

## Manajemen Penyiaran Berita Di Radio Dakta Bekasi Dalam Pemenuhan Informasi Pendengar

Intan Ikhtiarti Wilti<sup>1</sup>, Aminah Swarnawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta

E-mail: [intanikhtiarti@gmail.com](mailto:intanikhtiarti@gmail.com)<sup>1</sup>; [aminah.swarnawati@umj.ac.id](mailto:aminah.swarnawati@umj.ac.id)<sup>2</sup>

(081290777014)

\*Corresponding author

### Abstract

*The process of broadcasting news on radio is inseparable from the implementation of broadcast management. Radio Dakta is the radio with the highest percentage in broadcasting this type of information as much as 60%. Dakta Radio is a radio that plays an active role in collaborating with the government and other agencies to provide up-to-date information. This study aims to determine the management of news broadcasting on Dakta radio in fulfilling listener information as well as the supporting and inhibiting factors. The research approach is qualitative. The method used is descriptive. Data collection techniques were carried out by interviews, observation and documentation. Research data analysis techniques namely data reduction, data presentation, drawing conclusions. This study uses source triangulation. The results of this study indicate that the management of Dakta radio news broadcasting is carried out well. The management process of Dakta radio news broadcasting is carried out by planning which includes news search, news compilation, news distribution, news broadcasting implementation, news broadcasting objectives and target setting. Organizing includes radio departmentalization and division of labor. Direction and influence which includes motivation, communication, leadership and training. Supervision which includes internal and external evaluations. The contribution of this research provides an understanding of broadcasting management methods on a radio regarding the presentation of information according to the rules in fulfilling listener information.*

**Keywords:** News, Broadcast Management, Information Fulfillment, Radio

### Abstrak

Proses penyiaran berita di radio tidak terlepas dari pelaksanaan manajemen penyiaran. Radio Dakta merupakan radio yang persentasenya paling tinggi dalam menyiarkan jenis informasi sebanyak 60%. Radio Dakta merupakan radio yang turut berperan aktif dalam bekerjasama dengan pemerintah serta instansi lainnya untuk menyajikan berbagai informasi ter-*uptodate*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen penyiaran berita di radio Dakta dalam pemenuhan informasi pendengar serta faktor pendukung dan penghambat. Pendekatan penelitian adalah kualitatif. Metode yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen penyiaran berita radio Dakta dilakukan dengan baik. Proses manajemen penyiaran berita radio Dakta dilakukan perencanaan yang meliputi pencarian berita, penyusunan berita, pembagian berita, pelaksana penyiaran berita, tujuan penyiaran berita dan menentukan sasaran. Pengorganisasian meliputi departemenisasi radio dan pembagian kerja. Pengarahan dan memberikan pengaruh yang meliputi motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Pengawasan yang meliputi evaluasi yang dilakukan internal dan external. Kontribusi penelitian ini memberi pemahaman cara manajemen penyiaran di sebuah radio terkait penyajian informasi-informasi yang sesuai kaidah dalam pemenuhan informasi pendengar.

**Kata kunci:** Berita, Manajemen Penyiaran, Pemenuhan Informasi, Radio

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dewasa ini, memicu munculnya persaingan

yang semakin ketat antar perusahaan dalam memperebutkan pendengar untuk suatu produk yang dihasilkannya. Tren saat ini telah

berubah menjadi tren masyarakat informasi dimana masyarakat memiliki dorongan kuat untuk menjalin hubungan sosial melalui jaringan-jaringan media (Galih, *et al*, 2013).

Perkembangan pada media-media komunikasi telah menjadikan semua orang yang berada di seluruh dunia bisa saling berkomunikasi. Media merupakan saluran yang dipakai untuk sarana penyampaian informasi atau pesan-pesan (Morissan, 2018:13). Komunikasi merupakan suatu proses terkait dengan hubungan manusia antara satu manusia dengan manusia lainnya yang ada di lingkungan sekitar. Tidak adanya komunikasi yang dilakukan maka seseorang akan terpisah dari lingkungan. Tidak adanya lingkungan, komunikasi menjadi kegiatan yang tidak efektif. Komunikasi perlu dilakukan karena manusia bisa menjalin hubungan dengan orang-orang di lingkungan sosialnya. Setiap individu dalam berkomunikasi membutuhkan media komunikasi untuk bisa menghubungkan manusia satu dengan lainnya. Media komunikasi merupakan sarana yang dipergunakan dalam melakukan produksi, reproduksi, pengolahan, pendistribusian atau penyebaran dan penyampaian suatu informasi. Media komunikasi sangat berperan penting dalam membantu kehidupan masyarakat (Suryanto, 2015:185).

Salah satu media massa yang tetap solid di tengah kemajuan teknologi pada era ini ialah radio. Radio ialah sebuah alat elektronik yang dipakai untuk media komunikasi serta informasi. Radio hanya bisa memberikan sinyal-sinyal audio atau pendengaran. Dengan adanya radio, siapapun bisa mendengarkan berbagai macam siaran seperti tentang peristiwa-peristiwa penting, permasalahan yang terjadi di kehidupan serta siaran hiburan yang menyenangkan. Secara sederhana, bentuk radio dibagi menjadi dua bagian besar yaitu sebagai suatu alat penerima informasi dan pemberi informasi (Suryanto, 2015:189). Radio juga mempunyai keistimewaannya sendiri dibanding dengan media massa lainnya. Sampai saat ini, radio masih dikonsumsi oleh khalayak karena karakteristiknya yang bersifat *mobile, flexible, personal, murah*

dan *theater of mind* (Astuti, 2013:39).

Selain memerlukan suatu hiburan, para pendengar juga membutuhkan akan informasi-informasi aktual. Hal tersebut akan berdampak pada sulitnya para pendengar memilih radio yang anti pada berita. Secara lebih baik siaran acara pagi, pada umumnya mulai jam 6-8 pagi untuk radio-radio tersebut menyuguhkan siaran yang bertemakan *news* selain pemutaran lagu penyemangat. Penyiaran berita di radio tidak cuma mempedomani kode etik dari penyiaran tetapi perlu juga memperhatikan kode etik dalam hal jurnalistik, seperti tidak menjadikan satu antara fakta dan pendapat, berimbang, akurasi data, cek dan ricek, sumber berita, menjauhi hal-hal terkait pornografi dan sara, dan penyajian berita dengan nada netral, formal dan tidak tendesius (Romli, 2017:114).

Filosof dan Ely menyatakan bahwa suatu informasi merupakan serangkaian simbol yang mempunyai potensi untuk makna. Dengan kata lain, informasi tersebut merupakan rangkaian suatu data yang telah diproses menjadi sesuatu hal yang mempunyai arti dari penerima dan bermanfaat dalam menentukan sebuah keputusan pada saat ini maupun di waktu mendatang. Informasi yang bagus terlihat dari proses komunikasi terstruktur dan mempunyai informasi atau berita yang berkualitas baik (Andriani, Putri, 2020).

Radio yang bisa menjalankan fungsi dan keunggulan merupakan radio yang bisa terus beroperasi dan sukses. Radio yang banyak menyiarkan informasi ialah radio yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Format informasi dibagi menjadi beberapa yaitu dominasi berita dan dominasi perbincangan. Format ketiga ialah campuran dari kedua format yang pertama yang dinamakan dengan *news talk* atau *talk news*. Dominasi berita terdiri dari berita lokal, regional, nasional dan internasional, laporan *feature*, analisis, komentar, dan editorial. Pencapaian pendengar dalam format dominasi berita ini ialah pendengar yang sudah berusia 25 hingga 54 tahun dan mempunyai jenjang pendidikan yang bagus. Berita radio ialah sebuah laporan informasi terhadap sebuah kejadian atau

peristiwa yang penting dan bermutu. Berita radio sepatutnya menjadi suatu informasi yang bisa mempersuasif sebanyak mungkin pendengar radio bersangkutan. Bila pendengar radio merupakan para eksekutif muda, tentu berita yang disajikan terkait dengan informasi yang mereka inginkan seperti info seputar bisnis, peraturan ekonomi terbaru dan lainnya (Morissan, 2018:235).

