

**ANALISIS KEBIJAKAN  
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
DALAM PENGEMBANGAN RADIO KAYONG UTARA  
SEBAGAI MEDIA PUBLIK  
DI KABUPATEN KAYONG UTARA**

*AN ANALYSIS ON THE POLICY OF  
COMMUNICATION AND INFORMATICS DEPARTMENT  
IN THE DEVELOPMENT OF NORTH KAYONG RADIO  
AS A POLITICAL MEDIUM  
IN NORTH KAYONG REGENCY*

**ADVENTIUS FUJI  
E022181029**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

**ANALISIS KEBIJAKAN  
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
DALAM PENGEMBANGAN RADIO KAYONG UTARA  
SEBAGAI MEDIA PUBLIK  
DI KABUPATEN KAYONG UTARA**

*AN ANALYSIS ON THE POLICY OF  
COMMUNICATION AND INFORMATICS DEPARTMENT  
IN THE DEVELOPMENT OF NORTH KAYONG RADIO  
AS A POLITICAL MEDIUM  
IN NORTH KAYONG REGENCY*

**TESIS**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

ADVENTIUS FUJI  
E022181029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

**ANALISIS KEBIJAKAN**

**DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**DALAM PENGEMBANGAN RADIO KAYONG UTARA**

**SEBAGAI MEDIA PUBLIK DI KABUPATEN KAYONG UTARA**

Disusun dan diajukan oleh

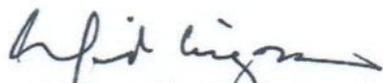
**ADVENTIUS FUJI**

E022181029

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **3 Februari 2021**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

  
**Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc.**  
Nip. 195204121976031017

Ketua Program Studi  
Administrasi Publik,

  
**Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.**  
Nip. 196107161987021001

Pembimbing Pendamping,

  
**Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.**  
Nip. 197402232001121002

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

  
**Prof. Dr. H. Armin, M.Si.**  
Nip. 196511091991031008

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adventius Fuji  
Nomor Induk Mahasiswa : E022181029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 3 Maret 2021

Yang menyatakan,  
  
Adventius Fuji



## KATA PENGANTAR

Puji Tuhan setinggi-tingginya kepada Allah Bapa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Penulis menyadari terdapat ketidaksempurnaan di dalam tesis ini, akan tetapi penulis telah berusaha maksimal untuk memberikan yang terbaik, sesuai dengan kompetensi yang penulis miliki, sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Dalam penulisan tesis ini, tentunya penulis menghadapi beberapa kendala yang harus dihadapi, sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Semua kendala tersebut dapat diatasi, tentunya tidak lepas dari kontribusi berupa dukungan dari pihak yang sangat membantu dalam penyusunan tesis ini, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih setulusnya, kepada:

1. Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc. yang bertindak sebagai pembimbing pertama dan Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si. sebagai pembimbing kedua yang telah berkenan memberikan arahan, dukungan, bantuan dan masukan yang sangat positif terkait pengembangan diri penulis;
2. Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si., Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si. dan Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si. selaku tim penguji yang telah

memberikan arahan, perbaikan dan masukan yang baik dalam penyelesaian tesis ini;

3. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kayong Utara, Ibu Aslinda yang telah memberikan kesempatan dan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian di instansi Dinas Komunikasi dan Informatika dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kayong Utara;
4. Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kayong Utara, Bapak Sugeng dan seluruh jajaran staf yang berada di Bidang Komunikasi Publik, secara khusus Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kayong Utara;
5. Kepala Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kayong Utara, serta seluruh jajarannya yang telah bersedia memberikan ruang dan waktu bagi penulis untuk melakukan penelitian;
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang telah dibagikan kepada penulis;
7. Orang tua tersayang, Bapak Selan dan Ibu Yuli yang sangat memotivasi dan memberikan dukungan kepada penulis secara moral dan finansial dalam penyelesaian tesis ini;
8. Keempat saudariku, Kak Titin, Kak Lilis, Kak Siska, Dean beserta keponakan-keponakan yang sangat dekat dengan penulis, Janssen, Reiner, Ardo, Niclind, Jolin dan Nifo yang senantiasa

memberikan dukungan moral berupa semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini;

9. Segenap Staff Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Sekolah Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin, yang telah membantu sejak proses perkuliahan sampai dengan selesainya ujian tesis;

Penulis menyadari dalam penulisan tesis ini terdapat kekurangan, oleh karenanya saran dan kritik dari semua pihak diharapkan oleh penulis demi pengembangan dan penyempurnaan di penelitian selanjutnya. Penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang ingin mengembangkan ilmunya secara khusus di bidang Ilmu Komunikasi. Kasih Tuhan selalu bersama kita, Tuhan Memberkati.

*Adil Ka' Talino Bacuramint Ka'Saruga Basengat Ka' Jubata.*

Makassar, 3 Maret 2021



Adventius Fuji

## ABSTRAK

**ADVENTIUS FUJI.** *Analisis Kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Pengembangan Radio Kayong Utara sebagai Media Publik di Kabupaten Kayong Utara (dibimbing oleh Hafied Cangara dan Alem Febri Sonni).*

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam pengembangan Radio Kayong Utara, kesiapan sumber daya manusia, rencana pengembangan sarana dan prasarana dan faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan yang menghambat dalam operasionalisasi dan pengembangan Radio Kayong Utara sebagai media publik di Kabupaten Kayong Utara.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi dengan teknik observasi partisipatoris dan wawancara terhadap delapan informan di manajemen radio. Perencanaan komunikasi radio akan dianalisis menggunakan model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah dan agenda setting untuk mengetahui konsep penyiaran pemerintahan Kayong Utara. digunakan konsep analisis kebijakan publik untuk menganalisis beberapa kebijakan yang telah diterbitkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2015 menjadikan manajemen radio tidak terikat ke Dinas Komunikasi dan Informatika. Hasil wawancara diperoleh bahwa Radio Kayong Utara dalam pengembangan sarana dan pra sarana dengan identifikasi kebutuhan infrastruktur, anggaran untuk pengadaan, perawatan infrastruktur, peningkatan jaringan internet dan pemancar. Dalam hal pengembangan sumber daya manusia dengan dibentuk Dewan Pengawas, Dewan Direksi dan Staf Operasional. Kekuatan operasional radio adalah satu-satunya media massa pemerintah di Kayong Utara, pemuktahiran Standar Operasional Prosedur dalam Manajemen Radio. Hambatan operasional yaitu jangkauan wilayah siaran belum merata, identifikasi kegiatan penyiaran yang belum terarah dan anggaran terbatas.

Kata kunci: Kebijakan, Dewan Direksi, Manajemen Radio, Rencana Kerja Anggaran



## ABSTRACT

**ADVENTIUS FUJI.** *An Analysis on the Policy of Communication and Informatics Department in the Development of North Kayong Radio as a Political Medium in North Kayong Regency* (supervised by **Hafied Cangara** and **Febri Sonni**)

The aim of this research is to determine the policy of Communication and Informatics Department in the development of North Kayong Radio, the preparation of human resources, facility and infrastructure development plan, and the strength and inhibiting factors in the operation and development of North Kayong Radio as a public medium in North Kayong Regency.

This research was a qualitative study. The data were obtained through participant observation and interview to eight informants in radio management. Radio communication planning used Five-Step Communication Planning and agenda setting to find out the concept of broadcasting performed by the government of North Kayong. The analysis of public policy was conducted to analyze some policies having been issued by Communication and Informatic Service.

The results of the research indicate that Regional Regulation Number 12 Year 2015 made radio management independent from Communication and Information Technology Office. The results of the interview indicate that North Kayong Radio is necessary to develop facilities and infrastructures, budget for provision, the maintenance of infrastructure, and the improvement of internet network and transmitter. In relation to the development of human resources, Supervisory Board, Director Board, and Operational Staff are formed. The operational strength of radio is the only one government mass medium in North Kayong, the update of Radio Management Standard Operational Procedure. The operational handicaps found are the uneven coverage of broadcasting area, the identification of broadcasting activities that have been directed, and limited budgets.

Key words: Policy, Board of Director, Radio Management, Budget Work Plan



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	12
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Konsep	
1. Radio sebagai Media Massa .....	13
2. Jenis Penyiaran Radio .....	18
3. Organisasi Penyiaran Radio .....	19

4. Manajemen Radio Siaran .....	23
5. Perencanaan Komunikasi .....	35
B. Landasan Teori	
1. Teori Perencanaan Media.....	46
2. Teori Proses Kebijakan Publik.....	49
3. Teori Agenda Setting.....	52
C. Penelitian Terdahulu .....	55
D. Kerangka Pikir .....	56

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian .....	57
B. Jenis Penelitian .....	61
C. Lokasi Penelitian.....	63
D. Sumber Data.....	63
E. Unit Analisis .....	64
F. Informan .....	65
G. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	66
H. Teknik Analisis Data .....	69
I. Tahap-Tahap Penelitian dan Jadwal.....	71

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. HASIL PENELITIAN**

1. Sekilas Pandang Kabupaten Kayong Utara.....	73
2. Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Kayong Utara.....	77
3. Profil LPPL Radio Kayong Utara.....	80
4. Struktur Organisasi LPPL Radio Kayong Utara.....	86
5. Tata Kelola Radio Kayong Utara.....	87
6. Rencana Pengembangan Radio Kayong Utara.....	99
7. Beberapa Kebijakan Dasar Penyelenggaraan Penyiaran LPPL RKU.....	102
8. Hasil Wawancara.....	149

### **B. PEMBAHASAN**

1. Kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Pengembangan RKU Sebagai Media Publik.....	179
2. Kesiapan SDM Dinas Komunikasi dan Informatika dan Rencana Pengembangan Sarana dan Pra Sarana RKU Sebagai Media Publik di Kabupaten Kayong Utara.....	182
3. Faktor-Faktor Apa Saja yang Menjadi Kekuatan dan Menghambat dalam Operasionalisasi dan Pengembangan RKU Sebagai Media Publik.....	187

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	194
B. Saran.....	197
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>199</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1 Daftar Informan Penelitian .....	63
Tabel 2 Luas Wilayah Kab. Kayong Utara Menurut Kecamatan.....	72
Tabel 3 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan .....	72
Tabel 4 Sarana dan Prasarana LPPL Radio Kayong Utara .....	107
Tabel 5 Sumber Daya Manusia di LPPL Radio Kayong Utara .....	109
Tabel 6 Jadwal Program Siaran Radio Kayong Utara .....	117
Tabel 7 Pendengar Berdasarkan Usia .....	119
Tabel 8 Pendengar Berdasarkan Jenis Kelamin .....	120
Tabel 9 Pendengar Berdasarkan Pekerjaan .....	121
Tabe 10 Ringkasan Hasil Wawancara dengan Narasumber .....	199

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1 Penjabaran Perencanaan Komunikasi .....	34
Gambar 2 Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah .....	45
Gambar 3 Bagan Kerangka Pikir .....	54
Gambar 4 Letak Geografis dan Tipografis Kayong Utara.....	71
Gambar 5 Struktur Organisasi Diskominfo Kayong Utara .....	76
Gambar 6 Gambar Tata Ruang Studio dan Pemancar Radio Kayong Utara.....	104
Gambar 7 Gambar Diagram Sistem Konfigurasi Studia Pemancar Radio Kayong Utara.....	105
Gambar 8 Logo LPPL Radio Kayong Utara .....	106
Gambar 9 Bagan Struktur Organisasi Radio Kayong Utara .....	108
Gambar 10 Peta Jangkauan Siaran Radio Kayong Utara .....	116

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di zaman sekarang yang ditandai dengan adanya kehadiran media massa sangat berperan penting dalam penyebaran informasi yang *update*. Hal inilah yang membuat industri media menjadi industri yang terus berubah mengikuti gaya hidup masyarakat masa kini, bahkan tidak jarang media menjadi pelopor dalam menginformasikan informasi-informasi yang menjadi *trend setter* di tengah masyarakat. Sehingga pada tujuan akhirnya memudahkan masyarakat dalam hal akses berita yang dikonsumsi setiap hari, dimanapun berada untuk mendapatkan informasi seputar kebijakan pemerintah dalam mewujudkan pemerintahan yang baik atau dikenal dengan istilah *good governance*.

