambarkan tingkat pencapaian sasaran dan tujuan organisasi.

8) Evaluasi program

Evaluasi terhadap program hanya dilakukan untuk mencari jawaban *outcome* yang dihasilkan yang dihasilkan, sedangkan evaluasi terhadap kebijakan mungkin saja sampai dampak (*impact*) yang terjadi, perbedaan ini hanya bertujuan untuk penyederhanaan saja, walaupun masalahnya tidak sederhana.

Tahapan-tahapan dalam evaluasi program meliputi hal di bawah ini

- a) Analisis logika program
- b) Desain evaluasi
- c) Penyusunan desain evaluasi serta strategi pengumpulan dan analisis data.

9) Evaluasi meta

Evaluasi meta adalah evaluasi yang dapat dievaluasi. Evaluasi meta dapat dilaksanakan bersama kegiatan evaluasi yang biasa atau rutin untuk memperbaiki sehingga evaluasi akan bertambah baik. Evaluasi meta juga dapat dilakukan setelah evaluasi selesai.²⁹

Prinsip-Prinsip Manajemen adalah prinsi-prinsip atau azaz-azaz manajemen. Ada fihak yang lebih suka menyatakannya sebagai proposisi-proposisi. Sebuah prinsip dapat didefenisikan sebagai” sebuah pernyataan fundamental atau kebenaran yang menjadi pedoman kearah pemikiran atau tindakan,” melalui prinsip-prinsip manajemen, seorang menejer dapat menghindari terjadinya kesalahan-kesalahan fundamental dalam tindakan-tindakannya. Prinsip-prinsip muncul daripada pengalaman dan hasil-hasil pelaksanaan pekerjaan. Sebelum dapat dikatakan bahwa penemuan dan pernyataan prinsip-prinsip merupakan sebuah produk setiap ilmu yang berkembang dengan baik.³⁰

Menurut Taylor, ada empat prinsi-prinsip atau petunjuk-petunjuk manajemen yang bersifat penting antara lain:

1. Pengembangan metode kerja baik
2. Pemilihan serta pengembangan pekerja-pekerja
3. Usaha untuk menghubungkan dan mempersatukan metode kerja yang terbaik dan pekerja yang terpilih serta terlatih
4. Kerja sama erat para menejer dan non menejer, kerja sama mana meliputi pembagian kerja dan tanggung jawab menejer untuk merencanakan pekerjaan.³¹

Sasaran merupakan kepentingan tertinggi didalam manajemen, karena dapat memberikan tujuan dan arah yang akan ditempuh, sehingga manajemen dapat memberikan sesuatu yang betul-betul berarti. Sasaran tersebut harus ditetapkan dan diberitahukan sedemikian rupa sehingga dapat digunakan sebagai

²⁹ Prof. Dr. H. Afifuddin, M.M. *Dasar-dasar Manajemen* (Penerbit Alfabeta, Bandung 2014) hal 252-263

³⁰George R. Terry, *Asas-Asas Manajemen*(Bandung P.T. Alumni 2012) hal.12

³¹*Ibid.*, hal.21

ukuran dari sukses atau kegagalan. Target-target dan tujuan sering digunakan silih berganti sebagai pengganti kata sasaran. Sasaran yang diketahui secara umum dan dapat ditetapkan dengan baik diakui oleh sebagian besar manajer sebagai memiliki kemampuan motivasi di dalam dan pada mereka sendiri. Semua pihak harus mengetahui tujuannya dan seluruh anggota manajemen harus bekerja sama menuju sasaran tersebut.³²

Unsur unsur manajemen menurut George R. Terry (1997) menyimpulkannya didalam istilah “Enam M” yaitu *men, money, methods, materials, machines dan market*. unsur-unsur manajemen tersebut perlu disenergikan agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif dan efisien.³³

2. Tingkatan Manajemen

Orang sering beranggapan bahwa manajemen adalah segala hal yang terkait dengan orang-orang yang berada pada puncak organisasi atau pimpinan perusahaan.³⁴ Pada media penyiaran dan juga perusahaan lainnya pada umumnya posisi menejer biasanya terdiri atas tiga tingkatan (*level*) yaitu:

- a) Manajer tingkat bawah (*lower level manager*); manajer pada tingkat ini bertugas mengawasi secara dekat pekerjaan rutin karyawan yang berada dibawah naungannya.
- b) Manajer tingkat menengah (*middle manager*); bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan tertentu sebagai bagian dari proses untuk mencapai tujuan utama perusahaan.
- c) Manajer puncak (*top manager*); manajer yang mengoordinasikan kegiatan perusahaan serta memberikan arahan dan petunjuk umum untuk mencapai tujuan perusahaan.
- d) Manajer tingkat menengah (*middle manager*) adalah manajer yang paling cocok dengan tugasnya untuk mengatur jalannya program siaran mozaik islami di Radio Republik Indonesia pro 4 95,9 FM Pekanbaru.

³²George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (PT Bumi Aksara, 1990) hal.28

³³George R Terry, *Dasar-dasar Management*, (PT Bumi Aksara, 1997) hal.354

³⁴ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta : Kencana 2008)hal.129

- 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.

3. Fungsi Manajemen

pada media penyiaran, manajer umum (general manager) 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. Manajer umum pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran.³⁵

a. *Planning*

Menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu.

b. *Organizing*

Mengelompokkan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan itu.

c. *Actuating*

atau disebut juga “pelaksanaan” mencakup kegiatan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.

d. *Controlling*

Mengukur pelaksanaan dengan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan korektif dimana perlu.³⁶

4. Radio Sebagai Media Massa

Terdapat banyak media yang menjadi alat komunikasi, salah satunya adalah radio sebagai media massa. Radio memiliki sifat yang khas dibanding dengan media massa lainnya. Kekhasannya adalah sifatnya yang audial untuk indra telinga karena itu pendengar ketika menerima pesan dari radio tatanan mental yang pasif radio salah satu media massa juga memiliki kemampuan memberikan informasi dan hiburan kepada pendengarnya. Radio mendapat julukan sebagai

³⁵ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta : Kencana 2008)hal. 130

³⁶ George R. Terry, Leslie W. Rue, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2012) hal 9

kuasa kelima atau *the fifth estate* setelah pers dianggap kuasa keempat. Radio dianggap memiliki kekuasaan yang begitu hebat di sebabkan dua faktor.³⁷

a. Radio Siaran Bersifat langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Dibandingkan dengan penyebaran propaganda dang pamflet surat kabar. Radio jauh yang mudah dan cepat. Dimana sebuah informasi yang sangat penting disaksikan ditengah-tengah acara siaran apa saja dan secara berulang kali.

b. Daya Tembus

Melalui media kecil seperti radio siaran, pendengar dapat memindahkan dan mendengarkan siaran radio dari berbagai belahan dunia.

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa (*mass communication*), seperti surat kabar. Komunikasi massa, menurut De Vito adalah milik umum. Setiap orang dapat mengetahui psan-pesan komunikasi melalui media massa. Radio dipandang sebagai kekuatan kelima hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara. Komunikasi yang di lakukan di radio seperti halnya media massa lain adalah komunikasi massa, yakni komunikasi kepada orang banyak (massa publik) dengan menggunakan media (*communicating media*).³⁸

Media siaran radio kian terdesak oleh televisi, namun masih memiliki banyak penggemar. Kecenderungannya adlah jangkauan siaran radio kian menyempit sehingga yang paling mampu bertahan adalah radio-radio yang hanya melayani suatu wilayah kecil saja. Tantangannya tidak kalah dari yang dihadapi oleh radio dan majalah, namun radio terbantu oleh penemuan transistor yang membuatnya jauh lebih ringkas. Dengan cara seperti ini radio bisa meraihi

³⁷Onong Uchjana Effendy M.A.*Imu Komunikasi, Teori Dan Praktek*, (Bandung: Rosda Karya, 2003) hal 314

