

# MANAJEMEN STASIUN RADIO HEARTLINE FM SAMARINDA DALAM MENJARING PENDENGAR RADIO DI KOTA SAMARINDA

Missionaris Lukas<sup>1</sup>

## ABSTRAK

*Missionaris Lukas, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Manajemen Stasiun Radio Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda. Bimbingan Dr. Rita Kalalinggi, M.Si dan Drs. Ghufron, M. Si skripsi ini mendeskripsikan dan menganalisis manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan manajemen Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda yang berdasarkan tahapan-tahapan perencanaan dalam pembuatan program, pengorganisasian dalam pelaksanaan program acara, penggerakan atau kepemimpinan dalam produksi program acara serta tahapan pengendalian dan evaluasi dari suatu program acara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis kualitatif dengan model analisis interaktif yang terdiri dari empat alur yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.*

*Melalui penelitian ini diketahui manajemen Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda merencanakan pembuatan program dengan mengetahui prakiraan, menetapkan tujuan dengan visi misi radio, menentukan konsep, pemilihan materi, penentuan Announcer dan penjadwalan. Pengorganisasian produksi program oleh Bidang Program. Penggerak dan kepemimpinan produksi dilakukan oleh Koordinator Program. Pengendalian dan evaluasi program secara keseluruhan dilakukan oleh Direktur, secara Bidang Program dilakukan oleh Koordinator Program. Evaluasi dilakukan sebulan sekali dan faktor penghambat merupakan gangguan teknis dan kurangnya komunikasi dengan narasumber serta faktor pendukung adalah keahlian Announcer dan peralatan siaran yang canggih.*

*Berdasarkan hasil penelitian, manajemen Heartline FM Samarinda dalam pembuatan program sangat berperan penting sebagai menjaring pendengar radio, penerapan manajemen dalam pembuatan program acara dapat dikategorikan cukup baik.*

**Kata Kunci :** *Manajemen, Program Acara.*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : miss.luke14394@gmail.com

## PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini dapat juga disebut era elektronik, dimana perkembangan teknologi dari hari kehari semakin berkembang, khususnya teknologi pada bidang komunikasi. Semakin berkembangnya teknologi pada bidang komunikasi ini membuktikan bahwa pentingnya suatu komunikasi dalam kehidupan manusia, dimana manusia membutuhkan manusia lainnya untuk bergantung hidup. Berkembangnya teknologi pada bidang komunikasi membawa masyarakat pada terciptanya desa globalisasi yaitu media elektronik yang memperluas persepsi orang melampaui batas-batas tempat di mana mereka berada pada setiap saat. Jika pada era cetak, buku menjadi sumber informasi penting, maka pada era elektronik yang terjadi adalah desentralisasi informasi di mana individu sekarang telah menjadi salah satu sumber informasi utama. Menurut McLuhan, pada era elektronik, orang berbicara melalui televisi, radio, kaset rekaman, gambar foto, mesin penjawab, telepon, blog, dan e-mail.

Perlu diketahui bahwa radio adalah media massa tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games* dan *personal casset players*. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominick.2000: 242).

Kota Samarinda sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur, dalam perkembangan pembangunan, ekonomi dan sosial tidak lepas dari peran media massa. Di Kota Samarinda memiliki penduduk hingga 883.838 jiwa pada tahun 2015, dan di Kota Samarinda terdapat beberapa stasiun radio baik itu milik pemerintah maupun milik swasta, radio yang bersifat komersil maupun non-komersil.

Radio Heartline FM Samarinda merupakan salah satu radio swasta komersil yang berada di Kota Samarinda. Badan penyelenggara dari radio Heartline FM adalah PT Radio Suara Sejahtera Samarinda. Radio Heartline FM memulai siaran pada pukul 05.00 hingga 03.00 WITA dan memancar di frekuensi 94,4 Mhz yang berlokasi di JL. Kebahagiaaan No. 27c.

