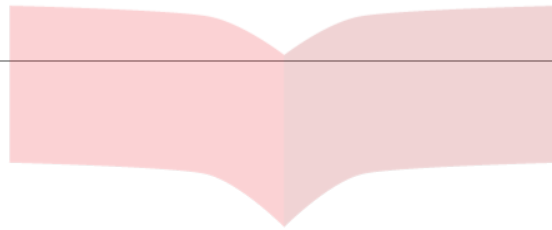


**EVALUASI MANAJEMEN PENYIARAN GUNA MEMPERBAIKI PROSES
PRODUKSI DI RADIO GLOBAL 89,7 FM BANDUNG**

Rizkia Nursyabani Hamzah¹, Prodi Mbt²

Universitas Telkom

Abstrak



Telkom
University



Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Tinjauan Terhadap Objek Studi

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Global Mediacom didirikan pada tahun 1981 dengan nama PT Bimantara Citra Tbk. Pada tahun 1997, merintis berdirinya PT Media Nusantara Citra Tbk sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media yang berpusat di Jakarta. Pada tahun 2005, meng-akuisisi ARH Radio yang dikenal sejak tahun 1970 hingga 1990 sebagai radio berformat musik jazz dan mengubah namanya menjadi Global Radio Jakarta.

PT Bimantara Citra Tbk berganti nama menjadi PT Global Mediacom Tbk, melalui anak perusahaannya yaitu PT MNC Networks merambah kota Bandung dan meng-akuisisi perusahaan media *broadcasting* lokal dengan frekuensi 89.7 yang saat ini dikenal dengan Radio Global Bandung atau PT Media Wisata Sari Asih pada tanggal 20 September 2007. Namun pertama kali Radio Global Bandung mengudara tidak diiringi oleh penyiar. Pihak Radio Global Bandung memutuskan untuk hanya mengudarakan lagu-lagu yang sedang menjadi hits pada saat itu. Hingga pada 1 Februari 2009, Radio Global Bandung akhirnya resmi mengudara dan diiringi oleh penyiar melalui berbagai macam program yang telah disiapkan.

a) Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Media Wisata Sariasih
Nama di Udara : Global Radio
Penanggung Jawab : Cahya Iman
Frekuensi : FM 89,7 MHz

Call Sign : PM3FRN
Alamat : Jl. Dr. Setiabudi No. 170 B-1
Bandung 40101
Stasiun Pemancar : Jl. Dr. Setiabudi No. 170 B-1
Bandung 40101
Telepon : 022 – 2042561
Fax : 022 – 2042562
Waktu Siaran : 24 jam

b) Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi radio sahabat muda yang bisa di dengar oleh seluruh anak muda Kota Bandung, memberikan informasi hiburan yang mendidik dan berkualitas yang akhirnya dapat diterima oleh pendengar setia Global Radio Bandung.

2. Misi

- a. Menjadi radio papan atas di Bandung, dengan disertai pencapaian tingkat kualitas pendengar.
- b. Peningkatan target pendengar.
- c. Menjadi wadah anak muda Bandung dalam segala aktifitas positifnya.

1.1.2 Pemegang Saham

Radio Global Bandung atau PT Media Wisata Sari Asih adalah anak perusahaan dari PT MNC Networks yang mayoritas sahamnya dipegang oleh Global Mediacom. Direktur Utama Global Mediacom saat

ini adalah Hary Tanoesoedibjo. Adapun data manajemen Radio Global Bandung adalah sebagai berikut:

TABEL 1.1
DATA MANAJEMEN RADIO GLOBAL BANDUNG

Nama	Jabatan
Cahya Iman	<i>Station Manager</i>
Cahya Iman	<i>GA & HRD</i>
Bolyn Himawan (Pjs)	<i>Coordinator Program</i>
Ronny Dony Kumara, Kiki Aditya P, Siti Zahra	<i>Account Excecutive</i>
Tedy Satria Mahdi	<i>Marketing Communication</i>
Muhamad Hikmat.	<i>Traffic & Admin</i>
Gagi Aria	<i>Produser</i>
Zaky Zakaria, Hanie Dewita, Videl Oemri, Genta Erba.	<i>Announcer</i>
Bolyn Hirmawan	<i>Music Director</i>
Bolyn Hirmawan	<i>Production</i>

Sumber: File document Radio Global Bandung

1.1.3 Skala Operasional Marketing dan Bisnis

Jangkauan siaran Global Radio Bandung meliputi wilayah Bandung Raya, Kabupaten Bandung, seperti: Cimahi, Rancaekek, Soreang dan Padalarang.