Radio siaran merupakan sebuah media massa yang menjadi saluran komunikasi massa, seperti media lainnya yaitu surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yaitu dikonsumsi telinga atau pendengaran. Oleh sebab itu, sifatnya yang auditif ini bisa sebagai pendukung para pendengar agar lebih memilihnya sebagai suatu media dalam menarik minat dengan memberikan hal mudah ketika ingin mengakses sebuah informasi tanpa memerlukan suatu *skill* secara khusus (Christina, Nuraeni, 2018).

Peran radio dalam menyampaikan informasi mulai dilihat keberadaannya di tahun 1909, pada saat informasi yang disampaikan lewat radio telah sukses untuk menyelamatkan semua nyawa para penumpang dari kapal laut yang mengalami insiden kecelakaan yang mengakibatkan kapal tersebut menjadi tenggelam. Radio menjadi medium yang telah teruji untuk penyampaian informasi yang cepat dan akurat secara fakta sehingga semua orang mulai memperhatikan lebih media radio ini. Siaran radio bisa dinilai efektif apabila para pendengar tertuju perhatiannya, memahami, serta tersentuh hatinya untuk ikut menjalankan sesuatu hal yang diberikan oleh penyiar (Ahmad, 2015).

Radio dinilai sebagai media yang menyajikan sebuah informasi dengan menyenangkan walaupun hanya didukung dengan unsur audio. Diketahui bahwa radio saat siarannya bersifat audial. Penyiaran informasi kepada para pendengar di banyak tempat tentang banyak macam kejadian yang ada di berbagai negara. Berita tersebut bisa seperti peristiwa, pemikiran, gagasan, perilaku individu, ucapan-ucapan khalayak, dan lain-lain. Setiap individu pasti selalu memerlukan sebuah informasi di

kehidupan, kapan waktu dan di mana mereka berada, baik dalam bentuk siaran seperti berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, *talk show* dan lainnya (Nasor, 2017).

Menurut Katz et.al, kebutuhan-kebutuhan khalayak dikategorikan sebagai kebutuhan kognitif, afektif, integratif individu, integratif sosial dan kebutuhan akan pelepasan (Humaizi, 2018:24).

Salah satu radio yang beroperasi di Bekasi yaitu radio Dakta 107 FM yang sampai saat ini diminati oleh masyarakat atau pendengar di Bekasi karena memberikan perhatian dan pelayanan terkait apa yang dibutuhkan oleh para pendengar. Berawal dari ketatnya sebuah persaingan untuk bisa menjangkau *audience* tetap dan menjadi sumber informasi yang terpilih dan terjangkau. Setiap stasiun radio mempunyai hal-hal yang menjadi ciri khasnya, seperti radio Dakta yang mempunyai ciri khas menyiarkan berita yang sesuai dengan mottonya yaitu bijak berdialog, cerdas berinformasi. Walaupun radio Dakta Bekasi dianggap menguasai segmentasi tetapi dalam penerapannya belum tentu bisa sepenuhnya memenuhi sebuah informasi kepada para pendengar, hal tersebut karena faktor persaingan diantara radio lainnya di Bekasi yaitu radio Elgangga Bekasi di frekuensi 100.3 FM yang mempunyai jumlah total pendengar 2 jutaan.

Hal tersebut memberikan tantangan tersendiri untuk radio Dakta dalam memenuhi informasi para pendengarnya, melihat dari jumlah pendengar yang sangat berbeda tipis. Namun, dari persaingan ketiga radio di Bekasi tersebut radio Dakta merupakan radio yang presentasinya paling tinggi dalam menyiarkan jenis informasi sebanyak 60%. Radio Dakta merupakan radio yang turut berperan aktif dalam bekerjasama dengan Pemerintah serta instansi lainnya untuk menyajikan berbagai informasi penting dan *ter-uptodate*.

Hasil penelitian Nurhasanah Nasution (2018) menunjukkan bahwa Radio Kiss fm tetap konsisten memutar *single-single* lagu yang terbaru dan selalu memutar lagu-lagu yang *up to date*. Setiap hari kamis di setiap minggunya, ada

informasi dan lagu-lagu terbaru yang diputarkan. Manajemen radio kiss fm Medan, sudah *all in one* yaitu melakukan siaran melalui *on air*, *off air* dan siaran *online* atau *live streaming*. Informasi yang disampaikan tidak hanya informasi yang didapat dari *google* lalu disiarkan, tetapi juga melakukan aktifitas bersama komunitas di luar kegiatan *on air*, *live report* dengan meliputi *event-event* lokal dan *event-event* diluar kota Medan. Manajemen radio menggunakan terus media sosial dan tetap mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju.

Penelitian ini meneliti tentang perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Utara khususnya di Kota Medan yang sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio yang baru. Sehingga penelitian ini meneliti tentang bagaimana manajemen penyiaran radio swasta Kiss FM dalam menghadapi persaingan informasi digital.

Hasil Penelitian Defhany (2017) menunjukkan bahwa program siaran di Radio Mora FM sudah menjalankan tahap program mulai dari tahap persiapan, tahap *organazing*, tahap menjalankan program, dan tahap pengendalian program. Radio di Mora FM lebih memfokuskan pada program siaran mengenai permasalahan hukum yang ada di masyarakat Indonesia.

1. Tahap perencanaan: program acara talkshow, kru penyiar menentukan penyiarnya, format program acara, topik program, segmentasi program.
2. Tahap pengorganisasian, SDM penyiaran melakukan pekerjaan berdasarkan SOP, secara maksimal dikarenakan kurangnya tenaga kerja.
3. Tahap pengarahan, pimpinan memberikan motivasi, komunikasi dua arah.
4. Tahap pengevaluasian, dilakukan seminggu sekali dan dipantau setiap bulannya. Penelitian ini menjelaskan bagaimana manajemen media penyiaran radio Mora FM yang fokus dalam meningkatkan kualitas program siaran radio di era *new media*.

Hasil Penelitian Monica *et al.* (2013) menunjukkan bahwa pengelolaan pendengar anak muda telah dilakukan semua tahapan dengan kerangka target pendengar yaitu 15 sampai 25 tahun. Perencanaan program dibuat dari satu tahun, tema diambil pada tiap bulan yang terdapat momen-momen besar, nama program juga disisipkan menggunakan bahasa Inggris. Pengorganisasiannya secara *on air* tepat waktu sesuai dengan jadwal siar yang sudah ditentukan dan berdasarkan segmentasi pendengar anak muda. Penggerakannya dengan isi acara, konten siaran, dan penyiar dengan gaya siaran sang penyiar dan untuk pengawasan *on air* dilakukan oleh seorang program *director* dan *general manager*.

Hasil penelitian Fadil *et al.* (2017) menunjukkan bahwa Program acara radio khususnya program musik seperti *classic oldies* radio DCS FM Madiun, Strategi yang digunakan pihak manajemen ialah dengan mengikuti permintaan pasar dan perkembangan zaman. Kemudian selalu membenahi unit-unit, yang membuat program *classic oldies* melemah, dilakukan pembaruan dan penyegaran, aktif media sosial seperti mengunggah kegiatan. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana manajemen penyiaran radio DCS FM yang berfokus dalam mempertahankan program *classic oldies* di kalangan pecinta musik madiun.

Hasil penelitian Abdul R (2021) menunjukkan bahwa Pengembangan Giyangan Wayang Kulit diterima masyarakat kaum muda yang dilakukan dengan menyiarkan setiap acara pagi dan acara tiap Minggu siang yang Namanya Pagelaran Wayang Padat, dalam satu cerita diringkas dalam durasi satu sampai dua jam yang menjadikan strategi pada kaum muda dan kebetulan dalam wayang dunia formatnya pagelaran Wayang Padat yang dimana satu dalang satu cerita untuk menceritakan dan melestarikan wayang kulit melestarikan dan menyebarkan Kebudayaan Jawa ke seluruh dunia. Kekuatan strategi positioning ini membuktikan bahwa budaya lokal menjadi alasan konsumen memilih media tertentu. Penelitian

ini menjelaskan bagaimana manajemen radio swasta Jodhipati FM dalam pelestarian budaya Jawa di Nganjuk. Radio Jodhipati FM berfokus pada penyampaian budaya lokal.