Berdasarkan data jumlah penduduk kota samarinda pada tahun 2014 sebanyak 857.612 jiwa dan dari data radio Heartline FM Samarinda tercatat bahwa jumlah data pendengar radio Heartline FM Samarinda pada tahun 2014 mencapai 51081 orang dan pada tahun 2015 tercatat bahwa jumlah penduduk Kota Samarinda sebanyak 883.838 jiwa dan menurut data pendengar radio Heartline FM Samarinda terdapat 50629 pendengar. Jumlah pendengar radio dari tahun ketahunnya yang berubah tentunya dipengaruhi dari produk yang diberikan oleh radio Heartline FM Samarinda yang juga berbeda dari tahun ketahunnya. Produk yang dimaksud merupakan keseluruhan dari program acara yang dimiliki oleh radio Heartline FM yang disiarkan untuk pendengar radio untuk memenuhi kebutuhan para pendengar radio. Semua pendengar radio yang didapat dari radio Heartline FM Samarinda tentu saja tidak lepas dari aktivitas fungsi manajemen

yang dijalankan melalui produk radio Heartline FM Samarinda yaitu program acara yang disiarkan tiap waktunya.

### ***Perumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan fungsi manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan fungsi manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda?

### ***Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan peneliti yang peneliti laksanakan:

1. Mendeskripsikan dan menganalisa pelaksanaan fungsi manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di kota samarinda.
2. Mendeskripsikan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan fungsi manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda.

### ***Manfaat Teoritis***

Manfaat penelitian ini ialah:

1. Segi Teoritis  
Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi tulisan yang memperkaya sumber perbendaharaan keputakaan.
2. Segi Praktis
  - Bermanfaat bagi stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda.
  - Berguna dan bermanfaat bagi setiap masyarakat umum, dalam guna memberikan pendidikan mengenai radio.
  - Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah dalam hal peningkatan kinerja media massa elektronik khususnya radio.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### ***Pengertian Manajemen***

Manajemen berasal dari kata dalam Bahasa Inggris “*management*”, dengan kata kerja “*to manage*” yang secara umum berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina, atau memimpin; kata benda “*management*”, dan “*manager*” berarti orang yang melakukan kegiatan manajemen. George R. Terry (1997) menjelaskan bahwa manajemen merupakan proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggiatan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran

yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

### ***Unsur-unsur Manajemen***

Unsur-unsur manajemen menurut George R. Terry (1997) menyimpulkannya di dalam istilah “Enam M”. yaitu *Men, Money, Methods, Materials, Machines dan Market*. Unsur-unsur manajemen tersebut perlu disinergikan agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

### ***Fungsi-fungsi Manajemen***

Fungsi dasar manajemen menurut George R. Terry (1997) mencakup beberapa aspek yang penting, yaitu perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengendalian.

### ***Pengertian Komunikasi***

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berarti ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’. Sehingga dalam proses komunikasi haruslah terdapat unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan).

### ***Unsur-unsur Komunikasi***

Dalam buku Rismi Somad dan Donni Juni Priansa (2014) menjelaskan mengenai unsur-unsur dalam komunikasi yang saling berkaitan. Unsur komunikasi tersebut secara umum dapat dibagi menjadi tujuh unsur, yaitu : komunikator, komunikan, pesan, umpan balik, transmit, media komunikasi dan gangguan.

### ***Hambatan dalam Komunikasi***

Proses komunikasi antara komunikator dan komunikan tidak selalu dapat berjalan lancar, ini terjadi karena adanya hambatan atau *barrier* dalam proses komunikasi sehingga komunikasi tidak menjadi efektif. Lebih lanjut lagi Djoko (1999) menyatakan penyebab komunikasi tidak efektif antara lain adalah: 1. Masalah dalam mengembangkan pesan. 2. Masalah dalam menyampaikan pesan. 3. Masalah dalam menerima pesan dan 4. Masalah dalam menafsirkan pesan.

