

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi yang sangat cepat mengakibatkan persaingan dalam media penyiaran yang sudah memasuki era digital. Percepatan teknologi ini mampu mengubah arah pandang sebuah media penyiaran baik dari sisi keredaksian hingga produk yang akan dihasilkan. Media penyiaran seperti radio menjadi platform yang sangat dicari pada masanya, mengingat radio menjadi alat penyebaran informasi yang cukup masif. Namun, permasalahan muncul ketika banyak pesaing media muncul dan mengalihkan minat *audiens* pada platform radio.

Salah satu fenomena penting dalam era digital saat ini adalah pesatnya perkembangan media aplikasi seperti YouTube, Spotify dan platform streaming lainnya. Aplikasi-aplikasi ini menawarkan berbagai konten multimedia, termasuk video, music dan juga podcast yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna di mana saja dan kapan saja melalui perangkat digital mereka. Tentunya fenomena ini telah mengubah cara konsumen mengonsumsi konten media, dengan banyak audiens beralih dari radio konvensional ke platform-platform digital yang menawarkan kebebasan pilihan dan aksesibilitas yang lebih besar. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa media radio konvensional akan tergeser eksistensinya.

Manajemen redaksi sendiri menjadi kunci penting dalam menghadapi tantangan ini, terutama dalam merencanakan dan menyajikan produk informasi yang relevan dan menarik. Persaingan yang semakin ketat memaksa media informasi untuk mempertahankan eksistensinya dengan menyajikan berita yang menarik dan actual.<sup>1</sup> Beberapa masalah yang sering muncul dalam manajemen redaksi meliputi kepemimpinan, tenaga kerja, independensi, obyektivitas dan sikap kritis pengelola berita di dalam ruang redaksi atau *newsroom*.<sup>2</sup>

Strategi redaksi adalah sebuah tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh tim redaksi untuk mencapai sasaran atau tujuan yang ingin dicapai.<sup>3</sup> Maka dari itu tim redaksi perlu memikirkan berbagai cara untuk melaksanakan strategi tersebut. Hal ini dikarenakan kompetisi yang mereka hadapi di dunia media terus berkembang, pun redaksi juga harus memperhatikan perkembangan tren dan teknologi dalam industri radio. Media penyiaran berupa radio menghadapi persaingan yang semakin ketat dari *platform online* seperti *streaming* musik, berita, dan *podcast*. Sehingga mengharuskan Manajemen redaksi radio agar mampu menghadapi berbagai tantangan dan mengambil tindakan yang strategis untuk mempertahankan keunggulannya.

---

<sup>1</sup> Fadilah lila Kusuma, 'Analisis Deskriptif Manajemen Redaksional Surat Kabar Lokal Radar Sumbawa Ditingah Arus Media Online', *Jurnal Kagangka Komunika* 3 (4), no. 3 (2021): hal. 21-22, <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i1.1055>.

<sup>2</sup> Luluq Intaniar, 'Dinamika Manajemen Pemberitaan LPP RRI Mataram (Studi Pada Pro I LPP RRI Mataram)', 2017.

<sup>3</sup> M Aditya Thoriq Al Tasti et al., 'Strategi Manajemen Redaksi Infosumsel. Id Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Era New Media', *An-Nadwah* 29, no. 2 (2023): 139–48.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, dapat dibuktikan dari data terbaru yang dirilis pada Januari 2024, didapatkan data dan fakta menarik. Data tersebut menunjukkan bahwa 84,6% orang Indonesia masih menonton televisi, 84,1% menggunakan laptop/pc/tablet untuk mengakses internet. Kemudian, 71,0% pengguna mendengarkan layanan musik *streaming*, 70,7% membaca konten media online, dan masih ada 65,8% orang yang menonton TV. Berikutnya, terdapat 65,9% orang yang mendengarkan podcast, serta 54,7% masih membaca surat kabar cetak. Data pada urutan terbawah hanya 51,1% masyarakat yang mendengarkan radio.<sup>4</sup>

Berdasarkan data yang di himpun dari *databoks* menunjukkan bahwa populasi pendengar radio terbilang sangat rendah. Dari 10.000 responden yang mengikuti survey Kementerian Kominfo bersama Katadata Insight Center (KIC) hanya 4% saja yang mengakses radio untuk mencari informasi. Hal ini selaras dengan data sebelumnya dimana radio menempati posisi terendah dibanding media informasi lainnya.<sup>5</sup>

Menyambung data di atas, Radio Republik Indonesia (RRI) menjadi stasiun radio yang paling banyak di akses dari stasiun radio lainnya, dengan presentasi 35,7% dari total responden pendengar radio pada tahun 2021. Fakta survei *databoks* kata data menunjukkan 40,6% responden pendengar

---

<sup>4</sup> Simon Kemp, 'Digital 2024: Global Overview Report', DATAREPORTAL, 2024.

