

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan media massa di era globalisasi saat ini terpantau sangat pesat. Terbukti dengan hadirnya berbagai macam media informasi seperti televisi, radio, koran dan internet. Para media selalu berlomba-lomba menampilkan program informasi yang menarik, bersaing dengan media lainnya agar mendapatkan khalayak yang mengonsumsi berita dan hiburan yang mereka sajikan. Survei Nielsen *Consumer Media View* (Survei Nielsen Indonesia 2017) menyebut bahwa penetrasi radio masih menempati urutan keempat dibanding jenis media lain. Selanjutnya media luar ruang dengan penetrasi 53 persen, internet 44 persen, dan di posisi keempat media radio 37 persen. Adapun penetrasi media koran hanya 7 persen serta majalah dan tabloid 3 persen.<sup>1</sup> Media Radio, merupakan salah satu media yang diminati oleh khalayak karena sifatnya yang mudah untuk dikonsumsi. Walaupun di era globalisasi ini muncul berbagai media yang lebih menarik seperti televisi dan internet, namun radio tidak kehilangan eksistensinya dalam bermedia.

Cara mengonsumsi radio telah berkembang menjadi sangat mudah. Radio dapat berbaur dimana saja, seperti di *handphone*, mobil, angkutan umum, dan sekarang mayoritas radio komersil maupun komunitas sudah

---

<sup>1</sup> Ira, *Radio Tetap Eksis di Era Internet*, diakses dari <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet> pada tanggal 19 April 2018.

dapat dikonsumsi via *streaming*. Dengan via *streaming* ini membuat proses penyebaran siaran menjadi tak terbatas, asalkan ada koneksi internet. Adapun survei Nielsen *Radio Audience Measurement* pada kuartal ketiga 2016 menemukan bahwa 57 persen dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan *Millennials*. Sebanyak empat dari sepuluh orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal, yaitu *mobile phone*. Angka penetrasi mingguan tersebut menunjukkan radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen di Indonesia. Para pendengar radio di 11 kota di Indonesia yang disurvei Nielsen ini setidaknya menghabiskan rata-rata waktu 139 menit per hari. Menurut Nielsen, waktu mendengarkan radio per minggu, masih tumbuh dari tahun ke tahun. Pada 2014, pendengar radio hanya menghabiskan waktu selama 16 jam per minggunya.<sup>2</sup>

Dari hasil penelitian diatas terlihat bahwa eksistensi dari radio sendiri masih cukup bersaing dengan media-media lain. Walaupun radio disebut-sebut sebagai media yang akan tertimbun oleh media baru, namun buktinya saat ini masih banyak program radio yang tetap eksis dan banyak diminati oleh pendengar. Tingkat kreativitas dari penggiat radio memang sangat diuji saat ini. Dimana mereka harus berlomba-lomba memberikan program yang tak kalah menariknya dengan media online. Dengan streaming pula, radio dapat menjelma menjadi media online, namun tidak kehilangan jati dirinya sebagai media yang bersifat audio.

---

<sup>2</sup> Ira, *Radio Tetap Eksis di Era Internet*, diakses dari <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet> pada tanggal 19 April 2018.

Dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2002 pasal 13, ayat (2) disebutkan bahwa jasa penyiaran diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas, dan Lembaga Penyiaran Berlangganan.<sup>3</sup> Radio komunitas pada dasarnya dibuat untuk kepentingan komunitas atau lingkungan di sekitar radio tersebut berdiri, sehingga biasanya program acara yang disajikan hanya berupa informasi, edukasi, dan hiburan yang berkaitan dengan komunitas dan lingkungan tersebut. Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksana penyiaran (seperti radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Intinya, radio komunitas adalah “dari, oleh, untuk dan tentang komunitas”.<sup>4</sup> Kemampuan berbicara (untuk tujuan tertentu, seperti pidato, *public speaking*, atau penyiar) adalah kemampuan yang tidak semua orang memiliki, namun dapat dipelajari<sup>5</sup>. Oleh karena itu, radio komunitas dapat dijadikan sebagai wadah atau tempat untuk belajar menjadi seorang penyiar radio.