### ***Komunikasi Massa***

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa baik itu media cetak maupun elektronik atau komunikasi yang berlangsung antara individu, kelompok atau organisasi dengan massa. Komunikasi massa menggunakan media atau mesin yang diklasifikasikan kedalam media massa, seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar atau majalah dan film.

### ***Teori Agenda Setting***

Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972, 1993), dua peneliti dari Universitas North Carolina yang menciptakan istilah “agenda setting” menjelaskan bahwa hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh publik merupakan salah satu jenis efek media massa yang paling populer yang dinamakan dengan *agenda setting*. Maxwell McCombs dan Donald Shaw tidak menyatakan bahwa media secara sengaja berupaya mempengaruhi publik, tetapi publik melihat kepada para profesional yang bekerja pada media massa untuk meminta petunjuk kepada media kemana publik harus memfokuskan perhatiannya.

### ***Radio Sebagai Saluran (Channel)***

Radio siaran merupakan media massa yang bersifat auditif atau audio (yang hanya dapat didengar) yang dapat menyampaikan pesan kepada khalayaknya melalui pancaran gelombang suara yang melalui ruang angkasa oleh sumber frekuensi dengan sinyal yang mampu diterima ditelinga atau didengar oleh publik atau khalayak

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, bertujuan supaya dapat menentukan, memahami, menjelaskan dan memberi gambaran yang lebih jelas mengenai manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda. Dalam penelitian ini peneliti hanya bertindak sebagai pengamat.

### **Fokus Penelitian**

1. Manajemen stasiun radio Heartline FM dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda, yang meliputi:
  - a. Perencanaan dalam pembuatan program acara yang dapat menjaring minat dengar pendengar radio.
  - b. Pengorganisasian dalam pelaksanaan produksi program acara guna menjaring minat dengar pendengar radio.
  - c. Penggerakkan atau kepemimpinan dalam pelaksanaan produksi program.
  - d. Pengendalian dan evaluasi program acara.
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda.

### ***Teknik Sampling***

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu,

pertimbangan tertentu yang dimaksud ialah orang yang lebih mengetahui atau menguasai suatu informasi yang diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam memperoleh informasi mengenai objek atau situasi sosial yang diteliti.

Adapun *key informan* dalam penelitian ini:

- a. Direktur Heartline FM Samarinda.
- b. Kepala program siaran Heartline FM Samarinda.

### ***Jenis dan Sumber Data***

penulis memakai dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Untuk memenuhi keperluan mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa cara antara lain pengamatan (*observasi*), wawancara, penelusuran pustaka dan dokumen.

### ***Teknik Analisis Data***

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif, yaitu menggambarkan tentang data dan fakta mengenai objek penelitian maka analisis yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman menjelaskan mengenai *Interactive Model*. Aktivitas analisis data yang dilakukan dalam *Interaktif Model* terdiri dari: *Data Reduction, Data Display, dan Conclusion Drawing / Verification* yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya mencapai jenuh.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### ***Gambaran Umum Radio Heartline FM Samarinda***

Radio Heartline FM Samarinda merupakan radio yang termasuk dalam kategori radio swasta komersial yang juga mencakup segmen komunitas, yang telah terbentuk sejak tanggal 12 November 2000. Terbentuknya radio Heartline FM di Samarinda merupakan bentuk pelayanan oleh Yayasan YASKI dan Yayasan Pelayanan Kasih di Samarinda dalam memberikan informasi yang bermanfaat, yang sangat berfokus pada issue-*issue* keluarga, tanpa mengabaikan berita, informasi bisnis, inspirasi dan hiburan music di Kalimantan Timur yang diselenggarakan dalam bentuk perusahaan yaitu PT. RADIO SUARA SEJAHTERA SAMARINDA.

Siaran radio Heartline FM Samarinda dimulai dari pukul 05.00 WITA hingga pukul 03.00 WITA. Radio Heartline FM Samarinda radio *network* swasta komersial yang terus berkembang dalam berbagai media termasuk dalam radio streaming [www.heartline.co.id](http://www.heartline.co.id) dan [www.heartlineradio.com](http://www.heartlineradio.com) yang dapat diakses melalui media aplikasi yang ada di *PC* maupun *smartphone*.