Setiap stasiun radio pasti memiliki segmentasi pendengar yang menjadi target pendengar masing-masing radio. Sesuai dengan motto atau slogan Radio Global Bandung yaitu *station for young people* yang dalam bahasa Indonesia berarti stasiun radio untuk anak muda karena membidik pendengar usia 15 – 25 tahun, *male and female, student, fresh graduated* dan *first job*.

1.1.4 Brief Strategy

Radio Global Bandung memilih format musik dengan memutarakan lagu-lagu TOP 40 dan lagu *hits* atau berformat musik *play the hits* dengan komposisi 2 lagu barat dan 1 lagu Indonesia. Sajian musik tersebut disajikan dengan berita aktual, *infotainment*, tips, dan lain-lain. Menjadikan program-program Radio Global Bandung tampil menghibur sekaligus informatif.

Disamping memutarakan lagu hits, Radio Global Bandung secara rutin mengadakan kegiatan *off air* yang diselenggarakan di *hang out spots* dan *venues* di Bandung yang bertanggung jawab langsung kepada *Station Manager*. Kegiatan *off air* ini berkaitan erat dengan *Marketing Communication* dan *Production Department*. Kekuatan ini diharapkan dapat mewujudkan sebuah kinerja yang profesional untuk selalu memuaskan keinginan semua pihak.

Adanya kegiatan *off air*, para pendengar dapat melihat proses penyiaran secara langsung. Selain itu juga, dapat menjadi sarana bersosialisasi para penyiar dan reporter dengan pendengar.

1.2. Latar Belakang Masalah

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi

persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games* dan *personal cassette players*. Radio siaran mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*. Hal ini disebabkan radio siaran dapat melakukan kontrol sosial, di samping empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik dan melakukan persuasi.

Keunggulan radio siaran adalah berada dimana saja: di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Selain karena harganya relatif murah, masyarakat Indonesia juga cenderung lebih sering menggunakan radio daripada media komunikasi lainnya karena radio sudah dikenal dari dulu sejak jaman penjajahan Indonesia.

Perkembangan radio siaran di Indonesia dimulai dari masa penjajahan Belanda, radio siaran swasta yang dikelola warga asing menyiarkan program untuk kepentingan dagang, sedangkan radio siaran swasta yang dikelola pribumi menyiarkan program untuk memajukan kesenian, kebudayaan, disamping kepentingan pergerakan semangat kebangsaan.

Data di Depkominfo, terdapat 2205 permohonan izin penyelenggaraan penyiaran dari lembaga penyiaran. 185 diantaranya adalah lembaga penyiaran televisi. Sisanya, 2020 adalah lembaga penyiaran radio termasuk didalamnya 847 anggota PRSSNI. Tekanan persaingan tidak hanya datang dari sesama radio siaran. Media-media lain jumlahnya juga bertambah. Sebelum tahun 1990, Indonesia hanya memiliki satu stasiun televisi swasta berskala nasional. Saat ini TV Nasional telah menjadi 10 stasiun, sementara TV Lokal jumlahnya sudah lebih dari 70 stasiun.

Tekanan yang sedemikian berat menuntut setiap stasiun radio untuk bertahan hingga sekarang. Tentunya perusahaan-perusahaan radio tersebut memiliki kelebihan-kelebihan tersendiri sehingga dapat bersaing dan bertahan dalam persaingan bisnis radio yang sangat ketat. Jumlah stasiun radio yang

semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik pendengarnya.

PT Media Nusantara Citra Networks, saat ini adalah perusahaan *media broadcasting* terbesar di Indonesia. PT MNC Networks berkembang bersama Indonesia dalam memberikan informasi yang menyeluruh dengan produk-produknya. Sebagai penyedia informasi terdepan, PT MNC Networks selalu berusaha memberikan masa depan informasi yang terbaik bagi Indonesia. Global Radio Bandung merupakan salah satu brand radio yang menyajikan musik diramu dengan suguhan *news*, *infotainment*, tips dan lain-lain. Menjadikan program-program Global Radio Bandung tampil menghibur sekaligus informatif.