Radio Saka FM merupakan salah satu radio komunitas di Yogyakarta dari sekitar 40-an radio komunitas yang menyebar di area Yogyakarta. Radio Saka terletak di Halaman Utara Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta, sehingga

---

<sup>3</sup> Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Siaran Radio*, Grasia Book Publisher, Yogyakarta, 2012, hlm. 10.

<sup>4</sup> Ricky, *Radio Komunitas: media efektif komunitas*, diakses dari <https://reeghelicious.wordpress.com/2008/04/12/radio-komunitas-media-efektif-komunitas/> pada tanggal 30 Juni 2017.

<sup>5</sup> Saiful Bakhtiar, *Cara Gampang Jadi Penyiar Radio*, Indonesia Cerdas (Anggota IKAPI), Yogyakarta, 2006, hlm. 15.

program dan acara yang disajikan mayoritas bernuansa islami. Radio Saka terbilang masih baru, karena baru berdiri dan diresmikan sekitar 6 tahun yang lalu, tepatnya tanggal 1 April 2012. Walaupun Radio Saka ini masih baru, ia telah mendapatkan izin penyiaran dari JRKY (Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta) pada tahun 2016 lalu. Disamping itu, Radio Saka juga harus meminta izin kepada warga sekitar untuk mendirikan radio komunitas. Hal itu dilakukan sebagai syarat dari JRKY untuk izin penyiaran. Permintaan izin dibuktikan dengan pengumpulan 100 KTP (Kartu Tanda Penduduk) warga sekitar sebagai tanda persetujuan didirikannya radio komunitas tersebut.

Sehubungan *channel* radio komunitas hanya berkisar di antara gelombang 107.7 FM, 107.8 FM, dan 107.9 FM, radio Saka mendapatkan channel 107.7 FM. Namun karena ada suatu permasalahan tower, Radio Saka berubah *channel* menjadi 107.9 FM untuk area disekitarnya yang berkisar kurang lebih tiga kilometer dari lokasi radio. Dalam mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih, Radio Saka tidak mau kalah bersaing dengan radio komunitas atau komersil lainnya. Salah satu cara agar Radio Saka tetap bertahan adalah dengan tetap menjaga eksistensi-nya di dunia digital. Radio Saka sendiri telah memiliki *streaming* yang beralamatkan di [www.sakafmjogja.com](http://www.sakafmjogja.com). Selain itu, mereka juga selalu *update* acara dan kegiatan mereka di sosial media instagram, twitter, dan facebook.

Selama enam tahun mengudara, Radio Saka FM pastinya telah mengalami berbagai macam masalah, mulai dari masalah internal ataupun eksternal. Sifat dasar radio komunitas yang non komersil, dan biaya

operasional berasal dari komunitas itu sendiri, membuat sedikit masalah dalam lingkup SDM (Sumber Daya Manusia). Hal itu menyebabkan masalah utama dalam radio komunitas yaitu kurangnya SDM yang mau aktif di komunitas tersebut. Karena apabila menjadi aktifis radio komunitas harus rela tenaga, waktu, pikiran dan non profit. Hal tersebut menempatkan radio komunitas sebagai wadah atau tempat orang-orang yang ingin belajar. Jadi asas yang harus ditanamkan di radio komunitas adalah kekeluargaan, agar mereka nyaman untuk tetap aktif di radio komunitas.

Pringle-Starr-McCavitt (1991), menjelaskan bahwa: *the programming of most station is dominated by one principal content element or sound, know as format* (program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format).<sup>6</sup> Format yang diprioritaskan di Radio Saka sendiri adalah dakwah, sebab Radio Saka merupakan radio yang berbasis islami yang berada di bawah naungan Masjid Gedhe Kauman, kemudian baru menyusul format yang bersifat edukasi, infomasi dan hiburan. Menurut Pringle-Starr-McCavitt (1991), seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu: format musik, format informasi, dan format khusus (*specialty*).<sup>7</sup> Format siaran di Radio Saka FM sendiri berbasis edukasi, hiburan, dakwah, dan informasi ini tercemin dari program siaran radio yang banyak mengambil unsur-unsur tersebut, yang meliputi Sihawa, *Positive Thinking*, Program Malam dan program lainnya.

