



Kinerja Pegawai Bagian Layanan Pengembangan Usaha Dalam Penarikan Jasa Iklan Layanan Masyarakat Pada Kantor LPP RRI Bengkulu

Defi Harianto ¹⁾, Antonio Imanda ²⁾, Yusuarsono ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ defiharianto@gmail.com, ²⁾ antonioimanda@unived.ac.id, ³⁾ yusuarsono@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [30 Oktober 2024]

Revised [02 Desember 2024]

Accepted [04 Desember 2024]

KEYWORDS

Employee Performance, Advertising Services And Community Services.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kinerja Pegawai Bagian Layanan Pengembangan Usaha Dalam Penarikan Jasa Iklan Layanan Masyarakat Pada Kantor LPP RRI Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Selanjutnya teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah diperoleh hasil penelitian di analisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari 2 orang informan kunci dan 3 orang informan pokok. Penelitian ini menggunakan Teori Menurut Mahsun. (2006 : 77) mengenai teori kinerja: (1) Indikator masukan (Input): Ada biaya yang digunakan dalam pembuatan iklan yang sesuai dengan aturan PNPB, besarnya biaya pembuatan iklan tergantung perjanjian bersama dan berapa lama iklan akan ditayangkan. (2) Indikator proses (Process): Masyarakat datang langsung ke bagian layanan tanpa ada perwakilan dengan syarat foto kopi KTP atau SIM yang masih berlaku, mengisi formulir atau belangko yang telah disediakan, dan membayar biaya pembuatan iklan berdasarkan aturan yang ada. (3) Indikator keluaran (Output): Dalam hal target pembuatan iklan layanan ditentukan oleh PNPB artinya sudah ada aturan tertentu yang ditetapkan oleh Direktur Utama LPP RRI. Kantor LPP RRI Bengkulu tidak menetapkan target dalam pemasangan iklan, hal ini dikarenakan LPP RRI Bengkulu menekankan pada layanan jasa sesuai kebutuhan masyarakat tanpa mengejar keuntungan.(4) Indikator hasil (Outcomes): Produksi iklan layanan jasa RRI tidak mengandung SARA hanya untuk kepentingan sosial termasuk dalam melayani pembuatan iklan yang diinginkan oleh masyarakat yang telah diatur oleh pemerintah melalui peraturan yang ada termasuk besarnya biaya dalam pembuatan iklan layanan tersebut. (5) Indikator manfaat (Benefit): Manfaat bagi masyarakat dalam pemasangan iklan di LPP RRI Bengkulu adalah biaya yang dikeluarkan lebih terjangkau, jangkauan siaran radio lebih luas dibandingkan dengan pihak swasta lainnya dan iklan yang disiarkan lebih berkualitas.(6)Indikator dampak (Impact): Pengaruh bagi masyarakat adalah orang lebih banyak mengenal produk atau jasa yang diiklankan, sedangkan bagi instansi dapat memperoleh income dari biaya jasa iklan yang dibuat.

ABSTRACT

This study aims to determine the Performance of Employees of the Business Development Services Section in Attracting Public Service Advertising Services at LPP RRI Office of Bengkulu. The method used in this research is descriptive qualitative research. Furthermore, data collection techniques are carried out by means of interviews, observation and documentation. After obtaining the research results, it is analyzed by reducing data, presenting data and drawing conclusions. The informants in this study amounted to 5 people consisting of 2 key informants and 3 main informants. This research uses the theory according to Mahsun. (2006: 77) regarding performance theory: (1) Input indicators: There are costs used in making advertisements that are in accordance with PNPB rules, the amount of advertising costs depends on the collective agreement and how long the advertisement will be aired. (2) Process indicators: The public comes directly to the service section without a representative provided that a photocopy of a valid ID card or driver's license, fill out the form or stamp that has been provided, and pay the cost of making an advertisement based on existing regulations. (3) Output indicators: In terms of the target of making service advertisements determined by PNPB, it means that there are certain rules set by the President Director of LPP RRI. LPP RRI office of Bengkulu does not set targets in advertising, this is because LPP RRI Bengkulu emphasizes services according to community needs without pursuing profits. (4) Outcomes indicators: The production of advertisements for RRI services does not contain racial or ethnic groups, only for social purposes, including in serving the creation of advertisements desired by the community which have been regulated by the government through existing regulations including the amount of costs in making these service advertisements. (5) Benefit indicators: The benefits for the community in placing advertisements at LPP RRI Bengkulu are that the costs incurred are more affordable, the radio broadcast coverage is wider than other private parties and the advertisements broadcast are of higher quality. (6) Impact indicators: The effect for the community is that more people recognize the advertised product or service, while for the agency it can get income from the cost of advertising services made.

PENDAHULUAN

Setiap organisasi atau instansi dalam melaksanakan program kerja selalu diarahkan atau petunjuk kerja untuk menjalankan dalam hal mencapai tujuannya. Salah satu faktor yang menjadi karakteristik untuk mencapai kelancaran dalam menjalankan tugas dan tujuan suatu organisasi atau instansi adalah alat untuk mengukur kinerja pegawainya. Organisasi atau instansi pemerintahan merupakan suatu kesatuan kompleks yang berusaha mengalokasikan sumber daya manusia secara penuh demi tercapainya suatu tujuan atau target yang harus dicapai. Bila mana suatu organisasi mampu mencapai untuk tujuan yang telah mencapai target yang telah ditetapkan, maka dapat dikatakan bahwa organisasi tersebut efektif.

Seiring dengan perjalanan waktu perkembangannya, semua organisasi dituntut untuk selalu dapat bersaing dalam memberikan pelayanan yang maksimal, tidak terkecuali organisasi pemerintah. Demikian halnya dengan aparat pemerintah sebagai abdi masyarakat dan abdi pemerintah, dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan terbaik kepada semua masyarakat karena hal tersebut sudah merupakan salah satu fungsi yang harus dijalankan dan dilaksanakan oleh pemerintah yang mempunyai tugas menyelenggarakan seluruh proses pelaksanaan pembangunan dalam berbagai sektor kehidupan mulai dari tingkat pusat sampai ke tingkat daerah.

Kinerja merupakan salah satu hasil dan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam sebuah organisasi. Kinerja pegawai mempengaruhi seberapa banyak mereka memberikan masukan atau kontribusi dalam organisasi. Organisasi atau instansi perlu mengetahui berbagai kelemahan dan kelebihan pegawai di dalam melaksanakan kerja sebagai landasan untuk memperbaiki kelemahan dan menguatkan kelebihan, sehingga dalam rangka meningkatkan produktifitas dan pengembangan pegawai.