<sup>5</sup> Cindy Mutia Annur, 'Survei KIC: Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi Di Media Sosial', *databoks*, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-kic-mayoritas-masyarakat-indonesia-mengakses-informasi-di-media-sosial>.

radio masih mempercayai RRI sebagai stasiun radio terpercaya, sedangkan tingkat kepercayaan radio lainnya hanya berada di level 5% ke bawah.<sup>6</sup>

Melihat masih tingginya tingkat kepercayaan publik pada stasiun Radio Republik Indonesia (RRI) dibandingkan stasiun radio lainnya, menunjukkan bahwa keberadaan RRI masih di anggap penting dalam proses penyebaran informasi. Namun, permasalahan utama RRI terletak pada persaingan dengan platform media lain yang lebih menarik, sehingga menempatkan RRI pada level terbawah.

Berdasarkan data RRI Pro 1 Yogyakarta, jumlah atensi pendengar juga mengalami penurunan. Pada bulan Desember 2023, total atensi pendengar program satu mencapai 878 orang, sedangkan pada bulan Mei 2024 jumlah tersebut menurun menjadi 644 orang.<sup>7</sup> Penurunan ini menunjukkan adanya tantangan yang harus dihadapi oleh RRI Yogyakarta dalam mempertahankan basis pendengarnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Oleh karena itu, Manajemen redaksi radio dapat melakukan upaya berkompetisi di era modern dengan membuat strategi untuk tetap kompetitif.<sup>8</sup> Dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, tim redaksi harus membuat strategi seperti pembentukan rapat redaksi, peliputan,

---

<sup>6</sup> Adi Ahdiat, 'Ini Radio Yang Paling Banyak Didengar Di Indonesia', Databoks, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/ini-radio-yang-paling-banyak-didengar-di-indonesia>.

<sup>7</sup> Menik Samsrini, Wawancara dengan Koordinator Perencanaan di RRI Pro 1 Yogyakarta, 22 Juni 2024.

<sup>8</sup> Sopian Fathunyah Anisa, 'Manajemen Program Dan Digitalisasi RRI pro 3 Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Pembangunan.', *Jurnal Bincang Komunikasi* 1 (2) (2023): 32.

pengolahan data, pengeditan, dan akhirnya publikasi yang disesuaikan dengan jadwal tayang dan minat dari pendengar.

Hal ini tentunya ada peran redaksi dalam menyajikan konten dan membangun ciri khas media yang dikelola oleh setiap kelompok divisi yang bekerja sama. Dalam sebuah redaksi, manajemen redaksi memiliki hubungan yang saling terkait. Tujuan manajemen redaksi adalah untuk menyajikan karya jurnalistik yang bermanfaat dan menjadikan media penyiaran dengan menampilkan program terbaik yang melakukan proses mengolah berita dengan fungsi manajemen.<sup>9</sup>

Radio di Indonesia saat ini masih banyak digunakan oleh masyarakat sebagai media informasi. Salah satu radio yang masih eksis dalam mengolah dan menyajikan informasi adalah Radio Republik Indonesia (RRI). RRI adalah stasiun radio milik pemerintah Indonesia yang memiliki cabang di Yogyakarta. RRI dipertahankan guna memberikan informasi nasional maupun lokal dengan cara netral dan independen.<sup>10</sup> Selain itu, tujuan RRI sendiri adalah untuk mempromosikan pendidikan, hiburan yang sehat, perekat dan kontrol sosial, media informasi, dan pelestarian budaya bangsa untuk kepentingan semua pihak.

RRI menjadi salah satu radio tertua yang dimiliki oleh pemerintah yang sampai saat ini masih aktif dalam menyampaikan informasi. Demi mempertahankan eksistensinya, RRI memerlukan peran strategis

---

<sup>9</sup> Putri Tiara dwi, 'Strategi Komunikasi Manajemen Redaksi Televisi Radio (TVR) Parlemen Dalam Meningkatkan Minat Penonton Di Era Digital', *Journal of Social Science*2, 2021, hal. 17-18.

<sup>10</sup> RRI, 'Sejarah RRI Yogyakarta', 2021, <https://ppid.rri.go.id/dokumen/data/13468>.

manajemen redaksi dalam merencanakan, mengelola, dan menyajikan konten yang relevan, menarik, dan berkualitas bagi audiens RRI sebagai upaya mempertahankan dan memperluas basis pendengar.

