

Strategi Manajemen Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Dunia Dongeng di RRI Purwokerto

Ari Mintarti Murbaningsih¹⁾, Purwanto²⁾, Ade Wahyudin³⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Produksi Siaran, Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta
Jl. Magelang No.KM.6, Mlati, Sleman, D. I. Yogyakarta 55284

^{2,3)}Program Studi Manajemen Teknik Studio Produksi, Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta
Jl. Magelang No.KM.6, Mlati, Sleman, D. I. Yogyakarta 55284
Email: mintartiarry@yahoo.com

Abstract: RRI Purwokerto is a public broadcasting institution that must be able to serve his audience. Broadcasting media management which is implemented in LPP RRI Purwokerto based on vision and mission is reflected in each radio program. One of the Programs in LPP RRI is Dunia Dongeng. The program is carried by a storyteller who reads a story with many characters. The purpose of the research is to determine the management strategies to maintain the existence of the Dunia Dongeng program in LPP RRI Purwokerto using SWOT Analysis. According to SWOT Analysis, there is a lot of strength and opportunities such as the storyteller is a professional and the audience segmentation is kid community. The content quality of the story is good and meaningful. The time of broadcast is determined according to the needs of the audience. Interesting and varied presentation. The analysis result can become a recommendation to improve the quality and quantity of the audience.

Keywords: SWOT Analysis, Dunia Dongeng, LPP RRI Purwokerto

Abstrak: RRI Purwokerto sebagai lembaga penyiaran publik, harus mampu melayani pendengarnya. Manajemen media penyiaran yang diterapkan di LPP RRI Purwokerto didasarkan pada visi dan misi, tercermin dalam setiap program siarannya. Salah satu program siaran di LPP RRI Purwokerto adalah Dunia Dongeng. Program tersebut dibawakan oleh seorang pendongeng yang membacakan cerita dengan berbagai karakter. Tujuan dari kajian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen dalam mempertahankan eksistensi program siaran Dunia Dongeng di LPP RRI Purwokerto. Berdasarkan analisis SWOT, terdapat lebih kekuatan dan peluangnya, pendongeng merupakan seorang yang profesional, audiencenya yang sudah pasti yaitu komunitas anak-anak. Isi ceritanya berbobot dan bermanfaat. Waktu siaran yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan pendengarnya. Penyajian yang menarik dan variatif. Hasil dari analisis tersebut dapat memberikan masukan untuk menambah jumlah pendongeng yang berkualitas dan meningkatkan jumlah pendengarnya.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Dunia Dongeng, LPP RRI Purwokerto

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital sangat mempengaruhi cara berkomunikasi masyarakat di era modern tidak hanya bersifat lokal, regional, nasional namun jangkauan dunia. Saat ini media massa yang konvensional harus mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi. Televisi dan radio, sebagai media massa juga harus dapat mengikuti perkembangan teknologi. Informasi dan hiburan dapat diperoleh

secara cepat dan kemas yang menarik dengan media online.

Radio merupakan media massa yang memiliki peran untuk menyampaikan berbagai informasi. Pada dasarnya media dapat diartikan sebagai cara penyampaian melalui sebuah saluran yang didalamnya memuat suatu pesan untuk disampaikan kepada khalayak. (Biagi, 2010)

Radio yang merupakan media konvensional juga menghadapi permasalahan yaitu

melakukan perubahan dan menyesuaikan diri di era digital, sehingga radio harus beradaptasi dengan media baru. Pada saat ini harus disadari bahwa sekarang sudah ada pada era konvergensi media. Alternatif pendengar radio untuk memperoleh hiburan dengan mengakses radio streaming. Hal tersebut yang menjadi tantangan dalam menjaga eksistensi siarannya. Namun, terdapat kekuatan yang ada dalam media radio yaitu salah satunya adalah dapat menciptakan imajinasi bagi pendengarnya atau disebut dengan “theatre of mind”. Disamping itu radio juga memiliki kelebihan yaitu media yang dapat diakses dengan mudah, murah, cepat, kapan saja, dimana saja, dan fleksibel (dapat didengarkan sambil beraktifitas yang lain), sehingga kelebihan tersebut harus dioptimalkan sebagai dasar dalam menghadapi tantangan dan untuk meraih peluang yang ada.

Untuk menjawab hal tersebut perlu adanya strategi pengelolaan penyiaran yang baik sehingga radio siaran dapat menjadi unggulan. Manajemen penyiaran tidak ada bedanya dengan pengelolaan sebuah perusahaan pada umumnya yaitu terdapat : Perencanaan, Pengorganisasian, Pengendalian, Pengawasan. Terdapat tiga alasan utama mengapa manajemen diperlukan, yaitu untuk mencapai tujuan, menjaga keseimbangan, dan untuk

mencapai efisiensi dan efektivitas. (Morissan, 2008)

Hal ini menjadi tantangan dan peluang bagi Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai media yang mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran radio yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. (PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2005, 2005)

Sifat heterogen menjadikan RRI membagi beberapa program siaran yang memenuhi target siaran untuk radio pemerintah adalah semua usia. Salah satu program siaran pendidikan yang cukup menarik adalah siaran anak-anak, dengan target usia 4 – 13 tahun yaitu Dunia Dongeng.

Oleh karena itu, penting adanya kajian strategi manajemen dalam mempertahankan eksistensi siaran Dunia Dongeng di LPP RRI Purwokerto. Sehingga, Kajian ini bertujuan untuk mengetahui strategi tersebut dengan menggunakan pendekatan SWOT. Karena pendekatan ini mampu menganalisa secara internal dan eksternal, sehingga mampu menghasilkan strategi yang efektif dan efisien.

Manfaat dari penelitian ini agar dapat memberikan masukan kepada semua pihak termasuk LPP RRI Purwokerto untuk menghadapi persaingan media hiburan bagi anak-anak saat ini. Disamping itu juga kepada stasiun radio yang lain untuk mengevaluasi diri akan pentingnya melakukan pembenahan dalam rangka menjadi media yang siap untuk menghadapi tantangan dalam meraih pendengarnya.

2. Penelitian Terkait

Penelitian sejenis ini sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, diantaranya :

- Strategi pengelolaan radio siaran ditengah-tengah perkembangan teknologi internet harus betul-betul cermat dalam melayani pendengarnya. Berbagai cara untuk mendongkrak pendengarnya yaitu dengan perencanaan format siaran yang tepat, penyiar, pilihan lagu, materi acara, siaran iklan/spot yang mampu bersaing dengan kompetitor yang lain.(Rihartono, 2015).
- Strategi manajemen penyiaran Radio KISS FM yang target audience-nya adalah remaja dalam menghadapi persaingan informasi digital. Untuk mengatasi persaingan dengan radio-radio di jaman sekarang ini, Radio KISS FM tetap konsisten memutar lagu-lagu

yang up to date. Radio KISS FM memang harus tampil beda, bukan lagi radio konvensional, yang hanya menyampaikan informasi. Tetapi sudah merambah ke media sosial, seperti youtube. Manajemen Radio KISS FM Medan, sudah all in one, yaitu melakukan siaran melalui on air, off air, dan siaran online atau live streaming. (Nasution, 2018)

3. Landasan teori

3.1 Strategi Program

Strategi program merupakan bentuk perencanaan dari sebuah penyelenggaraan siaran secara menyeluruh. Dalam strategi program termasuk juga dalam menentukan penjadwalan dan penyiaran dalam sebuah lembaga siaran. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai upaya untuk mampu mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. (Husein, 2001)

Program merupakan segala yang ditampilkan dalam sebuah stasiun penyiaran yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak pendengarnya. Program siaran dibuat oleh radio siaran harus sesuai dengan apa yang disukai oleh pendengarnya dan bisa menawarkan program-program yang menggambarkan visi dan misi radio tersebut.(Morissan,

2008)

3.2 Manajemen Penyiaran

Media penyiaran menggunakan manajemen dalam menjalankan kegiatannya, dan setiap orang yang memiliki tanggungjawab atas bawahan dan sumber daya organisasi lainnya dengan menjalankan fungsi manajemen disebut manajer. Menurut. (Morissan, 2008)

Ada tiga alasan utama mengapa manajemen penyiaran diperlukan yaitu untuk mencapai tujuan, untuk menjaga keseimbangan, dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Sedangkan, Howard Carlisle mengemukakan pengertian manajemen yang lebih menekankan pada pelaksanaan fungsi manajer yaitu: mengarahkan, koordinasi dan mempengaruhi pelaksanaan organisasi sehingga dapat memperoleh hasil yang diinginkan dan meningkatkan performa secara keseluruhan(Carlisle, 1978). Selain itu, Wayne Mondy dan rekan memberikan definisi manajemen yang lebih menekankan pada faktor manusia dan materi sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pengaruh untuk menyelesaikan tujuan organisasi melalui penggunaan sumber daya materi yang terorganisasi (Morisan, 2008 : 128).

Dari definisi tersebut tergambar bahwa manajemen merupakan usaha untuk

menggerakkan sesuatu melalui kerja orang lain melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan. Definisi lain menyebutkan bahwa manajemen merupakan proses membuat perencanaan, pengorganisasian, memimpin, mengendalikan berbagai untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan(Nurhayati, 2015).

3.3 SWOT

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal yaitu peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 1998).

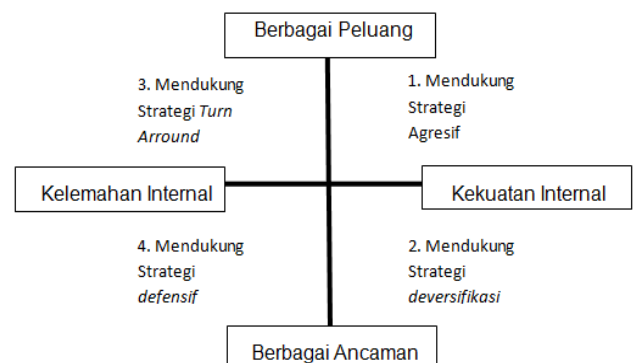


Diagram Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT, terdapat 4 jenis kuadran yang menggambarkan keadaan atau posisi suatu sistem yang akan dikaji atau diteliti. Kuadran tersebut antara lain:

- Kuadaran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada

- Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan dari internal
- Kuadran 3 : Peluang yang besar, tetapi dilain pihak menghadapi kendala/kelemahan internal
- Kuadran 4 : Merupakan situasi

yang sangat tidak menguntungkan, menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Alat yang dipakai untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dapat digambarkan dengan menggunakan matrik berikut :

Tabel, Matriks SWOT

IFAS	Strengths (S) Tentukan kekuatan internal yang ada	Weakness (W) Tentukan kelemahan internal yang ada
EFAS	SO Strategies Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	WO Strategies Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan ancaman eksternal yang ada	ST Strategies Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	WT Strategies Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, suatu pendekatan penelitian yang mendiskripsikan situasi tertentu sesuai dengan kenyataan yang benar, dengan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan didapatkan dari situasi yang alamiah. Data yang diperoleh dilapangan (sebanyak mungkin data) yang dapat digunakan untuk meneliti,

menguraikan, menjelaskan secara komprehensif(Purwanto, Lestari, & Wahyudin, 2019).

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara. Selain itu juga observasi dilapangan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dokumentasi merupakan metode dalam penelitian untuk memeproleh data-data

melalui dokumen-dokumen yang dikumpulkan berupa, data tertulis, hasil rekaman, dan naskah siaran.

Obyek penelitian fokus pada strategi manajemen LPP RRI Purwokerto dalam mempertahankan siaran Dunia Dongeng.

Penelitian ini data primer yang diperoleh dari penelitian langsung dari informan yaitu manajer siaran, tim kreatif, talent (pendongeng) berupa data-data yang diperoleh melalui wawancara. Data sekunder juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan data berupa referensi dari penelitian pendahulu, dokumentasi dan referensi pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian adalah menggunakan teknik wawancara, observasi serta dokumentasi.

Validitas data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan diolah dan diuji keabsahannya melalui teknik pemeriksaan tertentu. Data tersebut penulis peroleh melalui wawancara dengan Wahyu, manajer siaran dan tim kreatif. Analisis data dalam penelitian ini merupakan reduksi data yang merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data sehingga dapat diambil kesimpulan.

Dalam menganalisa data menggunakan pendekatan *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* (SWOT). Dari analisis SWOT tersebut dapat ditarik antara hubungan dari masing-masing analisis. Hal tersebut dilakukan agar program acara siaran tersebut dapat diketahui apakah kekuatan dan kelemahannya, untuk perbaikan kedepannya, serta peluang dan kesempatan yang dapat diraihinya.

5. Hasil dan Pembahasan

5.1 Profil LPP RRI Purwokerto

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Purwokerto adalah sebuah lembaga penyiaran publik yang berada di Jalan Jend. Sudirman Purwokerto, yang memiliki beberapa frekwensi dalam penyiarannya. LPP RRI Purwokerto merupakan lembaga penyiaran yang berada di daerah,

Penyelenggaraan siaran di LPP RRI Purwokerto dibagi dalam beberapa jenis siaran yaitu : Berita dan Informasi, Pendidikan, Kebudayaan, dan Iklan Layanan Masyarakat. Beberapa jenis siaran tersebut penulis fokus pada salah satu acara siaran yang terdapat dalam jenis Program Pendidikan yaitu Dunia Dongeng.

Dunia Dongeng adalah acara siaran guna menumbuhkan kreatifitas anak-anak dalam bidang seni sastra (dongeng), mengetengahkan cerita anak dengan menonjolkan karakter dari tokoh-tokoh

dalam cerita. Acara tersebut dibawakan oleh seorang pendongeng, disiarkan setiap hari Minggu pada pukul 16.00-17.00 WIB, dengan tujuan untuk memberikan hiburan sekaligus pengembangan imajinasi anak.

Setiap kali siaran, dilakukan oleh 1 orang dengan membawakan beberapa karakter. Bahan produksi Dunia Dongeng yang diangkat merupakan cerita binatang (fabel), cerita rakyat, sejarah para pahlawan, dan cerita keagamaan ataupun event yang menarik. Pesan yang disampaikan dalam setiap dongeng yang diangkat, sangat menginspirasi dan mampu memberikan pendidikan pada anak-anak.

5.2 Analisis SWOT

Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan program siaran Dunia Dongeng adalah dengan menganalisis melalui analisis SWOT. Keberhasilan suatu media penyiaran apabila ditopang oleh kreatifitas sumber daya manusianya. SDM merupakan fungsi yang utama dalam setiap program acara siaran disamping itu pendengar dan isi pesannya. Penulis menguraikan 5 (lima) indikator yang digunakan dalam melakukan analisisnya yaitu : indkator talent/pendongeng, target audience, isi pesan/content, waktu siaran, penyampaian cerita dan saluran media sebagai indikator dalam analisis SWOT.

5.2.1 Strengths/Kekuatan

- Pendongeng yang digunakan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki
- Memiliki pendengar yang sudah pasti yaitu komunitas PAUD
- Isi cerita /content khusus sesuai dengan usia 4-13
- Jam siaran pada hari MIinggu pukul 16.00-17.00 tepat untuk siaran anak-anak
- Penyampaian cerita dalam setiap siaran seusai dengan karakternya
- Media radio adalah media dengar sehingga imajinasi pendengar dapat terbangun

5.2.1 Weakness/Kelemahan

- Keterbatasan talent yang ada di Wilayah Purwokerto yang memiliki kemampuan mendongeng
- Audience terbatas hanya pada anak-anak usia 3-5 tahun
- Isi cerita tidak menarik bagi usia lebih dari targetnya.
- Durasi siaran selama 1 jam terlalu lama untuk anak-anak
- Pendongeng yang hanya 1 orang dalam setiap siaran akan monoton
- Media radio hanya sekilas dan tidak dapat diulang.

5.2.3.Opportunties/Peluang

- Pesaing talent sedikit, sehingga peluang menjadi talet besar.

- Harus mampu memenuhi target audience-nya usia 4-13 tahun sehingga tepat sasaran
- Kontent atau isi cerita lebih beragam dan semakin luas
- Waktu siaran jam 16.00-17.00 adalah waktu anak-anak beristirahat dirumah
- Dengan adanya 1 orang pendongeng dalam setiap cerita maka mudah mendalami isi cerita.
- Dapat menjangkau pendengar yang luas

5.2.4 *Threat/Tantangan*

- Kesulitan dalam perekrutan pendongeng
- Apabila tidak sesuai dengan target audience maka akan ditinggalkan pendengarnya
- Isi cerita content/isi cerita terbatas.
- Waktu siaran terlalu panjang maka akan terjadi kejenuhan dan akan ditinggalkan pendengarnya
- Pendengar akan kesulitan untuk membedakan setiap karakter dalam ceritanya
- Persaingan media yang lain yang lebih menarik

5.3 Strategi Manajemen Penyiaran

Lembaga penyiaran dapat dinyatakan sebagai sebuah lembaga yang berhasil menurut Morisan adalah ditopang oleh

sumber daya manusia yang mampu bekerja dengan baik dalam ketiga bidang yaitu mampu :a) mencapai tujuan; (b) menjaga keseimbangan, dan (c) mencapai efisiensi dan efektivitas.

Fungsi manajemen penyiaran memiliki 4 (empat) fungsi dasar untuk meningkatkan kualitas SDM yaitu Perencanaan (*Planning*) dalam sebuah lembaga dapat berhasil dengan baik apabila dalam perencanaan dapat menyiapkan rencana dan strategi yang akan dilakukan untuk dapat mencapai tujuan lembaga penyiaran. Tahapan perencanaan ini lembaga harus mengetahui apa, kapan, bagaimana, dan siapa yang menjalankan rencana tersebut.

Pengorganisasian (*Organizing*) dalam sebuah lembaga dilakukan sesuai dengan jabatannya masing-masing. LPP RRI Purwokerto sebagai lembaga penyiaran memiliki struktur dengan kategori struktural dan fungsional. Pengorganisasian juga dilakukan dalam menempatkan acara siaran sesuai dengan jam siar yang diatur dalam Jadwal Siaran. Pemilihan nama-nama program acara siaran juga dipilih yang menarik dan disesuaikan dengan target audience-nya. Salah satunya adalah Dunia Dongeng, karena acara tersebut diisi dengan dongeng dengan berbagai cerita, baik cerita binatang, cerita fiksi, maupun cerita yang bersifat keagamaan.

Pengarahan yang dilakukan dalam sebuah lembaga penyiaran dapat mempengaruhi kinerja karyawannya. Pimpinan lembaga sangat berpengaruh apabila dapat melakukan pengarahan secara rutin, sebagai upaya untuk merangsang antusiasme karyawannya dalam menjalankan tanggungjawabnya sebagai karyawan.

Untuk memperkuat hubungan antara lembaga dengan audience maka terdapat program-program offair, agar pendengar dapat langsung bertatap muka dengan penyiarannya. Selain itu juga diadakan kegiatan sosial, yaitu donor darah bekerjasama dengan PMI, dan kerjasama-kerjasama offair lainnya.

Pengawasan dan evaluasi dilakukan pada setiap hari selama program siaran berlangsung agar segala permasalahan yang timbul pada saat siaran tidak terjadi pada hari selanjutnya. Evaluasi dilakukan setelah program siaran on air selesai. Evaluasi program siaran juga dibahas dalam rapat untuk mengetahui kelebihan dan kelemahannya.

Berdasarkan data dan pengumpulan informasi, maka strategi yang dapat diterapkan oleh LPP RRI Purwokerto dalam mempertahankan eksistensi program siaran dunia dongeng adalah sebagai berikut:

- a. **Strategi S-O**, menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dilakukan Dunia

Dongeng di LPP RRI Purwokerto dengan melakukan rekrutment pendongeng dengan membuka seluas-luasnya kerjasama dengan Perguruan Tinggi yang lainnya atau bahkan dengan komunitas seni yang lain. Berkaitan dengan target audiencenya, telah memiliki target audience yaitu anak-anak yang tergabung dalam komunitas PAUD. Agar dapat memenuhi target maka dapat memluas targetnya yaitu untuk anak-anak usia 4-13 tahun. Berkaitan dengan isi cerita/content dan pesan yang disampaikan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan yaitu karena target audiencenya adalah anak-anak usia 3-5 tahun maka isi/content siaran hanya yang dapat diterima dan dicerna oleh anak-anak usia tersebut. Sedangkan untuk waktu penyajian/jam siaran adalah pada Hari Minggu pada jam 16.00-17.00 WIB, maka hal ini menjadi kekuatan karena ada saat tersebut anak-anak berada dirumah, dan sedang beristirahat. Hal ini juga dapat menjadi peluang dalam menyelenggarakan siaran dongeng sehingga dapat memperoleh pendengar yang sesuai dengan targetnya. Begitu pula dengan isi

cerita memiliki kekuatan berkaitan dengan karakter pendongengnya, yaitu dengan dibawakan oleh satu orang pendongeng maka akan mudah dalam mendalami isi ceritanya. Saluran media yang digunakan media radio, yang hanya mengandalkan media dengar saja maka anak akan dilatih untuk dapat berimajinasi melalui cerita-cerita yang dibawakan. Kekuatan dari media ini adalah dapat membentuk kreatifitas anak-anak melalui imajinasinya. Sementara peluang yang dapat diperoleh dari media radio adalah dapat menjangkau khalayak yang luas.

- b. Strategi W-O**, meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang dilakukan adalah dengan terbatasnya talent/pendongeng di daerah Purwokerto maka kesempatan untuk menjadi talent semakin besar sehingga, masyarakat yang memiliki kemampuan mendongeng mendapatkan kesempatan untuk mengisi acara siaran tersebut. Dari sisi pendengarnya yang hanya memiliki pendengar yang terbatas, sehingga program acara siaran tersebut hanya dapat didengar oleh komunitas tertentu saja, namun dari

sisi yang lain LPP RRI memiliki peluang untuk membuka kesempatan audience yang lainnya, menyesuaikan perencanaan siaran program dongeng untuk target audience dengan usia 4-13 tahun. Namun pendengar siaran dongeng saat ini adalah anak-anak usia 3-5 tahun maka tidak sesuai dengan target audiencenya, sehingga lama-kelamaan akan ditinggalkan pendengarnya. Sementara dari sisi isi cerita apabila dikembangkan rentang usia pendengarnya akan mempengaruhi isi ceritanya menjadi beragam. Dilihat dari kelemahan dalam waktu siarnya program acara siaran Dunia Dongeng disiarkan pukul 16.00-17.00, dengan durasi siarannya selama 1 jam maka, akan terjadi kejenuhan. Waktu penyajian/waktu siarannya pada pada Hari Minggu jam 16.00-17.00 menjadi kekuatan dalam penyajiannya karena pada saat anak-anak berada dirumah beristirahat. Program siaran Dunia Dongeng memiliki kelemahan dalam penyampaian cerita yang hanya dilakukan oleh 1 orang pendongeng maka isi cerita dan penyajiannya akan monoton, namun dengan disajikan oleh 1 orang maka

menjadi kekuatan dalam hal mendalami isi ceritanya. Jika dipandang dari saluran medianya, media radio adalah media dengar siarannya hanya sekilas dan tidak dapat diulangi, maka tantangan bagi pendongeng harus mampu menarik minat pendengarnya dan dalam membawakan cerita harus mampu menciptakan imajinasi pendengarnya.

- c. **Strategi S-T**, menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dilakukan dalam Program Acara Siaran Dunia Dongeng LPP RRI Purwokerto dengan cara mempertahankan pendongeng yang sudah ada. Sedangkan untuk menghadapi tantangannya perlu diadakan rekrutmen pendongeng yang lain agar dapat lebih bervariasi. Sementara untuk audience-nya Dunia Dongeng telah memiliki audience yang sudah pasti yaitu komunitas PAUD, dalam hal audience untuk program acara siaran ini sudah dapat dipastikan memperoleh pendengar. Namun untuk mengatasi audience yang sempit maka ada tantangan yang harus dihadapi yaitu dapat membawakan cerita yang lebih bervariasi menarik. Dari sisi

content/isi siarannya memiliki kelebihan isi cerita untuk anak usia 3-5 tahun sehingga mudah untuk penyampaian ceritanya, namun apabila diperluas audienceya maka sangat berpengaruh dalam penyampaian ceritanya, yaitu harus dapat pula menarik bagi usia anak-anak yang lebih lebar range-nya, yaitu 4-13 tahun, sesuai dengan target audience yang direncanakan. Waktu penyajian Dunia Dongeng pada hari Minggu jam 16.00-17.00 merupakan kekuatan tersendiri dimana pada jam tersebut anak-anak berada di rumah. Namun dengan durasi 1 jam maka akan terjadi kejenuhan sehingga lama-kelamaan akan ditinggalkan pendengarnya, untuk itu durasi sebaiknya diperpendek. Penyampaian cerita dalam setiap siaran sesuai dengan karakternya disampaikan oleh 1 orang pendongeng. Hal ini akan menjadi tantangan tersendiri sebagai pendongeng agar pendengar tidak kesulitan untuk membedakan setiap karakter dalam ceritanya. Saluran medianya media radio merupakan menjadi kekuatan karena media radio adalah media dengar sehingga dapat membangun imajinasi pendengarnya. Namun

berakitan dengan media lain yang lebih menarik maka menjadi tantangan tersendiri bagi radio untuk bersaing dengan media lainnya.

- d. Strategi W-T**, meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dilakukan oleh Program Siaran Dunia Dongeng LPP RRI Purwokerto yaitu dengan memanfaatkan pendongeng yang sudah ada kemudian lembaga memberikan kesempatan untuk memperkaya keterampilannya dengan training/pelatihan. Sementara untuk audience diperlukan pemeliharaan audiencenya yaitu dengan meningkatkan kualitas siarannya agar lebih menarik. Sedangkan untuk isi siarannya agar tetap didengarkan oleh audiencenya maka disesuaikan dengan target audiencenya. Dipandang dari durasi siarannya selama 1 jam terlalu lama untuk anak-anak, menjadi tantangan untuk mempertahankan audiencenya agar tidak terjadi kejenuhan dengan memberikan variasi dalam panyampaiannya, agar tidak ditinggalkan pendengarnya. Sementara dalam penyajian ceritanya yang

disampaikan oleh seorang pendongeng maka kesan monoton dalam penyajian ceritanya. Tantangan bagi pendongeng agar dapat menciptakan karakter yang berbeda-beda, untuk memudahkan pendengar dalam mencerna isi ceritanya. Kelemahan dalam durasi siaran selama 1 jam terlalu lama untuk anak-anak, sehingga mejadi tantangan bagi pendongeng untuk memberikan variasi-variasi dalam penyajiannya agar tidak ditinggalkan pendengarnya. Kelemahan media radio yang hanya sekilas maka menjadi tantangan bagi pendongeng agar dapat membentuk imajinasi dalam bercerita.

Berdasarkan 4 tipe strategi, maka dalam proses manajemen penyiaran program Dunia Dongeng menggunakan strategi S-O dipilih karena dalam strategi ini Program Dunia Dongeng menggunakan kekuatan internal (*Strengths*) yang dimiliki untuk mengoptimalkan peluang eksternal (*Opportunities*). Strategi tersebut dapat uraikan sebagai berikut :

LPP RRI Purwokerto dengan melakukan perencanaan untuk kebutuhan talent/pendongeng perlu diadakan rekrutment pendongeng dengan membuka seluas-luasnya kerjasama dengan

Perguruan Tinggi yang lainnya atau bahkan dengan komunitas seni yang lain. Disamping itu juga perlu dilakukan regenerasi agar diperoleh talent/pendongeng yang memiliki kemampuan mendongeng dengan baik. Agar pendongeng memiliki kemampuan yang baik dalam bersiaran maka perlu diikuti dalam pelatihan-pelatihan guna mendukung kemampuannya.

Perencanaan berkaitan dengan target audience Dunia Dongeng, dimana dalam perencanaannya adalah dengan target usia 4-13 tahun. Dilihat dari hasil penelusuran maka target audience yang menjadi sasarannya belum sesuai. Namun dengan keberadaan pendongeng yang merupakan guru PAUD maka audience yang mendengarkan siarannya adalah anak-anak usia 3-5 tahun.

Perencanaan program siaran tidak terlepas dari isi cerita/content dan pesan yang disampaikan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan yaitu karena target audiencenya adalah anak-anak usia 3-5 tahun. Kesesuaian antara perencanaan program siarannya sudah maka isi/content siaran hanya yang dapat diterima dan dicerna oleh anak-anak usia 3-5 tahun. Hal tersebut tercermin dari isi cerita yang disampaikan yaitu berupa cerita fabel, cerita kepahlawanan, dll. Perencanaan program siaran tersebut telah disusun

berdasarkan tema-tema yang akan diangkat dalam siarannya.

Sedangkan untuk waktu penyajian/jam siaran adalah pada Hari Minggu pada jam 16.00-17.00 WIB, maka hal ini menjadi kekuatan karena ada saat tersebut anak-anak berada dirumah, dan sedang beristirahat. Hal ini juga dapat menjadi peluang dalam menyelenggarakan siaran dongeng sehingga dapat memperoleh pendengar yang sesuai dengan targetnya.

Begitu pula dengan isi cerita memiliki kekuatan berkaitan dengan karakter pendongengnya, yaitu dengan dibawakan oleh satu orang pendongeng maka akan mudah dalam mendalami isi ceritanya. Saluran media yang digunakan media radio, yang hanya mengandalkan media dengar saja maka anak akan dilatih untuk dapat berimajinasi melalui cerita-cerita yang dibawakan. Kekuatan dari media ini adalah dapat membentuk kreatifitas anak-anak melalui imajinasinya. Sementara peluang yang dapat diperoleh dari media radio adalah dapat menjangkau khalayak yang luas.

Pengorganisasian dalam Program Dunia Dongeng menelaah dari analisis penulis menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dilakukan di LPP RRI Purwokerto dengan melakukan pengorganisasian SDM, setiap karyawan diberikan pekerjaan berdasarkan keahlian

yang dimilikinya. Terbukti dalam pengorganisasian SDM pendongeng pada program Siaran Dunia Dongeng, LPP RRI Purwokerto menggunakan pendongeng yang berkualitas dengan melakukan kerjasama dengan UIN. Hal ini dilakukan karena di RRI Purwokerto tidak memiliki karyawan yang mampu dalam bidang mendongeng. Berkaitan dengan target audiencenya, LPP RRI Purwokerto memiliki teknik dalam mengorganisasikan pendengarnya yaitu dengan memperhatikan komunitas-komunitas pendengar Dunia Dongeng dengan melakukan kegiatan off-air. Dalam kegiatan tersebut dimanfaatkan untuk mengikat pendengarnya.

Isi cerita/content dan pesan yang disampaikan juga merupakan hal yang diperhatikan agar dapat lebih bervariasi. Penempatan jam siaran program Dunia Dongeng juga disesuaikan dengan kebutuhan pendengarnya. Penyajian/jam siaran adalah pada Hari Minggu pada jam 16.00-17.00 WIB. Dalam menyelenggarakan siaran tersebut ditempatkan pada waktu yang tepat sehingga memperoleh pendengar yang sesuai dengan targetnya. Begitu pula dengan isi cerita memiliki kekuatan berkaitan dengan karakter pendongengnya, yaitu dengan dibawakan oleh satu orang pendongeng maka akan mudah dalam mendalami isi ceritanya. Sesuai dengan tujuan organisasi bahwa siaran harus dapat

memberikan manfaat bagi masyarakat. Pengorganisasian media yang digunakan media radio, yang hanya mengandalkan media dengar saja maka anak akan dilatih untuk dapat berimajinasi melalui cerita-cerita yang dibawakan. Media radio ini dapat membentuk kreatifitas anak-anak melalui imajinasinya dan dapat memberikan hiburan yang berkualitas.

Pada tahap penggerakan yang dilakukan LPP RRI Purwokerto dalam program siaran Dunia Dongeng dengan melakukan komunikasi yang baik terhadap SDM. Komunikasi dilakukan agar karyawan dapat bekerja dengan efektif. Memberikan motivasi kepada karyawan agar mampu bekerja dengan professional. Penggerakan untuk audience/pendengar siaran Dunia Dongeng lembaga melakukan pendekatan dengan pendengarnya agar juga mempunyai rasa memiliki lembaga sehingga hubungan antara lembaga dengan pendengarnya dapat terjalin dengan baik. Demikian pula dengan penggerakan dalam penyampaian isi ceritanya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pendengarnya.

Penyampaian ceritanya diberikan dengan mendalami karakter yang dimainkan. Dalam menentukan waktu siaran sudah dilakukan sesuai dengan kebutuhan pendengarnya, yaitu pada Hari Minggu, pukul 16.00-17.00, sehingga sesuai dengan

target audience-nya yang pada jam tersebut anak-anak berada di rumah. Begitu pula dengan isi cerita sesuai dengan karakter pendongengnya, yaitu dengan dibawakan oleh satu orang pendongeng maka akan mudah dalam mendalami isi ceritanya. Radio sebagai media penyampai dongeng, dengan karakter yang tidak ada jarak antara penyiar dan pendengarnya akan menciptakan suasana dekat dengan pendengarnya, sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima oleh pendengarnya.

Tahap pengawasan dalam program Dunia Dongeng dalam kaitannya dengan SDM yang mengelola siaran tersebut, dilakukan evaluasi setiap hari, baik secara informal maupun formal dalam bentuk rapat. Pengontrolan dilakukan baik sebelum siaran maupun setelah selesai siaran. Berkenaan dengan pengontrolan audience apakah siaran tersebut masih diminati atau tidak melalui lembaga riset, yaitu AC Nielsen yang dilakukan dengan berlangganan. Dengan melakukan pendekatan komunitas-komunitas pendengarnya, maka akan diperoleh umpan balik dari siarannya. Sementara untuk isi/content siaran sebelum dilakukan rekaman naskah selalu dicek oleh produser, agar isi dan pesannya dapat tersampaikan dengan baik.

Evaluasi dalam menentukan jam siaran dilakukan oleh manajer siaran dan manajer program, sehingga penentuan waktu siaran sudah ditetapkan oleh lembaga. Evaluasi juga dapat diperoleh dari pihak luar yaitu dari UIN Purwokerto sebagai lembaga yang bekerjasama dalam program siaran Dunia Dongeng untuk menentukan durasi siarannya. Namun belum dilaksanakan sepenuhnya hingga akhir tahun. Penyajian siaran selalu dimonitor oleh sutradara, agar penyajiannya menarik dan dapat menyampaikan pesan dengan baik, dan evaluasi selalu dilakukan bersama dengan seluruh kru program siaran tersebut.

6. Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT yang telah penulis lakukan, maka Program siaran Dunia Dongeng memiliki lebih banyak kekuatan dan peluang yang dapat dimaksimalkan dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman. Kekuatan internal program siaran Dunia Dongeng memiliki pendengar yang sudah pasti yaitu komunitas. Pendongeng adalah seorang yang profesional dibidangnya. Isi cerita yang disampaikan selalu dikontrol oleh produser agar dapat memiliki pesan yang dapat disampaikan kepada pendengarnya. Waktu siaran juga sudah sesuai dengan keberadaan audience-nya.

Teknik penyajian cerita sangat bervariasi

jika dilihat dari sisi cerita yang dibawakan yaitu mengenai cerita binatang, kepahlawanan, fiksi dan keagamaan. Hal ini merupakan kekuatan dalam program siaran Dunia Dongeng dalam mengemban tujuan, visi dan misi penyiaran. Sedangkan media radio yang merupakan media yang auditif juga sangat tepat dalam penentuan jenis program siaran dongeng, karena media radio memiliki karakteristik dekat dengan pendengarnya.

6.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah :

- a. Perekrutan karyawan yang memiliki kemampuan dalam bidangnya, terutama untuk jabatan-jabatan fungsionalnya.
- b. Program acara siaran Dunia Dongeng, diperlukan jumlah talent/pendongeng yang mencukupi, untuk itu perlu adanya rekrutment talent dan untuk pengembangan kemampuan perlu adanya pelatihan/training.
- c. Durasi siaran Dunia Dongeng diperpendek agar tidak terjadi kejenuhan dalam mendengarkan siarannya
- d. Target audience program acara siaran Dunia Dongeng disesuaikan dengan kebutuhan audience-nya yaitu antara usia 3-5 tahun dan meningkatkan jumlah audience.

7. Referensi

- Biagi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Carlisle, H. M. (1978). *Management Concepts And Situations*. California: Science Research Associates.
- Husein, U. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Nasution, N. (2018). *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*. 2(2), 145–156.
- Nurhayati, D. (2015). STRATEGI INDONESIA DALAM MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL DIBIDANG EKONOMI. *Heritage*, 3(1), 33–48.
- PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2005. , PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2005 TENTANG LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA § (2005).
- Purwanto, Lestari, P., & Wahyudin, A. (2019). Evaluasi Pelaksanaan Digitalisasi Penyiaran Di Lpp Tvri Stasiun Jakarta. *Jurnal Heritage*, 7(2).

<https://doi.org/https://doi.org/10.3589>

[1/heritage.v7i2.1797](https://doi.org/https://doi.org/10.3589/1/heritage.v7i2.1797)

Rangkuti, F. (1998). *Analisis*

SWOT :Teknik Membedah Kasus

Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka

Utama.

Rihartono, S. (2015). Strategi Pengelolaan

Radio Siaran Di Tengah-Tengah

Perkembangan Teknologi Internet.

Jurnal Komunikasi PROFETIK, 8(2),

51–64.