Setiap tindakan manusia dapat mempunyai suatu tujuan atau dorongan baik itu disadari maupun tidak disadari hal yang dimaksudkan agar untuk memenuhi kebutuhan yang bersangkutan. Demikian pula setiap kali melakukan pekerjaan atau kegiatan para karyawan mempunyai suatu motivasi misalnya dia mengharapkan penghasilan atau gaji, peningkatan status, penghargaan dari karyawan sederajat, dari atasannya dan lain-lain. Menurut Lubis (2010:58), Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan atau keinginan yang dapat dicapai oleh seorang individu dengan perilaku tertentu dalam usahanya.

Potensi setiap individu yang ada dalam organisasi harus dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya sehingga mampu memberikan hasil yang maksimal. Di mana keberhasilan suatu organisasi sangat tergantung pada peran manusia di dalamnya karena manusia adalah sumber daya yang berpotensi, memiliki akal, pikiran, perasaan, pengetahuan, dan keterampilan, sehingga menjadikan manusia sebagai sumber kekuatan untuk menggerakkan roda aktivitas organisasi. Mesin-mesin yang berteknologi canggih sekalipun tidak akan ada artinya jika sumber daya manusia yang menggunakannya tidak berkualifikasi untuk mengerjakannya. Begitu pula dalam melaksanakan tugas sebagai Lembaga Penyiaran, sebaik dan selengkap apapun informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat, tidak akan berarti apa-apa jika kualitas sumber daya manusia yang ada tidak mampu menerjemahkannya menjadi informasi yang berguna.

Media massa sebagai bagian dalam teknologi komunikasi dan informasi mempunyai peranan yang besar dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Media massa terbagi dua, yaitu media cetak seperti : surat kabar, majalah. Kedua, adalah media elektronik seperti : radio dan televisi. Dalam hal ini media massa merupakan saluran informasi (fungsi informatif), alat pendidikan (fungsi edukatif) dan hiburan (fungsi entertainment) yang cepat dan efektif disampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Salah satu media yang mempunyai andil besar dalam penyampaian informasi dan hiburan adalah radio. Sebagai organisasi bisnis yang bergerak dibidang broadcasting keuntungan radio adalah dari besarnya iklan yang diperoleh, dan keuntungan tersebut penting sebagai kelangsungan hidup perusahaan dan kesejahteraan karyawannya.

Dibandingkan dengan media massa lainnya, radio merupakan salah satu media yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu: lebih mudah dijangkau dan mudah dinikmati setiap saat. Dalam perkembangannya radio sebagai salah satu media komunikasi dan pusat Informasi akan selalu berbenah diri seiring dengan semakin kuatnya kompetisi antar radio. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam memberikan informasi, pendidikan dan hiburan kepada masyarakat. Sebagai satu-satunya radio pemerintah yang sangat besar peranannya dalam hal penyampaian informasi, LPP RRI menjual jasa kepada pengiklan untuk mempromosikan produknya melalui iklan yang ditayangkan. Dari gambaran diatas dapat dilihat bahwa pola usaha radio adalah pengiklan menyampaikan pesannya kepada khalayak melalui radio dengan harapan agar mereka dapat membeli produk yang diiklankan.

Dalam perkembangannya radio sebagai salah satu media komunikasi dan pusat Informasi akan selalu berbenah diri seiring dengan semakin kuatnya kompetisi antar radio. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam memberikan informasi, pendidikan dan hiburan kepada



masyarakat. Sebagai satu-satunya radio pemerintah yang sangat besar perannya dalam hal penyampaian informasi, LPP RRI menjual jasa kepada pengiklan untuk mempromosikan produknya melalui iklan yang ditayangkan. Dari gambaran diatas dapat dilihat bahwa pola usaha radio adalah pengiklan menyampaikan pesannya kepada khalayak melalui radio dengan harapan agar mereka dapat membeli produk yang diiklankan.

Tabel 1 Layanan Iklan RRI Bengkulu Tahun 2024

No	Organisasi	JenisIklan	JumlahIklan	BiayaiKlan	Waktu Siar
1	Pengadilan Agama Bengkulu	Adlibs		2.400.000,-	6 bulan
2	Masyarakat	Adlibs		6.530.000,-	6 bulan
3	Kantor Imigrasi Kelas 1 A Bengkulu	Dialog dalam Studio	2	4.208.000,-	2 Jam
4	Bank Bengkulu	Spot Iklan		14.105.000,-	1 Bulan
5	KPU Provinsi Bengkulu	Spot Iklan		28.273.000,-	3 bulan
6	KPU Kota Bengkulu	Spot Iklan		4.231.000,-	1 Bulan
7	Universitas Muhammadiyah Bengkulu	Silang	1	3.231.000,-	1 Jam
8	Bank BRI	Spot Iklan		889.000,-	2 Hari
9	DPRD Kota Bengkulu	Silang	1	2.731.000,-	1 Jam
10	Bursa Efek Bengkulu	Dialog Dalam Studio	1	2.104.000,-	1 Jam
11	Universitas Terbuka Bengkulu	Spot Iklan		931.500	23 hari
12	BPJS Kesehatan	Spot Iklan		32.396.000,-	10 Bulan

Sumber: Data Internal RRI Bengkulu

Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia atau yang biasa disebut dengan singkatan LPP RRI adalah lembaga penyiaran yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia, salah satunya di Kota Bengkulu. LPP RRI Kota Bengkulu merupakan salah satu instansi pemerintah juga unit kerja di Provinsi Bengkulu, yang memiliki fungsi menyampaikan informasi, berita-berita yang aktual dan terpercaya, serta memberikan hiburan yang sehat kepada masyarakat khususnya yang ada di Kota Bengkulu.

Pencapaian kinerja layanan pegawai LPP RRI Kota Bengkulu memiliki ruang lingkup bidang yaitu Bidang Tata Usaha, Bidang Program Siaran, Bidang Program Pemberitaan, Bidang Sumber Daya Teknologi, dan Bidang Layanan Pengembangan Usaha. Kinerja pegawai dari masing-masing bidang tersebut telah disesuaikan dengan kegiatan masing-masing bidangnya. Salah satu Bidang Layanan Pengembangan Usaha adalah Membuat penawaran dalam bentuk mediaplan/strategi media, juga penawaran terhadap program acara siaran dengan membuat proposal program acara siaran, special, program dan calinder of event. Melakukan negoisasi dan pendekatan terhadap mantra kerja/klien. Membuat draf nota kesepahaman, kontrak kerja atau media order. Mengajukan draft alokasi waktu siaran kepada bidang program. Membuat bukti siaran dalam bentuk tertulis atau menerima rekaman bukti siaran sebagian produksi untuk dilampirkan bersama kwintansi penagihan pembayaran ke klien. Memonitor, memantau atau mengawal pelaksanaan program agar sesuai dengan order yang disepakati dengan klien. Menyusun laporan bulanan bidang LPU. Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan/pimpinan. Fungsi bidang layanan usaha memberikan produk layanan kepada masyarakat berbentuk iklan layanan mulai dari kerjasama, menentukan besarnya biaya yang digunakan dan lamanya waktu jam tayang iklan tersebut. Bidang layanan usahah sangatlah penting dikarenakan menarik pendapatan atau pemasukan uang hasil dari iklan layanan sehingga menjadikan penggerak utama produk tersebut dan menjadikan media yang cepat menyampaikan informasi langsung ke masyarakat.