### ***Visi Misi Radio Heartline FM Samarinda***

Stasiun radio Heartline FM Samarinda sebagai salah satu radio *network* swasta komersil yang mencakup segmen komunitas ini memiliki visi dan misi yaitu memberitakan kabar baik. Penjelasan dalam hal tersebut, kabar baik yang dimaksudkan adalah memberitakan Injil, dan kabar baik disini juga bukan hanya Injil tetapi semua pesan yang disiarkan memiliki muatan positif dan memiliki nilai-nilai kehidupan yang membuat setiap individu dapat menjalin hubungan yang baik dengan sesama dan Tuhan yang dipercayai.

### ***Lokasi dan Struktur Organisasi Heartline FM Samarinda***

Radio Heartline FM Samarinda berlokasi di Jalan Kebahagiaan No. 27c Samarinda dan struktur organisasi dalam radio Heartline FM Samarinda dinaungi oleh seorang Direktur Utama yang membawahi Direktur. Seorang Direktur membawahi *Station Manager*. *Station Manager* membawahi Koordinator Marketing, Koordinator Program, Produksi, Administrasi, Chief Engineer. Pada posisi Koordinator Marketing juga sekaligus membawahi Administrasi. Administrasi membawahi General Affair. Koordinator Program membawahi *Announcer*. Pada bagian Chief Engineer langsung membawahi *Technician*.

### ***Hasil Penelitian***

Pemilihan *informan*, penulis memilih dua *key informan*. *Key informan* pertama yaitu Direktur Heartline FM Samarinda dan *key informan* kedua ialah Koordinator Program Heartline FM Samarinda.

Pemilihan dua *key informan* ini berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu pertimbangan yang peneliti tetapkan sendiri. Pertimbangan pemilihan *key informan* pertama pada Direktur Heartline FM Samarinda karena Direktur Heartline FM Samarinda merupakan yang lebih mengetahui tentang stasiun Heartline FM Samarinda dan pemilihan *key informan* kedua yaitu Koordinator Program karena Koordinator Program yang lebih mengetahui jelas bagaimana pelaksanaan dalam siaran.

### ***Manajemen Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda***

Radio Heartline FM Samarinda sebagai salah satu radio yang berada di Kota Samarinda, dalam mempertahankan pendengar maupun menjaring pendengar radio melalui program acara yang dibuat juga melalui proses-proses tertentu agar dapat bersaing dengan media baru maupun stasiun radio lainnya.

Proses yang berjalan dalam manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar merupakan keseluruhan unsur dari manajemen yaitu *Men, Money, Methods, Materials, Machines* dan *Markets*. Pada hal ini *Men* yaitu seluruh pegawai baik itu atasan maupun bawahan, *Money* dalam pelaksanaan merupakan uang yang didapat dari hasil program acara, *Methods* yaitu merupakan cara yang Heartline FM Samarinda gunakan untuk menjaring

pendengar radio, *Materials* yaitu bahan dalam pembuatan program acara dan *Machines* yang digunakan dalam pembuatan program acara dan terakhir adalah pemilihan *Markets* kepada siapa produk yaitu program acara akan dijual atau diberikan.