Berdasarkan pada istilah *good governance* yang sebagai konsep tolak ukur bagi keberhasilan pembangunan sekaligus pula menjadi dasar acuan setiap kebijakan pemerintah baik di tingkat pusat maupun daerah, definisi *governance* khususnya dalam konteks pembangunan bertujuan untuk pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial dengan landasan dan tujuan pembangunan. Dengan demikian *good governance* adalah mekanisme pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial yang substansial dan penerapannya untuk menunjang pembangunan yang

stabil dengan syarat utama efisien dan relatif merata. Asian Development Bank (ADB) menegaskan adanya konsensus umum bahwa *good governance* dilandasi oleh 4 pilar yaitu akuntabilitas, transparansi, prediktabilitas dan partisipasi yang semuanya saling berintegrasi satu sama lain.

Gagasan kebijakan sebagai dasar politik dan gagasan politik yang ditetapkan sebagai kebijakan nantinya akan diganti oleh gagasan kebijakan sebagai politik yang menjalankan atau mengimplementasikan kebijakan, sebagai administrasi atau birokrasi. Dari definisi diatas mensyaratkan adanya kaitan antara kebijakan dengan pemerintahan atau kepemimpinan, sehingga kebijakan merupakan perwujudan dari hasil olah pikir pemimpin atau pemerintah yang diimplementasikan.

Kebijakan media harus dapat meregulasi media sebagai sebuah industri. Kebijakan yang ada tidak mampu mengatur prinsip ekonomi yang berorientasi pada keuntungan yang diterapkan oleh media. Sementara itu, para pembuat kebijakan pemerintah belum dapat mengatur batasan praktek komunikasi yang tegas antara monopoli dan oligopoli. Ketiadaan kebijakan yang secara khusus mempertimbangkan aspek komersial industri media dan mengatur aktivitasnya merupakan salah satu faktor yang memungkinkan ekspansi industri media yang pesat yang semuanya diatur di dalam UU Penyiaran No. 32/2002 telah memuat sejumlah batasan (Pasal 18) dan melarang kepemilikan silang, namun Peraturan Pemerintah No. 50/2005 gagal mendukung kebijakan tersebut.

Di masa yang akan datang, kebijakan media perlu meletakkan dan memperlakukan industri media dalam sektor khusus dengan kajian analisis yang tepat, dengan pertimbangan bahwa industri ini mempergunakan sumber daya milik publik, sehingga tidak seharusnya diberi kebebasan untuk memanfaatkannya demi kepentingan pribadi. Kuncinya adalah dengan menyadari bahwa industri media massa harus dipisahkan dari industri lainnya karena dampak yang ditimbulkan tidak dapat dihitung dengan perhitungan ekonomis yang masuk akal.

Berkembangnya zaman dan banyaknya perubahan baik itu perubahan sosial ataupun berkembangnya teknologi yang ada sehingga siklus masyarakat banyak mengalami perubahan, butuh adanya kebijakan-kebijakan baru dari pemerintah dalam mengakomodir perubahan tersebut. Karena itu dalam pembuatan kebijakan harus dibuat secara matang dan perlu adanya banyak pertimbangan sehingga apakah kebijakan tersebut layak di terapkan atau tidak. Pentingnya suatu kebijakan yang akan diterapkan harus melalui tahapan tertentu sehingga kebijakan tersebut bisa dikatakan layak atau tidak. Maka dari itu, diperlukan pengetahuan tentang teori proses kebijakan dan perumusan kebijakan untuk membuat kebijakan tersebut supaya layak untuk diterapkan karena telah melalui beberapa tahapan.

Meskipun hal tersebut memiliki landasan teoritis, bahwa dalam level empiris kebijakan dan perkembangan media massa tidak dapat dipisahkan; setidaknya dalam konteks negara Indonesia. Namun,

perubahan ini tidak hanya melibatkan kebijakan dan faktor politik, tetapi juga faktor ekonomi, yang kerap terabaikan. Dalam hal ini yang sering tidak diperhatikan adalah kekuatan kebijakan dalam menentukan arah perkembangan media. Penjelasan yang mungkin atas hal ini adalah ketidakterediaan data yang menyeluruh mengenai perkembangan dan kebijakan media. Hasilnya, pendekatan utama dalam riset dan analisis kebijakan sering tereduksi dan gagal mengenali karakteristik alami media massa sebagai ranah publik dan kerumitan di balik kinerja media massa.

Sehingga harus ditemukan sebuah analisis dan kajian media untuk memperbaiki sektor-sektor yang ada dalam ilmu komunikasi. Jika tidak, risikonya adalah kemungkinan ada tiga aspek penting dari riset media yang lolos dari perhatian kita: (i)sejauh apa dan bagaimana kebijakan-kebijakan media berhubungan dengan ekspansi industri media massa saat ini; (ii)sejauh apa dan bagaimana kebijakan-kebijakan media mempengaruhi konten media massa; dan (iii)apakah kebijakan-kebijakan media dan kerangka kerja regulasi yang ada saat ini telah cukup untuk menjamin kesediaan media massa untuk membudayakan publik, dan jika ya, sejauh apa pengaruhnya.

Memahami ketiga aspek tersebut akan membantu mengeksplorasi hak-hak masyarakat terhadap peran dari media massa. Yang dapat disebut sebagai hak masyarakat atas media massa dalam hal ini adalah Radio Kayong Utara mencakup tiga dimensi. Adapun dimensi tersebut yang pertama, akses masyarakat terhadap informasi. Akses ini

memungkinkan kelompok mana pun, terutama yang lemah, untuk dapat terlibat dalam upaya pengembangan manusia serta dapat memperbaiki hidup mereka. Kedua, akses masyarakat terhadap infrastruktur media. Dalam hal ini, kesetaraan ketersediaan dan akses terhadap infrastruktur media harus terpenuhi. Ketiga, akses masyarakat untuk mempengaruhi kerangka hukum dan peraturan.

Kebijakan publik dan kerangka hukum secara umum harus dikonsultasikan dengan masyarakat. Meski begitu, masyarakat yang tidak mendapatkan informasi dan berdaya tidak akan mampu berpartisipasi dalam proses penting ini. Dalam penelitian ini, penulis hendak menyampaikan tiga aspek penting tersebut dengan menelusuri perkembangan kebijakan media massa di Indonesia, serta menganalisis dan mempertimbangkan semua data empiris yang tersedia baik data primer maupun sekunder, secara kuantitatif maupun kualitatif.

Dalam pengembangan kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kayong Utara terhadap Radio Kayong Utara khususnya dalam memberi pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas isu-isu media massa di daerah setempat. Dengan harapan hasil penelitian ini bisa digunakan untuk memperkaya dan memberdayakan kelompok dan organisasi masyarakat sipil di Kabupaten Kayong Utara dalam wacana dan upaya *Centre for Innovation Policy and Governance* dengan cara memetakan kebijakan dengan membentuk

hubungan dengan kelompok media, dan/atau dalam penggunaan media untuk mendorong aktivitas sipil mereka.

Kabupaten Kayong Utara adalah sebuah kabupaten di provinsi Kalimantan Barat, Indonesia yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Kabupaten Ketapang, dengan Ibu kotanya berada di Kecamatan Sukadana. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2007 pada tanggal 2 Januari 2007. Kabupaten Kayong Utara merupakan 1 dari 16 usulan pemekaran kabupaten/ kota yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat pada tanggal 8 Desember 2006, dimana kabupaten ini merupakan kabupaten termuda di Kalimantan Barat dengan luas wilayah terkecil yaitu 4.568,26 km<sup>2</sup>, dengan jumlah penduduk 95.594 jiwa (2010), memiliki 6 wilayah kecamatan antara lain, Kecamatan Kepulauan Karimata, Pulau Maya, Seponti, Simpang Hilir, Teluk Batang dan Sukadana.

Sebagai dasar kajian analisis media dapat diambil salah satu contoh kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Kayong Utara secara umum adalah di Desa Sedahan Jaya dengan julukan “Kampung Bali” yang merupakan bagian dari Kecamatan Sukadana, Kabupaten Kayong Utara (Kalimantan Barat), biasanya pada bulan Desember-Januari merupakan saat yang tepat untuk melakukan wisata mengunjungi kabupaten termuda di Kalimantan Barat ini karena pada bulan-bulan ini penduduk setempat sedang melakukan panen durian. Biasanya tiap panen besar atau disebut buah raya, penduduk banyak membuat

makanan yang diolah dari buah durian yang di daerah setempat disebut lempok (dodol durian).

Kabupaten Kayong Utara mengedepankan sektor pariwisata dalam pengembangan wilayah jangka panjang sehingga sektor ekonomi yang berkaitan dengan industry kreatif tentunya menjadi perhatian khusus untuk dipromosikan. Salah satu contohnya adalah produksi lempok khas Kabupaten Kayong Utara ini sudah sering dipamerkan pada acara jajanan daerah, bahkan sudah menembus pasar dunia. Durian asli dari daerah ini juga sering dijual keluar kabupaten dan biasanya tujuan utamanya ke Kabupaten Ketapang yang merupakan kabupaten induk dan sekitaran Kalimantan Barat. Selain memiliki rasa yang khas durian dari Sukadana ini juga memiliki keanekaragaman varitasnya, sehingga cocok untuk para ilmuwan yang akan meneliti bagaimana khasnya buah durian di kawasan ini. Sehingga Kayong Utara memproklamirkan diri sebagai Kota Durian di Provinsi Kalimantan Barat ([www.kayongutarakab.go.id](http://www.kayongutarakab.go.id)).

Berdasarkan hal di atas, pengelolaan potensi wisata di Kabupaten Kayong Utara dengan kebijakan pemerintah sebagai pendukung perluasan promosi wisata salah satunya dengan memanfaatkan media massa khususnya radio, dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang baik tentunya dengan ada keterbukaan informasi kepada masyarakat, salah satunya yaitu peran media massa dalam mendukung tercapainya *good governance*, sehingga media massa berperan penting dalam hal penyebaran informasi. Kabupaten Kayong Utara sebagai kabupaten

termuda dan terkecil dalam hal luas wilayah perlu memiliki media massa yang berpotensi menjadi pilar pemerintah yang vital dalam menyampaikan kinerja pemerintah kepada masyarakat. Melihat keadaan luas wilayah Kabupaten Kayong Utara sebagai wilayah Kabupaten terkecil di Kalimantan Barat dengan keterbatasan sarana dan pra sarana yang ada menjadikan media massa radio merupakan media massa potensial untuk dikembangkan, dengan melihat kecenderungan masyarakat Kabupaten Kayong Utara yang masih banyak mendengarkan radio. Di samping itu pula, media baru seperti internet dalam mengakses media sosial kurang digunakan di sebagian wilayah Kabupaten Kayong Utara, bukan karena tidak peka terhadap perkembangan media baru, akan tetapi jaringan seluler tidak mendukung di bagian wilayah tersebut sehingga radio masih menjadi “primadona” di Kabupaten Kayong Utara, dibandingkan jenis media massa lainnya, khususnya internet.