Disini peneliti tertarik melakukan penelitian dibidang Layanan Pengemangan Usaha yang langsung berhubungan dengan masyarakat yang mau mempromosikan iklan layanan promosi maupun berita informasi lainnya. Karena dibidang Layanan Pengembangan Usaha ini menjadikan pusat informasi lasung kepada masyarakat secara umum, pada Bidang Program Pemberitaan ditemukan permasalahan siaran yang disebabkan oleh jaringan yang kurang mendukung sehingga kegiatan siaran sering tidak dapat terlaksana. Permasalahan keterbatasan anggaran juga menjadi permasalahan pada Bidang Sumber Daya Teknologi. Sementara pada Bidang Layanan Pengembangan Usaha seperti koneksi jaringan internet masih belum stabil dan terbatasnya bandwith mengakibatkan lambatnya loading ke server pusdatin (Pusat Data Dan Informasi).

Berdasarkan wawancara awal dengan Kepala bidang Layanan Pengembangan Usaha LPP RRI Bengkulu diperoleh kesimpulan bahwa kinerja pegawai pada bidang layanan pengembangan usaha secara umum sudah baik, namun disamping itu masih terdapat beberapa kekurangan yang harus segera diatasi agar kinerjanya dapat lebih ditingkatkan lagi. Masalah-masalah seperti kuantitas pegawai yang masih dinilai kurang untuk menunjang penyelesaian tugas dan pekerjaan pada masing-masing seksi di bidang layanan pengembangan usaha. Di bidang teknis masih terdapat kendala dalam melakukan pengawasan terhadap intansi apakah telah memberikan perlindungan terhadap pekerjaanya. Kualifikasi pegawai khususnya keterbatasan SDM eselon IV juga menjadi kendala dalam pelaksanaan tugas dan pekerjaan. Selain itu masih kurangnya pelatihan-pelatihan yang bersifat teknis untuk menunjang skill pegawai membuat suatu pekerjaan menjadi terhambat karena kurangnya pengetahuan teknis pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya. Oleh karenanya dalam situasi seperti ini, kepala dinas maupun kepala bidang perlu melakukan penilaian kinerja untuk meninjau kembali sejauh mana keefektifan kinerja pegawai dan mengevaluasi kekurangan-kekurangan yang terdapat didalamnya sehingga dapat diambil tindakan secepatnya untuk mengatasi masalah tersebut.

LANDASAN TEORI

Kinerja (job performance) adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika. Setiap pekerjaan yang efisien tentu juga efektif, karena dilihat dari segi hasil, tujuan dan akibat yang dikehendaki dari perbuatan itu telah dicapai secara maksimal. Pada umumnya kinerja diberi batasan sebagai kesuksesan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan yang diperoleh dari perbuatannya. Menurut Simamora (1995: 327) kinerja adalah acuan tingkat keberhasilan dalam mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan. Kinerja juga merupakan hasil evaluasi terhadap pekerjaan yang dilakukan dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan bersama. Robbins, Stephen P, (1996: 341).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator kinerja yang disampaikan oleh Mahsun. (2006: 77) yang digunakan peneliti sebagai alat bedah dalam menganalisis hasil penelitian. Berikut adalah penjelasan dari teori indikator kinerja yang disampaikan oleh Mahsun. (2006: 77) Penjelasan dari jenis- jenis diatas adalah sebagai berikut:

1. Indikator masukan (Input), adalah segala sesuatu yang dibutuhkan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan untuk menghasilkan keluaran. Misalnya: a. Jumlah dana yang dibutuhkan; b. Jumlah pegawai yang dibutuhkan; c. Jumlah infrastruktur yang ada; serta d. Jumlah waktu yang digunakan.
2. Indikator proses (Process). Dalam indikator ini, organisasi/instansi merumuskan ukuran kegiatan, baik dari segi kecepatan, ketepatan, maupun tingkat akurasi pelaksanaan kegiatan tersebut. Rambu yang paling dominan dalam proses adalah tingkat efisiensi dan ekonomis pelaksanaan kegiatan organisasi/instansi. Misalnya: Ketaatan Pada Peraturan Perundang-Undangan.
3. Indikator keluaran (Output), adalah sesuatu yang diharapkan langsung dapat dicapai dari suatu kegiatan yang berupa fisik atau non-fisik. Indikator ini digunakan untuk mengukur keluaran yang dihasilkan dari suatu kegiatan. Misalnya: Jumlah produk atau jasa yang dihasilkan, serta ketepatan dalam memproduksi barang atau jasa.
4. Indikator hasil (Outcomes), segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya keluaran kegiatan pada jangka menengah (efek langsung). Outcome menggambarkan tingkat pencapaian atas hasil lebih tinggi yang mungkin mencakup kepentingan banyak pihak. Dengan indikator ini, organisasi/instansi akan dapat mengetahui apakah hasil yang telah diperoleh dalam bentuk output memang dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan memberikan kegunaan yang besar bagi masyarakat banyak. Misalnya: a. Tingkat kualitas produk atau jasa yang dihasilkan; b. Produktivitas para karyawan atau pegawai.



METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Selain itu, metode penelitian kualitatif juga memosisikan peneliti sebagai instrument inti. Dalam hal ini, peneliti banyak menghabiskan waktu di daerah penelitian untuk mengamati dan memahami masalah secara mendalam. Metode ini bersifat deskriptif, sehingga data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata atau gambar daripada data dalam bentuk angka-angka yang lebih menekankan proses daripada produk. Peneliti mengumpulkan data atau bukti-bukti bukan untuk membuktikan hipotesis yang telah peneliti miliki sebelum melaksanakan penelitian. Melainkan untuk mengembangkan teori-teori berdasarkan hal-hal khusus yang berhasil ditemukan dan dikumpulkan dari lapangan. Selain itu, penelitian ini lebih menekankan proses daripada produk, sehingga lebih banyak mempertanyakan bagaimana mengapa daripada apa Zamroni, (1992:81-82). Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa metode penelitian ini bersifat deskriptif. Dalam hal ini, penulis mendeskripsikan masalah-masalah yang ditemukan dengan apa adanya. Penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih (Irawan Soeharto, 2008: 35).

Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini kriteria informan yang dipilih oleh peneliti adalah orang-orang yang berhubungan langsung dengan proses kinerja pegawai bagian layanan usaha dalam Penarikan jasa iklan layanan masyarakat Pada Kantor LPP RRI Bengkulu. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu sumber primer dan sumber sekunder, yakni: (1) Data Primer adalah sumber data yang berhubungan secara langsung dengan masalah yang dibahas orang yang terdapat di daerah tersebut. Responden merupakan orang yang bersedia dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah narasumber yaitu Pegawai LPP RRI Kota Bengkulu dan Informan Pokok Masyarakat yang membayar iklan dan informasi kehilangan. (2) Data Sekunder merupakan sumber informasi yang diambil dari dokumentasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Seperti: photo- photo kegiatan, dan monografi desa atau sekolah, hasil sensus penduduk untuk mengetahui jumlah penduduk, arsip kegiatan. Hal ini dilakukan adalah untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, serta untuk mengetahui kebenaran narasumber dalam memberikan keterangan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kinerja dalam organisasi merupakan jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Setiap organisasi pada umumnya mengharapkan para pegawainya mampu melaksanakan tugasnya dengan efektif, efisien, produktif dan profesional. Semua ini bertujuan agar organisasi memiliki sumber daya manusia yang berkualitas sekaligus memiliki daya saing yang tinggi, sehingga nantinya akan menghasilkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat (Makawimbang, Rumapea, & Ruru, 2015). Berdasarkan indikator dan fokus penelitian dalam penelitian ini terdapat 6 indikator antara lain masukan, proses, keluaran, hasil, manfaat, dan dampak.

Indikator Masukan (Input)

Menurut Mahsun (2006 : 77) Indikator masukan (Input) merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan untuk menghasilkan keluaran. Ini mencakup sumber daya manusia yang berkualitas dan memadai, infrastruktur yang memadai seperti fasilitas fisik dan teknologi, pengelolaan anggaran yang efisien, serta kepatuhan terhadap berbagai kebijakan dan regulasi yang berlaku. Selain itu hal yang di butuhkan untuk menunjang Kinerja Pegawai Bagian Layanan Pengembangan Usaha Dalam Penarikan Jasa Iklan Layanan Masyarakat Pada Kantor LPP RRI Bengkulu salah satunya adalah besaran dana yang dibutuhkan untuk pembuatan iklan dan dalam bentuk layanan kepada masyarakat.

1. Jumlah Dana yang Dibutuhkan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada biaya yang digunakan dalam pembuatan iklan yang sesuai dengan aturan PNPB yang ada, besarnya biaya pembuatan iklan tergantung berapa lama iklan itu di tampilkan atas kesepakatan bersama kedua belah pihak tergantung perjanjian kerjasama tersebut.

2. Jumlah Pegawai yang Dibutuhkan

Pegawai RRI adalah pegawai negeri sipil pusat yang di angkat berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan bukan PNS yang diangkat oleh dewan deriksi berdasarkan perjanjian kerja.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa perlu adanya penambahan pegawai dibagian usaha agar pelayanan pembuatan iklan kepada masyarakat agar lebih cepat dan mudah dilayani sehingga pelayanan lebih baik. Hal ini diperkuat dengan hasil observasi penulis bahwa pekerjaan sering tertunda dikarenakan ada karyawan yang cuti atau izin, sehingga pembuatan iklan harus menunggu karyawan tersebut masuk kembali. Masih sangat dibutuhkan penambahan pegawai di bagian usaha agar pelayanan lebih cepat dan tidak memakan waktu lama, yang diakibatkan pegawainya sedikit apalagi pegawai tersebut ada perjalanan dinas keluar atau acara keluarga dengan terpaksa menunggu pegawai tersebut dari dinas luar untuk berurusan kembali.

3. Jumlah Infrastruktur yang Ada

Infrastruktur atau prasarana adalah seluruh struktur dan juga fasilitas dasar, baik itu fisik maupun sosial seperti bangunan, pasokan listrik, irigasi, jalan, jembatan dan lain sebagainya yang dibutuhkan untuk operasional aktivitas masyarakat maupun perusahaan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa infrastruktur gedung dan ruangan jasa sudah cukup memadai dalam kapasitas ruangan dan letaknya sangat strategis dan mudah menemukan ruangan tersebut. Posisi ruangan tepat berada di samping receptionist.

4. Jumlah Waktu yang Digunakan

Batas waktu atau tenggat waktu adalah bidang waktu yang sempit, atau titik waktu tertentu, yang dengannya suatu tujuan atau tugas harus diselesaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jam kerja pelayanan pembuatan iklan kepada masyarakat di mulai hari senen sampai jumat dan tanggal merah tidak melayani pembuatan iklan sesuai dengan peraturan Menpan RB sebagai landasan peraturanya. Pelayanan pembuatan iklan di buka sesuai dengan aturan Menpan RB dimana dibuka pelayanan di mulai hari senin sampai jumat dan setiap tanggal merah tidak melayani pembuatan iklan sehingga masyarakat dapat memperhitungkan dalam pembuatan iklan tersebut. Selain itu juga jam kerja kartor RRI dimulai dari jam 07.30 – 17.00 WIB.

Indikator Proses (Process)

Dalam indikator ini, organisasi/instansi merumuskan ukuran kegiatan, baik dari segi kecepatan, ketepatan, maupun tingkat akurasi pelaksanaan kegiatan tersebut. Rambu yang paling dominan dalam proses adalah tingkat efisiensi dan ekonomis pelaksanaan kegiatan organisasi/ instansi. Persyaratan atau proses pembuatan iklan layanan di RRI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pembuatan iklan layanan masyarakat datang langsung ke bagaian layanan dengan menggunakan syarat tertentu seperti KTP atau SIM yang masih berlaku, mengisi belangko dan membayar biaya iklan yang telah disepakati bersama sesuai aturan yang berlaku. Pembuatan iklan di kantor RRI di bagian layanan harus memenuhi persyaratan terlebih dahulu seperti masyarakat langsung datang sendiri tanpa diwakilkan, menyerahkan foto copi KTP atau SIM yang masih berlaku, mengisi blanko yang telah disediakan serta membayar besarnya iklan tersebut sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Selain itu juga bisa melalui media cetak berupa brosur, koran termasuk juga disiarkan melalui radio. Hal tersebut merupakan proses awal dalam pembuatan jasa iklan. Setelah itu membuat kesepakatan seperti berapa lama iklan ditayangkan, jumlah biaya yang dibayar, dan waktu tayang iklan tersebut. Jika hal tersebut sudah disepakati bersama maka tahap akhir iklan siap untuk ditayangkan.