RRI Pro 1 Yogyakarta adalah stasiun radio yang merupakan bagian dari Radio Republik Indonesia (RRI), lembaga penyiaran publik di Indonesia. RRI Pro 1 Yogyakarta biasanya menyiarkan berita, informasi, dan program-program budaya dan pendidikan dalam bahasa Jawa dan bahasa Indonesia untuk pendengar di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Stasiun ini menjadi sumber informasi dan hiburan penting bagi pendengar di daerah tersebut.<sup>11</sup>

Dalam menghadapi dinamika industri penyiaran yang cepat berubah, manajemen redaksi RRI juga aktif melakukan evaluasi dan penyempurnaan terhadap strategi-strategi yang ada. Hal ini penting untuk menjaga daya saing, keberlanjutan, dan eksistensi RRI sebagai lembaga penyiaran yang berperan dalam pembangunan masyarakat jogja.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan permasalahan yang dapat diambil yaitu “Bagaimana Strategi Manajemen Redaksi RRI Yogyakarta Dalam Mempertahankan Eksistensi Audiens?”.

---

<sup>11</sup> Radio Republik Indonesia, ‘Sejarah RRI Yogyakarta’, rri, 2021, <https://doi.org/PPID-RRI/25/210420-41694-2>.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Manajemen Redaksi RRI Yogyakarta Dalam Mempertahankan Eksistensi Audiens.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat Akademis Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting pada bidang penyiaran dan komunikasi dengan mengungkapkan strategi manajemen redaksi yang efektif untuk mempertahankan eksistensi audiens, memberikan wawasan berharga bagi praktisi industri penyiaran, meningkatkan kualitas layanan penyiaran publik, dan menjadi landasan untuk pengembangan kurikulum pendidikan di bidang penyiaran, komunikasi, dan manajemen media.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat Praktis Penelitian ini akan memberikan manfaat praktis dengan memberikan wawasan tentang strategi manajemen redaksi yang efektif untuk mempertahankan eksistensi audiens, serta memberikan panduan bagi industri penyiaran dalam menghadapi tantangan industri yang cepat berubah, sehingga membantu industri penyiaran tetap berdaya saing di pasar yang kompetitif. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat sedikit banyak membantu

memberikan masukan yang berguna atau mungkin dapat dimanfaatkan bagi peneliti yang lebih lanjut.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan dalam menganalisis manajemen redaksi yaitu paradigma konstruksivisme sosial, di mana menempatkan pengamatan dan objektivitas untuk menemukan suatu realitas. Paradigma konstruksivisme melihat kebenaran dalam sebuah realitas sosial dapat dilihat menjadi sebuah hasil dari konstruksi sosial serta memiliki sifat relatif.

Paradigma konstruksivisme merupakan ragam realitas yang dibangun melalui pengalaman hidup penulis dan interaksi dengan orang lain. Metode yang digunakan yakni induktif dari ide atau gagasan baru, hal ini merupakan konsekuensi yang diperoleh dari metode seperti wawancara, pengamatan atau observasi, dan analisis literatur.<sup>12</sup>

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang berarti terlibat langsung dalam suatu aktivitas dan berusaha untuk memahaminya, baik aktivitas organisasi maupun perusahaan, di lingkungan masyarakat atau melalui wawancara. Pendekatan jenis

---

<sup>12</sup> Nasrullah Ruli, 'Pendekatan Kualitaitaif: Sebuah Orientasi Epistemologi. Metode Penelitian Jurnalisme, Simbiosis Rekatama Media', 2020, Hal. 32-33.

deskriptif adalah suatu metode untuk menyelidiki status kelompok manusia, objek, kondisi, pemikiran, atau peristiwa saat ini<sup>13</sup>. Tujuan dari jenis penelitian ini adalah untuk menjelaskan fenomena sosial tertentu yang saat ini terjadi atau berkembang<sup>14</sup>. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menyajikan data untuk memahami fenomena yang terjadi dalam strategi manajemen redaksi RRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi audiens.

### **1.5.3 Subjek/Objek Penelitian**

#### **1. Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ialah Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 1 Yogyakarta yang terletak di Jl. Amat Jazuli no.4 Kotabaru Yogyakarta.

#### **2. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian informan yang akan ditanya terkait informasi penelitian dilakukan dengan melalui metode kualitatif yang nantinya data akan dikumpulkan dengan proses penyaringan karena informan memiliki kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti dan akan diminta untuk memberikan sebuah informasi dari permasalahan yang diangkat dari penelitian ini.

---

<sup>13</sup> Bambang Sudaryana, 'Metode Penelitian Teori Dan Praktek Kuantitatif Dan Kualitatif', in *Metode Penelitian Teori Dan Praktek Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: DEEPUBLISH CV Budi Utama, 2018).

<sup>14</sup> Ade Ismayani, 'Metodologi Penelitian', ed. Kurniawan Junaedhi (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019), 1991.

Adapun kriteria yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

- a. Informan yang sedang memiliki jabatan struktural pemimpin dan bertugas sebagai kepala pimpinan redaksi di Radio Republik Indonesia (RRI) PRO 1 Yogyakarta.
- b. Informan yang sedang terlibat dalam redaksi di Radio Republik Indonesia (RRI) PRO 1 Yogyakarta.
- c. Informan yang memiliki jabatan pada Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 1 Yogyakarta yang memiliki pengaruh dalam manajemen redaksi baik internal maupun eksternal.