---

<sup>6</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 230

<sup>7</sup> Ibid., hlm 233

Melalui penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai strategi dalam manajemen siaran yang terjadi di Radio Saka agar dapat mempertahankan eksistensi-nya, yang dilihat dari strategi manajemen program dan sudut pandang Sumber Daya Manusia yang berkembang di Radio Saka. Dimana program-program tersebut dirancang untuk menarik minat khalayak agar aktif mendengarkan radio komunitas. Disetiap program yang disajikan, pastilah memiliki keunikan masalah yang berbeda dalam program tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan menjabarkan mengenai masalah program acara serta masalah-masalah yang dihadapi di Radio Saka FM. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam penelitian, agar peneliti dapat lebih “dekat” dengan objek sehingga memudahkan peneliti dalam penyampaian strategi program acara serta masalah yang dihadapi radio komunitas tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana Strategi Manajemen Siaran Radio Komunitas Saka FM Yogyakarta dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Periode 2018?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti menyusun penelitian ini, yaitu untuk mengetahui strategi manajemen siaran radio komunitas dalam mempertahankan eksistensi-nya dengan radio lain.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu agar khalayak dapat mengetahui bagaimana kinerja sebuah radio komunitas untuk komunitasnya dan khalayak yang berada di sekitar komunitas tersebut. Bahwasanya sebuah radio komunitas itu adalah suatu hal yang layak untuk dipertahankan dan dikembangkan.

2. Manfaat praktis dan sosial

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu agar khalayak mendukung berdirinya sebuah radio komunitas dan selalu mendukung kegiatan *on air* maupun *off air* radio komunitas tersebut. Selain itu, agar kedepannya khalayak meyakini bahwa menjadi aktifis di radio komunitas memiliki banyak manfaat untuk kehidupan bermasyarakat dan hal itu bukanlah suatu hal yang sia-sia.

#### **E. Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma/pendekatan Metode Penelitian Kualitatif (subjektif). Seperti yang dikatakan Deddy Mulyana dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif mengatakan bahwa

pendekatan subjektif mengansumsikan bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat yang objektif dan sifat yang tetap, melainkan bersifat interpretif.<sup>8</sup>

Hal yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, adalah sifatnya yang subjektif sebab dalam meneliti sebuah strategi akan lebih baik melakukan penelitian mendalam serta dekat dengan objek yang kita teliti. Karena kadangkala apa yang di teorikan tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi (realitas). Hal ini didukung oleh teori Mahi M. Hikmat dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian, mengatakan bahwa Metode Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati.<sup>9</sup>

Peneliti dalam mendapatkan data penelitian dengan cara terlibat langsung dengan subjek/objek penelitian, sehingga peneliti mendapatkan data secara subjektif terkait pokok pembahasan yang dibahas. Strategi pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kasus, karena peneliti menyelidiki secara cermat mengenai suatu program, aktivitas, serta proses yang berlangsung di radio komunitas. Strategi peneliti dalam mendapatkan data penelitian dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan narasumber yang dilakukan secara langsung. Tujuannya

---

<sup>8</sup> Deddy Mulyana, *Metode Penelitaian Kuantitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 33

<sup>9</sup> Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian: Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, hlm 37

agar mendapatkan informasi dengan melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai. Peneliti telah melakukan wawancara untuk melengkapi data-data atau materi yang diperlukan dalam menyusun laporan ini, yaitu dengan :

- a. Gatot Supriyanto, selaku *Manager* Radio Saka FM
- b. Anwar Bustami, selaku *Manager Assistant* Radio Saka FM
- c. Muhammad Amien Rais, selaku *Program Director* Radio Saka FM
- d. Totok Yulianto, selaku *Public Relation Manager* Radio Saka FM
- e. Fauzy Ramadhan, selaku *Penyiar* Radio Saka FM

## 2. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengamati suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan observasi dengan melakukan kunjungan ke Radio Komunitas tersebut satu minggu sebanyak tiga atau empat kali dalam kurun waktu 3 bulan, tepatnya tanggal 1 Agustus 2018 sampai 31 Oktober 2018.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan menghadiri rapat mingguan Radio Saka, yang biasanya dilakukan setiap hari minggu siang sampai sore; rapat pleno Radio Saka yang dilakukan satu bulan sekali di

hari minggu; dan mengunjungi di hari biasa sebanyak dua atau tiga kali dalam seminggu untuk mengetahui aktifitas harian di Radio Saka. Dengan observasi jenis ini, peneliti dapat lebih memahami strategi Radio Saka dalam mempertahankan eksistensi radio.