Hasil Penelitian Tarida *et al.* (2018) menunjukkan bahwa :

1. Kognitif : Tercermin dari konten siaran berupa pembacaan dongeng (pesan moral), pengetahuan umum serta pemutaran lagu-lagu anak.
2. Afektif : Sikap anak saat dan setelah mendengarkan program *Breakfast Club*, perasaan ingin tahu, terpacu untuk dapat aktif berkreatifitas, merasa senang dan percaya diri, penggunaan dan pemilihan lagu *up-beat*.
3. Integrasi personal : Adanya iklan yang menitipkan produknya untuk dipromosikan, stabilitas dalam mengukur isi konten siaran, juga mengedepankan kebutuhan informasi bersifat pengembangan diri anak.
4. Integrasi sosial : Komunikasi yang baik antar pendengar dan penyiar, komunikasi ruang lingkup pendengar yang menggunakan media ini sebagai alternatif serta medium untuk mendekatkan hubungan. Juga saling bertukar informasi dari pendengar ke pendengar lain secara tidak langsung.
5. Berkhayal : Membuat pandangan baru kedepannya pada individu, sesuatu yang dianggapnya perlu ada dan hadir untuk melengkapi kebutuhan lainnya agar lebih kompleks terpenuhi.

Penelitian ini meneliti terkait bagaimana peran siaran radio sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi bagi orangtua untuk anak. Dimana dalam pemenuhan kebutuhan informasi disini yaitu fokus terhadap kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial dan berkhayal.

Komunikasi yang efisien sangat memengaruhi dalam proses pencapaian kesuksesan komunikasi terkait dalam penyampaian pesan yang dibutuhkan. Organisasi pasti membutuhkan hal tersebut karena jika tidak ada komunikasi yang efisien maka diantara pihak-pihak yang terlibat didalamnya, bisa dapat menimbulkan menurunnya pelayanan yang

bagus. Komunikasi yang terjalin dengan baik apabila dirancang dan disusun dengan memakai penerapan manajemen komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, ide, perasaan, pertanyaan dari komunikator kepada komunikan (Hasmawati,2018).

Teori *use and gratification* awal mula dilahirkan oleh tiga ilmuwan yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Teori ini membahas tentang apa yang dilakukan audien pada media, yaitu menggunakan media sebagai pemuas kebutuhannya. Audien mempunyai kuasa untuk menentukan media mana yang akan digunakan (Romli, 2016:51). Teori *Use and Gratification* menyatakan bahwa masing-masing individu memiliki tanggapan yang berbeda atas media massa. Penyebabnya adalah faktor psikologis dan sosial individu yang beragam. Karena faktor-faktor tersebut maka dalam teori ini dikemukakan bahwasannya audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara *variative* dalam memenuhi kebutuhannya.

Suatu konten media hal yang kurang bermanfaat bisa dianggap bermanfaat oleh individu tertentu dikarenakan konten tersebut membuat individu mendapat kepuasan tersendiri. J.D. Ray Burn dan Philips Palmgreen menyatakan bahwasannya individu membaca surat kabar tertentu bukan berarti merasa puas tetapi hanya surat kabar tersebut yang tersedia. Jika terdapat surat kabar lain, bisa jadi individu beralih ke surat kabar lain yang lebih bisa memenuhi akan informasi (Sandra, 2018). Terdapat tiga asumsi yang digunakan pada teori *use and gratification* menurut Katz *et al* yaitu (Karunia *et al*, 2021) :

1. Audien dihadapi oleh banyak pilihan media. Hal tersebut dikarenakan munculnya berbagai macam pilihan tersebut untuk memenuhi kebutuhan audiens. Kebutuhan dalam hal ini digambarkan dari segi psikologis dan sosial.
2. Berangkat dari kebutuhan audien yang beragam bentuknya sehingga media dikaitkan dengan teori *use and gratification* mencoba mengidentifikasi kebutuhan setiap audien.
3. Terjadi kompetisi antarsatu media dengan media

lainnya untuk bisa memenuhi kebutuhan audien

Dalam teori *Uses and Gratifications*, ditemukan berbagai faktor penentu dari audien kepada media yang telah dipilih. Menurut Philip Palmgreen yang melakukan riset dengan menggunakan teori ini memperdalam pembahasan faktor penentu tersebut. Pada dasarnya, Philip menggunakan konsep berpikir bahwa audien memilih media karena motif tertentu. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *gratification sought* dan *gratification obtained*. Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori *Uses and Gratifications*, yaitu teori *expectancy values* (nilai pengharapan).

Menurut Palmgreen *gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu saat mengonsumsi jenis media tertentu. *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media berikan dan evaluasi dari seseorang mengenai isi media. *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. *Gratification Obtained* adalah kepuasan nyata yang diterima seseorang setelah mengonsumsi jenis media tertentu. *Gratification Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah didapatkan setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik. Operasionalisasinya adalah dengan membandingkan kedua konsep *gratification sought* dan *gratification obtained*, sehingga dapat diketahui kesenjangan kepuasan (*gratifications discrepancy*) dengan melihat perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara *gratification sought* dan *gratification obtained* dalam mengonsumsi media tertentu (Chandra, 2017).

Manajemen komunikasi ialah bagaimana cara seseorang mengelola jalannya komunikasi dalam kaitannya dengan orang lain dalam hal-hal terkait komunikasi. Manajemen komunikasi ialah suatu tahapan penerapan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui tahapan perencanaan,

pengorganisasian, pengarahan dan pengontrolan atau pengawasan unsur-unsur komunikasi dalam menginginkan tujuan yang sudah ditetapkan.

1. Perencanaan dalam hal ini yang dimaksudkan ialah semua anggota organisasi termasuk pimpinan harus memikirkan sebuah strategi untuk bisa mencapai semua tujuan yang diinginkan, hal tersebut bisa berupa pelaksanaannya, tinjauan yang dilihat dari kesuksesannya, siapa dan apa-apa saja yang terlibat di tahapan perencanaan ini serta hal-hal yang harus diamati sebelum perencanaan ini.
2. Pengorganisasian ialah sebuah tugas pemimpin dan merekah yang mengkoordinasikan para anggota atau karyawan yang ada pada organisasi tersebut untuk mengolah sumber daya manusia yang berada di dalam maupun luar organisasi.
3. Pengarahan dalam hal ini yaitu atasan dituntut untuk bisa mengarahkan atau memiliki kemampuan dalam melakukan beberapa hal supaya para anggota organisasi terarah, bagaimana pemimpin memaksimalkan dan bisa dipengaruhi dan memerintahkan agar seluruh SDM yang ada dapat mengerjakan tugas dan pekerjaan yang sudah di buat dan disusun dalam organisasi.
4. Pengontrolan atau pengawasan pada bidang ini seorang atasan harus bisa meyakini para anggotanya yang ada di organisasi untuk berjalan sesuai arah yang tepat sasaran untuk berhasil mencapai tujuan (Riinawati, 2019).

Adanya manajemen penyiaran berita yang baik pada sebuah organisasi tidak lepas dari bagaimana peran sebuah manajemen dan karyawannya saling melakukan interaksi dalam menjalankan roda organisasi, sehingga bisa konsisten terhadap apa yang sudah menjadi tujuan utama untuk pencapaian kejayaan dalam perusahaan atau organisasi tersebut (Dalem, Lay, 2019). Proses penyiaran berita di radio tidak terlepas dari pelaksanaan manajemen media yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh dan pengawasan. Pada dasarnya, manajemen sangat dibutuhkan bagi semua organisasi karena dengan tidak dijalankannya manajemen semua usaha

akan menjadi tidak ada hasil dan target terhadap tujuan akan semakin sulit diraih (Morissan, 2018:127). Berlatarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dalam manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar.