Dalam mewujudkan pemerintahan yang baik dengan kebijakan-kebijakan yang telah dibuat dan dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Kayong Utara maka dibentuklah Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kayong Utara 101,5FM resmi diluncurkan pada 18 Nopember 2015. Radio milik Pemerintah ini dibentuk atas dasar Peraturan Daerah Kabupaten Kayong Utara Nomor 12 Tahun 2015 tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kayong Utara sebagai sarana layanan komunikasi kepada masyarakat Kabupaten Kayong Utara sehingga radio ini dapat berfungsi sebagai sarana layanan komunikasi kepada masyarakat Kabupaten Kayong Utara dan sekitarnya yang berfungsi

sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, dan sebagai alat kontrol dan perekat sosial, perlu adanya media penyiaran publik lokal sebagai perpanjangan tangan pemerintah untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang bersifat independen, netral dan tidak komersial sehingga radio pemerintah dapat berperan dalam penginformasian program-program pro masyarakat sebagai bentuk aplikasi kebijakan yang sudah dibuat oleh Dinas Komunikasi dan Informatika.

Di samping itu pula, Radio Kayong Utara merupakan salah satu media yang kompatibel untuk menjawab urgensi media massa di Kayong Utara yang sesuai dengan karakteristik sebagai kabupaten baru di Provinsi Kalimantan Barat, dan dengan pertimbangan belum adanya sumber daya manusia yang berkompetensi di bidang media massa lain di pemerintahan dan masalah keterbatasan anggaran daerah. Radio Kayong Utara masih dalam pengembangan dan belum dapat melangkah ke radio dengan sistem live streaming dikarenakan kecepatan internet yang masih rendah sekitaran 10 mbps di kecamatan Sukadana yang merupakan lokasi Radio Kayong Utara didirikan (Tribun Pontianak edisi Senin, 2 April 2018), serta keterbatasan sumber daya listrik dimana Kabupaten Kayong Utara di sebagian wilayahnya masih bergantung kepada pasokan di kabupaten induk yaitu Kabupaten Ketapang. Radio Kayong Utara masih menjadi media massa satu-satunya yang kompatibel di Kayong Utara, karena lewat media inilah kegiatan dalam pemerintahan dapat disiarkan secara langsung melalui gelombang radio. Kemudian, tim teknis Radio

Kayong Utara telah melakukan survey ke masyarakat Kayong Utara tentang seberapa sering mereka mendengarkan radio berdasarkan segmentasi masyarakat itu sendiri.

Kesimpulan yang dapat diperoleh adalah bahwa Radio Kayong Utara memiliki banyak program *off air* yang melibatkan masyarakat sebagai pendengar aktif untuk hadir meramaikan kegiatan tersebut. Hasilnya masyarakat selalu antusias hadir dalam program siaran Karaoke Dangdut secara *off air* maupun hari ulang tahun Radio Kayong Utara dan tidak lupa selalu membagikan hadiah kepada masyarakat atau pendengar aktif dengan syarat mereka harus bisa menjelaskan pengetahuan umum tentang Radio Kayong Utara. Hal ini sebagai tolak ukur manajemen radio menilai minat yang masih tinggi untuk mendengarkan Radio Kayong Utara. Sehingga perlu disempurnakan dengan sebuah analisis kebijakan yang tepat untuk pengembangannya.

Berdasarkan kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Kayong Utara, maka Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai unit pelaksana memiliki peran dan fungsi mengembangkan Lembaga Penyiaran Publik Lokal milik Pemerintah, Radio Kayong Utara sebagai media publik, sehingga penulis ingin mengambil judul penelitian Analisis Kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Pengembangan Radio Kayong Utara Sebagai Media Publik Di Kabupaten Kayong Utara.

## **B. Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam pengembangan Radio Kayong Utara sebagai media publik ?
- b. Bagaimana kesiapan sumber daya manusia Dinas Komunikasi dan Informatika dan rencana pengembangan sarana dan prasarana Radio Kayong Utara sebagai media publik di Kabupaten Kayong Utara ?
- c. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan yang menghambat dalam operasionalisasi dan pengembangan Radio Kayong Utara sebagai media publik ?

## **C. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menggambarkan kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam pengembangan Radio Kayong Utara sebagai media publik.
- b. Untuk menganalisis kesiapan sumber daya manusia Dinas Komunikasi dan Informatika dan rencana pengembangan sarana dan prasarana Radio Kayong Utara sebagai media publik di Kabupaten Kayong Utara.
- c. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan yang menghambat dalam operasionalisasi dan pengembangan Radio Kayong Utara sebagai media publik.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya analisis kebijakan dunia penyiaran, kebijakan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika terhadap Radio Kayong Utara dengan menerapkan teori komunikasi dalam penelitian. Dapat menjadi masukan bagi Dinas Komunikasi dan Informatika untuk mengimplementasikan kebijakan yang baik kedepannya dan menjadi kontrol dalam subjektivitas media pada kegiatan penyiaran lembaga pemerintah khususnya dan penyiaran pada umumnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Konsep

##### 1. Radio Sebagai Media Massa

Bentuk komunikasi dalam radio sama halnya dengan komunikasi massa yang lain karena radio merupakan salah satu media massa, oleh karena itu radio tentunya juga memiliki beberapa sifat dari media massa (Effendy, 2013: 79), yakni meliputi:

- a. Publisitas, disebarakan kepada publik, dengan sasarannya adalah khalayak umum, tidak adanya batasan yang mendengarkan radio, semuanya tinggal *audience* yang menentukan sikapnya sendiri apakah akan mendengarkan atau tidak ada unsur pemaksaan.
- b. Universal, bersifat umum yang membahas aspek kehidupan yang dialami masyarakat umum, baik yang berkenaan dengan dunia bisnis, hubungan sosial, serta mengenai pesona hayati.
- c. Periodisitas, radio bersifat berskala atau tetap, sebagai contoh Kompas harian atau mingguan, sedangkan di media massa radio pesan disampaikan hanya pada saat radio mengudara (*On Air*).
- d. Kontinuitas, keseimbangan atau terus-menerus sesuai dengan jadwal mengudaranya siaran radio, dan sebuah program siaran dari radio setiap harinya. Walaupun ada sebuah program yang baru tapi program tersebut juga akan diulang sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

- e. Aktualitas, berisi hal yang baru, seperti halnya informasi atau laporan dari sebuah peristiwa yang terbaru, tips-tips baru dengan berbagai macam bidang dan juga sebagainya. Disisi lain aktualitas juga mencapai titik kecepatan dari penyampaian sebuah informasi.

Sebuah radio juga memiliki karakteristik yang menjadi ciri khas, diantaranya :

- a. Auditori, *Sound Only*, Auditif. Radio adalah merupakan media yang menyajikan “suara” untuk didengarkan oleh khalayak, dikonsumsi atau dirasakan dengan panca indera, sehingga ini mempunyai arti bahwa apapun yang disampaikan melalui radio harus berupa suara yang mampu ditangkap oleh indera pendengaran, sehingga penerimaan pesan kepada khalayak dapat diterima dengan baik.
- b. Transmisi, proses pengiriman pesan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (pendengar) melalui pemancar yang jangkauannya sangat luas, sehingga penyebaran informasi juga ditentukan dengan daya pemancar yang digunakan oleh station radio.
- c. Mengandung gangguan, hal ini karena radio menggunakan gelombang sebagai perantara sinyal, tentunya gelombang yang merambat lewat udara ini memiliki gangguan, jika kondisi alam baik maka penerimaan sinyal akan baik, sehingga radio dari sinyal radio kondisinya tidak menentu. Semuanya tergantung pada kondisi alam (cuaca). Selain itu juga ada faktor lain yang biasanya mengganggu siaran dalam radio yakni gangguan teknis.

- d. *Theatre Of Mind*, sebuah konsep yang mengilustrasikan layaknya ruang bioskop yang berada dalam pikiran imajinasi pendengar, radio harus mampu menciptakan imajinasi atau khayalan kepada pendengar, dengan kekuatan kata dan juga suara dari penyiar, musik dan bunyi yang lainnya.
- e. Identik dengan musik, secara umum orang mendengarkan radio untuk mendengarkan lagu atau musik tertentu dengan motivasi untuk mencari hiburan saja, inilah yang merupakan sarana untuk pendengar menyukai musik yang beraneka ragam, tentunya di dalam radio yang memiliki strategi khusus untuk menyajikan program musik di radio tersebut setiap harinya atau yang dikenal dengan istilah segmentasi musik. Tidak jarang juga, radio itu menyajikan beraneka ragam musik dalam satu program siaran sekaligus (*radio all segment*), dan radio akan menentukan satu jalur musik yang akan di bagi menjadi beberapa jalur dalam satu jenis musik (*radio one segment*).

Di samping itu pula radio sebagai media massa memiliki kekuatan yang menjadi ciri khasnya (Effendy, 1993: 139), adapun antara lain:

- a. Cepat dan langsung, berbeda dengan media massa yang lainnya seperti televisi ataupun koran yang membutuhkan proses yang rumit, radio hanya membutuhkan jaringan telepon untuk memberitakan berita kepada pendengar dari seorang wartawan yang sedang live di tempat kejadian perkara secara langsung.

- b. Akrab. Radio dikatakan akrab karena merupakan media massa yang sangat dekat dengan pendengarnya, karena pendengar radio mengakses radio hampir setiap hari tanpa mengenal batasan aktifitas dan waktu. Pendengar bisa mendengarkan siaran radio ketika bekerja, belajar dan kegiatan santai bersama keluarga. Bahkan radio dijadikan teman untuk mengiringi rutinitas sehari-hari oleh pendengarnya.
- c. Personal. Radio dapat menjadi teman dengan menyentuh secara pribadi khalayak sebagai pendengar. Dengan mendengarkan siaran lewat suara kepada pendengar, seolah-olah penyiar hadir di tengah-tengah pendengarnya dengan melakukan hubungan komunikasi dengan menyentuh hati dibenak pendengarnya. Disamping itu, ada beberapa penyiar yang menggunakan *event* tertentu untuk berjumpa, bertemu dengan pendengarnya dengan harapan kedekatan itu bisa terjalin mesra nantinya atau bisa dikatakan kegiatan *off air* dari sebuah radio.
- d. Hangat. Seorang penyiar dengan suaranya yang dapat mengirimkan kehangatan kepada pendengar, dengan memberikan tambahan sentuhan musik dan efek yang dapat memberikan imajinasi bahwa penyiar merupakan teman dekat dan sosok yang sangat bersahabat bahkan seolah dapat menjadi keluarga terbaik bagi pendengar.
- e. Murah. Daripada media massa yang lain, radio merupakan media massa yang paling murah dan sederhana tanpa memerlukan proses

yang rumit di banding dengan yang lain dalam hal penerimaan ke khalayak sebagai pendengar.