### 3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dokumentasi dalam bentuk foto-foto kegiatan Radio Saka saat sedang melakukan siaran, rapat, recording voice, atau kegiatan Radio Saka lainnya. Selain itu peneliti juga mendapatkan berkas-berkas yang meliputi jadwal siaran serta daftar rencana kegiatan yang telah dan akan dilakukan oleh Radio Saka.

## F. Kerangka Konsep

Gambar 1.1 Kerangka Konsep



## 1. Media Penyiaran Radio

Menurut Anton M. Moeliono, pengertian radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Sedangkan Jull Swanell dalam *The Little Oxford Dictionary of Current English*, mendefinisikan radio adalah pengiriman dan penerimaan pesan-pesan oleh gelombang elektronik tanpa sambungan kabel<sup>10</sup>.

Radio sendiri memiliki berbagai bentuk radio yang diakui di Indonesia. Menurut UU No.32/2002 tentang Penyiaran, ada tiga bentuk radio yang boleh beroperasi di Indonesia: (1) radio siaran publik, yaitu RRI; (2) radio siaran komersial; (3) radio siaran komunitas<sup>11</sup>.

## 2. Radio Komunitas

Radio Komunitas merupakan salah satu bagian media penyiaran yang memiliki strategi untuk menyajikan apa yang tidak bisa ditawarkan oleh radio stasiun lainnya.<sup>12</sup>

Melalui radio komunitas masyarakat juga dapat mengekspresikan pendapat dan kepentingannya, karena radio komunitas mampu menjawab atau menyentuh kebutuhan masyarakat atau komunitas tersebut sesuai dengan kelokalannya.<sup>13</sup>

Melalui radio komunitas diharapkan mereka bisa memperoleh informasi yang dibutuhkan, sesuai dengan konteks hidup mereka, dan

---

<sup>10</sup> A. Ius Y. Triartanto, *Broadcasting Radio*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta, 2010, hlm. 30.

<sup>11</sup> Ibid., hlm. 41.

<sup>12</sup> Aryo Subarkah Eddyono, *Radio Komunitas dan Kegagalannya sebagai Media Counter Hegemony (Studi Kasus pada Radio Panagati dan Angkringan di Yogyakarta)*, Journal Communication Spectrum, Vol. 2 No. 1 Februari-Juli 2012, hlm 14.

<sup>13</sup> C. Suprpti Dwi Takariani, *Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi*, Observasi, Vol. 11, No. 1 tahun 2013, hlm. 24

dikemas dalam bahasa dan pengetahuan yang cocok dengan kehidupan mereka.<sup>14</sup>

AMARC (Association Mondiale Des Radiodiffuseurs Communautaires) atau Organisasi pegiat Radio Komunitas Seluruh Dunia dalam situsnya [www.amarc.org](http://www.amarc.org) menyebutkan ada tiga esensi yang mencirikan sebuah radio komunitas yaitu tidak mencari keuntungan, Kepemilikan dan kontrak ada pada komunitas, dan partisipasi komunitas.<sup>15</sup>

Peran dan fungsi media komunitas merujuk pada tugas atau kewajiban yang harus dijalankan oleh lembaga media komunikasi dan informasi di tengah-tengah komunitasnya. Selain itu fungsi media komunitas juga merujuk pada manfaat yang dapat dirasakan atau diperoleh oleh semua pihak yang terlibat; namun yang paling dominan harus dirasakan manfaat sebesar-besarnya bagi mayoritas warga komunitas setempat.<sup>16</sup>

### 3. Program Siaran Radio

Umumnya, program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (*music program*), obrolan atau bincang-bincang (*talkshow*), dan program berita (*news program*)<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> C. Suprapti Dwi Takariani, *Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi*, Observasi, Vol. 11, No. 1 tahun 2013, hlm. 32

<sup>15</sup> Ibid., hlm. 29

<sup>16</sup> Atie Rahmiate, *Keberadaan Radio Komunitas sebagai Eskalasi Demokratisasi Komunikasi pada Komunitas Pedesaan di Jawa Barat*, Media Tor, Vol. 6 No. 2 Desember 2005, hlm 219.