Kontribusi penelitian ini memberi pemahaman cara manajemen penyiaran di sebuah radio terkait penyajian informasi-informasi yang sesuai kaidah dalam pemenuhan informasi pendengar. Teori manajemen penyiaran yang digunakan ialah teori Morissan dan teori *use and gratification* yang dilihat juga dari konsep *gratification sought* dan *gratification obtained*.

## Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Metode penelitian adalah metode deskriptif. Teknik pemilihan informan penelitian ialah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan suatu upaya untuk memilih informan melalui penetapan informan sesuai dengan kriteria dan kebutuhan di penelitian ini (Prasanti, 2018). Penelitian ini akan melakukan wawancara dengan 2 orang informan yang terdiri dari *general manager* dan koordinator berita. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini mengarah pada model analisis interaktif Miles dan Huberman (Emzir, 2012) yang dilakukan dalam 3 komponen, yaitu reduksi data, penyajian data atau model data, penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber ialah *cross check* data dengan membandingkan fakta dari satu sumber dengan sumber yang lain (Alfansyur & Mariyani, 2020).

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Operasional radio Dakta 107 FM Bekasi dinaungi oleh manajemen perusahaan PT Radio Nada Komunikasi Utama. Keberadaan radio Dakta 107 FM Bekasi mempunyai motto Bijak dan Cerdas (Bijak Berdialog, Cerdas Berinformasi). Makna motto yang ada pada

radio Dakta ialah radio tersebut sebagai media penyampaian informasi harus memberikan informasi dengan bijak. Kemudian dari informasi yang bijak tersebut dapat diharapkan mampu mencerdaskan para pendengar radio Dakta.

### / ACHIEVEMENT /



Gambar 1. Data Pencapaian Radio Dakta  
Sumber: Radio Dakta

Radio Dakta mempunyai motto “Bijak” dan “Cerdas” yang konsisten untuk menyuguhkan sajian yang mencerahkan dan mencerdaskan bagi para pendengar. Hal tersebut dapat terlihat dari pencapaian-pencapaian yang telah diperoleh radio Dakta Bekasi yaitu pemenang kategori berita radio KPID Jabar *award* pada tahun 2011, juara 1 dalam Lomba Karya Momentum Jurnalis Kategori Liputan Berkedalaman (*Indepth Reporting*) dan sebagainya. Radio Dakta juga terus menciptakan upaya kesadaran kepada masyarakat terkait *citizen journalism* yang bisa menjadi wadah untuk khalayak dalam berperan menyajikan informasi secara langsung maupun tidak langsung. Memberikan saran dan kritik terkait dukungan seperti fasilitas dan pelayanan publik serta menyampaikan suara dan opini tentang banyaknya isu-isu aktual yang berkembang dan menjadi fokus di lingkungan masyarakat. Selain ditampilkan melalui *tagline* radio dan juga banyaknya program suatu acara radio baik *off-air* dan *on-air* yang identik dengan nuansa Islam. Tidak menjadi hal aneh jika citra Islami secara langsung melekat erat dengan Radio Dakta ini.

## Manajemen Penyiaran Berita Di Radio

## Dakta Bekasi Dalam Pemenuhan Informasi Pendengar

Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara dengan narasumber dan dokumentasi terkait bagaimana pelaksanaan manajemen penyiaran berita radio Dakta di Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar. Sebagaimana perusahaan atau organisasi di luar, media penyiaran menerapkan manajemen untuk bisa melaksanakan target-target dan bagi individu yang mempunyai tanggung jawab terhadap bawahan dan sumber daya organisasi lainnya dengan menerapkan fungsi manajemen itu sendiri yang disebut sebagai *manager*. Secara dasar, manajemen diperlukan dalam semua organisasi karena tanpa keberadaan manajemen semua yang dilakukan tidak bisa mencapai hasil dan pencapaian tujuan menjadi lebih rumit.

Pada sebuah media penyiaran, *manager* umum (*general manager*) mempunyai tanggung jawab kepada pemilik dan juga pemegang saham untuk menjalankan koordinasi sumber daya di organisasi (manusia dan barang) sedemikian banyak macam sehingga tujuan dari media penyiaran yang diinginkan dapat terpenuhi. Manajer umum pada dasarnya memiliki peran tanggung jawab dalam setiap hal-hal terkait operasional di sebuah stasiun penyiaran. Manajer umum bertanggung jawab dalam manajemennya dalam pelaksanaan empat fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh dan pengawasan.

### a. Perencanaan

Perencanaan merupakan suatu tahapan yang tidak akan berakhir, bila sebuah rencana sudah diputuskan, maka rencana tersebut diimplementasikan dan pengawasan, rencana-rencana mungkin membutuhkan perubahan agar tetap bermanfaat (Morissan, 2018:143). Perencanaan penyiaran berita merupakan Langkah awal dari proses siaran berita yang akan disiarkan kepada khalayak. Untuk dapat menghasilkan suatu penyiaran berita yang matang, harus dimulai melalui proses

perencanaan yang matang. Terkait pencarian berita di radio Dakta Bekasi ini merupakan tahapan awal dari perencanaan yaitu melakukan tahapan *research* dari berbagai sumber yaitu seperti internet, surat kabar, majalah dan juga melakukan *mapping* dan *hunting* untuk merancang topik berita serta narasumber yang akan dilibatkan. Berbagai macam pemikiran keputusan dalam memilih narasumber dan topik berita serta syarat masing-masing harus betul-betul diperhatikan dan dicermati sangat baik dalam tahapan pencarian berita ini, karena untuk menyuguhkan siaran berita yang berkredibilitas, juga informasi yang *terupdate* dan akurat kepada khalayak harus memperhatikan sumber informasi yang dapat terpercaya.

Perencanaan yang dilakukan radio Dakta Bekasi mengenai pencarian berita merupakan tahapan awal dari sebuah penyiaran berita yaitu pencarian berita biasanya didapatkan dari berbagai sumber seperti koran, majalah, internet ataupun lokasi kejadian secara langsung. Pencarian berita pada radio Dakta dalam pemenuhan informasi pendengar yang bersumber dari internet selalu dicari tahu bagaimana informasi kebenarannya, salah satu untuk memperkuat fakta dari suatu berita, radio Dakta selalu menghadirkan narasumber yang ahli dalam bidangnya sebagai informan.

*"...mengambil berita dari majalah, koran, internet dan juga turun kelapangan langsung ya. Tapi itu gak akan kuat, jadi harus ada kita dengan narasumber. Jadi kalau di internet itu kita tinggal memang tinggal mengambil tetapi isinya valid atau tidak kita tidak tau, sekarang label label perbankan atau bumn itu bisa loh dicopy, jadi bahasanya itu bener atau tidak itu dari instansi terkait. Jadi kita selalu pakai narasumber, narasumber ini sudah pasti yang bicara levelnya manager keatas yang punya kapasitas menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul dimasyarakat atau informasi yang disampaikan ke khalayak ramai..."*  
(General Manager, Wawancara 14 Juli 2022)



Narasumber sebagai penguat dalam pencarian berita merupakan faktor penting dalam kredibilitas suatu berita, radio Dakta selalu melakukan *mapping* sebelum H-1. *Mapping* yang dilakukan radio Dakta ialah melihat berita-berita apa saja yang saat ini diperbincangkan oleh masyarakat sehingga nantinya akan diangkat ketika wawancara dengan narasumber yang sudah dipilih oleh radio Dakta. Selain narasumber, partisipasi para pendengar radio Dakta juga difasilitasi sebagai bentuk pendalaman informasi dari pencarian berita tersebut. Perencanaan pencarian berita yang lebih efektif dapat mendukung tercapainya tujuan untuk memenuhi informasi pendengar.

Penyusunanberitadilakukanuntukmelihat apakah berita yang akan disiarkan sudah layak siar atau tidak. Berita yang didapatkan melalui surat kabar dan lainnya, dalam penyusunan berita pada radio Dakta dalam pemenuhan informasi pendengar dibuat menggunakan bahasa berita dan dilakukan pengeditan menjadi bahasa siaran.