Dalam setiap bisnis media penyiaran tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu penyiaran radio. Adalah program yang membawa pendengar mengenal suatu stasiun penyiaran. Jika suatu stasiun memperoleh jumlah pendengar yang besar dan jika pendengar itu memiliki karakteristik yang dicari oleh pemasang iklan, maka stasiun bersangkutan akan sangat menarik bagi pemasang iklan. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran. Dengan demikian, pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat dipengaruhi oleh programnya.

Dalam memproduksi materi siaran, divisi produksi di Radio Global Bandung mencari tema acara dan isi materi yang relevan dengan tema yang dibahas. Berikutnya akan dilakukan evaluasi yang berkaitan dengan performa penyiar saat siaran dan banyaknya sms yang masuk menjadi tolak ukur keberhasilan program yang disiarkan. Bagian ini juga bertugas membuat *adlips* dan spot iklan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kesepakatan kerjasama. Bagian produksi juga bertugas membuat bukti siar yang nantinya

diserahkan ke *account executive* untuk di serahkan kepada klien. Kegiatan produksi di Radio Global Bandung dipimpin oleh Direktur Program yang membawahi produser dan *scriptwriter*, serta operator sebagai teknisi alat siar dan penyiar yang berada dibawahnya.

Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir-hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Berbeda dengan Radio Global Bandung yang merupakan radio jaringan dengan kantor pusat di Jakarta, yaitu Radio Global Jakarta, mengikuti format siaran yang sama dengan pusat. Sebagian besar format siaran Radio Global Bandung me-*relay* siaran dari Radio Global Jakarta. Meskipun Radio Global Bandung menyajikan program-program seperti acara-acara musik, drama radio, kuis, *variety show*, tetapi penentuan *content* program-program tersebut tetap ditentukan oleh pusat.

Namun disamping menciptakan sebuah program acara yang menarik, sebuah program juga harus pandai dalam mengelola manajemennya. Keberhasilan suatu penyiaran bergantung pada bagaimana kualitas orang-orang yang bekerja pada bidang tersebut. Radio Global Bandung di dukung oleh staf dan penyiar yang cukup berkualitas. Karena radio ini terbilang baru di dunia bisnis informasi dan komunikasi sehingga masih banyak tugas-tugas dan jabatan yang seharusnya dikerjakan dua orang masih dirangkap oleh satu orang, misalnya produser masih dirangkap oleh *scriptwriter*, penyiar merangkap reporter, *music director* merangkap produser. Namun demikian, kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media penyiaran bersangkutan mengelola sumber daya manusia yang ada. Karena itulah manajemen yang baik mutlak diperlukan pada media penyiaran.

Harapan manajemen melalui proses manajemen penyiaran yang diterapkan pada stasiun penyiaran adalah menjadi radio anak muda dengan

pendengar terbanyak di Bandung. Kondisi ini belum tercapai berdasarkan hasil survey PT MediaLinks yang penulis *download* pada tanggal 21 Maret 2011 pada tabel 1.2 berikut.



⁸
Telkom
University

TABEL 1.2
SURVEI PENDENGAR RADIO BANDUNG TAHUN 2010

SURVEI MEDIA 1.1.2010 - PT MEDIALINKS BANDUNG

Ardan	15,50%
MQ	12,83%
I-Radio	9,93%
KLCBS	6,78%
Oyu	6,78%
99ers Bandung	6,78%
Oz Bandung	3,87%
CBL	3,87%
Cosmo	2,91%
B Bandung	2,42%
MGT	2,42%
Rama	2,42%
Hardrock	2,18%
Paramuda	2,18%
Prambors	1,94%
Antassalam	1,69%
Lita	1,45%
Rase	1,45%
Eshinta	1,21%
K Lite	0,97%
Maestro	0,97%
AR FM (Gimahi)	0,73%
Dahlia	0,73%
Delta Bandung	0,73%
Pikiran Rakyat	0,73%
Raka	0,73%
Shinta	0,73%
Garuda	0,48%
GMR	0,48%
Jayagiri	0,48%
Kids	0,48%
Pas FM	0,48%
Trijaya	0,48%
Chevy	0,24%
Alfa	0,24%
Global	0,24%
PR (Mustika)	0,24%
SE	0,24%
Sikamoni	0,24%
Sonata	0,24%
TPI Dangdut	0,24%
Blanc	0,24%