Indikator Keluaran (Output)

Sesuatu yang diharapkan langsung dapat dicapai dari suatu kegiatan yang berupa fisik atau non-fisik. Indikator ini digunakan untuk mengukur keluaran yang dihasilkan dari suatu kegiatan.

1. Jumlah Produk atau Jasa yang Dihasilkan

Produk iklan atau jasa yang dihasilkan di bagian layanan ada target dalam satu bulan atau satu tahun dari RRI.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam hal target iklan layanan di tentukan oleh PNBP artinya sudah ada aturan tertentu yang di miliki. Target iklan tidak ada karena bukan untuk mengejar keuntungan akan tetapi seberapa banyak masyarakat memutuskan layanan dalam pembuatan iklan tersebut. Target yang dimiliki oleh RRI masyarakat kurang mengerti. Akan tetapi untuk pembuatan iklan, masyarakat memiliki target dalam penayangan iklan melalui radio RRI yang disiarkan langsung pada jam tayang sesuai waktu dan kebutuhannya.

2. Ketepatan dalam Memproduksi Iklan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam produksi iklan yang dilakukan oleh RRI tepat waktu jam tayangnya sesuai keinginan pembuatan iklan. Sehingga jam tayangnya yang melalui siaran



langsung oleh RRI sesuai dengan kebutuhan pembuatan iklan tersebut. Target iklan layanan yang ditentukan oleh PNBP artinya sudah ada aturan tertentu yang di miliki. Target iklan tidak ada karena bukan untuk mengejar keuntungan akan tetapi seberapa banyak masyarakat membutuhkan layanan dalam pembuatan iklan tersebut. Adanya ketepatan waktu produksi iklan yang ditayangkan atau disiarkan secara langsung melalui RRI dalam tayangannya sesuai dengan besaran pembayaran yang telah disepakati bersama dengan biaya dan jam tayang ang sudah ditentukan.

Indikator Hasil (Outcomes)

Segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya keluaran kegiatan pada jangka menengah (efek langsung). Outcome menggambarkan tingkat pencapaian atas hasil lebih tinggi yang mungkin mencakup kepentingan banyak pihak. Dengan indikator ini, organisasi/instansi akan dapat mengetahui apakah hasil yang telah diperoleh dalam bentuk output memang dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan memberikan kegunaan yang besar bagi masyarakat banyak.

1. Tingkat Kualitas Iklan yang Dihasilkan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil produksi yang dilakukan oleh RRI tidak mengandung SARA tapi hanya untuk kepentingan sosial saja termasuk melayani pembuatan iklan dari masyarakat yang sudah diatur oleh peraturan pemerintah termasuk besarnya biaya dalam pembuatan iklan layanan tersebut. Iklan yang dilakukan oleh RRI kebanyakan bersifat sosial dan layak ditampilkan dengan hasil produksi cukup baik. Iklan tersebut berupa himbauan dan ajakan kepada masyarakat, kebanyakan iklan tidak mengandung SARA.

2. Produktivitas Para Karyawan atau Pegawai

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kinerja pegawai dibagian produksi jasa sangat baik dalam menjalankan kerjanya melayani masyarakat untuk pembuatan iklan dan bertanggung jawab penuh sampai penayangan iklan tersebut sesuai dengan perjanjian yang ada. Pelayanan pegawai bagian jasa baik dalam berkerja memberikan pelayanan terutama setiap kali dalam pembuatan iklan masyarakat selalu di tanya mengenai warna, bentuk dan hasil layak untuk ditampilkan setelah ada persetujuan bersama. Adanya kerjasama antara pegawai pada bagian pelayanan jasa dengan masyarakat dalam berkerja pembuatan iklan untuk ditampilkan atau ditayangkan melalui siaran RRI sesuai dengan aturanya yang ada.

Indikator Manfaat (Benefit)

Adalah sesuatu yang terkait dengan tujuan akhir dari pelaksanaan kegiatan. Indikator manfaat menggambarkan manfaat yang diperoleh dari indikator hasil.

1. Manfaat Bagi RRI

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada manfaatnya bagi Kantor RRI yaitu menambah pendapatan yang bersumber dari iklan layanan, selain itu juga jangkauan online lebih luas dan biayanya lebih terjangkau bagi masyarakat karena merujuk dengan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

2. Manfaat iklan yang di tayangkan RRI bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian diketahui bahwa manfaat yang dirasakan bagi masyarakat yang memasang iklan layanan seperti harga pembuatan iklan terjangkau oleh masyarakat, jaringan siaran radio lebih luas sehingga masyarakat lebih cepat menerima informasi tentang suatu produk akibatnya meningkatnya penghasilan yang di dapat oleh masyarakat yang membuat iklan tersebut.

Indikator Dampak (Impact)

Dampak menurut JE. Hosio (2007:57) adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan. Berdasarkan pengertian tersebut maka dampak merupakan suatu perubahan yang nyata akibat dari keluarnya kebijakan terhadap sikap dan tingkah laku.

1. Dampak positif

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa adanya dampak positif bagi RRI adalah dapat memberikan sumber pendapatan tambahan bagi instansi dari biaya jasa iklan yang dibuat, selain memberikan manfaat finansial tetapi juga memperkuat citra, dan dapat meningkatkan kualitas iklan yang disiarkan. Adanya pengaruh positif bagi masyarakat adalah menambah pendapatan bagi masyarakat dan RRI memiliki jangkauan yang lebih luas dan kepercayaan yang tinggi di kalangan masyarakat, sehingga lebih banyak masyarakat mengenal produk atau jasa yang diiklankan.

2. Dampak Negatif

Dari hasil penelitian diketahui bahwa dampak negatif bagi RRI adalah Pertama terdapat risiko bahwa iklan yang dipasang dapat mengganggu pengalaman mendengarkan pendengar, terutama jika iklan tersebut terlalu sering atau tidak relevan dengan iklan yang disajikan oleh RRI. Hal ini dapat

mengurangi kualitas pengalaman mendengarkan dan mempengaruhi kepuasan pendengar, Kedua terdapat potensi konflik kepentingan antara nilai-nilai editorial dan komersial, oleh karena itu RRI sebagai penyiaran publik harus mempertimbangkan dengan hati-hati iklan yang disetujui untuk disiarkan.