*“...berita yang kita ambil sendiri dari internet atau surat kabat itu kita cek dulu, kemudian bahasa berita atau tulisan sama bahasa radio itu beda. Kalau bahasa berita bisa 2 halaman juga tidak masalah, tetapi kalau bahasa radio tidak boleh 2 halaman, orang langsung puter gelombang. Jadi yang ada disurat kabar atau internet sumbernya, itu kita edit, kita kemas pake bahasa siaran. Nanti pengontrolannya itu ada di sesi program yang untuk kontrol berita-berita yang ingin dinaikkan”* (General Manager, Wawancara 14 Juli 2022)

Penentuan isu atau topik berita dalam penyusunan berita merupakan salah satu hal penting juga yang perlu diperhatikan ketika akan mengangkat suatu isu yang beredar di masyarakat, contohnya seperti pemberitaan penyakit pmk yang bertepatan pada datangnya Idul Adha yang saat itu dibutuhkan masyarakat. Penyusunan teks berita pada radio dengan media lainnya berbeda, maka dalam membuat teks berita radio tidak seperti berita pada portal

*online* dan lainnya. Pentuan isu atau topik juga merupakan hal penting dalam penyusunan berita.

Penyusunan berita oleh radio Dakta dapat bahwasannya bahasa yang digunakan di radio Dakta berbeda dengan bahasa berita seperti portal *online*. Seperti yang disampaikan oleh *general manager* radio Dakta bahwasannya setiap mendapatkan berita dari internet, surat kabar ataupun reporter tetap melakukan pengeditan yang akhirnya dikemas memakai bahasa siaran, hingga pengontrolan dilakukan pada sesi program pada saat berita yang akan dinaikkan atau disiarkan oleh penyiar. Tidak hanya itu, penyiaran pemberitaan di radio Dakta juga lebih dulu melakukan *mapping* untuk memastikan berita-berita apa saja yang mempunyai nilai perhatian lebih dari masyarakat di setiap waktunya.

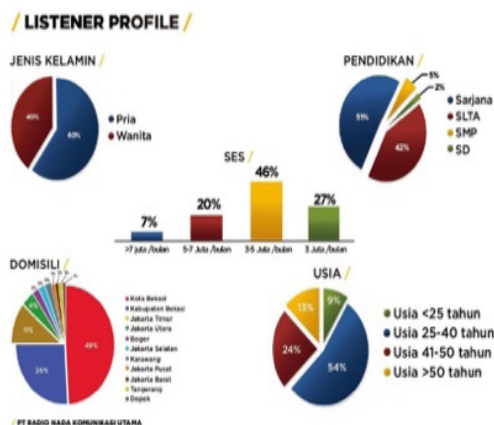
Radio Dakta dahulu masih memutar lagu-lagu, namun sejak tahun 2015 radio Dakta tidak lagi memutar lagu. Dahulu lagu hanya dipakai untuk sebatas menjembatani dari satu acara ke acara lainnya. Radio Dakta tidak mempunyai perbedaan terkait pembagian berita dalam pemenuhan informasi pendengar. Radio Dakta sama-sama menyiarkan berita-berita seputar politik, sosial, ekonomi, budaya dan lain-lainnya. Terkait pelaksanaan pembagiannya, radio Dakta dalam pemenuhan informasi juga mengambil langkah-langkah tertentu sebagai bentuk antisipasi dari tidak bersedianya narasumber yang diinginkan yaitu reporter yang diperintahkan untuk datang langsung ke lokasi guna mendapatkan perkembangan terkait berita tersebut.

Terselenggaranya kegiatan siaran sesuai dengan jadwal dan teknis penyiaran yang sudah diputuskan secara efektif serta mendiskusikan teknis pelaksanaan siaran dengan penyiar yang dilakukan oleh operator. Penyiar menyampaikan berita sesuai dengan tema dan tujuan yang telah ditetapkan dan berusaha membawakan berita tersebut agar menarik pendengar. Penyiaran yang dilakukan oleh radio Dakta lebih sering melakukan *on air*, adapun *relay* yang dilakukan jika itu terkait perkembangan berita tertentu misalkan seperti perkembangan

Covid 19. Radio Dakta melakukan penyiaran setiap harinya selama 18 jam yaitu mulai pukul 05.00 hingga 23.00. Narasumber dan *citizen* jurnalis yang berpartisipasi di radio Dakta merupakan salah satu pendukung berita-berita tersebut menjadi kuat karena ada seseorang yang berkopeten yang berbicara serta klarifikasi yang didukung melalui *citizen*.

Tujuan penyiaran berita radio Dakta ialah untuk menyampaikan informasi, memberikan edukasi sehingga membantu mencerdaskan ummat. Untuk mendukung tujuan penyiaran berita, radio Dakta melakukan *cover both side* yaitu menghadirkan narasumbernya dari dua sisi. Seperti yang disampaikan oleh *general manager* radio Dakta bahwasannya tujuan penyiaran berita mereka bukan untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu.

Penentuan sasaran dari radio Dakta Bekasi dilihat dari hasil riset rentang usia pendengar radio Dakta dan melihat bagaimana keinginan masyarakat dalam mendengarkan berita-berita yang dibutuhkan.



Gambar 2. Data Profil Pendengar Radio Dakta  
Sumber: Radio Dakta

Dari hasil survei, pendengar yang berusia 25 - 45 tahun dengan tingkat pendidikan yang memadai dan produktif yaitu 51% lulusan sarjana dan 42% lulusan SLTA dengan status ekonomi menengah dan menengah ke atas. Pendengar radio Dakta sebanyak 60% ialah pendengar laki-laki dan 40% ialah pendengar perempuan yang berdasarkan domisili pendengar terbanyak yaitu di kota Bekasi sebanyak 49%, kabupaten

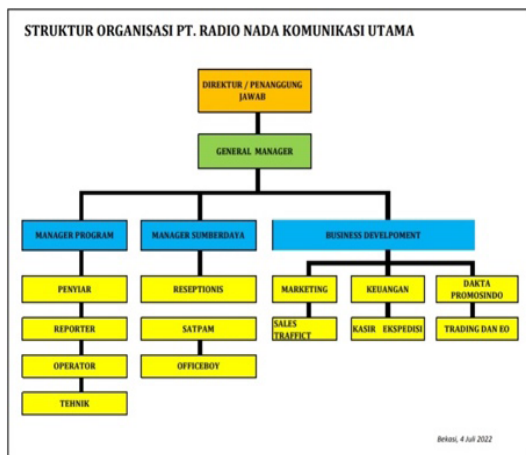
Bekasi sebanyak 26% dan Jakarta Timur sebanyak 11%. Ditinjau dari segi pekerjaan, pendengar radio Dakta lebih banyak terdapat para pendengar dari karyawan swasta sebanyak 43%, wirausaha 19%, ibu rumah tangga 16%, PNS 14%, mahasiswa 7% dan lainnya 1 %.

Format siaran radio Dakta ialah dialog dan informasi yang berguna untuk bisa mencerdaskan khalayak yang mendengarkannya. Jenis siarannya yaitu 60% informasi, 20% religi dan 20% iklan. Radio Dakta menargetkan usia 20 tahun hingga 45 tahun, jadi pada pendengar radio Dakta yang sudah berusia tersebut, mereka sudah mempunyai keputusan sehingga informasi lebih meluas.

Disini bagian tim dari radio Dakta menjalankan manajemen penyiaran beritanya untuk bisa memberikan kebutuhan khalayak sesuai dengan keinginan mereka. Hasil yang ingin dicapai oleh radio Dakta setelah memilih sasaran pendengarnya yaitu bagaimana umat Islam mengetahui tentang dunia pendidikan kemudian dunia kesehatan, dunia politik dan lainnya sehingga umat Islam menjadi tahu akan semua informasi di segala bidang. Begitu juga dengan anak muda, radio Dakta ingin anak muda mengerti bagaimana arti-arti lirik lagu luar yang mereka sukai, sehingga mereka tidak ikut terjerumus pada makna negatif pada lagu tersebut.