- f. Sederhana, radio merupakan media massa yang sederhana tanpa menggunakan banyak alat bagi pendengarnya, simpel dan dapat dibawa kemana-mana karena untuk menyajikan informasi yang bersifat faktual dan *up to date*.
- g. Tanpa batas. Radio menjangkau semua khalayak dimanapun berada, selama jangkauan frekuensinya dapat diterima oleh pendengar, tidak membedakan aspek geografis, demografis, suku, ras, golongan dan kelas sosial (SARA) sehingga semua bisa menikmati siaran radio tanpa ada batasan tersebut.
- h. Fleksibel. Siaran radio dapat dinikmati oleh pendengar dimanapun dan kapanpun tanpa mengganggu pekerjaan ataupun aktifitas rutin pendengar.
- i. Mudah dicerna. Radio menjadi sarana komunikasi dan informatif yang diminati oleh banyak orang karena mudah diterima oleh masyarakat umum. Didukung dengan pembawaan penyiar yang komunikatif mampu mengajak pendengar untuk bisa merasakan atmosfer penyiaran dan mencerna apa yang disampaikan oleh penyiar seolah-olah terlibat langsung dalam sebuah perkumpulan dan saling bertatap muka.

## 2. Jenis Penyiaran Radio

Di Indonesia banyak terdapat jenis stasiun penyiaran yang tersebar di berbagai tempat di Indonesia, sehingga dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

### a. Stasiun Radio Swasta

Stasiun penyiaran swasta merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang usahanya bersifat menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan televisi yang bersifat komersial, artinya hanya berorientasi dengan keuntungan banyak dari penayangan iklan dan usaha lain yang berkaitan dengan penyelenggaraan penyiaran yang lainnya (Effendy, 113: 1991).

### b. Stasiun Radio Berlangganan

Stasiun berlangganan yang lebih banyak terdapat pada televisi, jarang sekali diterapkan pada radio yang berlangganan, tetapi sekarang bisa menggunakan internet untuk berlangganan radio luar negeri yang bersifat *live streaming*. Jasa penyiaran berlangganan, wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan yang diatur dalam Undang-Undang Penyiaran Pasal 25 No. 32 Tahun 2002.

c. Stasiun Radio Publik

Stasiun publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, daerah atau wilayah, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Stasiun penyiaran publik terdiri dari Radio Republik Indonesia (RRI) dan Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) sebagai otonomi daerah.

d. Stasiun Radio Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas dibentuk oleh badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu dan bersifat independen serta tidak komersial dengan daya pancar rendah dan luas jangkauannya bersifat terbatas dan melayani kepentingan komunitasnya sendiri. Komunitas adalah sekumpulan orang yang bertempat tinggal atau berdomisili dan berinteraksi di wilayah tertentu. Dengan kata lain stasiun ini didirikan tidak untuk mencari keuntungan semata (Failasufah, 2013: 17).

### **3. Organisasi Penyiaran Radio**

Sebuah organisasi penyiaran media massa radio memiliki tata kelola yang agak berbeda dengan industri media massa lainnya, seperti surat kabar, perfilman, televisi, atau industri media sosial, meskipun kadang semua itu dapat diintegrasikan, misalnya industri radio dan TV

dalam suatu organisasi atau perusahaan, industri televisi dan surat kabar, dan juga bisa organisasi penyiarnya berdiri sendiri.

Organisasi pengelolaan sebuah penyiaran, pada umumnya sudah terstandarisasi menurut karakteristik industri penyiaran itu sendiri, misalnya dalam organisasi penyiaran radio, maka tata kelolanya terdiri dari:

a. Dewan Penyiaran

Dewan Radio berperan sebagai penanggung jawab yang merupakan sebuah lembaga yang anggotanya dipilih oleh komunitasnya sebagai perwakilan yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan penyiaran. Anggotanya baik secara kelembagaan maupun perorangan bertugas untuk menyelenggarakan suatu musyawarah komunitas, melakukan pemantauan dan pemeriksaan kinerja sumber daya manusia yang terlibat dalam penyiaran serta Badan Pelaksana Penyiaran Komunitas, menggali dan mengelola aspirasi, serta keluhan masyarakat atas penyelenggaraan penyiaran, sehingga semua kegiatan penyiaran dapat dipertanggungjawabkan.

b. Badan Pelaksana Penyiaran Komunitas (BPPK)

Dalam pelaksanaan kegiatan penyiaran, diperlukan adanya sebuah badan yang pengurusnya diangkat dan diberhentikan oleh DPK (Dewan Pengawas Komunitas) yang difungsikan sebagai pelaksana penyiaran, dan bertugas untuk menyusun program

siaran, menyusun anggaran yang sudah termuat dalam Rencana Kerja Anggaran (RKA) Dinas Komunikasi dan Informatika, menyelenggarakan siaran, membuat laporan pertanggungjawaban yang sudah diatur dan ditetapkan dalam Peraturan Bupati Kayong Utara.

c. Manajemen Dan Struktur Organisasi

Fungsi dewan penyiaran yaitu memberi kebebasan, arah dan membuat keputusan besar. Untuk itu dewan penyiaran perlu diberikan pelatihan dalam bidang penyiaran dan jurnalistik. Sedangkan tugas dari manajemen radio komunitas adalah mengatur staf radio, bagaimana untuk mendapatkan sumber dana, peralatan yang sementara ini dikelola oleh Bidang Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kayong Utara.

d. Badan Hukum

Dalam Undang-Undang Penyiaran No 32 tahun 2002 disebutkan bahwa Lembaga Penyiaran Komunitas adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia. Pengertian badan hukum sebagai subyek hukum itu mencakup hal perkumpulan orang (organisasi) yang melaksanakan perbuatan hukum (*rechtshandeling*) dalam hubungan dengan hukum (*rechtbetrekking*), mempunyai harta kekayaan sendiri, mempunyai

pengurus, mempunyai hak dan kewajiban sehingga dapat digugat atau menggugat di depan pengadilan.

Kegiatan penyiaran dalam era global dan masa media baru dengan memanfaatkan media massa baru yaitu internet, tentunya mendukung pengembangan radio untuk berkolaborasi dalam siaran melalui internet atau yang dikenal dengan istilah *streaming*. Sehingga perpaduan radio *streaming* ini merupakan sebuah terobosan dengan dilakukan konvergensi media sosial. Berdasarkan jurnal Anindita Trinoviana. (2017) mengenai studi kasus pada Swaragama FM (101.7 FM), Geronimo FM (106.1 FM), serta Prambors Radio (102.2 FM/ 95.8 FM), dimana dalam penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa ketiga radio melakukan strategi yang sama untuk memperluas khayalak yaitu dengan *branding*, promosi, *positioning*, riset, dan memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini.

Berdasarkan segi pemasang iklan, ketiga radio di atas menawarkan paket pemasangan iklan di media sosial maupun *on air* yang disebut dengan *bandling*. Konvergensi telah mempengaruhi ketiga radio ini dengan meluasnya jangkauan khalayak hingga mancanegara, yakni Benua Eropa, Benua Amerika, Hongkong, Thailand dan Rusia. Begitupun dengan pemasangan iklan dari *brand* nasional diperoleh hasil yang didapatkan ketiga radio, yakni meningkatnya jumlah pendengar dan

pemasang iklan di era konvergensi media saat ini yang berpengaruh terhadap sumber pendapatan ketiga radio. Strategi konvergensi radio dilakukan sebagai upaya perluasan kepada publik yang lebih luas bahkan di mancanegara.

#### **4. Manajemen Radio Siaran**

Manajemen radio memiliki peranan yang sangat penting karena manajemen radio yang baik terdiri dari dua macam yaitu, manajemen siaran *on air* dan manajemen siaran *off air*. Semua kegiatan tersebut dilaksanakan yang bertujuan untuk mengatur perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan tindak lanjut penyiaran di dalam studio, termasuk dalam kegiatan manajemen siaran *on air*, sedangkan pengelolaan kegiatan stasiun radio yang berhubungan langsung dengan khalayak pendengar, dilaksanakan di luar studio disebut manajemen siaran *off air*.

Sebuah stasiun radio perlu adanya manajemen radio yang baik dibuat agar eksistensi radio tersebut tetap terjaga dan melekat di hati para pendengar. Dalam manajemen radio, stasiun siaran radio terdapat beberapa divisi yang mendukung penyiaran tersebut, antara lain *marketing*, *program director*, *music director*, produksi, siaran dan *monitoring*.

Di bawah ini akan dijelaskan secara rinci tentang divisi yang terdapat dalam manajemen radio atau manajemen siaran musik di stasiun radio diantaranya :

a. *Marketing*

Divisi *marketing* bertanggung jawab mencatat setiap pemesanan iklan yang akan ditayangkan di radio dengan keinginan pemesan iklan (*klien*), sehingga *klien* yang mewakili badan usaha atau institusi yang ingin menyiarkan iklan tersebut di radio, maka *marketing* dapat mengetahui jadwal yang masih dapat digunakan untuk menyiarkan iklan atau informasi tersebut sehingga dapat disampaikan kepada pemesan iklan (*klien*) dan si pemesan iklan dapat segera menentukan jadwal untuk penyiaran iklannya berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

b. *Music Director*

Berperan untuk membuat format audio lagu dan iklan jika terdapat pesanan dari biro iklan, setelah *music director* membuat audio dengan mencatat dan merekam data tersebut. Hal ini diperlukan oleh bagian lainnya, seperti divisi produksi dan siaran berupa data lagu dan iklan yang akan diputar pada saat proses siaran berlangsung.

c. *Produksi*

Sebagai lembaga penyiaran publik, media informasi yang bersifat elektronik yaitu radio akan memberikan program siaran yang berbeda sebagai ciri khas media massa tersebut, oleh sebab

itu acara-acara yang akan disiarkan terlebih dahulu harus ditentukan dan dibuat oleh bagian Produksi.

*d. Siaran*

Divisi siaran mempunyai tugas untuk menyiarkan semua produksi yang telah ditetapkan oleh bagian lain, yaitu dengan menyiarkan acara yang telah disiapkan oleh divisi produksi sesuai dengan jam yang telah ditentukan, memutar lagu, memutar iklan serta memutar berita.

*e. Monitoring*

Setelah menentukan jadwal acara dan berita, divisi produksi mempunyai tugas memonitor penayangan lagu dan iklan sesuai dengan tanggal dan waktu yang telah ditentukan. Setiap penayangan memiliki laporan berbentuk bukti siar, yang menyatakan bahwa acara, lagu atau iklan tersebut telah disiarkan secara berkala. Bukti siar tersebut dapat digunakan, bila sewaktu-waktu dibutuhkan oleh pihak yang menggunakan jasa radio sebagai bukti bahwa iklan tersebut telah ditayangkan.