### ***Perencanaan dalam Pembuatan Program Acara yang Dapat Menjaring Minat Dengar Pendengar Radio***

Dalam perencanaan pembuatan program acara untuk menjaring pendengar, Heartline FM Samarinda melalui proses dan tahapan dalam pembuatan programnya. Tahapan dan proses itu ialah terdiri dari prakiraan, penetapan tujuan, pemrograman dan penjadwalan. Dalam proses prakiraan pembuatan program, didahului dengan penetapan *positioning* yaitu *positioning* disini ialah pendengar yang bagaimana yang akan diterpa dengan program acara yang akan dibuat. Prakiraan tersebut akan membantu bagaimana target yang akan dituju mendapatkan kepuasan dari program yang akan dibuat Selain prakiraan bagaimana kebutuhan pendengar akan program acara Heartline FM Samarinda diketahui, maka perlu diketahui juga bahwa bagaimana program acara akan ditempatkan pada waktu yang bagaimana. Setelah proses perencanaan mengenai prakiraan diketahui maka perlunya adanya penetapan tujuan. Setelah mengetahui prakiraan yang akan terjadi di waktu yang akan datang. Selanjutnya adanya proses pemrograman guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu dari program acara dapat menjaring pendengar radio yang lebih banyak lagi. Dalam pemrograman Heartline FM Samarinda dalam perencanaan pembuatan program melewati beberapa langkah.

Langkah kedua ialah penentuan konsep acara yang ditentukan bersama dalam tim keseluruhan. Setelah itu langkah ketiga ialah penetapan dalam hal komposisi pemilihan materi untuk program acara yang telah direncanakan. Langkah keempat merupakan penentuan *Announcer* yang akan membawakan program acara. Dalam proses perencanaan terakhir adalah penjadwalan program acara.

### ***Pengorganisasian dalam Pelaksanaan Produksi Program Acara Guna Menjaring Minat Dengar Pendengar Radio***

Pembawaan program acara yang baik juga menentukan kesuksesan dari program acara. Pengorganisasian dalam pelaksanaan program acara Heartline FM Samarinda yaitu *Announcer*.

### ***Penggerakkan atau kepemimpinan dalam Pelaksanaan Produksi Program***

Penggerakkan atau kepemimpinan dalam pelaksanaan produksi program dilakukan oleh Koordinator Program. Dalam memimpin *Announcer*, Koordinator Program melakukan komunikasi yang baik dan terbuka pada setiap anggota melalui pertemuan yang dilakukan setiap bulan dengan anggotanya yang membahas hasil kerja dari setiap anggota yang melaksanakan siaran.



### ***Pengendalian dan Evaluasi Program***

Pengendalian secara tim keseluruhan dilakukan oleh Direktur Heartline FM Samarinda. Selain adanya pengendalian secara tim keseluruhan, pengendalian dalam Bidang Program dilakukan oleh Koordinator Program. Pada evaluasi program dilakukan dalam waktu sebulan sekali yang membahas semua hal mengenai program.

### ***Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Manajemen Stasiun Radio Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda***

Faktor penghambat dalam proses pelaksanaan program acara adalah penghambat secara teknis dan juga komunikasi. Dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada segi teknis Heartline FM Samarinda memiliki tim khusus yaitu *Chief Engineer* yang mengatasi segala hal berkaitan dengan mesin pendukung berjalannya siaran. Pada hambatan komunikasi yang terjadi pada saat program acara *On Air* dapat diatasi oleh *Announcer* disaat program acara *Off Air* yaitu dengan cara menjalin komunikasi yang baik dengan narasumber dan membahas topik yang akan dibahas kembali pada saat program acara *On Air*. Selain adanya penghambat dalam proses pelaksanaan program acara, ada pula pendukung yang dapat mengatasi hambatan yang terjadi yaitu keahlian yang ada pada setiap *Announcer* yang dapat mengatasi hambatan.

### ***Pembahasan***

Pembahasan menggunakan Teori Agenda Setting yaitu radio sebagai media massa dan juga sebagai penjaga gawang informasi (*gatekeeper*) bagaimana harus selektif dalam menyampaikan berita dan media harus melakukan pilihan mengenai apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Agenda Setting dalam radio Heartline FM Samarinda yaitu bagaimana radio dalam menyebarkan informasi dalam bentuk program acara melalui pertimbangan tingkat kepentingan dari informasi yang disusun dan ditetapkan oleh Heartline FM Samarinda yang dipengaruhi oleh pendengar, pemasang iklan dan sponsor.