³⁸Asep Syamsul M. Romli, *Dasar- Dasar Siaran Radio Basic Announcing* (Bandung, Nuansa 2009) hal. 17

keuntungan. Namun di kota-kota besar persaingannya begitu ketat, semua radio harus bekerja keras agar dapat bertahan.³⁹

Salah satu kelebihan medium radio dibanding dengan media lainnya, ialah cepat dan muda dibawa kemana-mana radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain. Kecanggihan media radio lebih hebat lagi ketika transistor ditemukan pada tahun 1949 oleh William Shockley. Sesudah itu radio makin mendapat tempat dihati pendengaranya. Bukan saja sebagai sumber informasi yang cepat, tetapi juga sebagai alat hiburan yang dibawa kemana-mana, radio makin menjadi trend di kalangan yang suka melakukan perjalanan menjadi radio sebagai teman.⁴⁰

5. Format Radio

Pringle-Starr McCavitt menjelaskan bahwa : *the program ming of most stations is dominatef bay one principal content element or sound, known as format* (program sebgai besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format). Dengan kalimat dapat dikatakan bahwa format adalah penyajian program dan musik memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio.

Secara lebih sederhana dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didehenisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi radio siaran yang dpat memenuhi kebutuhan audiennya. Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertntu seiring makin banyak stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk-bentuk prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengelola 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*). Format dimulai dari penentuan visi dan misi yang akan dicapai, pemahaman tentang pendengar yang dituju melalui riset ilmiah untuk mengetahui

³⁹William L. Rivers- Jay W. Jensen Theodore Peterson, *Media Massa Masyarakat dan Modern* (Jakarata, Prenada Media 2003)hal. 21

⁴⁰Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M. Sc. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada 2010) hal. 138

apa kebutuhan, dan bagaimana perilaku sosiologi-psikologis mereka. Dari sini ditentukan format siaran apa yang relevan beserta implementasinya pada wilayah program dan pemasaran. Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya disuatu lokasi siaran.

Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, misalnya aspek demografis audien seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografi. Berdasarkan pembagian tersebut, maka muncullah stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok tersebut.

Pada awalnya radio memang menyiarkan apa saja yang terpikirkan orang untuk disampaikan kepada massa dalam waktu serempak, sesingkat-singkatnya perlahan-lahan, seiring dengan semakin banyaknya stasiun radio yang beroperasi, muncul format radio yang berbeda-beda. Dalam arti sempit, format berarti susunan item program dalam satu satuan waktu katakanlah dalam waktu satu jam. ini disebut format clock, terdiri dari unsur-unsur seperti narasi penyiar, siklus musik, termin iklan, promo radio dan promo program, format clock membedakan aktivitas pagi, siang, sore, hingga malam hari. Dalam arti yang luas format berarti bisa susunan program radio secara keseluruhan, yang menjadi semacam penanda identitas yang terkemas dalam pelbagai program radio.⁴¹

6. Audience

Audience yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam, dari juta pendengar radio, ribuan penonton, pembaca buku, majalah, koran atau jurnal ilmiah. Masing-masing audience berbeda satu sama lain di antaranya dalam hal berpakaian, berpikir menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman, dan orientasi hidupnya, akan tetapi masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya.

Sebagai teori audience masing-masing dari kita adalah anggota dari sejumlah besar audience, tetapi masing-masing audience itu mereaksi secara

⁴¹Santi Indra Astuti, *Jurnalistik Radio Teori Dan Praktik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008) hal. 7

individual. Interaksi kita dengan anggota audience yang lain, bukan anggota atau bahkan pemimpin opini juga mempunyai dampak pada bagaimana kita merespons dan bahkan ikut menentukan reaksi umum kita.⁴²