*f. Perencanaan Program Siaran*

Perencanaan program siaran dilakukan agar program siaran yang dibuat sesuai dengan karakteristik masyarakat sebagai target pendengar, mulai dari jenis program, jadwal siaran, dan hubungannya dengan pengiklan. Terdapat sejumlah faktor yang mempengaruhi penentuan program siaran diantaranya:

- 1) Pengelola atau pemilik stasiun
- 2) Pendengar
- 3) Pemasang iklan atau sponsor
- 4) Regulator

Aspek yang mendukung manajemen radio yang baik, yaitu:

a. Program

Kebijakan pembuatan program siaran akan diperlukan untuk melaksanakan berbagai aspek pembuatan program siaran radio, terutama yang berkaitan dengan mekanisme yang menjamin adanya akses komunitas sebesar mungkin dan bersifat partisipatif. Sebagai taktik untuk mulai membuat program radio penyiaran publik, sehingga perlu mencari tahu apa yang disukai masyarakat, dan menghargai program radio lain yang mereka dengar, dan mengapa mereka menyukainya. *Fokus Group Discussion* (FGD) merupakan metode yang ideal untuk memperoleh informasi yang bersifat kualitatif.

b. Kebijakan

Merupakan terjemahan dari kata “policy” dalam bahasa Inggris, yang artinya mengurus masalah atau kepentingan umum, atau berarti juga administrasi pemerintah. Kebijakan (Iskandar, 2012) merupakan serangkaian rencana program, aktivitas, aksi, keputusan, sikap, untuk bertindak maupun tidak bertindak yang dilakukan oleh para pihak (aktor-aktor), sebagai tahapan untuk

penyelesaian masalah yang dihadapi. Penetapan kebijakan merupakan suatu faktor penting bagi organisasi untuk mencapai tujuannya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) mengemukakan bahwa kebijakan merupakan kepandaian; kemahiran; kebijaksanaan; rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis dasar dan dasar rencana dalam pelaksanaan pekerjaan; kepemimpinan dan cara bertindak oleh pemerintah, organisasi dan sebagainya sebagai pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip, atau maksud; dan pedoman untuk manajemen dalam mencapai sasaran. Secara konseptual, terdapat beragam pengertian yang diberikan para ahli mengenai kebijakan, namun secara umum kebijakan dapat dikatakan sebagai suatu rumusan keputusan pemerintah yang menjadi pedoman tingkah laku, guna mengatasi masalah atau persoalan yang didalamnya terdapat tujuan rencana dan program yang akan dilaksanakan.

#### 1) Pengertian Analisis Kebijakan

Analisis kebijakan merupakan aktivitas untuk menciptakan pengetahuan dalam proses pembuatan kebijakan. Dengan menciptakan pengetahuan tentang proses pembuatan kebijakan perlu diteliti sebab, akibat, dan kinerja kebijakan dan program yang bersifat publik. Secara etimologis, kebijakan merupakan terjemahan dari kata *policy*, yang oleh Supardi dibagi menjadi tiga kata yaitu: *politic*, *policy* dan *polici*. Menurut Duncan dalam Ace Suryadi

berpendapat bahwa analisa kebijakan sebagai suatu disiplin ilmu sosial terapan yang menggunakan argumentasi rasional dengan menggunakan fakta-fakta untuk menjelaskan, menilai argumentasi rasional dengan menggunakan dan membuahakan pemikiran dalam rangka upaya memecahkan masalah publik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis kebijakan adalah cara atau prosedur dalam menggunakan pemahaman manusia terhadap dan untuk memecahkan masalah kebijakan. Pada hakikatnya analisis kebijakan melibatkan hasil pengetahuan tentang sesuatu dalam proses kebijakan. Secara historis, tujuan analisis kebijakan adalah dengan menyediakan informasi bagi pembuat kebijakan untuk dijadikan bahan pertimbangan dengan nalar untuk nantinya menemukan pemecahan masalah kebijakan.

## 2) Fungsi Analisis Kebijakan

Analisis kebijakan dapat dikelompokkan ke dalam tiga fungsi kategori besar, yaitu pertama, fungsi alokasi yang menekankan fungsi analisis kebijakan dalam penentuan agenda analisis kebijakan (*agenda setting mechanism*). Kedua, fungsi inkuiri yang menekankan pada fungsi analisis kebijakan dalam dimensi rasional dalam rangka menghasilkan informasi teknis yang berguna sebagai masukan bagi proses pembuatan keputusan. Ketiga, fungsi komunikasi, yaitu cara-cara atau prosedur yang efisien dalam

rangka memasarkan hasil-hasil analisis kebijakan sehingga memiliki dampak yang berarti bagi proses pembuatan keputusan.

Ketiga fungsi di atas merupakan suatu perangkat yang lengkap, sehingga analisis kebijakan tidak dapat mencapai sasaran jika salah satu fungsi atau lebih tidak dapat dilakukan. Ketiga fungsi tersebut memiliki berbagai kepentingan yang berbeda, sehingga perlu dihubungkan dengan pihak-pihak yang berbeda, yaitu pihak mana dengan kegiatan apa dengan analisis kebijakan yang berhubungan, sangat bergantung pada fungsi apa yang sedang dilakukannya.

a. Fungsi alokasi

Fungsi ini penting dilakukan dalam kebijakan seperti mengalokasikan agenda penelitian, pengembangan, dan analisis kebijakan itu sendiri yang didasarkan pada kajian terhadap isu-isu kebijakan pendidikan dalam tingkatan yang lebih makro dan strategis. Apabila ditelusuri lebih lanjut, kajian makro ini pada dasarnya merupakan analisis hubungan timbal balik antara sistem dengan ruang lingkup kecil dengan sistem yang lebih besar, agar memiliki kesesuaian dengan bidang kehidupan masyarakat, sehingga perlu diciptakan suatu keadaan supaya sistem pendidikan dapat berkembang secara seimbang dengan perubahan dan perkembangan yang terjadi di luar sistem lingkungannya.

### b. Fungsi Inkuiri

Fungsi inkuiri dapat dilakukan apabila seluruh atau sebagian agenda penelitian dan pengembangan sudah dilaksanakan dan mencapai hasilnya. Sebelum fungsi inkuiri ini dilakukan, kegiatan-kegiatan penelitian dan pengembangan telah ditemukan oleh kegiatan sesuai dengan fungsi alokasinya.

### c. Fungsi Komunikasi

Fungsi ini dapat dilaksanakan jika analisis kebijaksanaan telah menghasilkan berbagai gagasan atau usulan kebijakan yang benar-benar realistis. Tugas dari para analis kebijakan dalam hal ini ialah menyampaikan alternatif atau gagasan kebijakan tersebut kepada semua pihak yang berhubungan, agar diperoleh suatu umpan balik mengenai keabsahan gagasan-gagasan yang diusulkan.

Dalam fungsi komunikasi, hal pertama yang perlu diperhatikan adalah komunikasi dengan para pembuat keputusan, yang bertujuan untuk menyampaikan usul alternatif kebijakan kepada para pembuat keputusan sekaligus meyakinkan mereka bahwa alternatif kebijakan tersebut cukup realistis.

Komunikasi kedua adalah komunikasi dengan para perencana dan pengelola dalam pelaksanaan kebijakan. Komunikasi dengan pihak

tersebut dimaksudkan untuk meyakinkan mereka bahwa alternatif kebijakan ini sudah diuji apakah realistis atau tidak.

Komunikasi ketiga adalah komunikasi dengan para pelaksana kebijakan, sehingga diperlukan agar pihak yang melaksanakan setiap satuan kegiatan di lapangan mengetahui tujuan utama dari apa yang mereka yang lakukan.

Komunikasi keempat yaitu komunikasi dengan masyarakat luas juga mutlak diperlukan dengan dasar pemikiran bahwa para pemimpin bangsa yang sekaligus merupakan para pembuat keputusan adalah para pelaksana dari aspirasi masyarakat luas.

#### Tahap-tahap pembuatan kebijakan

Proses analisis kebijakan merupakan serangkaian aktivitas intelektual yang dilakukan di dalam proses kegiatan yang pada dasarnya bersifat politis. Aktivitas politis tersebut sebagai proses pembuatan kebijakan dan divisualisasikan sebagai serangkaian tahap yang saling bergantung diatur menurut urutan waktu: penyusunan agenda, formulasi kebijakan, adopsi kebijakan, implementasi kebijakan, dan evaluasi kebijakan.

Tahap-tahap tersebut yaitu :

1) Penyusunan Agenda

Sebelum daripada kebijakan ditetapkan dan dilaksanakan, pembuat kebijakan perlu menyusun agenda dengan memasukkan dan memilih masalah mana saja yang akan dijadikan prioritas untuk dibahas dan dipecahkan. Masalah-masalah yang terkait dengan kebijakan akan dikumpulkan sebanyak mungkin untuk diseleksi. Pada tahap ini ditemukan beberapa masalah yang dimasukkan ke dalam agenda untuk dipilih. Terdapat masalah yang ditetapkan sebagai fokus pembahasan, masalah yang ditunda pembahasannya, atau mungkin tidak disentuh sama sekali. Masalah yang dimasukkan atau tidak dimasukkan dalam agenda memiliki argumentasi masing-masing. Pihak yang terlibat dalam tahap penyusunan agenda harus secara detail melihat masalah mana saja yang memiliki tingkat relevansi tinggi dengan masalah kebijakan. Sehingga pemilihan yang tepat nantinya dapat menemukan masalah yang tepat.

2) Formulasi Kebijakan

Masalah yang sudah dimasukkan dalam agenda kebijakan kemudian dibahas oleh pembuat kebijakan dalam tahap formulasi kebijakan. Dari berbagai masalah yang ada tersebut ditentukan masalah mana yang benar-benar layak dijadikan fokus pembahasan.

### 3) Adopsi Kebijakan

Dari sekian banyak alternatif yang ditawarkan, pada akhirnya akan diadopsi satu alternatif pemecahan yang disepakati untuk digunakan sebagai solusi atas permasalahan tersebut. Tahap ini sering disebut juga dengan tahap legitimasi kebijakan (*policy legitimation*) yaitu kebijakan yang telah mendapat legitimasi. Masalah yang dijadikan sebagai fokus pembahasan memperoleh solusi pemecahan berupa kebijakan yang nantinya akan diimplementasikan.

### 4) Implementasi Kebijakan

Pada tahap inilah alternatif pemecahan yang telah disepakati tersebut kemudian dilaksanakan. Pada tahap ini, suatu kebijakan seringkali menemukan berbagai kendala. Rumusan yang telah ditetapkan secara terencana/ dapat saja berbeda di lapangan. Hal ini disebabkan berbagai faktor yang sering mempengaruhi pelaksanaan kebijakan. Kebijakan yang telah melewati tahap-tahap pemilihan masalah tidak serta merta berhasil dalam implementasi. Dalam rangka mengupayakan keberhasilan dalam implementasi kebijakan, maka kendala-kendala yang dapat menjadi penghambat harus dapat diatasi sedini mungkin.

## 5) Evaluasi Kebijakan

Pada tahap ini, kebijakan yang telah dilaksanakan akan dievaluasi, untuk dilihat sejauh mana kebijakan yang dibuat telah mampu memecahkan masalah atau tidak. Pada tahap ini, ditentukan kriteria yang menjadi dasar untuk menilai apakah kebijakan telah meraih hasil yang diinginkan. Penilaian tidak hanya menilai implementasi dari kebijakan, namun lebih jauh penilaian ini akan menentukan perubahan terhadap kebijakan. Suatu kebijakan dapat tetap seperti semula, diubah atau dihilangkan sama sekali.

Langkah implementasi kebijakan mengandung definisi yang sederhana, yaitu sebagaimana yang diungkapkan oleh Jones (1991), dimana implementasi sebagai "getting the job done" dan "doing it". Tetapi di balik kesederhanaan rumusan yang demikian, berarti bahwa implementasi kebijakan merupakan suatu proses kebijakan yang dapat dilakukan dengan mudah. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, menurut Jones menuntut adanya syarat adanya orang atau pelaksana, uang dan kemampuan organisasi atau yang sering disebut dengan *resources*. Jones merumuskan batasan implementasi sebagai proses penerimaan sumber daya tambahan, sehingga dapat mempertimbangkan apa yang seharusnya dilakukan.

Implementasi menurut Van Meter dan Vanhorn (1975) dalam buku *The Policy Implementation Process: A Conceptual Framework*, menjelaskan bahwa "Implementasi adalah tindakan-tindakan yang

dilakukan baik oleh individu/ pejabat atau kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan”. Implementasi kebijakan merupakan salah satu komponen dalam proses penentuan kebijakan. Melaksanakan kebijakan berarti melaksanakan pilihan yang telah ditetapkan dari berbagai alternatif dalam perumusan dan perundangan yang berlaku, didukung oleh personil yang profesional, serta sarana dan prasarana yang tersedia.