## b. Pengorganisasian

Departemenisasi dan perincian tugas adalah proses dasar pengorganisasian suatu organisasi dalam mencapai keberhasilan dari sebuah tujuan yang sudah diputuskan dengan efektif dan efisien. Pengorganisasian ialah suatu tahapan penyusunan struktur organisasi yang sama dengan tujuan yang ada di organisasi tersebut, sumber daya yang ada pada organisasi serta dari lingkungan yang berada di sekitarnya (Morissan, 2018:150).



Gambar 3. Struktur Organisasi Radio Dakta  
Sumber: Radio Dakta

*General manager* mempunyai rincian pekerjaan yaitu terselenggaranya kegiatan siaran radio yang dikelola perusahaan secara efektif dan sesuai pada rencana yang telah ditetapkan, mengkoordinasikan penyusunan rencana kerja serta rencana anggaran untuk seluruh kegiatan divisi, lalu juga mengkoordinasikan serta memantau seluruh kegiatan (pemasaran, siaran, keuangan) agar dapat berlangsung dengan baik. *General manager* juga memberi bimbingan dan pengarahan kepada seluruh jajaran divisi agar dapat memberikan dukungan yang optimal bagi kegiatan usaha perusahaan.

*Manager program* mempunyai pekerjaan yaitu memimpin kegiatan siaran agar dapat berlangsung secara efektif dan efisien sesuai dengan tema yang telah ditetapkan, menyiapkan dan menyusun jadwal siaran para pelaksana siaran agar kegiatan siaran dapat berlangsung sesuai format program yang telah ditetapkan. *Manager program* juga memberikan pengarahan dan bimbingan kepada seluruh staff bagian siaran menyangkut format, misi dan visi, menyeleksi dan menginterview calon karyawan pada divisi siaran dan ikut mengawasi training penyiar, bertanggung jawab atas seluruh peralatan studio siaran agar selalu berada dalam keadaan baik, serta siap untuk dioperasikan setiap waktu, memonitor sumber-sumber informasi yang selalu berkembang untuk pengembangan pola acara guna mencapai target yang diharapkan dan memberikan teguran langsung kepada

penyiar, operator dan reporter jika menemukan hal-hal di luar ketentuan kepenyiaran.

Penyiar yang mempunyai tugasnya yaitu membawakan program sesuai arahan dengan tema dan tujuan yang sudah ditetapkan dan berusaha membawakan program tersebut agar menarik pendengar, bertanggung jawab terhadap *manager program* dalam hal pembuatan/ penyusunan *script* siaran, penyajian acara dan mematuhi tata tertib dan prosedur siaran yang telah ditetapkan. Penyiar juga mempersiapkan dan membuat daftar acara serta bahan siaran yang akan disiarkan sebagai pendukung bahan utama serta turut menciptakan suasana kerja yang professional, meliputi sikap dan tanggung jawab, disiplin dan kerjasama.

Selanjutnya reporter yang mempunyai pekerjaan yaitu mencari dan menyampaikan laporan minimal 4 kali laporan per-hari yang disiarkan secara proporsional minimal 2 jam sekali, mencatat seluruh laporan yang disiarkan pada *logbook* reporter masing-masing yang berisi tanggal, jam dan *lead* laporan. Reporter juga mengumpulkan data nama, titling/jabatan nomor telepon narasumber yang menjadi sumber berita, untuk selanjutnya diserahkan kepada sekretaris redaksi dan juga ikut memberikan saran dan masukan kepada redaksi tentang isu aktual di tengah masyarakat, jika diperlukan untuk dilakukan wawancara pendalaman dari studio dan operator yang mempunyai tugas yaitu mendiskusikan teknis pelaksanaan siaran dengan penyiar, turut serta menjaga keawetan peralatan dengan menggunakannya secara baik dan benar, mengawasi dan memelihara penggunaan fasilitas telepon untuk *on air*, membuat laporan apabila tidak siaran yang disebabkan sesuatu hal kepada *manager program*, mengisi *log* siaran dan bekerjasama dengan penyiar dalam jam tugas.

### c. Pengarahan dan memberikan pengaruh

Fungsi dari kegiatan mengarahkan dan memberikan pengaruh terfokus pada usaha dalam mengambil antusiasme karyawan agar dapat melakukan tanggung jawab mereka

dengan efektif dan baik (Morissan, 2018:162). Motivasi yang diterapkan pada radio Dakta ialah memberikan motivasi dari segala hal seperti hal kedisiplinan terkait waktu dan motivasi diri yang berharga menyangkut banyak hal seperti bermanfaat bagi yang lainnya.

*‘...memberi contoh, terutama soal disiplin waktu yang menyangkut semuanya. Kemudian juga kita sampaikan bahwa mereka hadir ada di Dakta bukan saja jadi pekerja tetapi kita harus sampaikan ke mereka bahwa kita mau cerdasin ummat. Motivasi dari luar jika ada seminar maka mengutus karyawan untuk mengikuti seminar yang mempunyai manfaat banyak. Terus kita juga memberikan teman-teman gathering’* (General Manager, Wawancara 14 Juli 2022)

Motivasi juga dilakukan dari luar yaitu dengan adanya karyawan diutus untuk mengikuti seminar, lalu diadakannya *family gathering*, raker, bisa juga dengan *reward*, apresiasi-apresiasi lainnya dalam segala bentuk prestasi kecil hingga besar yang dilakukan oleh para karyawan.

Kunci keberhasilan dalam sebuah manajemen stasiun penyiaran ialah komunikasi yang berlangsung tanpa hambatan antara berbagai divisi atau antara personel di salam satu divisi. Komunikasi dari atasan ke bawahan merupakan hal yang penting, tetapi harus dibarengi dengan upaya-upaya pihak manajemen dalam mendengarkan dan memahami para karyawan. Hal tersebut terlihat pada komunikasi yang terjalin antara pimpinan kepada karyawan di radio Dakta adalah dengan komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal dilakukan pada saat ada agenda *meeting* atau rapat yang dilakukan rutin oleh radio Dakta. Komunikasi informal dilakukan seperti pada saat berkomunikasi melalui media sosial yaitu *whatsapp* saat membahas sesuatu, pimpinan melakukan komunikasi dengan santai sehingga tidak menimbulkan suasana yang menegangkan.

Pemberian pengaruh dapat diartikan seperti seorang pemimpin yang dapat mempengaruhi para karyawannya untuk

melaksanakan perintahnya. Pemimpin radio Dakta memimpin karyawannya secara baik.

*“...Jika ada berita yang salah atau kurang mengena, saya menyampaikannya secara pribadi, jadi tidak digrup whatsapp atau didepan keramaian, atau mendengarkan penyiar yang sedang siaran seperti kurang optimal maka saya menelpon untuk memberitahukan sehingga hal-hal tersebut menumbuhkan rasa tanggung jawab”* (General Manager, Wawancara 14 Juli 2022)

Contoh kecil yang dilakukan pimpinan ialah jika ada yang kurang optimal atau terjadi kesalahan, pimpinan tidak menegur atau memarahi karyawan ditengah keramaian tetapi pemimpin menasehati dan mengoreksi karyawannya tersebut secara pribadi dengan mengirim pesan pribadi melalui *wahatsapp* sehingga dari tindakan kepemimpinan tersebut dapat menimbulkan rasa tanggung jawab lebih pada diri karyawan serta memberikan pengaruh yang bernilai positif bagi moral karyawan.

Salah satu kebaikan dari program pelatihan ialah pembagian kesempatan untuk para karyawan agar mereka bisa lebih siap dalam bersaing dan mengantisipasi perkembangan kemajuan stasiun penyiaran. Radio Dakta memberikan kebebasan terhadap para karyawannya untuk turut serta pelaksanaan pelatihan yang rutin diselenggarakan dengan mendatangkan seseorang yang ahli dalam bidangnya ataupun bekerja sama dengan media lain untuk menjadi pembanding para karyawan sehingga para karyawan yang ikut pelatihan memahami bahwasannya dari pemberian pelatihan bisa mempersiapkan diri untuk mereka mengantisipasi pertumbuhan dan kemajuan penyiaran berita radio, hal tersebut terlihat juga dengan karyawan baru.