■ = eligible for media plus report

Sumber : <http://xzone-medialinks.blogspot.com> (November 2010)

Adanya tugas-tugas dan jabatan yang dirangkap oleh satu orang, seiring berjalannya waktu dan perkembangan Radio Global Bandung, pihak

manajemen berharap memperoleh gambaran yang nyata mengenai wewenang, pembagian tugas dan tanggung jawab kepada masing-masing jabatan yang ada serta kerjasama antara atasan dan bawahan di dalam perusahaan yang disesuaikan dengan keadaan dan perkembangan perusahaan. Karena hal tersebut mempunyai pengaruh penting, suatu garis wewenang dan tanggung jawab yang nyata akan menghasilkan garis kerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Evaluasi Manajemen Penyiaran Guna Memperbaiki Proses Produksi di Radio Global 89,7 FM Bandung”

1.3. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tahap perencanaan pada bagian produksi di Radio Global Bandung?
2. Bagaimana tahap pengorganisasian pada bagian produksi di Radio Global Bandung?
3. Bagaimana tahap pelaksanaan pada bagian produksi di Radio Global Bandung?
4. Bagaimana tahap pengawasan pada bagian produksi di Radio Global Bandung?
5. Bagaimana usulan perbaikan untuk memperbaiki proses produksi pada bagian produksi di Radio Global Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tahap perencanaan pada bagian produksi di Radio Global Bandung.
2. Mengetahui tahap pengorganisasian pada bagian produksi di Radio Global Bandung.

3. Mengetahui tahap pelaksanaan pada bagian produksi di Radio Global Bandung.
4. Mengetahui tahap pengawasan pada bagian produksi di Radio Global Bandung.
5. Memberikan usulan perbaikan untuk memperbaiki proses produksi pada bagian produksi di Radio Global Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang berarti dalam bentuk uraian ilmiah tentang teori-teori yang dibahas dalam penelitian ini, sebagai masukan dan tambahan bagi penulis, Radio Global 89,7 FM Bandung, maupun pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan atas penelitian ini, khususnya evaluasi manajemen penyiaran guna memperbaiki proses produksi di Radio Global 89,7 FM Bandung.

1.5.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses produksi yang belangsung pada media penyiaran yaitu radio yang berdasarkan manajemen penyiaran dan sejauh mana pengaruh tahapan manajemen tersebut bagi perusahaan. Diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu manajemen media dan komunikasi Institut Manajemen Telkom, serta dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin mengetahui atau membahas hal-hal tersebut dari sisi yang lain atau sisi yang lebih dalam.

1.5.2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi bagi pihak Radio Global 89,7 FM Bandung tentang proses produksi yang telah dijalankan saat ini. Program dapat disamakan atau

dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini pendengar atau pemasang iklan. Sehingga nantinya dapat mengembangkan proses produksi yang sesuai dengan target perusahaan dan menjalankan manajemen penyiaran yang lebih baik.

1.6. Pembatasan Masalah

Batasan-batasan dan asumsi-asumsi dalam penelitian ini untuk menjaga konsistensi penelitian sehingga sesuai dengan tujuan adalah sebagai berikut :

- a. Objek penelitiannya adalah manajemen penyiaran dalam proses produksi yang dilaksanakan oleh Radio Global Bandung.
- b. Lokasi penelitiannya Radio Global Bandung di Jl. Dr. Setiabudi No. 170 B-1.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

BAB I. Pendahuluan. Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II. Tinjauan pustaka. Pada bab ini memaparkan penelitian terdahulu, kajian pustaka dan kerangka pemikiran.

BAB III. Metodologi Penelitian. Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, operasional variabel

BAB IV. Analisis dan Pembahasan. Pada bab ini dijelaskan cara mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi serta pengolahannya menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu pada bab

ini akan dijelaskan mengenai analisa dari hasil pengolahan data responden dan data penelitian berdasarkan data yang diperoleh.