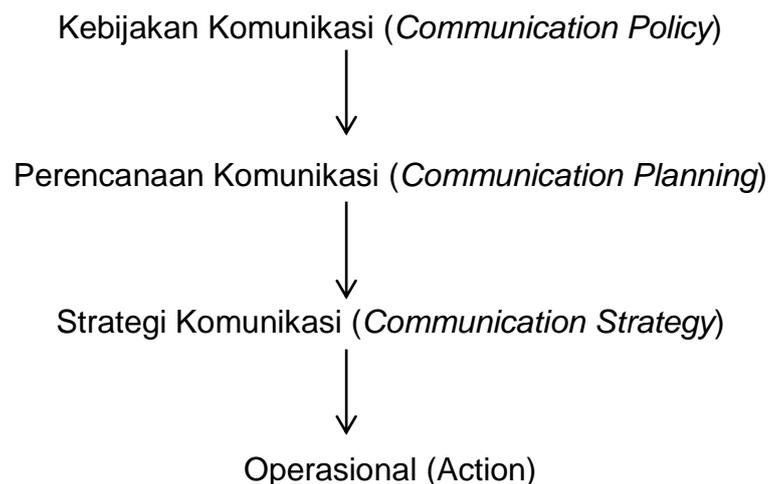
## **5. Perencanaan Komunikasi**

Dalam proses kebijakan, tentunya tidak lepas dari apa yang dinamakan dengan perencanaan komunikasi. Pakar komunikasi mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai berikut :

- a. Perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan (Syam Nina et al:2007).
- b. Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (John Middleton, 1978, dalam Cangara, 2013; 45).
- c. Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam mencapai tujuan, dengan cara apa yang dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi ditujukan dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut (Robin Mehall dalam Cangara, 2013; 45).

Pada hakikatnya, menurut Cangara (2013; 47), *communication plan* bertujuan untuk menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi menjelaskan bagaimana pengiriman pesan yang tepat, dari komunikator yang tepat, kepada khalayak yang tepat, melalui saluran yang tepat, pada waktu yang tepat. Dalam perspektif makro organisasi, menurut Cangara (2013; 62), perencanaan komunikasi dilandasi dari kebijakan komunikasi, pada gilirannya membutuhkan perangkat strategi komunikasi yang kemudian dijabarkan lagi dalam operasionalisasi komunikasi. Ia menjelaskan bagaimana hubungan antara kebijakan komunikasi, perencanaan komunikasi, strategi komunikasi, dan operasionalisasi komunikasi sebagaimana tergambar berikut ini:

Gambar 1: Penjabaran Perencanaan Komunikasi



(Sumber: Cangara, 2013; 62)

Sebagai bentuk tindak lanjut perencanaan komunikasi, terdapat perencanaan operasional menurut Siswanto, dikenal pula dua jenis perencanaan yakni:

### 1) Perencanaan sekali pakai (*single use plan*)

Perencanaan yang dikembangkan untuk pencapaian tujuan tertentu dan ditinggalkan apabila tujuan tersebut telah tercapai. Perencanaan sekali pakai merupakan arah tindakan yang mungkin tidak akan terulang dalam bentuk yang sama di masa yang akan datang. Bentuk utama perencanaan sekali pakai antara lain:

- a. Perencanaan program, mencakup serangkaian aktivitas yang relatif luas. Suatu program menjelaskan: 1) langkah utama yang diperlukan untuk mencapai tujuan; 2) unit atau anggota yang bertanggung jawab untuk setiap langkah; 3) urutan serta pengaturan waktu setiap langkah.
- b. Perencanaan proyek, merupakan bagian program yang lebih kecil dan mandiri, dengan memiliki cakupan terbatas dan petunjuk yang jelas mengenai tugas dan waktu, setiap proyek akan menjadi tanggung jawab individu yang ditunjuk dan diberi sumber daya spesifik dan dalam batas waktu tertentu.
- c. Perencanaan anggaran, yang merupakan pernyataan tentang sumber daya keuangan (*financial resource*) yang disediakan untuk kegiatan tertentu dalam waktu tertentu pula. Anggaran terutama merupakan alat untuk mengendalikan aktivitas suatu organisasi. Oleh karena itu, anggaran merupakan komponen penting dari setiap program atau proyek. Anggaran mendeskripsikan pendapatan dan

biaya. Dengan demikian, anggaran menentukan target aktivitas seperti hasil penjualan, biaya tiap bagian atau investasi baru.

Dalam konteks organisasi, setiap perencanaan sekali pakai akan diikuti dengan pembuatan perencanaan komunikasi untuk masing-masing jenis perencanaannya. Sebagai gambaran, apabila sebuah organisasi merencanakan sebuah program dalam rangka memperingati ulang tahun organisasi tersebut dengan merencanakan berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility*, seperti bakti sosial, sunatan massal, donor darah, bantuan sembako, penghijauan, dan sebagainya, maka tim komunikasi (*Communication Action Team-CAT*) akan menyiapkan perencanaan komunikasi untuk mendukung program tersebut, misalnya dengan pembuatan baliho, spanduk iklan, iklan di media massa, dan lain sebagainya yang merupakan bagian dari komunikasi massa.

## 2) Perencanaan Operasional (*operational plan*)

Perencanaan operasional menggambarkan deskripsi tentang bagaimana rencana strategis dilaksanakan (Siswanto, 2012; 49). Dalam perencanaan operasional menurut Siswanto, dikenal pula perencanaan tetap (*standing plan*) yang merupakan pendekatan yang sudah dilakukan untuk menangani situasi yang terjadi berulang (*repetitive*) dan dapat diperkirakan. Perencanaan tetap ini memberikan kesempatan kepada para manajer untuk menghemat waktu yang digunakan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan karena situasi yang serupa

ditangani dengan cara konsisten yang telah ditentukan sebelumnya.

Bentuk utama dari perencanaan tetap di antaranya:

- a. Perencanaan kebijakan. Kebijakan adalah suatu pedoman umum dalam pengambilan keputusan, sehingga menentukan apakah keputusan dapat diambil atau tidak. Yang berhak untuk membuat kebijakan dalam suatu organisasi adalah manajer puncak (*top manager*).
- b. Perencanaan prosedur standar. Implementasi kebijakan dilakukan dengan garis pedoman lebih detail yang disebut prosedur standar. Suatu prosedur yang memberikan seperangkat petunjuk detail untuk melaksanakan urutan tindakan yang sering atau biasa terjadi.
- c. Perencanaan peraturan. Peraturan adalah pernyataan bahwa suatu tindakan harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan dalam situasi tertentu. Peraturan merupakan rencana tetap yang paling jelas dan bukan merupakan pedoman pemikiran atau pengambilan keputusan.

Berbicara tentang perencanaan, tidak bisa lepas dari apa yang dinamakan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan menerapkan Budaya Kerja Aparatur Negara dalam lingkup pemerintahan. Berdasarkan keputusan Menpan nomor 25/KEP/M.PAN/4/2002, tanggal 25 April 2002 tentang pedoman pengembangan budaya kerja aparatur negara yang diperkuat dengan keputusan Menpan Nomor: SE/13/M.PAN/4/2004 tentang juklak pelaksanaan pengembangan budaya

kerja aparatur negara bahwa nilai-nilai dasar yang menjadi pedoman dalam bekerja meliputi:

- (1) komitmen dan konsistensi,
- (2) wewenang dan tanggung jawab,
- (3) keikhlasan dan kejujuran,
- (4) integritas dan profesionalisme,
- (5) kreativitas dan kepekaan,
- (6) kepemimpinan dan keteladanan,
- (7) kebersamaan dan dinamika kelompok,
- (8) ketepatan dan kecepatan,
- (9) rasionalitas dan kecerdasan emosi,
- (10) keteguhan dan ketegasan,
- (11) disiplin dan keteraturan bekerja,
- (12) keberanian dan kearifan,
- (13) dedikasi dan loyal,
- (14) semangat dan motivasi,
- (15) ketekunan dan kesabaran,
- (16) keadilan dan keterbukaan, dan
- (17) penguasaan iptek.

Semua hal yang dikemukakan di atas merupakan nilai-nilai yang harus dan senantiasa dimiliki dalam rangka Pengembangan Sumber Daya Manusia, serta diaplikasikan oleh setiap individu dalam institusi pemerintahan. Hal ini sebagaimana yang dibahas sebelumnya bahwa wujud sebuah budaya kerja adalah produktivitas, yang berupa perilaku

kerja yang tercermin antara lain dalam kerja keras, ulet, disiplin, produktif, tanggung jawab, motivasi, manfaat, kreatif, dinamik, konsekuen, konsisten, responsif, mandiri makin lebih baik, dan lain-lain.

Robbins (2015) menyatakan bahwa riset terbaru mengungkap tujuh karakteristik primer yang bersama-sama menangkap hakikat dari budaya kerja dalam sebuah organisasi yakni inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi hasil, orientasi orang, orientasi tim, keagresifan, dan kemantapan. Ketujuh karakteristik tersebut menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan yang kompetitif, organisasi perlu mengaplikasikan budaya tepat yang direfleksikan dari nilai dan perilaku para anggotanya. Dalam pelaksanaan pekerjaan, hendaknya setiap individu menerapkan hal tersebut agar keberhasilan pelaksanaan pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Secara harfiah, dasarnya manusia membutuhkan budaya kerja yang positif, karena hal ini mampu meningkatkan hasil dari kualitas pekerjaan itu sendiri dengan meningkatkan budaya kerja dapat melalui beberapa cara yakni:

- (1) meningkatkan komunikasi antara manajemen dan staf di kedua arah,
- (2) konsultasi karyawan dan perwakilan mereka tentang pekerjaan mereka dan setiap perubahan yang terjadi,
- (3) memastikan bahwa pekerjaan yang beresiko dan yang tidak dapat sepenuhnya dihilangkan atau dirolling kepada yang lain sehingga

tidak ada individu yang menghabiskan waktu panjang pada tugas itu,

- (4) memastikan bahwa semua karyawan memiliki berbagai tugas yang cukup untuk membuat pekerjaan mereka lebih memuaskan,
- (5) memberikan waktu istirahat yang cukup kepada karyawan,
- (6) mengidentifikasi dan menghapus faktor stres dari tempat kerja,
- (7) mengontrol karyawan dalam melaksanakan tugas,
- (8) menghapus tingkat potongan dan pembayaran dengan sistem hasil yang membuat laba tergantung pada tingkat kerja yang berlebihan,
- (9) menghapus skema bonus, kinerja atau monitoring yang membuat pekerja memaksakan diri mereka diluar kemampuan mereka, dan
- (10) memiliki pemantauan dan prosedur gejala RSI pelaporan.

Berbicara tentang pengembangan sumber daya manusia (SDM) sangat berkaitan dengan produktivitas kerja, sehingga nilai-nilai yang telah dibuat dapat diterapkan dalam kinerja yang optimal. Menurut Blecher dalam Wibowo ([http://www.researchgate.net/ publication](http://www.researchgate.net/publication)) produktivitas kerja merupakan hubungan antara keluaran atau hasil organisasi dengan yang diperlukan. Produktivitas dapat dikuantifikasikan dengan membagi keluaran dengan masukan. Menaikkan produktivitas dapat dilakukan dengan memperbaiki rasio produktivitas, dengan menghasilkan lebih banyak keluaran yang lebih baik dengan tingkat masukan sumber daya tertentu.