Pelatihan yang diadakan oleh radio Dakta dilakukan tidak terlalu rutin, terkadang juga melihat sesuai dengan kebutuhan para karyawannya, jika ada bidang tertentu yang membutuhkan pelatihan khusus, maka radio Dakta membuat pelatihan tersebut.

Sehingga hal ini dapat meningkatkan *skill* atau keahlian karyawan radio Dakta menjadi lebih mahir dalam bidangnya masing-masing.

#### d. Pengawasan

Robert J. Mockler mendefinisikan pengawasan bahwasannya pengawasan dalam manajemen adalah sebuah usaha sistematis dalam menetapkan standar pelaksanaan serta dari tujuan-tujuan perencanaan dan membedakan kegiatan nyata dengan standar yang sudah ditetapkan sebelumnya (Morissan, 2018:167). Pengawasan yang baik akan mendukung penilaian terhadap sebuah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh telah dilakukan secara efektif. Evaluasi yang dilakukan radio Dakta yaitu dengan evaluasi internal dan evaluasi external.

*“...jadi kalau evaluasi kalau radio itu kan dia bisa didengarkan, terus kita juga ada recordingnya, evaluasinya itu setiap minggu itu manager program bikin kegiatan pertemuan rutin. Mereka juga punya grup, grup tim siaran atau grup tim masing-masing, nah evaluasi juga dilakukan melalui itu. Sebenarnya evaluasi dari grup siaran bisa kelihatan, apalagi kalau evaluasi pendengar, pendengar itu bagian dari bagian kritik. Nah jadi ada masukan dari pendengar atau dari klien yang jadi bagian evaluasi. Jadi evaluasi itu tidak hanya dari atasan, harus dari external juga. Masukan dari pendengar atau klien. Kalau evaluasi program kita tidak bisa setiap bulan, paling enggak itu pertahun, jadi kami tidak bisa program cepat-cepat diganti...”*  
(General Manager, Wawancara 14 Juli 2022)

Evaluasi internal dilakukan dengan adanya pertemuan rutin pada setiap minggunya, melalui pertemuan rutin tersebut maka radio Dakta dapat menentukan target berita yang seperti apa, wawancara siapa, kendalanya apa saja, hal-hal yang akan dilakukan dalam seminggu kedepan sehingga mengetahui siapa target radio Dakta. Evaluasi internal juga dilakukan melalui grup *whatsapp* terkait tim masing-masing yang

dimiliki oleh radio Dakta dan evaluasi external dilakukan melalui respon yang diberikan oleh pendengar (*feedback*) seperti kritik dan saran. Dengan adanya evaluasi internal dan external, radio Dakta dapat mengetahui apakah penyiaran berita diminati pendengar atau tidak.

Melalui wawancara dengan Bapak Angga Aminudin sebagai *manager* program pada radio Silaturahmi pada tanggal 18 Juli 2022 menyampaikan bahwa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh dan pengawasan yang dilakukan pada radio Dakta juga diterapkan pada radio Silaturahmi dan kedua pendengar radio Dakta yaitu IR (33 tahun) dan KL (25 tahun) menyampaikan bahwa salah satu alasan radio Dakta menjadi pilihan ialah dilatar belakangi oleh berita yang disiarkan oleh Dakta sesuai dengan fakta dan para penyiar yang profesional. Melalui penyiaran berita radio Dakta, para pendengar merasakan pengetahuan-pengetahuan baru yang sebelumnya mereka tidak ketahui atau kurang memahami, melalui narasumber-narasumber yang dihadirkan oleh radio Dakta pada setiap pemberitaan yang disampaikan, membuat pendengar radio Dakta menjadi semakin dalam berita yang sedang dibahas.

IR dan KL sebagai pendengar radio Dakta menyatakan bahwa berita-berita yang mereka dengar sangat bervariasi. Seperti situasi saat ini, semenjak Covid 19 ada di Indonesia, radio Dakta selalu menginfokan perkembangan terbaru mengenai Covid 19, baik dari data-datanya, pengobatannya, pencegahannya yang didapatkan melalui narasumber seperti pemerintah setempat atau narasumber yang berkopeten dalam bidang kesehatan.

Penyiaran berita oleh radio Dakta mampu membantu atau memudahkan para pendengar untuk menggali dan memecahkan masalah dari setiap pemberitaan yang ingin mereka ketahui. Seperti halnya IR yang bergerak dalam bidang lingkungan merasa terbantu oleh penyiaran berita di radio Dakta tentang lingkungan. Melalui informasi yang ia terima, ia bisa dengan mudah membuat perencanaan atau program apa yang

akan ia lakukan di Bekasi khususnya dalam hal lingkungan. Narasumber di setiap radio Dakta merupakan hal yang paling disenangi oleh para pendengar. Para pendengar bisa mendengarkan pemberitaan yang dibahas oleh radio Dakta sesuai dengan topik yang sedang diangkat. Seperti KL menyebutkan menghadirkan narasumber yang berusia muda dan berprestasi merupakan hal yang ia senangi karena ia merasa terwakilkan sebagai generasi muda. Hal lain yaitu berita-berita yang didengarkan tentu tidak hanya menguntungkan untuk diri sendiri namun juga bisa bermanfaat untuk lingkungan kita juga. IR dan KL menyampaikan bahwa penyiaran berita di radio Dakta dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Orang sering beranggapan bahwa manajemen adalah segala hal yang terkait dengan orang-orang yang berada pada puncak organisasi atau pimpinan perusahaan. Pada media penyiaran dan juga pada perusahaan lain pada umumnya posisi manajer biasanya terdiri atas tiga tingkatan yaitu manajer tingkat bawah, manajer tingkat menengah dan manajer puncak.

Dengan demikian, usaha dalam menyeimbangkan antara memenuhi kepentingan pemilik dan kepentingan masyarakat memberikan tantangan tersendiri kepada pihak manajemen penyiaran.

### **Faktor Pendukung dan Penghambat**

Pencapaian kesuksesan dari sebuah media penyiaran akan bisa dilihat dari bagaimana kualitas sumber daya manusia yang ada pada divisi tersebut. Namun, kualitas dari manusia saja tidak akan mampu jika tidak dibarengi dengan keahlian pimpinan dari media penyiaran tersebut dalam pengelolaan sumber daya manusia yang ada. Latar belakang dari hal tersebutlah yang menjadi alasan bahwasannya manajemen yang baik mutlak diperlukan di media penyiaran. Mengurus sebuah media penyiaran secara tidak langsung mendapatkan tantangan yang tidak mudah kepada pengelolanya, seperti yang disampaikan oleh Peter Pringle “*few*

*management position offers challenges equal to those of managing a commercial radio or television station*”. Terdapat dua hal yang menjadi tantangan yang akan dihadapi media penyiaran, pertama ialah seperti dengan perusahaan lainnya, media penyiaran dalam melakukan kegiatan operasionalnya dituntut untuk bisa memenuhi harapan dari pemilik dan pemegang saham sehingga perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang sehat dan berhasil mendapatkan keuntungan. Tantangan kedua yaitu media penyiaran hendaknya bisa menjawab kepentingan masyarakat dimana media bersangkutan berada, sebagaimana ketentuan yang harus dipenuhi ketika media penyiaran tersebut menerima izin siaran yang telah diberikan Negara (Morissan, 2018:134).

Faktor pendukung manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar ialah dengan adanya sumber daya manusia yang cukup sehingga segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam penyiaran berita dapat dilaksanakan dengan baik dan cepat. Tercukupinya para karyawan juga mendukung pencarian berita untuk terjun ke lokasi kejadian secara langsung dan melakukan siaran langsung pada waktu yang bersamaan.