<sup>17</sup> A. Ius Y. Triartanto, *Broadcasting Radio*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta, 2010, hlm. 28.

Menurut Morissan dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran menjelaskan mengenai beberapa jenis program yang terdapat dalam radio<sup>18</sup>, yang meliputi:

- a. Berita Radio, merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik. Format penyajian berita terdiri atas:
  - 1.) Siaran Langsung (*live report*), yaitu reporter mendapatkan fakta atau peristiwa dari lapangan dan pada saat bersamaan melaporkannya dari lokasi.
  - 2.) Siaran Tunda, yaitu reporter mendapatkan fakta dari lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dahulu sebelum disiarkan.
- b. Perbincangan Radio, adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Bentuk perbincangan meliputi
  - 1.) *One-on-one-show*, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
  - 2.) *Panel discussion*, pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
  - 3.) *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar.

---

<sup>18</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 235-239

c. *Infotainment Radio*, merupakan suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur.

Bentuk infotainment yang populer, meliputi:

1.) *Info-entertainment*, yaitu penyampaian informasi dari dunia hiburan dengan diselingi pemutaran lagu.

2.) *Infotainment*, yaitu penyampaian informasi, promosi, dan sejenisnya dari dunia hiburan yang topiknya menyatu atau senada dengan lagu-lagu yang diputar.

3.) *Information and entertainment*, yaitu sajian informasi khususnya berisi berita-berita aktual dilengkapi perbincangan yang tidak selalu dari khazanah dunia hiburan, diselingi pemutaran lagu, iklan, dan sebagainya.

d. *Jinggel Radio*, merupakan gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. *Jinggel* sendiri terdiri dari tiga jenis yaitu *jinggel* untuk stasiun radio (*radio expose*), *jinggel* untuk acara radio (*programme expose*) dan *jinggel* untuk penyiar radio (*Announcer expose*).

#### 4. Strategi Program Radio

Dalam menarik minat pendengar agar tetap konsisten untuk mendengarkan radio kita, maka diperlukannya manajemen strategis program siaran, yang meliputi Perencanaan Program, Produksi dan

Pembelian Program, Eksekusi Program, serta Pengawasan dan Evaluasi Program.<sup>19</sup>

a. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan Analisis dan Strategi Program yang akan dibuat, kemudian Membuat Perencanaan, Tujuan Program, dan Faktor Program. Kelima hal tersebut yang dijadikan landasan dalam melakukan perencanaan program.

b. Produksi dan Pembelian Program

Produksi dan Pembelian Program adalah tahap strategi dimana stasiun penyiaran telah menyusun rancangan kemudian siap untuk melakukan produksi. Dalam melakukan produksi tersebut yang perlu diulas adalah mengenai Produksi Program Radio, Produksi Program Lokal, Pembelian Program, Kalkulasi Program, dan bagian Akuisisi Program.

c. Eksekusi Program

Eksekusi program merupakan tahap pelaksanaan program yang telah dirancang sebelumnya. Dalam menayangkannya pun ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan seperti pembagian waktu siaran dan strategi penayangan yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan audien.

---

<sup>19</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 273

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Pengawasan dan evaluasi program merupakan kegiatan untuk meninjau ulang mengenai program yang telah disiarkan. Perlu dilakukan pengawasan agar program tetap berjalan sesuai dengan perencanaan awal. Disini kita menggunakan standar dan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Disamping itu juga memerlukan evaluasi program, yang dijadikan sebagai acuan agar mengetahui kekurangan program serta dapat membuat program yang lebih baik untuk kedepannya.