Memasang iklan di RRI, meskipun memiliki potensi untuk mencapai audiens yang luas, juga dapat menimbulkan beberapa dampak negatif bagi masyarakat pengiklan. Salah satunya adalah batasan waktu siaran dan banyaknya iklan yang terbatas, yang dapat mengurangi efektivitas pemasaran mereka. Selain itu, kepatuhan terhadap peraturan yang ketat dari RRI dapat membatasi kreativitas dalam penyampaian pesan iklan, serta mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan masyarakat. Respons yang bervariasi dari masyarakat terhadap iklan juga menjadi faktor yang perlu diperhitungkan, dimana terkadang iklan tidak mencapai respon yang diharapkan. Untuk mengatasi dampak negatif bagi masyarakat yang memasang iklan di RRI, beberapa langkah dapat diambil: Pertama, penting bagi pengiklan untuk memahami secara mendalam profil audiens RRI dan pola konsumsi media mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang waktu siaran yang paling efektif bagi pendengar, pengiklan dapat mengoptimalkan strategi penempatan iklan mereka untuk mencapai target audiens dengan lebih tepat. Kedua, pengiklan perlu bekerja sama dengan tim editorial RRI dalam proses kreatif dan persetujuan iklan. Dengan berkomunikasi secara terbuka dan mematuhi aturan yang berlaku, mereka dapat memastikan bahwa pesan iklan mereka sesuai dengan nilai-nilai penyiaran publik dan tidak menimbulkan konflik. Selanjutnya, penting untuk terus memantau respons dan interaksi dari masyarakat terhadap iklan yang disiarkan. Dengan memantau respons dan interaksi dari masyarakat terhadap iklan yang disiarkan, pengiklan dapat mengidentifikasi potensi masalah atau area yang perlu diperbaiki.

Pembahasan

Indikator Masukan (Input)

Ada biaya yang digunakan dalam pembuatan iklan yang sesuai dengan aturan PNPB yang ada, besarnya biaya pembuatan iklan tergantung perjanjian bersama dan berapa lama iklan itu akan ditayangkan. Dalam pembuatan iklan layanan besarnya ditentukan dengan aturan yang ada biayanya yang telah ditetapkan oleh aturan yang ada yang berlaku, tergantung lamanya iklan tersebut ditayangkan atas permintaan pembuat iklan. Ada biaya yang digunakan dalam pembuatan iklan yang sesuai dengan aturan PNPB yang ada, besarnya biaya pembuatan iklan tergantung berapa lama iklan itu di tampilkan atas kesepakatan bersama kedua belah pihak tergantung perjanjian kerjasama tersebut.

Perlu adanya penambahan pegawai dibagian usaha agar pelayanan pembuatan iklan kepada masyarakat agar lebih cepat dan mudah dilayani sehingga pelayanan lebih baik. Masih sangat dibutuhkan penambahan pegawai di bagian usaha agar pelayanan lebih cepat dan tidak memakan waktu lama, yang diakibatkan pegawainya sedikit apalagi pegawai tersebut ada perjalanan dinas keluar atau acara keluarga dengan terpaksa menunggu pegawai tersebut dari dinas luar untuk berurusan kembali.

Infrastruktur gedung, ruangan dan fasilitas sudah memadai dalam pembuatan dan pelayanan kepada masyarakat dalam hal pembuatan iklan yang di ajukan, sehingga tidak di jadikan persoalan masalah tempat. Jam kerja pelayanan pembuatan iklan kepada masyarakat di mulai hari senin sampai jumat dan tanggal merah tidak melayani pembuatan iklan sesuai dengan peraturan Menpan RB sebagai landasan peraturannya. Masih sangat dibutuhkan penambahan pegawai di bagian usaha agar pelayanan lebih cepat dan tidak memakan waktu lama, yang diakibatkan pegawainya sedikit apalagi pegawai tersebut ada perjalanan dinas keluar atau acara keluarga dengan terpaksa menunggu pegawai tersebut dari dinas luar untuk berurusan kembali. Pelayanan pembuatan iklan di buka sesuai dengan aturan Menpan RB dimana dibuka pelayanan di mulai hari senen sampai jumat dan setiap tanggal merah tidak melayani pembuatan iklan sehingga masyarakat dapat memperhitungkan dalam pembuatan iklan tersebut.

Indikator Proses (Process)

Dalam pembuatan iklan layanan yang dilakukan oleh pihak RRI melalui bagian pelayanan ada persyaratan yang harus dipenuhi oleh masyarakat yang ingin mengajukan pembuatan iklan baik iklan layanan social atau berita kehilangan. Proses yang harus dilalui masyarakat datang langsung ke bagian layanan tanpa ada perwakilan dengan memenuhi persyaratan yang dimintak terutama foto kopi KTP atau SIM yang masih berlaku, mengisi formulir atau belangko yang telah disediakan, dan membayar biaya pembuatan iklan atau berita lainnya dengan ketentuan harga yang telah di sepakati bersama dengan menunjukan tarip besarnya biaya yang dibutuhkan, berdasarkan peraturan yang dibuat oleh pemerintah.



Baru hasil kesepakatan bersama akan di siarkan atau diberitakan berapa kali di beritakan atau ditayangkan oleh pihak RRI sesuai dengan perjanjian. Biasanya iklan produk memakan waktu paling lama tiga hari baru disiarkan dikarenakan mau mendesain dulu produk apa yang mau ditayangkan di sini produk tersebut akan di perlihatkan atau di beri tahanan pada pembuat iklan ke masyarakat yang membuat iklan tersebut.

Apa bilah sudah tercapai kesepakatan bersama baru produk iklan tersebut ditampilkan. Berbeda dengan berita biasanya diberikan konsep dulu berita apa itu yang mau disiarkan tidak menunggu waktu lama paling hitungan jam paling lambat disiarkan satu hari, biasanya jam pemberitaan tersebut di beritahukan kepada masyarakat yang membuat berita tersebut jam berapa di beritakannya.