7. Manajemen Siaran

a. Program director

Program director memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah stasiun radio. Bahkan bisa dibilang program director adalah “otaknya” radio. Menarik atau tidaknya sebuah konsep program sebuah radio siaran akan hangat bergantung pada kinerja dan kreatifitas *program director*-nya. Selain menentukan dan mengembangkan konsep program siaran, *program director* juga bertanggung jawab dalam mengatur staf penyiaran beserta jadwal siaran, memantau stasiun untuk menjaga konsistensi dan kualitas produksi, mengikuti perkembangan dan persaingan yang terjadi di industri radio, mengatur kegiatan pemberitaan dan penyajian musik serta hiburan.⁴³

b. Music director

Gambaran umum tugas seorang musik direktor di antaranya adalah mengumpulkan dan menyeleksi lagu lalu menyusun lagu-lagu tersebut menjadi sebuah *play list*. Menentukan layak atau tidaknya lagu dimasukkan ke dalam program siaran radio dan bertanggung jawab untuk memastikan lagu-lagu yang hadirkan sesuai dengan segmentasi radio dan target pendengar. *Music director* (MD) memiliki wewenang untuk mengusulkan pengadaan koleksi lagu, membuat *plalist* lagu berdasarkan format program dan acara serta trend saat ini. Tugas lain dari seorang MD adalah menjalin kerjasama dengan label rekaman (industri rekaman), *supplier*, penyanyi dan musisi. Selain itu Michael C. Keith menambahkan, seorang musik direktor bertanggung jawab pula dalam memelihara kualitas lagu, memastikan format lagu secara audio sesuai dengan standar kualitas lagu, memastikan format lagu secara audio sesuai dengan standar kuliatas lagu, memastiskan format lagu secara audio sesuai dengan standar

⁴² Nurudin, M.Si. *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hal 104

⁴³ Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, *Berkarier di dunia Broadcast*, hal 110

kualitas yang ditentukan, mengawasi lalu lintas penggunaan lagu serta memantau penyajian lagu dalam siaran. Ketersediaan fasilitas yang memadai juga menjadi salah satu faktor pendukung kinerja *Music Director*. Masalah terkait fasilitas ini pula yang menjadi kendala bagi *Music Director* dalam menjalankan tugasnya. Misalnya, komputer yang digunakan tidak didukung oleh aplikasi dan fasilitas yang dibutuhkan, atau tidak tersedianya anggaran yang cukup untuk membeli lagu-lagu baru.⁴⁴

1) Master Lagu

Master Lagu ini adalah untuk melakukan proses pencatatan lagu-lagu yang dimiliki oleh radio. Proses pencatatan dibedakan berdasarkan kategori lagu dan dalam data data base server, sehingga data tersebut dapat digunakan oleh divisi siaran.⁴⁵

c. Produksi

Orang-orang yang bekerja dibagian produksi sebuah stasiun radio adalah mereka yang bertanggung jawab terhadap semua produk pendukung siaran, seperti *jingle*. Radio, spot iklan, promo acara, *bumper*, dan lain sebagainya. Sebagai media yang auditif (hanya bisa didengar) sebuah program siaran radio akan semakin menarik bila didukung oleh efek suara yang menarik pula, dan mampu menunjukkan kreativitas tanpa meninggalkan konsep serta positioning radio yang bersangkutan.⁴⁶

d. Penyiar

Penyiar dalam bahasa Inggris biasa disebut *announcer* atau *broadcaster*, yakni orang yang menyampaikan sesuatu kepada banyak orang. Penyiar radio adalah penyiar sebuah stasiun radio yang akan berhadapan dan berinteraksi pertama kali dengan pendengar atau audience.⁴⁷

⁴⁴Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, *Berkari* Indah Rahmawati hal 112

⁴⁵Jurnal Skripsi “Manajemen Siaran Musik Stasiun Radio REM FM di Universitas Negeri Semarang “ artikel diakses 23 Mei 2016 dari <http://lib.unnes.ac.id/254/1/4041.pdf> pada tanggal, 26.

⁴⁶ Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, *Berkari* Indah Rahmawati, hal 116

⁴⁷Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, *Berkari* Indah Rahmawati, hal 123

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.

B. Kajian Terdahulu

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, sejauh ini penelitian tentang Manajemen Program Siaran Mozaik Islami Di RRI Pro4 95,9 FM Pekanbaru khususnya di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau belum pernah dilakukan. Adapun karya lain yang mendukung penelitian ini, Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. “Manajemen Siaran Radio Suara Ibnu Abbas 106.7 IC Fm Klaten” tahun 2006 oleh Moh. Anas Musafa “Fakultas Dakwah Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta” perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Moh. Anas Musafa dalam lokasi penelitian dan jenis radio yang diteliti bukan radio pemerintah akan tetapi radio milik swasta.⁴⁸
2. “Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif Di Kantor RRI Manado” tahun 2013 oleh Ruth Debora Massie “Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado” perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Ruth Debora Massie adalah lokasi penelitian dan jenis radio yang diteliti radio pemerintah.⁴⁹
3. “Manajemen Siaran Musik Stasiun Radio Rem Fm Di Universitas negeri Semarang” tahun 2009 oleh Willy Fajar Nugraha “Fakultas Bahasa Seni Jurusan Pendidikan Seni Drama, Tari, dan Musik Universitas Negeri Semarang” perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Willy Fajar Nugraha adalah lokasi penelitian dan jenis radio yang diteliti bukan radio pemerintah akan tetapi radio milik swasta.⁵⁰

⁴⁸ Jurnal Skripsi “Manajemen Siaran Radio Suara Ibnu Abbas 106.7 Ic Fm Klaten di Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta” artikel diakses 26 Maret 2018 dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/1610/1/BAB%20I%2C%20BAB%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf> pada tanggal 26

⁴⁹ Jurnal Skripsi “Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif Di Kantor RRI Manado di Universitas Sam Ratulangi” artikel diakses 26 Maret 2018 dari <https://media.neliti.com/publications.pdf> tanggal 26

⁵⁰ Jurnal Skripsi “Manajemen Siaran Musik Stasiun Radio Rem Fm di Universitas Negeri Semarang” artikel diakses 26 Maret 2018 dari <http://lib.unnes.ac.id/254/1/4041.pdf> pada tanggal,26.

Berbeda dengan penelitian diatas, penelitian ini lebih menekankan tentang bagaimana Radio Republik Indonesia (RRI) Programa 4 Pekanbaru dalam mengelola manajemen siaran radio.

C. Kerangka Pikir

Riset tergantung kepada pengamatan, dan pengamatan tidak dapat dibuat tanpa sebuah pernyataan atau batasan yang jelas mengenai apa yang diamati. Pernyataan atau batasan ini adalah hasil dari kegiatan mengoperasionalkan konsep, yang memungkinkan riset mengukur konsep, kontrak, variabel yang relevan, dan berlaku bagi semua jenis variabel.⁵¹

Dengan demikian, berdasarkan uraian dari kerang teoritis dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen program siaran Mozaik Islami di RRI Pro 4 95,9 FM Pekanbaru dapat dilihat dan diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Perencanaan/ *Planning*

Program siaran Mozaik Islami, meliputi perencanaan pembentukan program, visi misi dan tujuan program, segmentasi pendengar, komposisi, format siaran, penentuan materi siar dan penentuan penyiar, pengadaan sarana prasarana.

2. Pengorganisasian/ *Organizing*

Program siaran Mozaik Islami, meliputi organisasi atau susunan penanggung jawab program serta tugas masing-masing personality.

3. Pelaksanaan/ *Actuating*

Program siaran Mozaik Islami, meliputi persiapan sebelum siaran, persiapan materi siar, rundown siaran on air.

4. Pengawasan/ *Controlling*

Program siaran Mozaik Islami, meliputi pengawasan dan pengevaluasian penyiaran program.

⁵¹Rahmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006) hal.26

Adapun proses manajemen dan program. Manajemen adalah proses perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Upaya anggota organisasi dan penggunaan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.⁵²

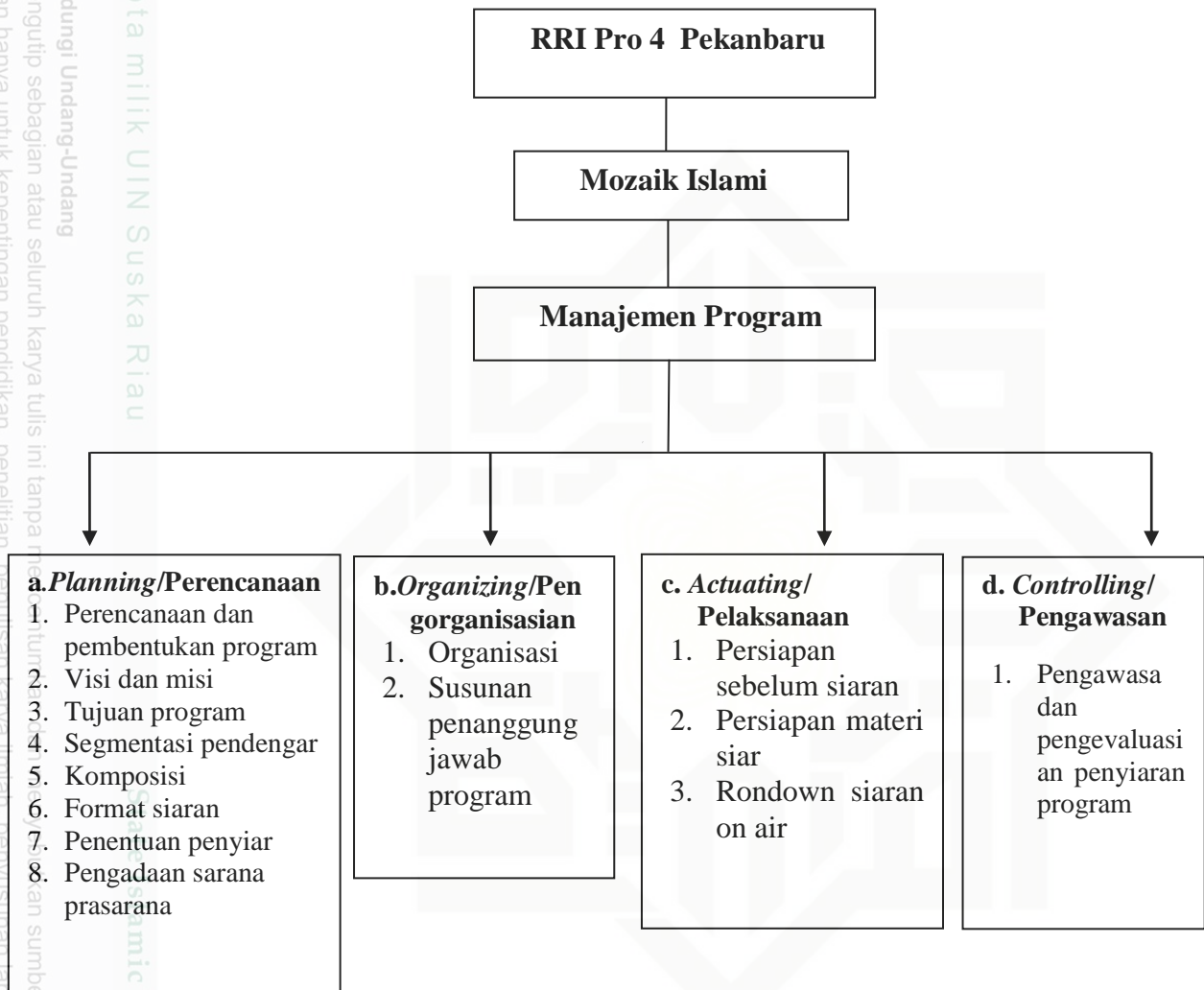
Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Program yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang luas. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.⁵³

Kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu mengenai suatu konsep yang akan memberikan penjelasan terhadap teori dari program musik yang dilakukan oleh pihak Radio Republik Indonesia (RRI) program 4. Dan hal yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana Radio Republik Indonesia (RRI) program 4 59,9 FM Pekanbaru dalam mengelola manajemen siaran. Yang dimulai dari proses manajemen mengkoordinir kegiatan operasional. Bagan dibawah ini menjelaskan bagaimana manajemen program siaran mozaik Islami tersebut dilakukan.

⁵² Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, *Berkarier di Dunia Broadcast* hal.109

⁵³ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta : Kencana 2008) hal.209

Gambar 2.1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.