*“.. faktor pendukungnya udah pasti alat-alat ya, buat kita bisa siaran dan lainnya, lalu juga sumber daya manusia yaitu para karyawan yang mendukung kegiatan penyiaran berita hingga terjun kelapangan langsung, kalau faktor hambatannya lebih ke internal ya, seperti narasumber ni mau kita wawancara tapi lupa silent handphone atau juga pas narasumber berhalangan hadir, jadi kita harus berpacu sama waktu ya jadi kita harus gerak cepet cari pengganti...”*  
(General Manager, Wawancara 14 Juli 2022)

Faktor pendukung lainnya yaitu disediakannya alat-alat sebagai menunjang pekerjaan para karyawannya baik dari pencarian, pengeditan hingga penyiaran.

Tidak hanya faktor pendukung, sebuah media tentu juga menghadapi hambatan-hambatan yang terjadi, seperti hambatan yang

terjadi pada radio Dakta dalam penyiaran berita ialah sering terjadinya kesalahan sistem seperti narasumber yang lupa menonaktifkan *handphone* sehingga kegiatan siaran harus dilakukan secara berulang dan narasumber yang sewaktu-waktu tidak bisa hadir maka dengan cepat para penyiar mengganti narasumbernya atau bahkan sampai kepada tahap mengganti topik saat narasumber tidak bisa dihadirkan.

### Kesimpulan

Hasil penelitian yang sudah dan selesai dilakukan pada radio Dakta Bekasi dapat disimpulkan bahwa manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar terkait pencarian berita radio Dakta dilakukan melalui *research* dari berbagai sumber seperti internet, koran, majalah dan melakukan *mapping* dan *hunting*. Penyusunan berita dilakukan pengeditan dan dikemas dengan bahasa siaran, hingga pengontrolan dilakukan pada sesi program. Pembagian berita radio Dakta yaitu berita seputar politik, sosial, ekonomi, budaya dan lain-lainnya. Pelaksana penyiaran berita ialah terselenggaranya kegiatan siaran sesuai dengan jadwal dan teknis penyiaran yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien serta mendiskusikan teknis pelaksanaan siaran dengan penyiar yang dilakukan oleh operator. Tujuan penyiaran berita di radio Dakta yaitu untuk menyampaikan informasi dan memberikan edukasi sehingga membantu mencerdaskan umat. Radio Dakta dalam menentukan sasaran melihat dari hasil survei.

Pengorganisasian radio Dakta Bekasi yaitu terkait dengan pengelompokan kegiatan kerja sesuai dengan struktur organisasi dari *general manager*, *manager* program, penyiar, reporter dan operator yang sudah ditentukan *jobdesk*nya.

Pengarahan dan memberikan pengaruh yaitu motivasi dengan mengutus karyawan untuk mengikuti seminar, *family gathering*, raker, *reward*, apresiasi-apresiasi lainnya. Komunikasi pimpinan radio Dakta Bekasi kepada para karyawan dilakukan dengan komunikasi formal dan informal. Pimpinan radio Dakta Bekasi

dalam memimpin karyawannya dilakukan secara baik, setiap pengoreksian dilakukan secara informal sehingga dapat menimbulkan rasa tanggung jawab lebih pada diri karyawan. Pelatihan yang dilakukan radio Dakta Bekasi yaitu mengadakan program pelatihan ataupun bekerja sama dengan media lain.

Evaluasi internal dilakukan dengan adanya pertemuan rutin pada setiap minggunya dan melalui grup *whatsapp* terkait tim masing-masing yang dimiliki oleh radio Dakta dan evaluasi external dilakukan melalui respon yang diberikan oleh pendengar (*feedback*) seperti kritik dan saran.

Adapun faktor pendukung dalam manajemen penyiaran ini ialah adanya alat-alat dalam menunjang kegiatan penyiaran berita dan sumber daya manusia yang berada dalam manajemen penyiaran berita di radio Dakta yang mendukung pelaksanaan manajemen penyiaran berita menjadi baik. Faktor hambatan yang terjadi ialah dari kesalahan sistem, hambatan saat narasumber berhalangan hadir sehingga penyiar yang bertugas harus cepat mencari pengganti.

### Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta atas bimbingan dan saran yang diberikan sehingga dapat menjadi acuan berjalannya penelitian ini. Peneliti juga berterima kasih kepada Radio Dakta Bekasi yang telah meluangkan waktu melakukan proses wawancara, serta pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

### Referensi

- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(2), 233-254. Doi: [10.21043/attabsyir.v3i2.1646](https://doi.org/10.21043/attabsyir.v3i2.1646)
- Alfansyur, A., Mariyani. (2020). Seni mengelola data: penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150. <https://doi.org/10.31764/historis>.

- [v5i2.3432](#)
- Andriani, Y., Putri, K.Y.S. (2020). Pengaruh Situs Berita Online.Com Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Selama Masa Pandemi Covid 19 Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FIS UNJ Angkatan 2019. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 02(1), 232-239. <https://doi.org/10.54895/jkb.v2i1.788>
- Astuti, Indra S. (2013). *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Chandra, F. S., (2017). Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial LinkedIn sebagai Jejaring Sosial yang Berorientasi pada Dunia Bisnis dan Profesional di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2), 1-11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/7079>
- Christina, T. E., Nuraeni, R. (2018). Peran Siaran Radio Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Orangtua Untuk Anak (Studi Kasus Pada Program Siaran Breakfast Club di *Mom and Kids Radio*. *Dialektika : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1-11. <http://journal.unla.ac.id/index.php/dialektika/article/view/29>
- Dalem, A.A., & Lay, L.N. (2019). Manajemen Media Penyiaran Radio Televisi Timor Leste Sebagai Lembaga Penyiaran Publik. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 18(1), 36-42. <https://doi.org/10.46650/jkik.18.1.870.36-42>
- Defhany. (2017). Manajemen Media Penyiaran Radio Mora FM Dalam Meningkatkan Kualitas Program Siaran Radio Di Era New Media. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 01(1), 33-42. <https://doi.org/10.25077/rk.1.2.33-42.2017>
- Emzir. (2012). *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta Rajawali Pers
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, V (6), 76-86. <http://dx.doi.org/10.37064/ai.v5i6.4830>
- Humaizi, M.A. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press. Medan
- Karunia, H., Ashri, N., Irwansyah, Dr. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori *Use and Gratification*. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1),92-104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Morissan, M.A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi*, 2(2), 145-156. <http://dx.doi.org/10.30596%2Finteraksi.v2i2.2094>
- Nasor, M. (2017). Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 12(1), 105-128. <https://doi.org/10.24042/ajsla.v12i1.1447>
- Prabowo, G.A., et al. (2013). Strategi Segmentasi dan *Positioning* Radio Global FM Jogja Dalam Merebut Pangsa Pasar. *Jurnal Ilmu Komunikasi : UPN*, 11(2), 167-177. <https://doi.org/10.31315/jik.v11i2.3798>
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan media komunikasi bagi remaja perempuan dalam pencarian informasi kesehatan. *Jurnal Lontar*, 6(1), 13-21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Rahman, F.W., & Prawiradiredja, S. (2017). Manajemen Penyiaran Radio DCS FM Dalam Mempertahankan Program *Classic Oldies* Di Kalangan Pecinta Musik Di Madiun. *ETTISAL : Journal of Communication*, 2(2), 43-50. <http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v2i2.1483>
- Riinawati. (2019). *Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yogyakarta : Pustaka Baru.
- Rochim, A. (2021). Manajemen Radio Swasta Jodhipati FM Dalam Pelestarian Budaya Jawa di Nganjuk. *e-journal unesa*, 04(03), 21-30. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/42155>
- Romli, A.S. (2017). *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung : Penerbit Nuansa
- Sandra, K. I. (2018). Efektifitas Penyiaran Berita Melalui Radio Di Kalangan Generasi Z (Rentang Usia 16-23 Tahun). *Jurnal Diklat Keagamaan*, 12(2), 149-155.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Pustaka Setia
- Veronita, M., Ruthnia, F., Wiryawan, H. (2013).



Manajemen Radio Untuk Mengelola Pendengar Anak Muda (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Manajemen Penyiaran Di Solo Radio). *Jurnal Komunitas Prodi I*

*Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta*, 2(2). <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/117>