Sedangkan menurut Sinungan (2013) bahwa pengukuran produktivitas berarti perbandingan yang dapat dibedakan dalam tiga jenis yang sangat berbeda , yaitu:

1. Perbandingan antara pelaksanaan sekarang dengan pelaksanaan secara historis yang tidak menunjukkan apakah pelaksanaan sekarang ini memuaskan, namun hanya mengetengahkan apakah meningkat atau berkurang serta tingkatannya.
2. Perbandingan dalam hal pelaksanaan antara unit (perorangan tugas, seksi, proses) dengan lainnya. Pengukuran seperti ini menunjukkan pencapaian secara relatif.
3. Perbandingan pelaksanaan sekarang dengan targetnya, dan inilah yang terbaik, sebab memusatkan perhatian hanya kepada sasaran/ tujuan.

Produktivitas dalam organisasi kerja yang dihasilkan adalah perwujudan tujuannya, maka produktivitas berhubungan dengan suatu yang bersifat materil dan non materil, baik yang dapat dinilai maupun tidak dapat dinilai dengan uang. Pada dasarnya produktivitas kerja mencakup sikap yang memandang potensi di hari yang akan datang, secara optimis dengan penuh keyakinan bahwa kehidupan ini harus lebih baik dari hari kemarin hasilnya, artinya ada suatu peningkatan ke arah yang lebih baik dan sempurna.

#### 4. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan (*development*) merupakan salah satu dari fungsi manajemen. Sehingga pengembangan yang dimaksud disini merupakan hal yang penting dikarenakan adanya tuntutan pekerjaan sebagai akibat dari era globalisasi. Organisasi publik/ pemerintah tidak terlepas dari pengaruh era globalisasi yang mengharuskan aparatur pemerintahan

memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan masyarakat. Hasibuan (2010) mengemukakan bahwa: “pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan pelatihan”.

Metode pengembangan sumber daya manusia pada dasarnya harus didasarkan pada metode yang sudah ditetapkan dalam program pengembangan sumber daya manusia. Dalam meningkatkan pengembangan sumber daya manusia harus telah ditetapkan sasaran, waktu, proses, dan metode pelaksanaannya. Pengembangan sumber daya manusia dimaksudkan sebagai sarana dalam meningkatkan kinerja. Sedarmayanti (2010, h.182-183) membagi metode pengembangan sumber daya manusia menjadi 2 metode, yaitu:

a. *On The Job*

*On the job method* adalah metode pelatihan yang dilaksanakan di tempat kerja sebenarnya dan dilaksanakan sambil bekerja.

1. *Job Rotation* (Rotasi Pekerjaan)

Hasibuan (2002, h.81) menjelaskan bahwa *job rotation* merupakan sebuah teknik pengembangan dengan cara memindahkan peserta dari suatu jabatan ke jabatan lainnya secara periodik untuk menambahkan keahlian dan kecakapannya pada setiap jabatan”.

## 2. *Coaching* (Bimbingan)

Sedarmayanti (2010, h.184) mempertegas pernyataan tersebut dengan memberikan penjelasan bahwa bimbingan dan pelatihan dilaksanakan dengan cara peserta harus mengerjakan tugas-tugas dengan bimbingan oleh pejabat senior atau ahli. Bimbingan dan penyuluhan dianggap efektif karena latihannya bersifat individu dan peserta berlatih/ belajar melakukan pekerjaan langsung.

## 3. *Apprenticeship/ Understudy* (Magang)

Sedarmayanti (2010, h.185) memaparkan bahwa magang dilakukan dengan cara peserta mengikuti pekerjaan/ kegiatan yang dilakukan oleh pemangku jabatan tertentu, untuk mempelajari bagaimana cara melakukan suatu kegiatan. Lebih lanjut lagi, Sedarmayanti menjelaskan bahwa magang biasanya menggabungkan pelatihan di tempat kerja dengan pengalaman teoritis yang didapatkan peserta di tempat pelatihan untuk nantinya mempersiapkan peserta memangku jabatan tertentu di masa yang akan datang.

## 4. *Demonstration and Example* (demonstrasi dan pemberian contoh)

Hasibuan (2002, h.78) menjelaskan bahwa *demonstration and example* merupakan metode latihan yang dilakukan dengan metode peragaan dan penjelasan sehingga dapat digambarkan bagaimana cara mengerjakan suatu pekerjaan melalui contoh-contoh atau percobaan yang didemonstrasikan”.

b. *Off the Job*

1. Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

Sedarmayanti (2010, h.379) menjelaskan pengertian pendidikan dan pelatihan Pegawai Negeri Sipil merupakan proses transformasi kualitas sumber daya manusia aparatur negara yang menyentuh empat dimensi utama yaitu dimensi spiritual, intelektual, mental dan fisik yang terarah pada perubahan-perubahan mutu dari keempat dimensi sumber daya manusia aparatur negara tersebut. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 tentang Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Negeri Sipil menyebutkan beberapa jenis diklat antara lain, diklat prajabatan (bagi CPNS) dan diklat dalam jabatan (diklatpim, diklat fungsional, diklat teknis)

2. Pendidikan Formal

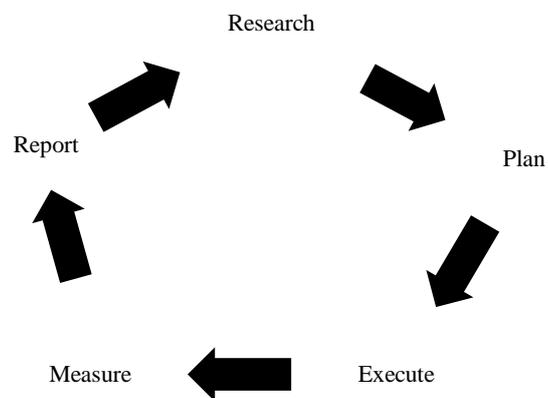
Pendidikan menurut Sedarmayanti (2010, h.379) adalah suatu proses, teknik, dengan konsep dan metode belajar mengajar dengan maksud mentransfer suatu pengetahuan dari seseorang kepada orang lain melalui prosedur yang sistematis dan teroganisir yang berlangsung dalam jangka waktu yang relatif lama.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Teori Perencanaan Media**

Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah (Cangara, 2014) terdiri atas lima tahap, yakni:

- a. Penelitian (*Research*)
- b. Perencanaan (*Plan*)
- c. Pelaksanaan (*Execute*)
- d. Pengukuran/ evaluasi (*Measure*)
- e. Pelaporan (*Report*)



Gambar 2: Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah  
(Sumber: Cangara, 2014)

Penelitian (*research*) dimaksudkan untuk mengetahui masalah yang dihadapi suatu lembaga. Masalah bisa dalam bentuk wabah penyakit yang menyerang anggota masyarakat yang bersifat majemuk, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya.

Perencanaan (*plan*) adalah tindakan yang akan diambil setelah hasil penelitian (*diagnose*) diperoleh oleh peneliti yang bersangkutan. Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi, sehingga diperlukan strategi dalam pemilihan atau penentuan sumber

(komunikator), pesan, media, sasaran (*segmen*), dan efek yang diharapkan.

Pelaksanaan (*execute*) adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Ini merupakan poin penting dalam tahap ini. Sehingga pelaksanaan dapat dilakukan dan diimplementasikan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pembagian stiker kepada target sasaran, pemasangan baliho atau spanduk di jalanan, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas di lokasi yang menjadi target sasaran.

Pengukuran (*measure*) dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan dalam skala tertentu. Misalnya apakah daya *exposure* media yang digunakan dapat mencapai target sasaran, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.

Pelaporan (*report*) ialah tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan oleh tahap sebelumnya yang telah dilakukan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan (proyek) untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika dalam laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya (*multi-years*). Tapi jika dalam laporan itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan

tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilakukan.

## **2. Teori Proses Kebijakan Publik**

Kebijakan publik memiliki banyak pemahaman teoritis, diantaranya oleh dua tokoh yaitu Harold Laswell dan Abraham Kaplan yang telah mendefinisikan proses kebijakan ini sebagai suatu program yang diproyeksikan dengan tujuan tertentu, nilai tertentu, dan praktik tertentu. Kemudian Thomas R. Dye mendefinisikannya sebagai segala sesuatu yang dikerjakan pemerintah, mengapa mereka melakukannya, dan hasil apa yang membuat sebuah kehidupan bersama tampil menjadi berbeda.

Dari pemahaman teoritis tersebut, kita dapat merumuskan definisi sebagai berikut, "Kebijakan publik adalah keputusan yang dibuat oleh negara, khususnya pemerintah, sebagai bentuk strategi untuk merealisasikan tujuan dari negara yang bersangkutan. Kebijakan publik adalah strategi untuk mengantar masyarakat pada masa awal untuk memasuki masyarakat pada masa transisi, serta untuk menuju kepada masyarakat yang dicita-citakan."

Sedangkan proses analisis kebijakan publik itu sendiri adalah serangkaian aktivitas intelektual yang dilakukan dalam proses kegiatan yang bersifat politis. Aktivitas politis tersebut nampak dalam serangkaian kegiatan yang mencakup penyusunan agenda, formulasi kebijakan, adopsi kebijakan, implementasi kebijakan, dan penilaian kebijakan.

Sedangkan aktifitas perumusan masalah, *forecasting*, rekomendasi kebijakan, *monitoring*, dan evaluasi kebijakan adalah aktivitas yang lebih bersifat intelektual. Adapun teori tentang proses kebijakan, tokoh yang mengemukakan antara lain Teori Proses Kebijakan menurut Andersen dkk. yaitu kebijakan publik berada dalam sistem politik dengan mengandalkan kepada masukan (*input*) yang terdiri dari dua hal yaitu tuntutan dan dukungan. James E. Andersen, David W. Brady, dan Charles Bullock III mengembangkan teori "Policy Process as Linear Stages" (Proses Kebijakan sebagai Tahapan-tahapan Linier).

Proses ini merupakan serangkaian aktivitas intelektual yang dilakukan di dalam proses kegiatan yang pada dasarnya bersifat politis. Aktivitas politis tersebut dijelaskan sebagai proses pembuatan kebijakan dan divisualisasikan sebagai serangkaian tahap yang saling bergantung yang diatur menurut urutan waktu. Analisis kebijakan dapat menghasilkan informasi yang relevan dengan satu kebijakan, atau seluruh tahap dari proses pembuatan kebijakan, tergantung pada tipe masalah yang dihadapi klien yang dibantunya.

Analisis kebijakan publik berdasarkan kajian kebijakannya yang dapat dibedakan antara analisis kebijakan sebelum adanya kebijakan publik tertentu dan sesudah adanya kebijakan publik tertentu. Analisis kebijakan sebelum adanya kebijakan publik berpijak pada permasalahan publik, sehingga hasilnya merupakan sebuah rekomendasi kebijakan publik yang baru. Keduanya, baik analisis kebijakan sebelum maupun

sesudah adanya kebijakan mempunyai tujuan yang sama, yakni memberikan rekomendasi kebijakan kepada penentu kebijakan agar didapat kebijakan yang lebih berkualitas. Dunn (2000: 117) membedakan tiga bentuk utama analisis kebijakan publik, yaitu:

### 1. Analisis Kebijakan Prospektif

Analisis Kebijakan Prospektif yang merupakan produksi dan transformasi informasi sebelum aksi kebijakan dimulai dan diimplementasikan. Analisis kebijakan disini merupakan suatu alat untuk mensintesis informasi untuk dipakai dalam merumuskan alternatif dan preferensi kebijakan yang dinyatakan secara komparatif, diramalkan dalam bahasa kuantitatif dan kualitatif sebagai landasan atau penuntun dalam pengambilan keputusan kebijakan.