Indikator Keluaran (Output)

Dalam hal target pembuatan iklan layanan di tentukan oleh PNBP artinya sudah ada aturan tertentu yang di miliki. Target iklan dalam pembuatan di RRI tidak ada, bukan haya untuk mengejar keuntungan akan tetapi seberapa banyak masyarakat yang memutuskan layanan dalam pembuatan iklan. Target yang di miliki oleh RRI masyarakat kurang mengerti akan tetapi masyarakat yang pembuatan iklan ada target dalam penayangan informasi melalui radio RRI untuk di siarkan langsung jam tayangnya dengan menggunakan jangka waktu tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Dalam produksi iklan yang dilakukan oleh RRI tepat waktu jam tayangnya sesuai keinginan pembuatan iklan. Sehingga jam tayangnya yang melalui siaran langsung oleh RRI sesuai dengan kebutuhan pembuatan iklan tersebut. Adanya ketepatan waktu produksi iklan yang tayangkan atau di siarkan secara langsung melalui RRI dalam tayangannya sesuai dengan besaran pembayaran jasanya yang telah disepakati bersama dengan biaya dan jam tayangnya

Indikator Hasil (Outcomes)

Produksi iklan layanan jasa RRI tidak mengandung SARA (tidak boleh membicarakan suku, agama, ras, dan antargolongan) hanya untuk kepentingan sosial termasuk dalam melayani pembuatan iklan yang diinginkan oleh masyarakat yang telah diatur oleh pemerintah melalui peraturan yang ada termasuk besarnya biaya dalam pembuatan iklan layanan tersebut. Iklan yang dilakukan oleh RRI kebanyakan bersipat social dan layak sekali ditampilkan dan iklan hasil produksinya cukup baik karena iklan tersebut bersifat himbuan dan ajakan kepada masyarakat dan kebanyakan iklan tidak mengandung SARA.

Indikator Manfaat (Benefit)

Manfaat yang dirasakan bagi masyarakat yang memasang iklan layanan seperti harga pembuatan iklan terjangkau oleh masyarakat dalam artikata pembuatan iklan yang dilakukan tidak terlalu memberatkan masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk membuat iklan, bagi mereka biaya yang lebih murah akan menjadikan daya tarik sendiri apalagi dilihat dari siaran online nya sangat luas, jaringan siaran radio lebih luas sehingga masyarakat lebih cepat menerima informasi tentang suatu peroduk akibatnya meningkatnya penghasilanyang didapat oleh masyarakat yang membuat iklan tersebut.

Indikator Dampak (Impact)

1. Dampak Positif

Dampak positif bagi RRI adalah dapat memberikan sumber pendapatan tambahan bagi instansi dari biaya jasa iklan yang dibuat, selain memberikan manfaat finansial tetapi juga memperkuat citra, dan dapat meningkatkan kualitas iklan yang disiarkan. Dampak positif bagi masyarakat adalah menambah pendapatan bagi masyarakat dan RRI memiliki jangkauan yang lebih luas dan kepercayaan yang tinggi di kalangan masyarakat, sehingga lebih banyak masyarakat mengenal produk atau jasa yang diiklankan.

2. Dampak negatif

Dampak negatif bagi RRI adalah Pertama terdapat risiko bahwa iklan yang dipasang dapat mengganggu pengalaman mendengarkan pendengar, terutama jika iklan tersebut terlalu sering atau tidak relevan dengan iklan yang disajikan oleh RRI. Hal ini dapat mengurangi kualitas pengalaman mendengarkan dan mempengaruhi kepuasan pendengar, Kedua terdapat potensi konflik kepentingan antara nilai-nilai editorial dan komersial, oleh karena itu RRI sebagai penyiaran publik harus mempertimbangkan dengan hati-hati iklan yang disetujui untuk disiarkan.

Dampak negatif bagi masyarakat pengiklan. Salah satunya adalah batasan waktu siaran dan banyaknya iklan yang terbatas, yang dapat mengurangi efektivitas pemasaran mereka. Selain itu,

kepatuhan terhadap peraturan yang ketat dari RRI dapat membatasi kreativitas dalam penyampaian pesan iklan, serta mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan masyarakat. Respons yang bervariasi dari masyarakat terhadap iklan juga menjadi faktor yang perlu diperhitungkan, dimana terkadang iklan tidak mencapai respon yang diharapkan.

Untuk mengatasi pengaruh negatif yang dapat timbul bagi RRI dalam pembuatan iklan, terdapat beberapa langkah yang dapat diambil: Pertama, RRI dapat memperkuat pengawasan dan kontrol terhadap konten iklan yang disiarkan. Hal ini meliputi penerapan proses seleksi yang ketat untuk memastikan bahwa iklan yang disetujui sesuai dengan nilai-nilai penyiaran publik yang dipegang teguh oleh RRI. Dengan demikian, RRI dapat memastikan bahwa iklan tidak hanya memenuhi standar kualitas yang tinggi, tetapi juga memberikan nilai tambah yang positif bagi pendengar. Kedua, RRI dapat meningkatkan transparansi dan komunikasi dengan masyarakat terkait dengan iklan yang disiarkan. Ini dapat dilakukan dengan lebih terbuka dalam menjelaskan proses persetujuan iklan, kriteria yang digunakan dalam penilaian iklan, serta bagaimana RRI memastikan bahwa iklan yang disiarkan tidak bertentangan dengan misi dan tujuan penyiaran publik mereka. Selanjutnya, RRI dapat mengembangkan kerja sama yang lebih erat dengan pengiklan dan agen periklanan untuk memastikan bahwa iklan yang disiarkan tidak hanya efektif secara komersial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Ini dapat termasuk mengadakan workshop atau pelatihan tentang etika iklan dan tanggung jawab sosial perusahaan bagi pengiklan yang beriklan di RRI. Selain itu, RRI dapat memanfaatkan teknologi dan analisis data untuk memahami lebih dalam respons dan reaksi masyarakat terhadap iklan yang disiarkan. Dengan memonitor secara teratur dan menganalisis data ini, RRI dapat secara proaktif mengidentifikasi potensi masalah atau kekhawatiran masyarakat terkait dengan iklan tertentu, sehingga dapat diambil tindakan yang tepat untuk mengatasi dampak negatifnya. Terakhir, RRI perlu tetap menjaga independensinya sebagai penyiaran publik dan tidak terpengaruh oleh tekanan komersial yang dapat mengorbankan integritas penyiaran mereka. Ini penting untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat dan menjaga reputasi RRI sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya dan berintegritas tinggi. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini secara efektif, diharapkan RRI dapat mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul dalam pembuatan iklan, serta memperkuat posisinya sebagai penyiaran publik yang berkomitmen untuk memberikan manfaat terbaik bagi masyarakat secara luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Biaya yang digunakan dalam pembuatan iklan sudah diatur PNPB yang sesuai dengan Peraturan Direktur Utama LPP RRI, besarnya biaya dan berapa lama iklan ditayangkan atas kesepakatan bersama. Jumlah pegawai di Bagian Layanan Pengembangan Usaha (LPU) ada 6 orang namun dirasa masih sangat kurang karena setiap ada karyawan yang cuti atau izin pembuatan iklan menjadi tertunda dan harus menunggu karyawan tersebut masuk kembali.
2. Masyarakat yang akan membuat iklan harus datang langsung (tidak boleh diwakilkan) ke bagian layanan tanpa ada perwakilan dengan syarat foto kopi KTP atau SIM yang masih berlaku, mengisi formulir atau belangko yang telah disediakan, dan membayar biaya pembuatan iklan berdasarkan aturan yang ada.
3. Banyaknya jumlah iklan yang dihasilkan tidak ditentukan atau ditargetkan namun sudah diatur PNPB artinya sudah ada aturan tertentu yang di miliki. Pembuatan iklan di RRI bukan hanya untuk mengejar keuntungan akan tetapi seberapa banyak masyarakat yang membutuhkan layanan dalam pembuatan iklan. Kualitas dan ketepatan iklan yang ditayangkan di RRI sudah tepat mencakup konten yang informatif, menarik, dan relevan dengan pendengar. Iklan yang efektif biasanya memiliki pesan yang jelas dan mudah dipahami, serta menggunakan bahasa yang sesuai dengan audiens.
4. Produksi iklan layanan jasa RRI tidak mengandung SARA hanya untuk kepentingan sosial termasuk dalam melayani pembuatan iklan yang diinginkan oleh masyarakat yang telah diatur oleh pemerintah melalui peraturan yang ada termasuk besarnya biaya dalam pembuatan iklan layanan tersebut.
5. Manfaat yang dirasakan bagi masyarakat harga pembuatan iklan terjangkau dan lebih murah, jangkauan siaran radio lebih luas dibandingkan dengan pihak swasta dan meningkatnya penghasilan pendapatan karena banyak produk yang ditawarkan ke konsumen.
6. Dampak positif bagi RRI adalah dapat memberikan sumber pendapatan tambahan bagi instansi dari biaya jasa iklan yang dibuat, selain memberikan manfaat finansial tetapi juga memperkuat citra, dan dapat meningkatkan kualitas iklan yang disiarkan. Dampak positif bagi masyarakat adalah menambah pendapatan bagi masyarakat dan RRI memiliki jangkauan yang lebih luas dan kepercayaan yang tinggi di kalangan masyarakat, sehingga lebih banyak masyarakat mengenal produk atau jasa yang