BAB V. Kesimpulan dan saran. Pada bab ini akan menyimpulkan hasil yang didapat dari penelitian ini serta memberikan saran dan rekomendasi terhadap perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab 4 dalam penelitian yang berjudul “Evaluasi Manajemen Penyiaran Guna Memperbaiki Proses Produksi di Radio Global 89,7 FM Bandung”, maka penulis menarik kesimpulan dan mencoba memberikan saran dari hasil penelitian ini.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen penyiaran di Radio Global Bandung dan menyesuaikannya dengan fungsi manajemen secara umum. Berdasarkan hal-hal yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, pada bab ini peneliti akan menarik kesimpulan yang merupakan penjelasan akhir dari tujuan penelitian yang dimaksud. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tahapan proses produksi program-program di Radio Global Bandung berdasarkan teori POAC (*planning, organizing, actuating* dan *controlling*) sebagai berikut:

- a. Proses perencanaan, pada tahapan ini sudah berjalan dengan baik karena bagian program telah melakukan perencanaan dengan dua aspek yaitu penetapan tujuan sesuai dengan lima prinsip SMART dan membuat rencana strategis melalui empat kegiatan rencana strategis yang salah satunya melakukan on-air dari tempat-tempat umum dengan mendatangkan bintang tamu berupa penyanyi/ artis yang telah dikenal luas oleh masyarakat.
- b. Proses pengorganisasian, dalam pemerincian tugas masih kurang maksimal dikarenakan adanya tugas-tugas dan jabatan yang dirangkap oleh satu karyawan. Padahal dalam harapan perusahaan semua karyawan mendapat tugas dan tanggung jawab yang nyata sesuai dengan jabatan masing-masing, karena terdapat kekurangan SDM.

- c. Proses pengarahan, dalam melaksanakan kegiatan motivasi, komunikasi dan kepemimpinan sudah baik karena sudah sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Namun untuk pelatihan masih kurang maksimal, karena belum sesuai dengan harapan bagian program untuk diadakannya *training*, pengawasan pelatihan yang dilakukan oleh tim khusus yang disediakan perusahaan dan mengikuti kegiatan pelatihan lain seperti seminar atau *workshop*.
- d. Proses pengendalian, sudah baik karena telah dilakukan empat tahapan pengendalian ada.

5.2 Saran

Saran dari penelitian ini berdasarkan pada hasil yang didapatkan pada kesimpulan dan mengacu pada teori sebagai pedoman. Dimana saran ditujukan untuk ke perusahaan yaitu Radio Global Bandung khususnya bagian program, akademis yaitu IM Telkom, dan penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran untuk perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang di dapat untuk tahapan tiap proses produksi, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.

- a. Untuk proses perencanaannya, sudah berjalan dengan baik, sehingga diharapkan perusahaan khususnya bagian program untuk mempertahankannya. Salah satu strategi yang dijalankan saat ini berupa melakukan on-air program-program Radio Global Bandung di tempat-tempat umum perlu diadakan kegiatan serupa untuk menarik perhatian masyarakat secara langsung.
- b. Untuk proses pengorganisasiannya, sebaiknya tiap individu mendapatkan tugas atau jabatan yang tidak rangkap atau satu jabatan saja, yang terjadi di perusahaan adalah seorang produser sebagai membuat *script* juga, hal ini tidak akan membuat fokus pada pekerjaannya dan belum tentu produser mampu membuat *script* yang seperti dikerjakan oleh *scriptwriter* pada umumnya.

Dan jika memang tim program kekurangan SDM pada *scriptwriter*, sebaiknya dilakukan penambahan SDM untuk *scriptwriter* agar pembuatan *script* benar-benar dilakukan oleh *scriptwriter*.

- c. Untuk proses pengarahannya, dari sisi pelatihan, sebaiknya diberikan *training* dan pengikutan kegiatan pelatihan lain, agar kemampuan karyawan dalam bekerja lebih meningkat dan lebih kreatif. Selain itu diadakannya tim khusus untuk mengawasi proses pelatihan.
- d. Untuk proses pengendalian, dalam mendeteksi penyimpangan yang terjadi terhadap standar/ tujuan pada saat proses produksi berlangsung sebaiknya operator selalu bertugas untuk melaporkan apabila terjadi kesalahan.