Selain pembahasan menggunakan teori dalam kajian komunikasi, pembahasan juga menggunakan teori manajemen dari George R. Terry yang berjalan dalam proses pelaksanaan produksi program acara yang merupakan produk dari radio yang disajikan pada pendengar untuk dapat menjaring pendengar radio.

### ***Manajemen Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda***

Unsur-unsur yang ada di dalam manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda seperti yang telah dijelaskan oleh George R. Terry yaitu:

1. *Men* dalam hal ini yaitu pegawai baik dari bagian atas maupun bawahan, yaitu yang terdiri dari Dewan Komisaris, Dewan Redaksi, Station Manager,

- Koordinator Marketing, Administrasi, Koordinator Program, Produksi, Chief Engineer, Announcer, Technician dan General Affair. Semua jabatan memiliki fungsi, tugas dan kewajiban masing-masing yang berbeda setiap jabatannya.
2. *Money* dalam arti memasukkan untuk mendanai pelaksanaan program didapat dari sponsor dan iklan yang masuk.
  3. *Methods* dalam penyiaran Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar ialah dari membuat program acara yang merupakan produk untuk dijual pada pendengar
  4. *Materials* pada unsur manajemen stasiun Heartline FM Samarinda yaitu program acara, yang merupakan produk yang disajikan pada khalayaknya untuk dapat menjaring pendengar radio. Selain adanya program acara, adanya *Announcer* yang membawa program acara merupakan unsur yang penting dalam pelaksanaan produksi program acara.
  5. *Machine* dalam penyiaran ialah mesin pemancar yang digunakan untuk memancarkan gelombang radio pada radio penerima. Selain mesin pemancar ada juga seperangkat computer dan mixer untuk mengatur berjalannya program acara maupun produksi.
  6. *Markets* yang ditetapkan ialah mengarah pada segmen keluarga, sesuai dengan slogan Heartline FM Samarinda yaitu "*Your Family Station*". Namun, bukan hanya itu *Markets* juga ditujukan pada segmen komunitas.

### ***Perencanaan dalam Manajemen Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda***

Pada bagian perencanaan program acara yang bertanggung jawab pada bagian ini adalah Koordinator Program Heartline FM Samarinda. Bagian program bertugas membuat konsep, merencanakan, memilih dan menyusun acara. Pada proses prakiraan ini adalah bagaimana Heartline FM Samarinda dalam memperkirakan waktu yang akan datang bagaimana kebutuhan pendengar akan program acara Heartline FM Samarinda.

Pada buku Morissan (2005 : 99) mengatakan bahwa "Direktur Program dan Staf bagian program suatu stasiun penyiaran harus memiliki pengetahuan mengenai cita rasa yang populer atau selera khalayak ramai". Proses berikutnya dalam perencanaan pembuatan program acara merupakan pemrograman dimana meliputi langkah-langkah dalam membuat program.

Langkah ketiga merupakan penetapan isi dari program acara yaitu komposisi program acara. Dalam buku Morissan (2005 : 129) mengatakan bahwa "programmer harus menentukan hal apa yang akan digunakan sebagai senjata untuk menarik audien. Dengan kata lain apa jenis daya tarik (*type appeal*) yang akan digunakan". Pada Teori Agenda Setting penerapannya pada radio sebagai media massa dalam memberikan informasi menjelaskan bahwa berita media bukanlah satu-satunya sumber informasi atau orientasi tentang isu yang menjadi perhatian publik. Setiap individu memiliki kebutuhan orientasi yang berbeda-beda demikian juga dengan beragam kebutuhan informasi dibutuhkannya. Dalam hal

ini penerapan yang ada di Heartline FM Samarinda adalah isi pada program acara yang disiarkan dipengaruhi oleh siapa yang mendengarkan. Sehingga dalam isi program acara lebih memuaskan pendengar agar pendengar terus mendengar program acara yang dihasilkan oleh Heartline FM Samarinda.

### ***Pengorganisasian dalam Pelaksanaan Produksi Program Acara Guna Menjaring Minat Dengar Pendengar Radio.***

Pengorganisasian dalam hal manajemen Heartline FM Samarinda menjaring pendengar radio yang bertugas dan yang bertanggung jawab ialah Bidang Program yang dipimpin oleh Koordinator Program.