### 2. Analisis Kebijakan Retrospektif

Analisis Kebijakan Retrospektif adalah sebagai penciptaan dan transformasi informasi sesudah aksi kebijakan dilakukan. Terdapat 3 tipe analisis berdasarkan kegiatan yang dikembangkan oleh kelompok analisis ini yakni analisis yang berorientasi pada disiplin, analisis yang berorientasi pada masalah dan analisis yang berorientasi pada aplikasi. Ketiga tipe analisis retrospektif ini terdapat kelebihan dan kelemahan.

### 3. Analisis Kebijakan yang Terintegrasi

Analisis Kebijakan yang terintegrasi merupakan bentuk analisis yang mengkombinasikan gaya operasi para praktisi yang menaruh perhatian pada penciptaan dan transformasi informasi sebelum dan sesudah tindakan kebijakan diambil. Analisis kebijakan yang terintegrasi tidak hanya mengharuskan para analis untuk mengkaitkan tahap penyelidikan retrospektif dan prospektif, tetapi juga menuntut para analis untuk terus menerus menghasilkan dan mentransformasikan informasi.

### 3. Teori Agenda Setting

Asumsi dasar yang muncul dari teori *agenda setting* adalah bahwa apabila media massa memberi tekanan pada suatu peristiwa atau informasi, maka media itu akan mempengaruhi khalayak yang menganggap penting terhadap informasi tersebut. Sehingga, apa yang dianggap penting bagi media massa, maka penting juga bagi masyarakat. Apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum khalayak. Asumsi ini berasal dari asumsi bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat.

McCombs dan Donald Shaw menyatakan bahwa *audience* tidak hanya mempelajari berita dan hal lainnya melalui media massa, tetapi

juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Studi kasus yang dijabarkan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua isu yang disebarkan kepada masyarakat harus merupakan isu menarik dan kepentingan yang bersifat relatif, sehingga tujuan daripada teori agenda setting dapat tercapai. Dearing dan Rogers mendefinisikan *agenda setting* merupakan persaingan terus menerus di antara berbagai isu penting untuk mendapat perhatian dari para pekerja media publik dan penguasa.

Berdasarkan asumsi *agenda setting* model ini mempunyai kelebihan yaitu mudah untuk diuji. Dasar pemikirannya adalah diantara berbagai topik yang dimuat media massa, topik yang lebih banyak mendapat perhatian dari media massa untuk diinformasikan, akan menjadi lebih akrab bagi *audience* nya dan nantinya akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu, dan akan terjadi sebaliknya, bagi topik yang kurang mendapat perhatian media massa. Oleh sebab itu model agenda setting menekankan pada suatu hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan, apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media, akan luput juga dari perhatian masyarakat (Elvinaro, 2007: 76-77).

Efek dari model *agenda setting* terdiri atas efek langsung dan lanjutan (*subsequent effects*). Efek langsung berkaitan dengan isu adalah apakah isu itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak dari semua isu, kemudian hal yang mana dianggap paling penting menurut khalayak, sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan seperti memilih kontestan pemilu atau aksi protes (Elvinaro, 2007: 77). Stephen W. Littlejohn pernah menyatakan, agenda setting ini bermuatan dalam tiga bagian sebagai berikut:

- a) Agenda media itu sendiri harus diformat. Dengan demikian proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda setting media itu terjadi pada waktu pertama kali.
- b) Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya.
- c) *Agenda policy* mempengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan merupakan pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu.

Katherine Miller dalam *Communication Theories* menjelaskan McCombs, Shaw, dan Weaver (1997) membuat perbedaan antara tingkat pertama dan tingkat kedua penetapan agenda media. Tingkat pertama penetapan agenda berhubungan dengan obyek di media dan agenda publik. Ini adalah domain tradisional penyusunan agenda penelitian di

mana media mempengaruhi apa yang dilihat sebagai isu-isu tersebut tersedia pada agenda publik.

Sebaliknya tingkat kedua penetapan agenda atribut menganggap objek-objek ini sebagai bagian dari agenda media. Pada tingkat ini, media tidak hanya menyarankan apa yang publik pikirkan, tetapi juga mempengaruhi harus berpikir tentang masalah ini. Sebagai contoh, pemeriksaan tingkat pertama, penetapan agenda mungkin menyimpulkan bahwa kesejahteraan liputan tentang media reformasi telah menetapkan topik sebagai agenda untuk umum. Tingkat kedua penetapan agenda akan berpendapat bahwa media juga ada masalah dalam cara tertentu yang mungkin berkaitan dengan kesejahteraan reformasi atau anti-reformasi kesejahteraan. Kemudian pindah ke tingkat kedua penetapan agenda yang bertentangan secara klasik dengan agenda setting kutipan Cohen yaitu, tingkat kedua menunjukkan bahwa penetapan agenda media memang berpengaruh dalam menceritakan apa yang dipikirkan publik.

### **C. Penelitian Terdahulu**

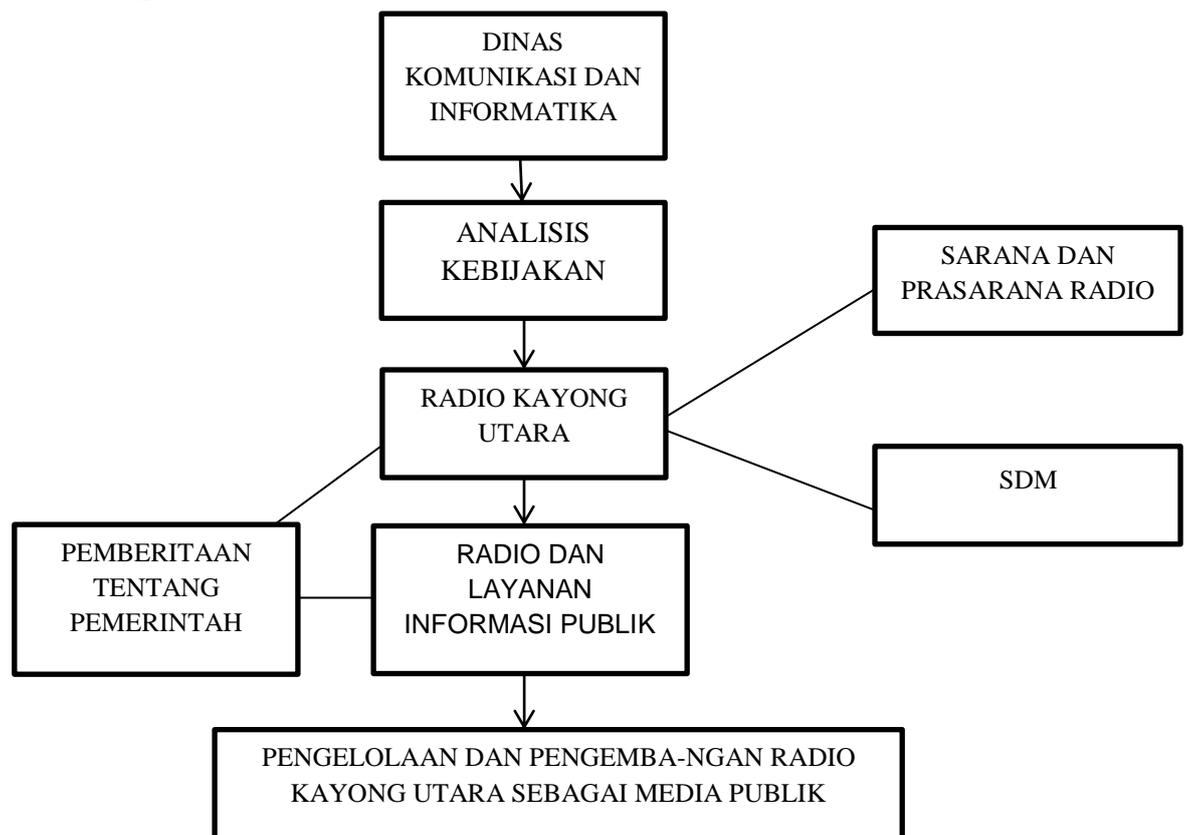
Penelitian sebelumnya yang relevan menggunakan analisis kebijakan sebagai metode penelitiannya untuk mengungkap kebijakan media massa, yaitu penelitian:

1. Tri Agustina & Irwansyah (2017), *Peran Agenda Setting Media Massa Dalam Kebijakan Penetapan Harga Eceran Tertinggi (Het) Beras Oleh Pemerintah*, dikutip dari Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Universitas Pelita Harapan Jakarta, Volume 7 No. 2,

hasil penelitian yang relevan membahas tentang agenda setting memberitakan suatu isu peristiwa informasi dapat berdampak terhadap penentuan kebijakan pemerintah, dalam hal ini Radio Kayong Utara untuk mengembangkan radionya.

2. Muntadliroh (2019), *Analisis Implementasi Kebijakan Industri Radio Siaran dan Musik Rekaman di Indonesia Berdasarkan Aspek Ekonomi Politik Komunikasi*, dikutip dari Jurnal Komunika, Volume 8 No. 1, hasil penelitian yang relevan membahas tentang kebijakan penyiaran dalam ekonomi politik dalam operasionalisasi, dalam hal ini Radio Kayong Utara.

#### D. Kerangka Pikir



Gambar 3: Bagan Kerangka Pikir

**Definisi Operasional:**

1. Dinas Komunikasi dan Informatika Kayong Utara merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang statistik, dan urusan pemerintahan bidang persandian (Peraturan Bupati Kayong Utara Nomor 32 Tahun 2016)
2. Radio Kayong Utara merupakan lembaga penyiaran yang berada di Pemerintah Kabupaten/ Kota, sebagai radio pemerintah daerah Radio Kayong Utara (RKU) menyiarkan acara hiburan, pendidikan, budaya, penyuluhan dan informasi, dan tidak lepas dari dukungan pemerintah dalam dukungan dana dengan membutuhkan tenaga-tenaga terampil khusus yang mampu mengoperasikan perangkat teknologi komunikasi.
3. Sarana dan Prasarana Radio (menurut KBBI):  
Sarana: segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan. Dan prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek). Prasarana adalah peralatan pembantu atau juga peralatan utama, dan kedua alat tersebut berfungsi untuk mewujudkan suatu tujuan yang ingin di capai.
4. Sumber Daya Manusia (SDM): Suatu rancangan dari berbagai sistem formal pada sebuah organisasi dengan tujuan memastikan

penggunaan keahlian manusia secara efektif serta efisien untuk mencapai tujuan organisasi/ perusahaan sesuai dengan keinginan (Mathis dan Jackson, 2010).

#### 5. Pemberitaan

Laporan lengkap ataupun interpretatif (telah disajikan sebagaimana dianggap penting oleh redaksi pemberitaan) ataupun berupa pemberitaan penyelidikan (investigatif reporting) yang merupakan pengkajian fakta-fakta lengkap dengan latar belakang, trend/ kecenderungan, yang mungkin terjadi pada masa mendatang.

#### 6. Layanan dan Informasi Publik

Berdasarkan Unit Pelayanan Informasi Publik Kementerian PPN/Bappenas Pasal 28 F UUD 1945 bahwa layanan dan informasi publik merupakan kegiatan dimana "Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia."