

MANAJEMEN PENYIARAN: PERENCANAAN, PENGORGANISASIAN DAN PENGAWASAN DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM SIARAN

Winda Kustiawan¹, Dinda Sakinah Pohan², Adam R.A Manullang³, Sindi Wulandari⁴, Riska Aulia Firdianti⁵

Email: windakustiawan@uinsu.ac.id¹, dindasakinahpohan@gmail.com²,
adammanullang51@gmail.com³, sindiw41@gmail.com⁴, riskaauliafirdianti6@gmail.com⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract: *This journal is motivated by the increasing importance of implementing Islamic principles in the timber industry to build consumer trust, especially among Muslim consumers who prioritize halal practices and business ethics. Consumer trust in timber products is heavily influenced by a company's adherence to Islamic principles such as justice, transparency, and sustainability. Therefore, a proper understanding and application of Islamic principles can strengthen loyalty and increase market share for timber products. The method used in this writing is a causal quantitative research method, primarily utilizing library research materials as data sources. The findings of this study show that the application of Islamic principles in the timber industry significantly influences consumer trust. Consumers are more likely to choose timber products from companies that are transparent in implementing Islamic principles, such as ensuring the halalness of raw materials and fair production processes. The study also reveals that consumers feel safer and more satisfied with timber products that follow Islamic ethical principles, which in turn increases their loyalty and preference for the brand.*

Keyword: *Islamic Principles, Consumers, Timber Industry.*

Abstrak: Jurnal ini dilatar belakangi Manajemen penyiaran memegang peran penting dalam memastikan kelancaran produksi program siaran yang berkualitas. Perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan yang efektif menjadi kunci dalam mengelola setiap tahapan proses penyiaran agar dapat mencapai tujuan penyampaian informasi yang optimal kepada audiens, Metode yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif kausalitas terutama menggunakan bahan-bahan kepustakaan sebagai sumber data penelitian atau disebut juga (Library research). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang matang, pengorganisasian yang efisien, dan pengawasan yang ketat sangat berpengaruh pada kelancaran dan kualitas produksi program siaran. Manajemen yang baik dalam ketiga aspek tersebut dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens.

Kata Kunci : Manajemen, Penyiaran, Produksi.

PENDAHULUAN

Manajemen penyiaran memiliki peran yang sangat penting dalam industri media, khususnya dalam proses produksi program siaran. Sebagai bagian dari manajemen media, penyiaran membutuhkan pengelolaan yang terstruktur dan efisien agar dapat menghasilkan program yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik bagi audiens. Proses produksi program siaran melibatkan berbagai tahap, mulai dari perencanaan konten hingga penyiaran, yang memerlukan koordinasi dan pengawasan yang baik untuk memastikan bahwa setiap elemen program dapat berjalan dengan lancar dan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan (Abdul Choliq, M., & Dawud, M. 2020, hal 20) Dalam hal ini, perencanaan yang matang menjadi dasar utama yang memandu seluruh tim produksi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Perencanaan dalam manajemen penyiaran mencakup penentuan jenis program, penjadwalan siaran, serta pengaturan sumber daya manusia dan peralatan yang dibutuhkan. Tanpa perencanaan yang baik, proses produksi bisa terganggu, mengakibatkan ketidakteraturan dalam penyampaian informasi atau hiburan kepada audiens. Selanjutnya, pengorganisasian memainkan peran vital dalam menyatukan berbagai pihak yang terlibat dalam produksi, mulai dari produser, sutradara, teknisi, hingga presenter. (Tanpa pengorganisasian yang baik, komunikasi antar tim bisa

terhambat, yang berdampak pada kualitas dan ketepatan waktu program yang disiarkan (Djamil, H., & Fachruddin, A. 2011,hal 24)

Pengawasan yang efektif merupakan komponen penting lainnya dalam manajemen penyiaran. Pengawasan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahap produksi dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan mematuhi standar etika serta kualitas yang berlaku. Tanpa pengawasan yang tepat, potensi kesalahan dalam proses produksi bisa meningkat, yang akan mempengaruhi kualitas akhir dari program siaran tersebut. Oleh karena itu, pengawasan tidak hanya berfungsi untuk memeriksa kualitas teknis siaran, tetapi juga untuk memastikan bahwa program yang disiarkan tidak melanggar kode etik jurnalistik dan dapat diterima oleh audiens.

Dengan kombinasi perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan yang efektif, manajemen penyiaran dapat meningkatkan kualitas produksi program siaran secara keseluruhan. Hal ini tidak hanya akan memperbaiki pengalaman audiens, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap reputasi media penyiaran itu sendiri (Ekawati, Y.2016),hal 33) Oleh karena itu, penting bagi setiap stasiun penyiaran untuk memiliki tim manajemen yang kompeten yang dapat mengelola seluruh proses produksi dengan baik, sehingga program yang disiarkan dapat mencapai tujuan komunikasinya secara optimal.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini masuk dalam kategori penelitian kuantitatif kausalitas, karena dalam penelitian kuantitatif kausalitas terutama menggunakan bahan-bahan kepustakaan sebagai sumber data penelitian. atau disebut juga (Library research), metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai literatur. (sugiyono 2019,hal 35), Penelitian ini bersifat deskriptif analisis artinya bahwa penelitian ini termasuk lingkup penelitian yang menggambarkan, menelaah, menjelaskan secara tepat serta menganalisis materi yang berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Manajemen Penyiaran

George R. Terry (Naratama, R.2004,hal 130) Mendefinisikan Manajemen Merupakan Sebuah Proses Yang Khusus, Yang Terdiri Dari Tindakan-Tindakan Yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Penggiat, Dan Pengawasan Yang Dilakukan Menentukan Serta Mencapai Sasaran Yang Telah Ditetapkan Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Manusia Dan Sumber Sumber Lainnya. Sedangkan Pengertian Penyiaran Menurut J.B. Wahyudi (1996:11) Adalah Proses Komunikasi Suatu Titik Ke Audiens Yaitu Suatu Proses Pengiriman Informasi Dari Seseorang Atau Produser (Profesi) Kepada Masyarakat Melalui Proses Pemancaran Elektromagnetik Atau Gelombang Yang Lebih Tinggi.

Menurut Tommy Suprpto Dalam Bukunya Berkarier Di Bidang Broadcasting (2006 : 2) Penyiaran Merupakan Dunia Yang Selalu Menarik Perhatian Bagi Masyarakat. Tak Hanya Dapat Dinikmati Sebagai Tontonan Atau Didengarkan, Penyiaran Merupakan Lahan Bisnis Yang Menggiurkan Dan Bisa Mencapai Keuntungan Yang Besar Jika Program Yang Disiarkan Dinikmati Khalayak. Aktivitas Penyiaran Tidaklah Semata Merupakan Kegiatan Ekonomi, Tetapi Ia Juga Memiliki Peran Sosial Yang Tinggi Sebagai Medium Komunikasi. Siaran Juga Berarti Mata Acara Atau Rangkaian Mata Acara Berupa Pesan- Pesan Dalam Bentuk Suara, Gambar, Atau Suara Dan Gambar Yang Dapat Didengar Dan Atau Dilihat Oleh Khalayak Dengan Pesawat Penerima Siaran Dengan / Tanpa Alat Bantu.

Pada Buku Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran, J. B Wahyudi Mengartikan Manajemen Penyiaran Sebagai Kegiatan Manajemen Yang Diterapkan Dalam Organisasi Penyiaran, Yaitu Organisasi Yang Mengelola Siaran (Wahyudi, 1994: 39). Manajemen Penyiaran Digunakan Sebagai Motor Penggerak Organisasi Penyiaran Dalam Mencapai Tujuan Penyelenggaraan Penyiaran. Morris (2013) Membagi Kegiatan Manajemen Kedalam Beberapa Fungsi Manajemen Yang Dilakukan Oleh General Manager Pada Lembaga Media

Penyiaran, Yakni :

1. Perencanaan

Mencakup Kegiatan Penentuan Tujuan (Objectives). Dalam Perencanaan Harus Diputuskan, Apa Yang Harus Dilakukan, Kapan, Bagaimana, Dan Siapa Melakukannya (Morrison, 2013: 138). Beberapa Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Sebuah Proses Perencanaan Adalah Penetapan Tujuan Organisasi Yang Dinyatakan Lewat Pencanangan Visi Dan Misi Organisasi Yang Telah Ditetapkan. Selain Penetapan Tujuan, Perencanaan Sangat Terkait Dengan Anggaran Yang Disediakan Untuk Mencapai Tujuan Atau Target Tertentu Yang Ditetapkan Pada Tahap Perencanaan (Morrison, 2013: 147). Dalam Melakukan Fungsi Perencanaan Terdapat Proses-Proses Dalam Menetapkan Program Penyiaran Yang Mencakup Langkah Langkah Sebagai Berikut:

- Menetapkan Peran Dan Misi Dengan Menentukan Sifat Dan Ruang Lingkup Tugas Yang Hendak Dilaksanakan.
- Menentukan Wilayah Sasaran.
- Mengidentifikasi Dan Menentukan Indicator Efektifitas Dari Setiap Pekerjaan Yang Dilakukan.
- Memilih Dan Menentukan Sasaran Atau Hasil Yang Ingin Dicapai.
- Mempersiapkan Rencana Tindakan Yang Akan Dilakukan.
- Membangun Pengawasan.
- Menentukan Komunikasi Pemahaman Serta Komitmen. Organisasi Yang Diperlukan Mencapai
- Pelaksanaan.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian Merupakan Sebuah Proses Penyusunan Struktur Organisasi Yang Sesuai Dengan Tujuan Organisasi, Sumberdaya Yang Dimiliki Dan Lingkungan Yang Melingkupinya Baik Sumber Daya Manusia Maupun Sumber Daya Material. (Morrison, 2013: 150).

3. Pengarahan & Memberikan Pengaruh

Dalam Kegiatan Ini Peter Pringle (Dalam Morrison, 2013: 162) Menyebutkan Bahwa The Influencing Or Directing Functions Centers On The Stimulation Of Employees To Carry Out Their Responsibilities With Enthusiasm And Effectiveness. Hal Tersebut Mengandung Arti Bahwa Fungsi Mempengaruhi Atau Mengarahkan Terpusat Pada Stimulasi Karyawan Untuk Melaksanakan Tanggung Jawab Mereka Dengan Antusiasme Dan Efektif. Terdapat Empat Bagian Penting Dalam Memberikan Fungsi Pengarahan Yang Dilakukan Pemimpin Terhadap Para Karyawannya, Keempat Fungsi Tersebut Antara Lain:

- Motivasi
- Komunikasi
- Kepemimpinan
- Pelatihan

4. Pengawasan

Merupakan Proses Untuk Mengetahui Seberapa Besar Tujuan Organisasi Telah Tercapai Atau Belum (Morrison 2013: 167). Pengawasan Merupakan Penilaian Pada Kegiatan Sebelumnya Yakni Perencanaan, Pengorganisasian, Penyusunan Personalia, Dan Pengarahan. Pencapaian Sebuah Hasil Yang Efektif Dan Efisien Tentunya Dipengaruhi Oleh Kegiatan Manajemen Dalam Perumusan Tujuan Organisasi Yang Jelas. Pada Umumnya, Tujuan Media Penyiaran Dapat Dibagi Menjadi Tiga Hal Yakni Ekonomi, Pelayanan, Dan Personal (Morrison, 2013: 140).

Produksi Televisi Berbeda Dengan Manajemen Produksi Pada Umumnya, Sebab Televisi Adalah Hasil Perpaduan Antara Seni Dan Teknologi. Hasil Produksi Tidak Dilihat Dari Fisiknya Saja, Yaitu Kaset Atau Cd Atau Seluloid Tapi Dari Isi Atau Kandungan Yang Ditangkap Penontonnya. Manajemen Produksi Televisi Mengurus Hal Yang Juga Berhubungan Dengan Usaha Penciptaan Atau Kreativitas, Artistik, Teknologi Dan Manusia.

Hal-Hal Yang Biasanya Dilakukan Dalam Proses Produksi Televisi Adalah :

1. Merancang Produk Yaitu Menetapkan Produk Sesuai Keinginan Atau Rencana Yang Ditetapkan.
2. Merancang Proses Pembuatan Atau Produksi (Routing), Semua Aktivitas Yang Diperlukan Untuk Menghasilkan Produk Yang Telah Ditetapkan Seperti Waktu Dan Biaya.
3. Merencanakan Material, Menentukan Atau Menetapkan Bahan Baku Yang Diperlukan Untuk Menghasilkan Produk Yang Telah Ditetapkan.
4. Menjadwalkan Proses Pembuatan Produksi, Menetapkan Dan Mengatur Waktu Yang Diperlukan Bagi Proses Produksi.
5. Membagi Pekerjaan Dalam Pembuatan Produksi Sesuai Bidang Dan Kemampuan Masing-Masing.
6. Menyerahkan Pekerjaan Atau Dispatching, Menyerahkan Pekerjaan Yang Telah Ditetapkan Kepada Yang Memiliki Kemampuan Atau Bidangnyanya.
7. Melacak Kemajuan, Setiap Waktu Harus Diketahui Kemajuan Atau Jalannya Produksi Apakah Sesuai Rencana Yang Telah Ditetapkan.
8. Merevisi Rencana Apabila Ada Kekeliruan Atau Tidak Dapat Diwujudkan Dan Segera Diperbaiki.

B. Manajemen Strategi Program Siaran

Frey Dan Powers (2012) Berjudul *Designing Design Squad: Developing And Assessing A Children's Television Program About Engineering* Menjelaskan Bahwa Desain Program Yang Menarik Dan Sesuai Dengan Minat Audiens Yang Menjadi Sasaran Utama Akan Selalu Diikuti Oleh Masyarakat (Pemirsa). Manajemen Strategis Program Siaran Terdiri Dari Perencanaan Program, Produksi Dan Pembelian Program, Eksekusi Program, Serta Pengawasan Dan Evaluasi Program (Morrisan, 2013: 273) Yang Akan Dijelaskan Pada Uraian Dibawah Ini.

- a) Perencanaan Program. Pada Stasiun Televisi, Perencanaan Program Diarahkan Pada Produksi Program Yaitu Program Apa Yang Akan Diproduksi, Pemilihan Program Yang Kan Dibeli (Akuisisi) Dan Penjadwalan Program Untuk Menarik Sebanyak Mungkin Audien Yang Tersedia Pada Waktu Tertentu (Morrisan, 2013: 274). Dalam Perencanaan Program Ini, Terdapat Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Penentuan Program, Diantaranya Yaitu Pengelola Atau Pemilik Stasiun, Audiens, Pemasang Iklan Atau Sponsor, Serta Regulator (Morissan 2013: 275).
- b) Produksi Dan Pembelian Program. Dalam Buku Manajemen Media Penyiaran, Morrisan (2013) Menjelaskan Bahwa Setelah Tahap Perencanaan Program, Langkah Selanjutnya Yaitu Melaksanakan Rencana Program Yang Telah Dibuat, Atau Dengan Kata Lain Disebut Dengan Produksi Program (Morrisan 2013:3 05). Produksi Program Yang Dilakukan Dengan Membeli Program Dari Pihak Lain Biasa Disebut Outsourcing, Sementara Yang Diproduksi Sendiri Biasa Disebut In House Production. Pertimbangan Untuk Outsourcing Maupun In House Tidak Lepas Dari Kesiapan Sumber Daya Manusia, Finansial, Dan Teknologi Yang Telah Dimiliki Oleh Masing Masing Stasiun Televisi (Sugihartono, 2009: 5).
- c) Eksekusi Program. Eksekusi Program Mencakup Kegiatan Menayangkan Program Sesuai Dengan Rencana Yang Sudah Ditetapkan (Morrisan, 2013: 342).
- d) Pengawasan Dan Evaluasi Program. Pengawasan Dan Evaluasi Program Merupakan Tahapan Untuk Melihat Apakah Program Yang Ditayangkan Sudah Sesuai Dengan Yang Diharapkan Atau Tidak (Morrisan 2013: 354).

J. B Wahyudi Juga Menjelaskan Bahwa Dalam Program Acara Yang Memperoleh Banyak Perhatian Khalayak, Berarti Memiliki Rating Yang Tinggi. Pada Saat Inilah, Pengelola Program Acara Dapat Memanfaatkan Untuk Pencapaian Tujuan, Baik Yang Bersifat Idil (Non-Profit) Atau Materiil (Profit). Hal Ini Tergantung Kepada Stasiun

Penyiaran (Wahyudi: 1994: 98). Proses Pengawasan Dan Evaluasi Ini Untuk Menentukan Seberapa Jauh Suatu Rencana Dan Tujuan Sudah Dapat Dicapai Atau Diwujudkan Oleh Stasiun Penyiaran. Pada Tahap Ini Nantinya Akan Dievaluasi Apa Saja Yang Menjadi Kelebihan Dan Kekurangan Selama Pelaksanaan Program. Puas Atau Tidaknya Khalayak Terhadap Satu Mata Acara Yang Disiarkan Dapat Dipantau Dari Hasil Penelitian Lapangan, Atau Pendapat Mereka Yang Dipantau Secara Lisan Maupun Melalui Media Massa Cetak. Suara Ini Harus Memeroleh Perhatian Khusus Pengelola Siaran, Sebab Jika Rasa Puas Mereka Tidak Terpenuhi Maka Akan Berubah Menjadi Antipati (Wahyudi, 1994: 99).

C. Proses Produksi Penyiaran

Setiap Media Massa Pasti Memiliki Program Yang Akan Disampaikan Kepada Masyarakat Luas. Begitu Juga Dengan Televisi Yang Memiliki Beragam Program Untuk Disuguhkan Ke Tengah Khalayak Luas. Program-Program Yang Akan Disuguhkan Itu Sudah Pasti Melalui Berbagai Proses Yang Pada Akhirnya Terbentuk Satu Program Yang Dapat Dinikmati Masyarakat. Proses Dibuatnya Program Di Televisi Biasa Disebut Dengan Proses Produksi. Dimana Maksud Dari Proses Produksi Adalah Sekumpulan Tindakan, Pembuatan Atau Pengolahan Yang Terarah Dan Teratur Untuk Menghasilkan Sebuah Produk Atau Program. Produksi Televisi Merupakan Proses Pembuatan Acara Untuk Ditayangkan Di Televisi. Proses Produksi Ini Merupakan Perjalanan Panjang Yang Melewati Berbagai Tahapan, Melibatkan Banyak Sumber Daya Manusia Dengan Berbagai Keahlian, Dan Berbagai Peralatan Serta Dukungan Biaya. Menurut Fred Wibowo Dalam Bukunya Teknik Produksi Program Televisi (2007-7) Ada 3 Tahapan Dalam Pelaksanaan Produksi Yang Lazim Di Sebut Standard Operation Procedure (Sop), Yaitu;

- 1) Pra-Produksi (Perencanaan Dan Persiapan) Terdiri Dari Penemuan Ide, Perencanaan Dan Persiapan.
- 2) Produksi (Pelaksanaan) Yaitu Mewujudkan Apa Yang Direncanakan Dalam Kertas Dan Tulisan (Shooting Script) Menjadi Gambar, Susunan Gambar Yang Dapat Bercerita.
- 3) Pasca-Produksi (Penyelesaian Dan Penayangan) Yaitu Terdiri Dari Editing Offline/Online Dan Mixing (Pencampuran Dengan Suara),

D. Kode Etik Jurnalistik

Menurut UU No. 40/1999 Tentang Pers, Kode Etik Jurnalistik Adalah Himpunan Etika Profesi Kewartawanan. Selain Dibatasi Oleh Ketentuan Hukum, Seperti Undang- Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, Juga Harus Berpegangan Kepada Kode Etik Jurnalistik. Tujuannya Adalah Agar Wartawan Bertanggung Jawab Dalam Menjalankan Profesinya, Yaitu Mencari Dan Menyajikan Informasi. Untuk Menjamin Kemerdekaan Pers Dan Memenuhi Hak Publik Untuk Memperoleh Informasi Yang Benar, Wartawan Indonesia Memerlukan Landasan Moral Dan Etika Profesi Sebagai Pedoman Operasional Dalam Menjaga Kepercayaan Publik Dan Menegakkan Integritas Serta Profesionalisme. Atas Dasar Itu Wartawan Menetapkan Dan Menaati Kode Etik Jurnalistik (Dewanpers.Or.Id):

- 1) Pasal 1 : Wartawan Indonesia Bersikap Independen, Menghasilkan Berita Yang Akurat, Berimbang Dan Tidak Beritikad Buruk.
- 2) Pasal 2 : Wartawan Indonesia Menempuh Cara-Cara Yang Profesional Dalam Melaksanakan Tugas Jurnalistik.
- 3) Pasal 3 : Wartawan Indonesia Selalu Menguji Informasi, Memberikan Secara Berimbang, Tidak Mencampurkan Fakta Dan Opini Yang Menghakimi, Serta Menerapkan Asas Praduga Tak Bersalah.
- 4) Pasal 4 : Wartawan Tidak Membuat Berita Bohong, Fitnah, Sadis Dan Cabul.
- 5) Pasal 5 : Wartawan Indonesia Tidak Menyebut Dan Menyiarkan Identitas Korban Kejahatan Susila Dan Tidak Menyebutkan Identitas Anak
- 6) Pasal 6 : Wartawan Indonesia Tidak Menyalahgunakan Profesi Dan Tidak Menerima Suap.
- 7) Pasal 7 : Wartawan Indonesia Memiliki Hak Tolak Untuk Melindungi Narasumber

Yang Tidak Bersedia Diketahui Identitas Maupun Keberadaannya, Menghargai Ketentuan Embargo, Informasi Latar Belakang Dan Off The Record Sesuai Dengan Kesepakatan.

- 8) Pasal 8 : Wartawan Indonesia Tidak Menulis Atau Menyiarkan Berita Berdasarkan Prasangka Atau Diskriminasi Terhadap Seseorang Atas Dasar Perbedaan Suku, Ras, Warna Kulit, Agama, Jenis Kelamin Dan Bahasa Serta Tidak Merendahkan Martabat Orang Lemah, Miskin, Sakit, Cacat Jiwa Atau Cacat Jasmani.
- 9) Pasal 9 : Wartawan Indonesia Menghormati Hak Narasumber Tentang Kehidupan Pribadinya, Kecuali Untuk Kepentingan Publik.
- 10) Pasal 10 : Wartawan Indonesia Segera Mencabut, Meralat. Dan Memperbaiki Berita Yang Keliru Dan Tidak Akurat Disertai Dengan Permintaan Maaf Kepada Pembaca, Pendengar Dan Atau Pemirsa.
- 11) Pasal 11: Wartawan Indonesia Melayani Hak Jawab Dan Hak Koreksi Secara Proposional.

KESIMPULAN

Berdasarkan berbagai definisi dan konsep yang dikemukakan oleh para ahli, manajemen penyiaran memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi penyiaran. Menurut George R. Terry, manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya yang ada. Dalam konteks penyiaran, peran manajemen menjadi semakin signifikan, karena proses penyiaran melibatkan komunikasi yang kompleks dan memerlukan koordinasi yang efisien antar berbagai pihak. Seperti yang dijelaskan oleh J.B. Wahyudi, manajemen penyiaran adalah penerapan manajemen dalam organisasi penyiaran, yang memungkinkan tercapainya tujuan penyelenggaraan penyiaran yang efektif.

Proses produksi program siaran memerlukan perencanaan yang matang, pengorganisasian yang baik, pengarahan yang tepat, dan pengawasan yang berkelanjutan untuk memastikan kelancaran dan kualitas program yang disiarkan. Menurut Morrisson, manajemen penyiaran mencakup berbagai fungsi seperti perencanaan program, produksi, eksekusi, serta evaluasi program yang dilakukan dengan cermat untuk memenuhi ekspektasi audiens. Dalam hal ini, kode etik jurnalistik juga memiliki peran penting untuk menjaga kualitas informasi yang disampaikan kepada publik. Secara keseluruhan, manajemen yang baik dalam penyiaran akan menciptakan program yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan standar etika dan hukum yang berlaku.

Saran

Pengorganisasian yang lebih efisien dan terstruktur penting untuk memastikan distribusi tugas yang merata, serta memaksimalkan potensi dari setiap anggota tim. Organisasi penyiaran perlu melakukan evaluasi terhadap struktur organisasi yang ada, serta memastikan setiap individu memahami peran dan tanggung jawabnya dalam proses produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Choliq, M., & Dawud, M. (2020). Manajemen strategi NU TV 9 menghadapi televisi swasta lokal di Surabaya. *Jurnal Al-Hikmah*, 18(1).
- Bahri, H., & Sambo, M. (2021). *PR writing: Pengantar dan aplikasi di era digital*. Jakarta: Kencana.
- Ciptono, S. (2006). *Teknologi broadcasting TV*. Graha Ilmu.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-dasar penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ekawati, Y. (2016). *Strategi manajemen produksi program "Campursari Tambane Atidi TVRI Jawa Timur"* (Skripsi). Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Haliadi, B., & Sambo, M. (2021). *PR writing: Pengantar dan aplikasi di era digital*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2005). *Media penyiaran-Strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Ramdina Prakasa.

- Morissan. (2008). *Jurnalistik televisi mutakhir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2018). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio & televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Muda, D. I. (2005). *Jurnalistik televisi: Menjadi reporter profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Naratama, R. (2004). *Menjadi sutradara televisi*. Jakarta: Gramedia.
- Setyobudi, C. (2006). *Teknologi broadcasting TV*. Graha Ilmu.
- Siagian, S. P. (2007). *Manajemen sumber daya manusia (Edisi pertama, Cetakan keempat belas)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soryanti, H. H. (2018). *Manajemen penyiaran radio El Jhon 102.6 FM dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio pariwisata di kota Pekanbaru*. Riau: UIN Riau.
- Wiratmo, L. B., Irfab, N., & Samudi. (2016). *Model pengembangan lembaga penyiaran publik lokal (LPPL) radio Jawa Tengah*. *The Messenger*, 3(2).
- Yuni Ekawati. (2016). *Strategi manajemen produksi program "Campursari Tambane Atidi TVRI Jawa Timur"* (Skripsi). Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.