diiklankan. Sedangkan dampak negatif bagi RRI adalah pertama terdapat risiko bahwa iklan yang dipasang dapat mengganggu pengalaman mendengarkan pendengar, terutama jika iklan tersebut terlalu sering atau tidak relevan dengan iklan yang disajikan oleh RRI. Hal ini dapat mengurangi kualitas pengalaman mendengarkan dan mempengaruhi kepuasan pendengar, Kedua terdapat potensi konflik kepentingan antara nilai-nilai editorial dan komersial, oleh karena itu RRI sebagai penyiaran publik harus mempertimbangkan dengan hati-hati iklan yang disetujui untuk disiarkan.

Saran

1. Perlu adanya perekrutan karyawan terutama di Bagian Layanan Pengembangan Usaha (LPU) di RRI Bengkulu.
2. RRI dapat meningkatkan komunikasi dan kolaborasi dengan pengiklan dalam proses persetujuan iklan. Dengan memberikan panduan yang jelas mengenai standar kualitas dan etika penyiaran publik yang harus dipatuhi dalam setiap iklan yang disiarkan, RRI dapat memastikan bahwa iklan yang ditayangkan tidak hanya bermanfaat secara komersial tetapi juga memberikan nilai tambah positif bagi pendengar.
3. Penting untuk RRI mempertimbangkan peningkatan dalam monitoring dan evaluasi terhadap kinerja iklan yang disiarkan. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data mengenai respons masyarakat terhadap iklan, RRI dapat lebih cepat merespon masalah atau perubahan yang dibutuhkan dalam strategi penayangan iklan. Hal ini akan membantu mengurangi potensi dampak negatif yang mungkin timbul akibat iklan yang kurang tepat sasaran.
4. RRI dapat mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan atau workshop kepada pengiklan mengenai pentingnya etika dalam pembuatan iklan. Dengan meningkatkan pemahaman pengiklan tentang tanggung jawab sosial dan moral dalam iklan mereka, diharapkan dapat mengurangi kemungkinan kontroversi atau reaksi negatif dari masyarakat terhadap iklan yang disiarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Dwiyanto. 2006. Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia. UGM Press. Yogyakarta.
- Arisanti, Imanda dan HE Saputra. (2020). Analisis Kualitas Kerja Pegawai Tata Usaha Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bengkulu Tengah. Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik, 7 (1), 57–63.
- Etzioni, Amitai. 1985. Organisasi-Organisasi Modern. Jakarta: UI Press.
- Bogdan dan Taylor. 1993 Kualitatif (dasar–dasar penelitian). Surabaya: Penerbit Nasional.
- Dharma, Surya. 2005. Manajemen Kinerja Falsafah Teori dan Penerapannya. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Faisal, Sanapiah. 1990. Penelitian Kualitatif dasar–dasar dan Aplikasinya. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh.
- Gomes, Faustino C. 2005. Manajemen Sumber Daya Marmsia. Yogyakarta: CV Andi,
- Henry, Simamora. 1995, Manajemen Sumber Daya Marmsia. Jakarta: STIE YKPN.
- Husaini, Usman. 2009. Motivasi Dalam Bekerja Karyawan. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Keban, Yeremias T. 2000. Enam Dimensi Sstrategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Js. Yogyakarta: Gava Media
- Khasali, Rhenald. 1996. Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: PT. Mustika Utama Grafiti.
- Kottler, Philip-Amstrong, Gary. 1997. Dasar–Dasar Pemasaran. Jilid II. Edisi Ketujuh. Jakarta: Prehalindo.
- Moenir. 2006. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: PT. Bumiaksara.
- Mahsun, M. 2006. Pengukuran Kinerja Sektor Publik: Yogyakarta: BPFE.
- Mahmudi. 2005. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Mahsun, M. 2006. Pengukuran Kmerja Sektor Publik. Yogyakarta: BPFE.
- Moleong, Lexy J. 1991. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya
- Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prawirosentono, Suyadi. 1999. Kebijakan Kinerja Karyawan. Yogyakarta: BPFE, Surjadi 2009 Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Sedarmayanti. 2003. Good Governance: Dalam Rangka Otonomi Daerah Upaya Membangun Organisasi Efektif dan Efisien melalui Restrukturisasi dan Pemberdayaan, Ed 1, Bandung: Mandar Maju.
- Suwatno & Priansa, D. 2011. Manajemen SDM dalam organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti. 2003. Good Governance: Dalam Rangka Otonomi Daerah Upaya Memhangun Organisasi Efektif dan Efisien melalui Restruktiirisasi dan Pemberdayaan, Ed J, Bandung : Mandar Maju.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan .Bandung: Alfabeta. Sugiono, 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.