5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya

Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian selanjutnya yang membahas mengenai media karena kurangnya penelitian yang membahas mengenai media, terutama manajemen pada media. Selain itu diperlukan penelitian lanjutan tentang keseluruhan manajemen media yang mencakup proses di dalamnya bukan hanya dari sisi konten saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro., et.al. (2009). **Komunikasi Massa, Suatu Pengantar Edisi Revisi**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, Santi Indra. (2008). **Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cooper and Schindler. (2006). *Marketing Research*. New York: The Mc Graw-Hill Companies Inc.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2005). **Kamus Besar Indonesia**. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendy, Onong Uchjana. (1990). **Radio Siaran Teori dan Praktek**. Bandung: Mandor Maju.
- Ginting Munthe, Moeryanto. (1996). **Media Komunikasi Radio**. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Keith, C. Michael. (2000). **Stasiun Radio Pemberitaan**. Jakarta: PT. Internews Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). **Teknik Praktis Riset Komunikasi**. Jakarta: Kencana.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio, Menata Profesional Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS
- Moleong, J. (2009). **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2009). **Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi**. Jakarta: Prenada Media Grup.

- Patilima, Hamid. (2005). **Metode Penelitian Kualitatif**. Bandung: Alfabeta.
- Pawito. (2007). **Penelitian Komunikasi Kualitatif**. Yogyakarta: LkiS
- Pringle, Peter K dan Starr, Michael F. (2006). ***Electronic Media Management (Fifth Edition)***. United States: Elseviser.
- Rahmat, Jalaludin. (2001). **Metode Penelitian Komunikasi**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sekaran, Uma. (2006), **Metodologi Penelitian Untuk Bisnis**. Jakarta. Salemba Empat.
- Severin, Werner J dan Tankard, James W. (2008). **Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Komunikasi Massa**. Jakarta: Kencana.
- Siswanto TB. (2006) **Pengantar Manajemen**. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2009). **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: CV Alfabeta.
- Terry, R George. (2003). ***Principal of Management***. New Delhi, India: AITBS.
- Triartanto, A. Ius Y. (2010) ***Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek***. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Vivian, John. 2006. ***The Media of Mass Communication (2006 update)***. Boston: Pearson Education.

Jurnal

- Ariani, Prida. (2008). **Media Komunikasi Pilihan Karyawan dalam Aliran Pesan dari Atasan ke Bawahan (*Downward Communication*)**. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 2, July
- Goenawan, Felicia. (2008). **Nilai dan Gaya Hidup Masyarakat di dalam Media**. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 2, July.
- Laird. E. W, Tracey. (2011). ***Out of the Dark: A History of Radio and Rural America***. *Journal of Southern History*. p.467(2)
- Nafiah, Fazli. (2011). ***Ambiguity in Human Communication: Causes, Consequences and Resolution***. *Malaysian Journal of Communication*. pp. 37-46
- Peter. (2009). ***Factualisation in Radio News. A Case Study of the News Programme on Commercial Radio Station Radio 1***. *Broadcast journal*. Vol. 15 Issue 1, p79-93
- Setiwan, Agus. (2005). **Radio Siaran: Pengenalan**. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*. Edisi Khusus, September

Skripsi

- Arlusi, Rosalia Dewi. (2003). ***Penerapan Fungsi Manajemen Media Massa Pada Radio Jaringan (Studi Deskriptif mengenai Penerapan Fungsi Manajemen di Jaringan Radio Bisnis PAS FM)***. Skripsi Universitas Padjajaran 2003
- Elfira. (2011). ***Evaluasi Kinerja Program Nightmare Side di Radio Ardan 105,9 FM Bandung pada Tahun 2010***. Skripsi

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan
Informatika Institut Manajemen Telkom 2011

Hafidzah, Adinda F.R.F. (2011). *Analisis POAC dalam Manajemen Redaksi Majalah PREPS! Sebagai Majalah Lokal Kota Medan*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Institut Manajemen Telkom 2011

Jamil, Imas Hayatiah. (2008). *Proses Produksi Acara "Racing Dangdut Music" di Radio Gema 100,5 FM Kuningan Jawa Barat*. Laporan Tugas Akhir Universitas Padjajaran 2008

Koswara, S.Sos, Aang; Komariah, Kokom; Setianti, S.Sos, Yanti. (2006). *Penerapan fungsi Manajemen Media Massa di Radio Pelangi Nuansa Swaratama Sumedang*. Laporan Penelitian Universitas Padjajaran 2006

Internet

File document Radio Global

<http://xzone-medialinks.blogspot.com> (Hasil Survei PT. MediaLinks: Survei Pendengar Radio Bandung Tahun 2010, diakses tanggal 15 Maret 2011)