Disini penulis dapat menerapkan siapa saja yang akan menjadi informan dalam penelitian ini untuk menyampaikan informasi yang kredibel, yaitu;

- 1) Bapak Nazwim Ahmad S.Sos, M.A.P Sebagai kepala RRI Pro 1 Yogyakarta sekaligus pimpinan redaksi yang bertugas untuk membimbing dan mengkoordinasi tugas para karyawan.
- 2) Drs. Agus Wijanarko, M.Si Sebagai Koordinator Penyiaran yang bertugas mengelola siaran keseluruhan yang akan ditayangkan ke publik. Baik itu Pro 1. Pro 2 dan Pro 3.
- 3) Tinus Ohoira sebagai wakil redaksi yang bertugas untuk mengatur agenda setting yang setiap pagi dilakukan dan

memberikan arahan kepada reporter untuk melakukan peliputan.

- 4) Agus Pramanan sebagai Sub Koordinator siaran yang bertugas untuk melakukan pembagian tugas siaran dan melakukan dialog dengan narasumber dan mengelola media sosial.
- 5) Rosihan Anwar sebagai Koordinator lapangan untuk peliputan berita yang ada di Yogyakarta baik itu lokal maupun nasional.

## **1.6 Jenis Data**

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data primer dan sekunder, yaitu meliputi:

### **1.6.1. Data Primer**

Data primer adalah data yang peneliti dapatkan dari sumber aslinya secara langsung. Jenis data dan sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer yang peneliti peroleh langsung melalui wawancara dengan penanggung jawab pada manajemen divisi siaran RRI pro 1 Yogyakarta dan berperan langsung dalam hal redaktur siaran di radio republik indonesia (RRI).

### **1.6.2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dalam mencari dan merangkum informasi melalui berbagai sumber salah satunya kajian literatur yang dapat diakses baik itu yang dimiliki resmi LPP

RRI Pro 1 Yogyakarta. Contoh data sekunder seperti jurnal, laporan dan database. Data sekunder yang peneliti gunakan pada penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, artikel, dan data-data dari internet yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu strategi manajemen redaksi RRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi audiens. Dan peneliti terdahulu yang memiliki fokus dengan penelitian ini dengan batas waktu maksimal 10 tahun terakhir.

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka teknik dalam mengumpulkan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Yang mana data ini akan diambil dalam kurun waktu bulan Juni sampai dengan Agustus 2024, sehingga data yang diperoleh merupakan data terbaru agar nantinya data tersebut dapat dibatasi untuk penelitian kedepannya.

### **1.7.1 Wawancara**

Esterberg dalam Sugiyono, mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Pada penelitian ini teknik wawancara yang digunakan ialah Wawancara semi terstruktur, jenis wawancara ini termasuk dalam kategori *in-depth interview*, di mana pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara

lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.<sup>15</sup>

Wawancara ini ditunjukkan kepada informan untuk mendapatkan data tentang bagaimana strategi manajemen yang dilakukan oleh redaksi RRI Pro 1 Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi audiens. Dalam penelitian kualitatif, informan atau individu yang dipilih sebagai sumber informasi harus memenuhi standar tertentu sehingga topik penelitian dapat dipecahkan dan ditemukan. Kualitas data yang diperoleh selama proses menggali informasi atau mengamati seorang informan jelas bergantung pada kualitas pribadi informan tersebut, karena ini menentukan keabsahan data. Berikut adalah beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh informan penelitian:

1. Berada di tempat yang akan diteliti.
2. Memahami dan mengetahui kejadian atau permasalahan yang akan di bahas.
3. Dapat memberikan argumentasi dengan baik dan bijak.
4. Merasakan langsung dampak dari kejadian atau permasalahan.
5. Bersedia dan ingin menjadi informan penelitian.

Dalam menentukan suatu informan, harus melakukan pertimbangan yang signifikan agar nantinya mendapatkan data yang

---

<sup>15</sup> Sugiyono, 'Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D', in *Alfabeta* (Bandung: Alfabeta, 2020).

akurat dan baik, diantaranya beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan adalah:

1. Informan harus berada disuatu daerah atau tempat yang akan diteliti agar menguasai proses enkulturasi, sehingga permasalahan tersebut bukan hanya diketahui, namun juga dikuasi.
2. Informan harus mempunyai pemahaman mengenai objek dari permasalahan yang akan dibahas.
3. Informan dianggap masih terlibat atau berkecimpung dalam kegiatan yang sedang diteliti.
4. Informan harus menyampaikan argumen dengan informasi yang sebenarnya, bukan pada kemasannya sendiri.
5. Informan harus bersedia dan memiliki waktu untuk dimintai informasi mengenai permasalahan yang akan diteliti.

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada pimpinan kepala RRI Pro 1, wakil pimpinan redaksi, koordinator siaran, sub koordinator siaran, dan Reporter lapangan. Peneliti melakukan wawancara secara face to face untuk mengetahui proses tanya jawab. Sehingga menambah kepuasan dan keakuratan data yang didapatkan dari hasil wawancara.

### **1.7.2 Observasi**

Penulis menggunakan observasi tak berstruktur, karena fokus penelitian akan berkembang selama kegiatan penelitian berlangsung. Peneliti menjadi pengamat penuh (complete observer). Dalam prakteknya penulis mengobservasi kegiatan di RRI Pro 1 Yogyakarta untuk melihat seperti apa manajemen strategi yang diterapkan oleh redaksi untuk mempertahankan eksistensi audiens. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti harus memiliki kemampuan untuk melakukan observasi, yang juga harus melibatkan informan atau narasumber yang dapat membantu alur observasi. Dengan kata lain, observasi adalah kegiatan lapangan di mana peneliti dan individu atau informan terlibat dalam proses penelitian.

### **1.7.3 Dokumentasi**

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian sebagai pendukung peneliti, berupa data struktur organisasi, surat dan bukti suatu peristiwa atau sejarah tentang kantor redaksi RRI Pro 1 Yogyakarta. Dokumentasi ini digunakan untuk mempermudah dalam mengecek kebenaran suatu peristiwa, sehingga suatu penelitian menjadi valid.

## **1.8 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik analisis data dengan menggunakan teknik kualitatif deksriptif yang dimana Menurut Miles &

Huberman.<sup>16</sup> Proses analisis data kualitatif dibagi menjadi 3 alur kegiatan yang terjadi dalam waktu yang bersamaan. Ketiga alur tersebut yaitu Reduksi Data (*data reduction*), Penyajian Data (*data display*), dan Penarikan Simpulan dan Verifikasi.

Dalam penelitian kualitatif model yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data pada penelitian ini dilakukan agar data yang diperoleh bisa terklasifikasikan (terkelompokkan) dan terarah, serta memperjelas bukti berupa data-data yang diperlukan untuk melanjutkan proses penelitian. Pada proses ini, dilakukan penyaringan data yang tidak diperlukan agar sajian data mudah dipahami dan merujuk kepada kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

b. Penyajian Data

Dalam proses ini, data yang disajikan berupa deskripsi dan narasi yang dilengkapi dengan gambar, tabel, persentase, dan ilustrasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data diurutkan berdasarkan hasil reduksi data pada proses sebelumnya, kemudian data yang sudah diurutkan menjadi data yang siap disajikan secara sederhana, sistematis, dan logis agar mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

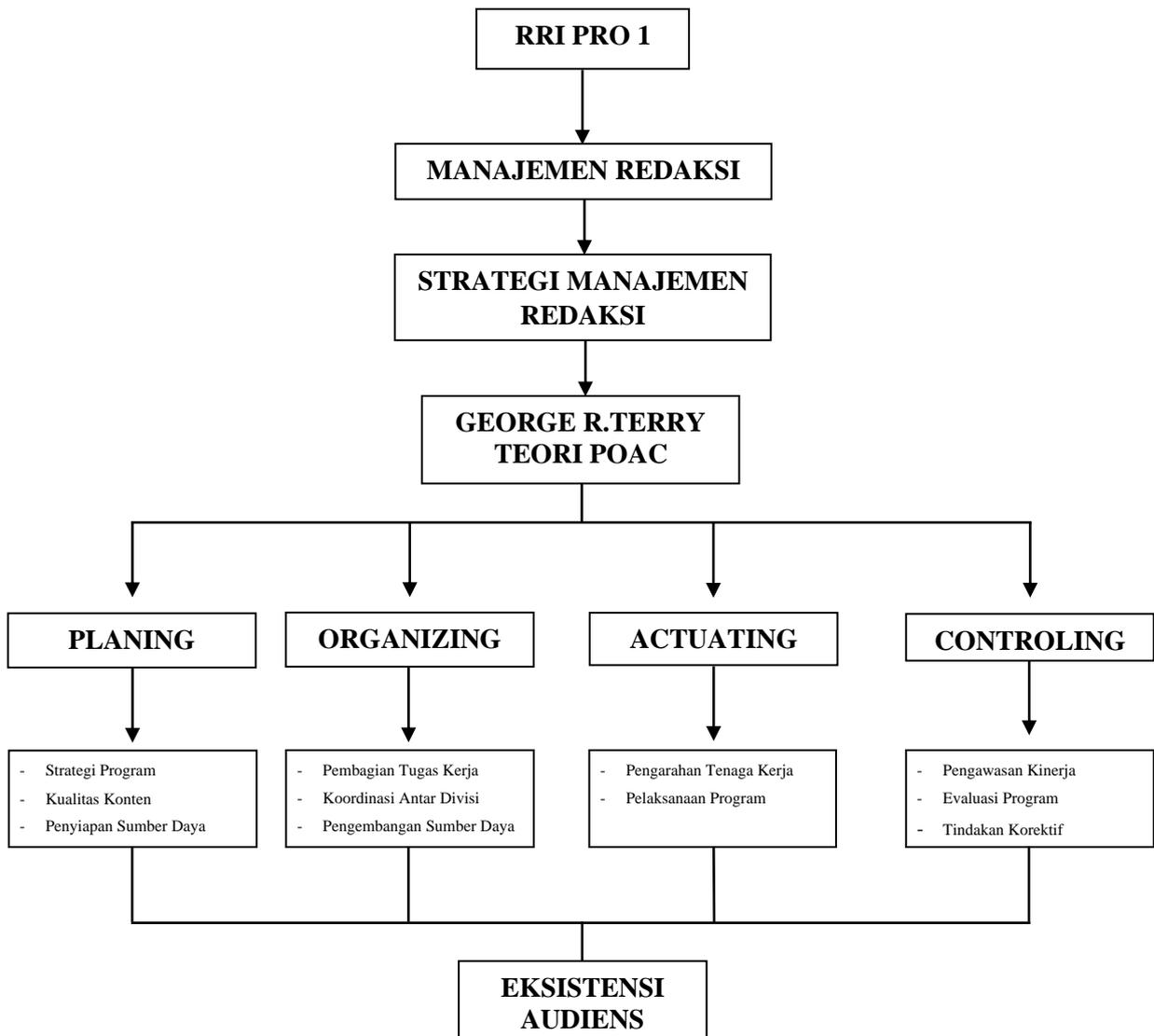
---

<sup>16</sup> Miles dan Huberman, 'Analisis Data Kualitatif' (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, 2019), hal. 16.

Proses penarikan kesimpulan dibuat secara singkat, jelas dan sederhana agar mudah dipahami oleh pembaca. Kesimpulan dari suatu penelitian harus relevan, maka dalam penelitian ini kesimpulan yang diberikan merujuk kepada sajian data yang sudah ada, yaitu terkait redaksi manajemen divisi siaran RRI pro 1 Yogyakarta dan berperan langsung dalam hal redaktur siaran di radio republik indonesia (RRI).

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasional Konsep

### 1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1.1 Kerangka Konsep

## **1.9.2 Definisi Konsep**

### **1.9.2.1 RRI PRO1**

Program Satu Radio Republik Indonesia atau dikenal sebagai Pro 1 RRI dan RRI Pro 1 (sebelumnya bernama Radio Republik Indonesia Nusantara Satu atau RRI Nusantara I) adalah salah satu dari 4 jaringan radio publik milik Radio Republik Indonesia. Jaringan ini terdiri dari berbagai stasiun daerah yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya Yogyakarta dengan FM 91.1 MHz.

Sebagai lembaga penyiaran publik, RRI Pro 1 memiliki status yang diatur oleh perundang-undangan, termasuk Peraturan Pemerintah Nomor 11 dan 12 Tahun 2005 serta Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002. Statusnya sebagai lembaga penyiaran publik menegaskan bahwa RRI Pro 1 merupakan badan hukum yang independen, netral, tidak komersial dan berfungsi untuk kepentingan masyarakat <sup>17</sup>.

### **1.9.2.2 Manajemen Redaksi**

Manajemen Redaksi adalah proses pengaturan dan pengelolaan yang dilakukan oleh sekelompok individu di dalam sebuah organisasi media massa, baik itu media cetak,

---

<sup>17</sup> Muhammad Havid and Lena Satlita, 'STRATEGI KOMUNIKASI KIPRAH DESA RRI PRO 1 YOGYAKARTA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PEMERINTAH' 2(2) (2022): 345–58.

elektronik, maupun online.<sup>18</sup> Tujuan utama dari manajemen redaksi adalah untuk mengelola produksi konten, memastikan kepatuhan terhadap standar editorial, serta mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan redaksi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen Redaksi melibatkan serangkaian proses pengaturan dan pengelolaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks penyiaran media massa.<sup>19</sup> Proses ini didasarkan pada fungsi-fungsi manajemen, yaitu:

a. Fungsi Perencanaan

Fungsi perencanaan adalah salah satu aspek penting dalam sebuah manajemen redaksi, karena fungsi perencanaan merupakan fungsi awal dalam jalannya suatu kegiatan dengan tujuan menentukan arah perusahaan RRI Pro 1 kedepannya. Setiap keputusan yang diambil akan menjadi landasan strategi. Dalam proses perencanaan memuat beberapa aspek penting sebagai berikut:

- a) Perencanaan Strategi Program,
- b) Perencanaan Menentukan Kualitas Konten, dan

---

<sup>18</sup> Rida Andriani, 'ANALISIS DESKRIPTIF MANAJEMEN REDAKSI PADA GLOBALPLANET.NEWS', *Jurnal Komunikasi Dan Media* 4, no. 2 (2019): 119–27.

<sup>19</sup> M.Kom.II Andini Nurbahri et al., 'Manajemen Produksi Pada Siaran Berita Lokal Kompas Medan Di Kompas TV', *Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)* Vol 3 No 2, no. 2774–2075 (2023): 3756–68.

c) Perencanaan Penyiapan Sumber Daya.

b. Fungsi Pengorganisasian

Fungsi kedua yaitu fungsi pengorganisasian, dalam manajemen redaksi pengorganisasian memuat hubungan atau koordinasi antar anggota ataupun divisi. Adapun beberapa aspek dari fungsi pengorganisasian meliputi:

- a) Pengorganisasian Pembagian Tugas Kerja,
- b) Koordinasi Antar Divisi, dan
- c) Pengorganisasian Pengembangan Sumber Daya.

c. Fungsi Pelaksanaan

Setelah berjalanya fungsi pengorganisasian yang terarah dan efisien, maka selanjutnya fungsi pelaksanaan yang tidak kalah pentingnya dalam sebuah manajemen redaksi guna menjalankan atau melaksanakan sebuah program penyiaran. Sehingga pelaksanaan mengandung beberapa aspek yang dapat di pahami, sebagai berikut:

- a) Pengarahan Tenaga Kerja, dan
- b) Pelaksanaan Program Penyiaran.

d. Fungsi pengendalian

Dimana proses pengawasan yang nantinya dapat menjadikan sebuah evaluasi pada suatu proses manajemen redaksi penyiaran. Oleh karena itu, beberapa aspek penting yang terdapat di fungsi terakhir pada suatu manajemen redaksi, yaitu:

- a) Pengawasan Kinerja yang telah dilakukan,
- b) Evaluasi Program, dan
- c) Tindakan Korektif.

Berdasarkan sudut pandang penelitian terdahulu yang sudah di uraikan di atas, maka peneliti mendefinisikan bahwa Manajemen Redaksi adalah proses pengelolaan yang melibatkan koordinasi dan pengaturan berbagai aspek produksi konten dalam sebuah media penyiaran, seperti radio, televisi, dan media daring. Peran manajemen redaksi sangat vital dalam mengarahkan dan mengontrol proses produksi konten, mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi perencanaan editorial hingga distribusi berita kepada audiens. Tentunya hal ini menyangkut berita mana yang layak muat maupun tidak. Kelaknyakan berita untuk di siarkan ini dimuat atau tidaknya kembali kepada kebijakan dari seorang manager.

### 1.9.2.3 Strategi Manajemen Redaksi

Strategi komunikasi manajemen redaksi merupakan salah satu perencanaan dalam meningkatkan minat penonton sudah baik dan sesuai terhadap proses perencanaan kegiatan, penyusunan pengorganisasian bisa ditangani dan dijalankan dengan baik, melakukan pengarahan menjalin komunikasi antar atasan dan karyawan, melakukan pengawasan dengan evaluasi bersama.<sup>20</sup>

Strategi Manajemen Redaksi adalah rencana tindakan yang dirancang dan dilaksanakan oleh tim redaksi sebuah media penyiaran untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dalam mengelola produksi konten. Strategi ini mencakup serangkaian langkah-langkah yang dirancang secara hati-hati untuk mengatasi tantangan, memanfaatkan peluang dan memenuhi kebutuhan audiens sambil mempertahankan dan meningkatkan eksistensi serta relevansi media penyiaran tersebut dalam lingkungan yang berubah-ubah. Strategi manajemen redaksi dapat mencakup berbagai aspek, yakni seperti perencanaan editorial, pengembangan konten, pemasaran, distribusi hingga interaksi dengan audiens. Dengan menggunakan strategi yang tepat, manajemen redaksi dapat memastikan bahwa

---

<sup>20</sup>Tiara Dwi and Djudjur Luciana Radjagukguk, 'Strategi Komunikasi Manajemen Redaksi Televisi Radio (TVR) Parlemen Dalam Meningkatkan Minat Penonton Di Era Digital', *Journal Of Social Science, Humanitis And Humaniora ADPERTISI* 2, no. 1 (2022): 16–28.

konten yang dihasilkan tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga relevan, menarik dan memenuhi harapan serta kebutuhan pemirsa.

#### 1.9.2.4 George R.Terry

Teori POAC pada dasarnya merupakan suatu prinsip dasar dari manajemen yang berfungsi untuk mengontrol dan mengatur.<sup>21</sup> Menurut George R. Terry manajemen redaksional mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.<sup>22</sup> Model yang dikemukakan oleh George R. Terry merupakan dasar dari proses manajemen dalam menjalankan organisasi guna untuk mencapai tujuan yang diinginkan. George R. Terry dalam buku *Principles of Management* menyatakan bahwa *management is the accomplishing of a predeteminde objectives through the efforts of otherpeople* atau manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Ade Putranto Prasetyo, 'Manajemen Media Massa : Konsep Dasar, Pengelolaan, Dan Etika Profesi' (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 176.

<sup>22</sup> Feri Purnama et al., 'MANAJEMEN MEDIA DIGITAL JURNAL GARUT DALAM MENJALANKAN MEDIAPRENEUR PIKIRAN RAKYAT', *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2, no. 6 (2023): 938–47.

<sup>23</sup> Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). *Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 52-60.

#### **1.9.2.5 Eksistensi Audiens**

Eksistensi Audiens merujuk pada keberadaan dan keterlibatan pemirsa atau audiens dalam mengonsumsi konten atau program yang disajikan oleh sebuah media penyiaran. Hal ini mencakup jumlah, karakteristik dan juga tingkat interaksi audiens dengan media tersebut.

### **1.9.3 Definisi Operasional**

#### **a. *Planing* (Perencanaan)**

Perencanaan adalah proses penentuan tujuan organisasi dan merancang langkah-langkah untuk mencapainya. Ini melibatkan perencanaan strategi program pada suatu penyiaran, membuat kualitas konten yang baik dan menarik, serta mempersiapkan sumber daya yang akan digunakan. Manajemen redaksi RRI Pro 1 Yogyakarta mengidentifikasi untuk membuat suatu keputusan mengenai sasaran (target audiens), Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih, sehingga memutuskan strategi yang akan digunakan. dimana pengelola media penyiaran harus mencurahkan waktu, tenaga dan keahlian yang dimiliki.

Selain itu, meningkatkan kualitas konten untuk menjangkau lebih banyak pendengar dan juga memperkuat interaksi dengan audiens. Kemudian, para manager mengembangkan rencana

tindakan yang rinci untuk setiap tujuan, termasuk alokasi sumber daya yang tepat, identifikasi penanggung jawab dan melakukan penetapan batas waktu yang realistis.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Secara garis besarnya, pengorganisasian melibatkan penataan sumber daya manusia, materi dan finansial organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Ini termasuk pembagian tugas kerja, pengkoordinasian antar divisi, serta pengembangan lebih lanjut mengenai sumber dayanya.

Point ini bertujuan untuk melihat bagaimana manajemen redaksi RRI Pro 1 di Yogyakarta dalam membagi tugas-tugas berdasarkan spesialisasi dan tanggung jawab antar divisi, serta bagaimana juga mereka membangun kerjasama tim yang solid dengan mengadakan rapat secara rutin, berbagi informasi dan mendukung pertukaran ide antar anggota tim. Selain itu, bagaimana para manager mengatur sumber daya yang diperlukan, seperti reporter, penyiar, dan peralatan produksi, untuk mendukung kegiatan redaksi secara efektif.

c. *Actualy* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan adalah tahap di mana rencana yang telah dibuat direalisasikan menjadi tindakan konkret. Ini melibatkan bagaimana RRI Pro 1 melakukan pengarahan terhadap tenaga

kerja dan melaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

d. *Controlling* (Pengendalian)

Kegiatan pengendalian atau pengawasan adalah proses pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan rencana untuk memastikan bahwa perencanaan RRI Pro 1 Yogyakarta tercapai secara efisien dan efektif. Hal ini meliputi pemantauan kinerja, evaluasi program yang dijalankan, serta tindakan korektif. Pengawasan membantu apakah perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan telah dilaksanakan dengan baik. Selain itu proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh stasiun penyiaran, departemen, dan staf telah mencapai rencana dan tujuan.

Proses evaluasi ini dilakukan terhadap setiap individu dan departemen. Ini memungkinkan pimpinan redaksi membandingkan kinerja yang direncanakan dengan yang sebenarnya. Perbaikan diperlukan jika kedua kinerja tidak sebanding, agar pengawasan efektif dalam mencapai target audiens, pengawasan harus dilakukan berdasarkan kinerja atau hasil kerja yang dapat diukur.

Selanjutnya, tindakan korektif mencakup penjelasan dan koreksi terhadap kesalahan yang ditemukan. memberikan solusi alternatif yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah yang

terjadi. Untuk memastikan bahwa semua tanggung jawab divisi dijalankan dengan benar, seorang managerial juga harus memahami berbagai cara. Hal ini dapat diketahui melalui proses pengawasan atau kontrol.