### ***Penggerak atau Kepemimpinan dalam Pelaksanaan Produksi Program***

Koordinator Program merupakan yang bertanggung jawab atas segala hal yang terkait pelaksanaan penyiaran. Dalam hal ini Koordinator Program yang memimpin dalam pelaksanaan siaran dapat mempengaruhi bawahannya yaitu *Announcer* agar mendapatkan kualitas program yang baik melalui pembawaan program oleh *Announcer*. Penggerak siaran pertama yang berinteraksi langsung dengan pendengar, adalah *Announcer*, karena *Announcer* merupakan bagian pertama yang berinteraksi langsung pada audien saat pelaksanaan program siaran.

### ***Pengendalian dan Evaluasi Program Acara***

Penerapan *Controlling* atau pengendalian dalam manajemen Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar ialah dari adanya pertemuan atau *meeting* yang dilakukan oleh Direktur Heartline FM dalam waktu tertentu dengan seluruh karyawan. Ini merupakan pengendalian dari atasan tertinggi yang ada di stasiun radio. Pengendalian Direktur dalam perusahaan juga selalu menggunakan cara berkomunikasi yang baik pada setiap karyawan yang ada melalui pertemuan atau *meeting* maupun di luar pertemuan.

Pengendalian dalam program acara dipegang oleh Koordinator Program, karena Bidang Program adalah pelaksana siaran, karena program acara adalah suatu produk yang dijual untuk mendapatkan pendengar. Dalam pengendalian pada Bidang Program, Koordinator Program melakukan evaluasi mengenai program yang telah berjalan apakah telah menarik banyak minat dengar atau tidak. Pengendalian pada Bidang Program berlaku bagi *Announcer* karena termasuk dalam bidang program.

### ***Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Manajemen Stasiun Radio Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda***

Hambatan yang ada membuat komunikasi menjadi tidak efektif. Seperti hal yang dijelaskan oleh Djoko (1999) bahwa hambatan yang sering muncul dalam proses komunikasi adalah masalah penyampaian pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan, masalah yang pada umumnya timbul biasanya

disebabkan oleh adanya factor fisik. Dalam hal ini terjadi pada Heartline FM Samarinda yaitu hambatan yang terjadi ialah dari segi teknis. Selain itu adanya hambatan dari segi komunikasi yaitu masalah dalam mengembangkan pesan yang terjadi pada Heartline FM Samarinda ialah dimana *Announcer* sebagai komunikator bermasalah dalam mengembangkan pesan yang didapat dari narasumber karena kurangnya komunikasi antara *Announcer* dengan narasumber. Penyelesaian masalah juga dapat dilakukan dengan faktor pendukung agar program acara dapat berjalan dengan baik. Faktor pendukung agar dapat membuat program berjalan dengan baik ialah bakat atau keterampilan seorang *Announcer* dalam membawakan suatu program acara dan juga mengatasi hambatan yang terjadi disaat proses produksi program acara sedang berlangsung.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda. Mendapat suatu kesimpulan yang dapat dipaparkan yaitu:

1. Radio Heartline FM Samarinda dalam merencanakan pembuatan program acara dengan mengetahui prakiraan diwaktu yang akan datang, menetapkan tujuan dan tersampainya visi dan misi dari radio, menentukan konsep acara yang ditentukan dalam tim keseluruhan, penetapan komposisi pemilihan materi, penentuan *Announcer* pembawa program acara dan proses penjadwalan program acara.
2. Radio Heartline FM Samarinda dalam pengorganisasian dalam pelaksanaan produksi program acara dipegang oleh bagian Bidang Program, *Announcer* yang memiliki keahlian khusus dalam bidang siaran.
3. Penggerakkan atau kepemimpinan dalam pelaksanaan produksi dilakukan oleh Koordinator Program.
4. Pengendalian dan evaluasi program acara secara keseluruhan dilakukan oleh Direktur Heartline FM Samarinda, pengendalian dan evaluasi secara Bidang Program dilakukan oleh Koordinator Program. Evaluasi program oleh Bidang Program dilakukan dalam waktu sebulan sekali dan dalam evaluasi Heartline FM Samarinda tidak bersifat baku. Evaluasi program secara keseluruhan dilakukan dalam waktu tidak menentu.
5. Faktor pendukung dalam pelaksanaan manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda adalah keahlian yang dimiliki oleh *Announcer* dalam melaksanakan siaran dan juga peralatan siaran yang baik seperti pemancar yang dapat menembus jarak seluruh Kota Samarinda hingga luar Kota Samarinda. Faktor penghambat dalam pelaksanaan manajemen dalam menjaring pendengar radio adalah gangguan teknis kelistrikan dan internet yang mati dan kurangnya komunikasi dengan narasumber.

### **Saran**

Dari penelitian ini penulis akan memberikan saran bagi pihak Heartline FM Samarinda mengenai manajemen stasiun Heartline FM Samarinda dalam menjangkau pendengar radio di Kota Samarinda. Supaya dalam menjangkau pendengar bisa berjalan lebih baik lagi.

1. Heartline FM Samarinda sebisa mungkin untuk dapat menyediakan fasilitas yaitu mesin tenaga listrik dan juga teknisi yang selalu siap sedia untuk dapat mengatasi hambatan yang sering terjadi saat adanya gangguan teknis.
2. Sebelum berlangsungnya program acara, sebaiknya pihak Heartline FM Samarinda terutama *Announcer* sebagai pembawa program mempunyai waktu khusus bersama narasumber sebelum program acara dimulai. Waktu khusus tersebut berguna untuk dapat menjalin relasi antara *Announcer* dan juga narasumber supaya disaat program acara dimulai adanya komunikasi dan juga pemahaman informasi yang baik.
3. Dalam siaran juga perlu adanya seorang *Announcer* yang terampil dalam membawakan suatu program acara yang baik agar dapat menjangkau pendengar radio. Dari hal ini pihak Heartline FM Samarinda perlu adanya pelatihan atau pembinaan khusus untuk para *Announcer* baru agar dapat membawakan program acara yang baik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2012. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta : Buku Litera Yogyakarta
- Miles, Matthew B, dkk. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. United State of America : SAGE Publications, inc
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kharisma Putra Utama
- Morissan, dkk. 2010. *Teori Komunikasi Media Massa Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor : PT Ghalia Indonesia
- Morissan. 2005. *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Tangerang : Ramdina Prakarsa
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Prenada Media Group
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Olii, Helena dan Lala Hozilah. 2013. *Reportase Radio & Televisi, Edisi 2 Bahan Ajar di Perguruan Tinggi*. Jakarta Barat : Indeks
- Prayudha, Harley. 2005. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana, dan Praktik Penyiaran*. Jawa Timur : Bayumedia Publishing

- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang : Kelompok Intrans Publishing
- Rahmawati, Indah dan Dodoy Rusnandi. 2011. *Berkarier Di Dunia Broadcast*. Jawa Barat : Laskar Aksara
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, cv
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Severin, Werner J dan James W. Tankard, Jr. 2014. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sjarifuddin, AR. 2007. *Manajemen Komunikasi*. Samarinda : Aceeca Print
- Siswanto, H. B. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, cv
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung : Alfabeta, cv
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta, cv
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta : PT. Buku Seru
- Terry, George R. dan Leslie W. Rue. 2011. *Dasar-dasar Management*. Jakarta. PT Bumi Aksara

**Sumber lain :**

<http://kbbi.web.id/upaya>

Diakses tanggal 2 Februari 2016

[https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_stasiun\\_radio\\_di\\_Kalimantan\\_Timur#Samari\\_nda](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_stasiun_radio_di_Kalimantan_Timur#Samari_nda)

diakses tanggal 15 April 2016