

**ANALISIS PRODUKSI PROGRAM RADIO KOMUNITAS PADA PROGRAM  
MUSIK (STUDI DESKRIPTIF PROGRAM MUSIK DI RADIO LOVE JOGJA  
FM DAN RADIO WIJAYA FM)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam  
Indonesia

Oleh

Rahmawati Cindar Bumi

09321069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA

2017

# SKRIPSI

## SKRIPSI

ANALISIS PRODUKSI PROGRAM RADIO KOMUNITAS PADA  
PROGRAM MUSIK (STUDI DESKRIPTIF PROGRAM MUSIK DI  
RADIO LOVE JOGJA FM DAN RADIO WIJAYA FM)

Disusun oleh  
Rahmawati Cindar Bumi

09321069

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di  
hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: ..... 15 MAR 2017 .....

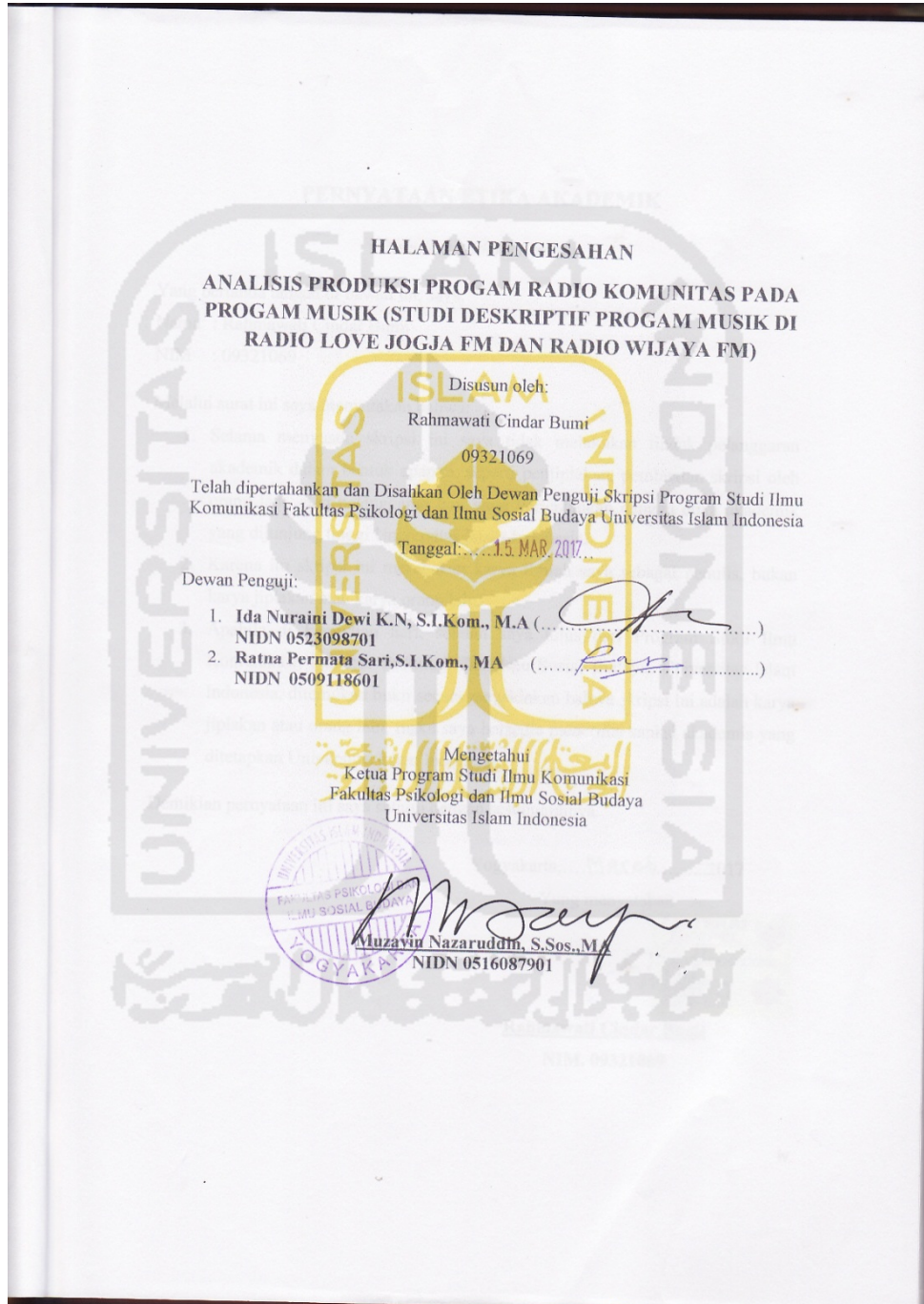
Dosen Pembimbing Skripsi,



Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., MA

NIDN 0523098701

## HALAMAN PENGESAHAN



## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

### PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahmawati Cindar Bumi

NIM : 09321069

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta,....Maret.....2017

Yang menyatakan



**Rahmawati Cindar Bumi**

**NIM. 09321069**

## HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN

### RADIO KOMUNITAS WIJAYA FM

Jl. Candi Gebang, Krajan, Wedomrtani, Ngemplak, Sleman, Yogyakarta 55584 Telp 087838432001

Tanggal : 01 Maret 2017

No Surat : 005/Wjy/II/2017

Hal : surat Keterangan

Lamp :-

Dengan hormat

Berikut saya sampaikan bahwa, mahasiswa tersebut dibawah ini telah menyelesaikan penelitian di Radio Komunitas Wijaya Fm, guna menjalankan tugas sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, dalam rangka membuat skripsi/tugas akhir.

Nama : RAHMAWATI CHINDAR BUMI

Nomor Mahasiswa : 09321069

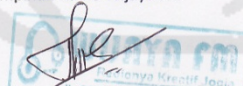
Judul Skripsi : ANALISA PRODUKSI SIARAN RADIO KOMUNITAS PADA PROGRAM SIARAN  
HIBURAN MUSIK

Lama Penelitian : bulan Agustus sampai Oktober 2016

Demikian surat keterangan ini dibuat, selanjutnya agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami

Pimpinan Radio Wijaya Fm

  
Jumadi  
CANDI GEBANG-KRAJAN  
WEDOMARTANI, SLEMAN, YOGYAKARTA



## SURAT KETERANGAN

Bersama surat ini kami menyatakan bahwa :

Nama : RAHMAWATI CINDAR BUMI

NPM : 09321069

Kampus : Universitas Islam Indonesia Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial

### Budaya

Telah melakukan penelitian di Radio Love Jogja pada bulan Agustus – Oktober 2016, dan pihak kami Radio Love Jogja juga mengucapkan banyak terima kasih karena sudah dijadikan obyek penelitian. Kami harapkan ada tindak lanjut dari penelitian yang sudah dilakukan serta bisa berkelanjutan.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk bisa di gunakan sebagaimana perlunya Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 4 Maret 2017

Radio Love Jogja Fm



Danar Anton D.S. S.Kom.M.Miss

Director Program

## **MOTTO**

### **MAN JADDA WAJADA**

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

### **MAN SHABARA ZHAFIRA**

Siapa yang bersabar pasti beruntung

### **MAN SARA ALA DARBI WASHALA**

Siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ketujuan

**Rahasia terbesar mencapai kesuksesan  
adalah tidak ada rahasia besar, siapa pun  
anda akan menjadi sukses jika anda  
berusahadengan sungguh-sungguh**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Kupersembahkan Karya ini untuk:**

**Bapak & Ibu tercinta, U're my everything...**

**Terima kasih untuk semua hal yang tidak akan pernah tergantikan dan tak ternilai, doa dukungan wejangan kepercayaan dan semuanya khususnya membuat delapan tahun ini menjadi pelajaran hidup yang lebih baik dan menjadikan dewasa.**

**Bapak & Ibu Thank You So Much...**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikumWr.Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia, kenimatan serta hidayahnya kepada kita semua sehingga kita dapat merasakan keindahan alam ciptaan-Nya. Sholawat serta salam tidak lupa kita semua sehingga kita dapat merasakan keindahan alam ciptaan-Nya. Sholawat serta salam tidak lupa kita berikan kepada sari tauladan kita, junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengantarkan kita kepada zaman yang penuh dengan kedamaian. Dukungan dari keluarga dan teman-teman terdekat untuk dapat menyelesaikan gelar sarjana saya yang pertama kalinya.

Skripsi merupakan tugas akhir mahasiswa untuk menyelesaikan studinya. Sebagai mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, tema skripsi yang diambil adalah mengenai ilmu komunikasi. Di mana, dalam skripsi berjudul “Analisis Produksi Program Radio Komunitas Pada Program Siaran Hiburan Musik (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Hiburan Musik di Radio Love Jogja FM & Wijaya FM )” ini membandingkan tentang produksi program acara musik di Radio Komunitas Love Jogja FM & Wijaya FM Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode deskriptif. Objek penelitian dilakukan di Radio Love Jogja FM dan Wijaya FM. Tahapan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Kemudian dari data-data yang telah diperoleh akan dilakukan analisis data dengan cara

mereduksi data, penyajian data, dan kemudian akan diambil penarikan kesimpulan, dan dari analisis data tersebut akan menjawab perumusan masalah yang ada.

Melalui skripsi ini, penulis merasakan hal yang berbeda jauh dengan system pembelajaran kelas sebagaimana yang telah penulis jalani selama mengikuti perkuliahan di Konsentrasi Budaya dan Media Kreatif, Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengakui adanya hambatan dalam menyelesaikan tahapan demi tahapan. Namun adanya bimbingan, dorongan dan bantuan baik moril maupun materil dari berbagai pihak kepada penulis sehingga terselesaikannya penelitian ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat kepada :

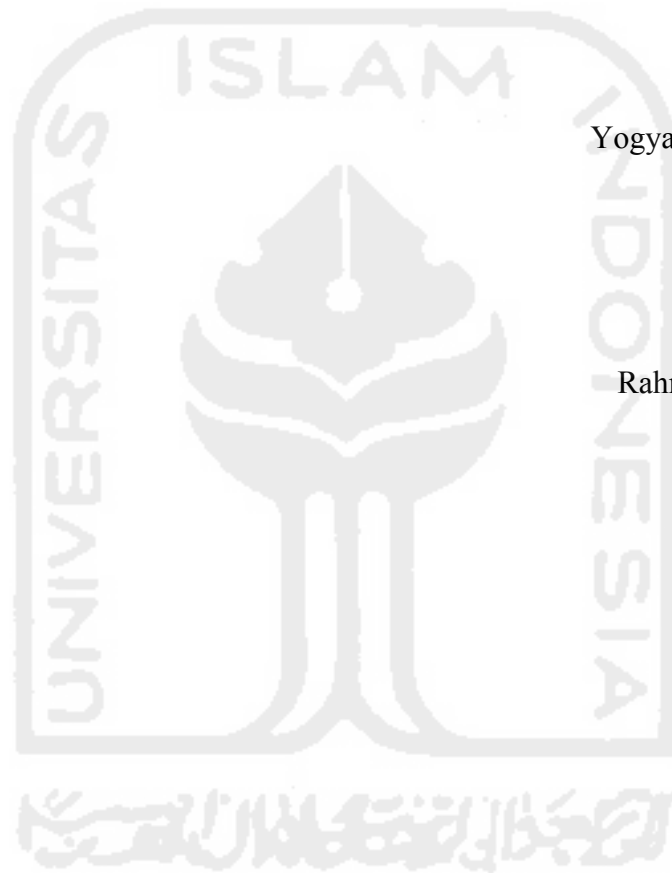
1. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
2. Ibu Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., MA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran dalam proses penyusunan skripsi
3. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP..M.Sis selaku dosen pembimbing akademik.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia atas jasanya dalam mendidik penulis selama penulis belajar di universitas ini.
5. Seluruh Staf Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia khususnya Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini
6. Daniel Anton, selaku Program Director Radio Love Jogja FM, Jumadi, selaku Pimpinan Penyelenggara Penyiaran Radio Wijaya FM.
7. Kedua orang tuaku tersayang yang telah banyak member dukungan tanpa batas, terutama ibu yang tidak akan pernah lelah memberikan segalanya,

ibu yang kuat dan tangguh terima kasih untuk semua yang tak terbatas dan tak tergantikan. Bapak maaf saya sudah banyak mengecewakan dan banyak salah kepada bapak, terima kasih untuk semua dukungan, doa, supportnya ya bapak.

8. Alm. Budeku tersayang yang telah banyak member banyak dukungan, kasih sayang, doa, support terima kasih untuk semua yang tak terbatas dan tak tergantikan. Bude maaf saya sudah banyak mengecewakan dan banyak salah, I'm really miss you bude.
9. Eyangku tersayang terimakasih untuk wejangan doa dan support segalanya, om makin, bulik atun, pakde yanto, bulik timah, Dek nayla, Dek Ulin, Dek Luluk, Dek Intan, Dek Anang Kel. Besar Atmojo dan Kel. Besar Ahmad Suharto terima kasih sudah sering mengingatkan tanpa lelah dan doanya.
10. B31B1 terima kasih banyak untuk dukungan, doa, supportnya selama ini dan selalu membantu dalam penelitian, selalu mengingatkan tanpa lelah, Thank You So Much B31B1.
11. Teman-teman angkatan 09, terima kasih untuk dorongan, semangatnya, dan motivasinya.
12. Sahabat dan teman terbaik, Mbak odit, Mbak Novi, Mas Hendri, Nandra, Yuliana, Dian, Weny, Vicky, Ira, Sitha, Nindy, Endar, Yusnita, Keke, Tami, Nisa, Ame, Imut, Evi, Dwi, Rizki, Desi, Okta dan adek angkatan 10,11,12,13 dan semuanya yang tidak pernah lelah mengingatkan untuk *deadline*, dan memberikan semangat, support, dan doanya tanpa lelah.

Semoga segala bantuan, dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi, memperoleh imbalan dari Allah SWT. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai referensi.

Wasalamualikum Wr.Wb.



Yogyakarta, 15 Maret 2017

Penulis

Rahmawati Cindar Bumi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK</b> .....	iv
<b>HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>ABSTRACT</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	5

1. Penelitian Terdahulu .....	5
2. Kerangka Konseptual .....	6

## **BAB II GAMBARAN UMUM**

A. Karakteristik Radio Komunitas .....	34
B. Objek Penelitian	
1. Radio Love Jogja Fm .....	38
2. Radio Wijaya Fm .....	41

## **BAB III TEMUAN PENELITIAN**

A. Diskripsi Progam acara Hiburan Musik .....	45
B. Tahapan Produksi Siaran Radio Wijaya Fm dan Love Jogja .....	51
C. Kendala Dalam Progam Musik .....	62

## **BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

A. Produksi Progam Siaran .....	64
B. Tahapan Proses Produksi Progam Radio Hiburan Musik .....	66
1. Tahapan Produksi Dilakukan oleh Radio Wijaya Fm .....	67
2. Tahapan Produksi Dilakukan oleh Radio Love Jogja Fm .....	73
C. Kendala Yang Dihadapi .....	77

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

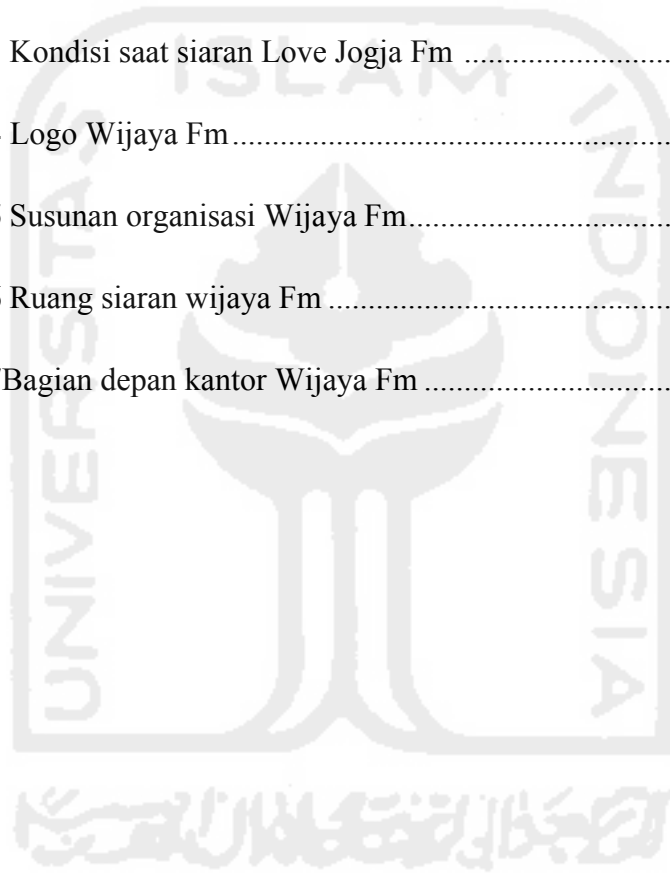
A. Kesimpulan .....	85
B. Keterbatassan Penelitian .....	87
C. Saran .....	88

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Love Jogja Fm .....	39
<b>Gambar 2.2</b> Ruang siaran Love Jogja Fm .....	40
<b>Gambar 2.3</b> Kondisi saat siaran Love Jogja Fm .....	40
<b>Gambar 2.4</b> Logo Wijaya Fm .....	42
<b>Gambar 2.5</b> Susunan organisasi Wijaya Fm .....	43
<b>Gambar 2.6</b> Ruang siaran wijaya Fm .....	43
<b>Gambar 2.7</b> Bagian depan kantor Wijaya Fm .....	44



## DAFTAR TABEL

**Tabel 3.1** Progam acara ijaya Fm..... 47

**Tabel 3.2** Progam acara Love Jogja Fm..... 49





## ABSTRAK

**Rahmawati Cindar Bumi 09321069. Analisis Produksi Program Radio Komunitas Pada Program Musik (Studi Deskriptif Kualitatif Program Musik di Radio Love Jogja Fm & Wijaya Fm). Skripsi Sarjana. Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia 2017.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh eksistensi radio Wijaya Fm dan radio Love Jogja Fm sebagai radio komunitas yang pada umumnya berdiridari sebuah komunitas dan ditunjukkan untuk komunitas. Penelitian ini untuk mengetahui proses produksi kedua radio komunitas ini dalam analisis produksi program radio komunitas pada program musik melalui program yang disiarkan sertakendal program acara musik yang di hadapi kedua radio komunitas tersebut. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tahap produksi program acara musik di radio Wijaya Fm dan radio Love Jogja Fm.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data di uji dengan teknik triangulasi. Data yang terkumpul dianalisis melalui langkah-langkah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menghasilkan beberapa temuan. Tahapan awal Love Jogja Fm yaitu pra produksi, diawali dari penguasaan ide, program seperti apa yang akan diproduksi, perencanaan jadwal. Selanjutnya tahapan produksi, produksi acara love jogja adalah program on air live 19 Jam, penyiar berinteraksi dengan para pendengar dan memutar lagu sesuai dengan tema yang telah disepakati. Karena acara ini berlangsung live melalui media sosial seperti Twitter atau Facebook tahapan paska produksi hanya lebih ke penyampaian hasil siaran sebagai evaluasi ke depannya. Tahapan pra produksi Wijaya Fm dilakukan dari penguasaan ide, pengajuan proposal sampai mendapat persetujuan untuk siaran, selanjutnya proses produksi dilakukan sendiri oleh penyiar dengan mengoperasikan peralatan yang ada di depan meja, karena acara ini berlangsung live melalui telepon live dan sms live. Materi yang didapat biasanya didapat oleh penyiar dari internet atau yang sedang menjadi *trending topic* saat ini. Sedangkan tahapan paska produksi karena program ini program live, jadi lebih ke evaluasi program, dimana kekurangan program dan apa yang akan dilakukan selanjutnya.

Kata Kunci: Analisis produksi radio, program radio, program musik

### **Abstract**

**RahmawatiCindar Earth 09321069. Community Radio Program Production Analysis On Music Program (Qualitative Descriptive Study Program in Radio Love Music &WijayaJogjaFmFm). Bachelor Thesis.Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Studies, Islamic University of Indonesia in 2017.**

This research background by the existence of radio dilator WijayaJogja Love Fm and Fm radio as a radio community at large stands of a community and shown to the community. This study was to determine the production process both in the analysis of this community radio program production community radio program broadcast music through the program as well as the constraints of the music program in the face of the community radio. The problem in this research is how the production stage music program on radio WijayaJogja Love Fm and Fm radio.

The method used is qualitative descriptive research. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The validity of the data in the test with triangulation techniques. The data were analyzed through the steps of data reduction, data presentation and conclusion.

The results showed that produces some of the findings. Jogja Love Fm early stages ie pre-production, at the start of the pouring of ideas, programs such as what will be in production, planning schedules. The next stage of production, the production of the show love Jogja is a live program on water 19 hours, the broadcaster interact with the audience and play songs according to the themes that have been agreed. Because this event live via sosail media such as Twitter or Facebook stages of post-production just over kepenyampaian broadcast results as pre-production evaluation to depannya.TahapanWijayaFm done from casting ideas, proposals to get approval to broadcast, then the production process is done alone by broadcasters to operate equipment that is in front of the table, because this event live via telephone and sms live live. The materials can usually be by the broadcasters from the internet or being a trending topic when ini.Sedang stages of post-production because the program is a live program, so more to the evaluation of the program, where a lack of programs and what will be done next.

Keywords: Analysis of radio production, radio programs, music programs



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi telah banyak membawa perubahan di dalam berbagai macam bidang. Salah satunya adalah berkembangnya berbagai media massa dengan sajiannya masing-masing. Berbagai macam media saat ini memberi macam informasi yang diinginkan. Beberapa jenis media yang telah berkembang saat ini juga terdiri dari beberapa bentuk yang berupa surat kabar, televisi, dan radio.

Media elektronik seperti radio merupakan salah satu contoh hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat dijadikan sebagai media umum dalam menyajikan berbagai informasi. Peranan radio sebagai media penyiaran dewasa ini dipandang semakin penting sejalan dengan semakin banyaknya peminat media elektronik. Di samping hal tersebut radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang mengandalkan suara, radio menstimulasikan begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar melalui telinga pendengar.

Kelebihan media radio dibandingkan media lain adalah jarak jangkauannya yang relative luas dan dengan biaya murah. Hal ini yang tidak mampu dilakukan oleh media massa lainnya seperti surat kabar dan televisi. Sehingga menjadikan media radio ini lebih menarik untuk didengarkan. Saat ini radio dikatakan sebagai media yang menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi maupun hiburan. Radio sebagai media hiburan yang murah dan dapat diakses dimana saja menjadikan radio masih digemari oleh berbagai kalangan. Dengan perkembangan saat ini radio hadir melalui *Hand-Phone*, internet (*streaming radio*), radio mobil dan lain sebagainya. Maka akses terhadap radio semakin mudah dan murah tentunya.

Radio sebagai media hiburan bertujuan untuk mengurangi rasa bosan pendengar dalam melakukan aktivitas sehari-hari, relaksasi, dan pelepasan emosi para pendengarnya. Radio digunakan sebagai media hiburan karena terdapat interaksi dengan penyiar yang membawakan acara bagi pendengarnya. Penyiar menggunakan kata-kata yang komunikatif, imajinatif, dan dapat menghibur para pendengarnya. Selain itu pendengar juga dapat mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas sehari-harinya. Radio juga dapat didengarkan dimanapun dan kapanpun sehingga pendengar lebih mudah untuk mendapatkan hiburan di tengah aktivitas mereka tanpa mengeluarkan biaya mahal dan waktu yang lama. Program hiburan yang bisa didapatkan di radio misalnya mendengarkan musik. Musik merupakan suatu hal yang bersifat universal dan tidak mengenal golongan masyarakat, siapapun dapat mengespresikan diri (dapat berupa ide-ide atau nilai-nilai yang diyakininya), juga sebagai hiburan karena didalamnya terkandung lirik-lirik yang sesuai dengan emosi yang sedang dirasakan seseorang, seperti senang, sedih, marah, gelisah, takut, cemburu, semangat dan sebagainya.

Dalam penelitian ini akan merujuk pada radio komunitas. Hal ini dikarenakan radio komunitas memiliki segmentasi pendengar tersendiri. Dengan adanya radio komunitas ini sendiri memungkinkan hanya sesama komunitas saja yang mendengarkan sehingga mempererat tali persaudaraan dalam sebuah komunitas tersebut disamping mempererat tali persaudaraan radio komunitas juga mampu mengangkat kearifan lokal sehingga dapat mengimplementasikan dalam setiap isi siaran mampu menjaga adat dan budaya yang ada.

Seiring berkembangnya jaman musik dangdut saat ini telah berkembang dengan cepat karena sifatnya yang terbuka dan akomodatif terhadap berbagai musik lain. Hal ini kemudian membuat musik dari pop, reggae dangdut campursari. Hal ini menyebabkan beberapa stasiun radio menjadikan acara musik sebagai salah satu mata acaranya. Di daerah Yogyakarta terdapat beberapa stasiun radio komunitas menyajikan musik musik dari pop, reggae

dangdut campursari sebagai program utama diantaranya adalah Radio Love Jogja FM dan Wijaya FM.

Program-program musik tersebut dikemas dalam format yang berbeda dan dibuat semenarik mungkin sehingga banyak diminati oleh pendengarnya. Banyak radio komunitas yang memiliki program hiburan musik yang dijadikan sebagai bagian dalam menarik pendengarnya.

Dua diantara radio-radio komunitas di Yogyakarta yang memiliki program acara musik adalah Wijaya FM dan Love Jogja FM. Masing-masing stasiun radio tersebut memiliki sejumlah program acara termasuk acara musik yang sangat beragam dan dengan format yang berbeda-beda antara program musik yang satu dengan lainnya. Realitas ini tentu saja membawa persaingan tersendiri bagi kedua stasiun radio tersebut, karena selain memiliki program acara yang sama yaitu musik meskipun dengan format acara yang berbeda-beda, kedua stasiun radio tersebut juga memiliki segmentasi yang sama yaitu anak muda/remaja, menghadapi hal tersebut tentu saja memerlukan strategi khusus dan tersendiri bagi masing-masing radio untuk merebut hati/menjangkit pendengarnya. Oleh karena itu dengan segmentasi pendengar yang tidak melihat usia maka pemilihan genre musik yang hampir seluruh aliran atau bisa dibidang all genre fungsinya sebagai penelitian secara subyektif terhadap suatu lembaga atau wadah sebuah komunitas untuk mengetahui kelemahan guna meningkatkan mutu dan kualitas radio komunitas

Berdasarkan uraian diatas kedua radio komunitas tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai analisis produksi program musik radio komunitas.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tahap produksi program acara musik di radio Wijaya FM dan radio Love Jogja FM ?

2. Apa dan bagaimana kendala program acaramusik di radio Wijaya FM dan radio Love Jogja FM?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tahap produksi program musik di radio Wijaya FM dan radio Love Jogja FM..
2. Untuk mengetahui masalah-masalah pada program acara musik di radio Wijaya FM dan Love Jogja FM.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan ke depannya menjadi acuan atau referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya guna penyempurnaan penelitian dengan topik yang serupa. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis

Dapat bermanfaat untuk menambah wawasan tentang produksi program siaran suatu media khususnya radio serta dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi dan masukan bagi radio komunitas dalam meningkatkan produksi program siaran. Selain itu, dapat di jadikan sumber pemikiran untuk menentukan kebijakan-kebijakan dan pengambilan keputusan di radio khususnya radio komunitas dan berbagai stasiun radio lainnya yang memiliki atau berencana memproduksi program musik sejenis.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Willy Fajar Nugrahapada tahun 2009 dengan judul “ **Manajemen Siaran Musik Stasiun Radio REM FMDi Universitas Negeri Semarang**” . permasalahan yang menarik untuk di teliti adalah bagaimanakah manajemen siaran music di stasiun radio REM FM Universitas Negeri Semarang?. Dengan tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan manajemen siaran musik di stasiun radio REM FM Universitas Negeri Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa REM FM dalam pelaksanaan mengemas siaran musik harus melalui beberapa tahapan manajemen yaitu ; perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dimana dalam proses manajemen siaranya bertumpu pada kerjasama antar divisi.

Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui produksi program, tahap program dan masalah – masalah yang ada dalam proses produksinya bukan untuk mengetahui manajemen siaran musiknya.

Penelitian terdahulu sebagai penguat adalah penelitian yang dilakukan oleh Ridla Surya Ramadlani dan Mahfud Anshoripada tahun 2014 dengan judul “ Proses Pembuatan Program Kuis Radio “Kuis KisahTeladan” Di Radio Wijaya Kusuma (Rwk Fm) Klaten” . permasalahan yang menarik untuk di teliti adalah Bagaimanakah proses pembuatan program kuis radio itu?. Dengan tujuan untuk mengetahui proses pembuatan program kuis di radio melalui praktik nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam pembuatan sebuah program radio, program director harus selaluberpegang pada prinsip “*audience oriented.*”, Untuk membuat program berformat kuis radio, dibutuhkan persiapan yang benar-benar matang, dan Dalam memproduksi sebuah program, harus senantiasa ada komunikasi efektif diantara seluruh kru yang



terlibat. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya meneliti mengenai masalah proses pembuatan program saja yaitu kuis.

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Missionaris Lukaspada tahun 2016 dengan judul “ Manajemen Stasiun Radio Heartline FmSamarinda Dalam Menjaring Pendengar RadioDi Kota Samarinda” . Dengan tujuan untuk mengetahui Mendeskripsikan dan menganalisa pelaksanaan fungsi manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di kota samarinda. Dan Mendeskripsikan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan fungsi manajemen stasiun radio Heartline FM Samarinda dalam menjaring pendengar radio di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Radio Heartline FM Samarinda dalam merencanakan pembuatan program acara dengan mengetahui prakiraan di waktu yang akan datang, menetapkan tujuan dan tersampainya visi dan misi dari radio, menentukan konsep acara yang ditentukan dalam tim keseluruhan, penetapan komposisi pemilihan materi, penentuan *Announcer* pembawa program acara dan proses penjadwalan program acara. dan Radio Heartline FM Samarinda dalam pengorganisasian dalam pelaksanaan produksi program acara dipegang oleh bagian Bidang Program, *Announcer* yang memiliki keahlian khusus dalam bidang siaran. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya meneliti mengenai masalah manajemennya saja masalah programnya.

## **2. Kerangka Konseptual**

### **a. Karakteristik Radio Komunitas**

Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas, dan untuk melayani kepentingan komunitas (Rachmiatie, 2007: 78). Menurut Estrada (seperti

yang dikutip Rachmiatie, 2007: 78) fokus yang khas dari radio komunitas adalah membuat audiens atau khalayaknya sebagai protagonist (pemeran utama), melalui keterlibatan mereka dalam seluruh aspek manajemen dan produksi programnya, serta menyajikan program yang membantu mereka dalam pembangunan dan kemajuan sosial di komunitas mereka.

Dengan mengutip Girard (dalam Mufid, 2007: 76) mendefinisikan radio komunitas sebagai:

“Sejenis radio yang didirikan untuk melayani masyarakat, yang mendorong ekspresi dan yang berisi kultur lokal. Tujuan radio komunitas adalah untuk memberi suara, mereka yang tak dapat bersuara, yaitu kelompok-kelompok yang termarginalisasi jauh dari pusat kota, yang populasinya terlalu kecil untuk menarik stasiun komersial besar.... Radio komunitas juga bertujuan untuk memungkinkan komunitas untuk berpartisipasi dalam kehidupan stasiun. Bentuk partisipasi tersebut bisa dalam level kepemilikan, program, manajemen, direksi dan pembiayaan.”

Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 2, Nomor 2, Desember 2005 yang berjudul Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia . “Komunitas” adalah pilihan dari sejumlah penyebutan lain untuk radio berbasis lokal dan non profit, diantaranya:

- a. Radio Alternatif, Alternatif dari dua model siaran yang hanya melayani propaganda Negara (*state oriented*) dan melayani kepentingan usaha (*market oriented*) melalui radio,
- b. Radio pendidikan, antithesis dari fungsi radio yang hanya mendiseminasikan informasi dan hiburan semata,
- c. Radio Swadaya, merujuk ciri khas radio yang mengandalkan sikap militansi, ketulusan dan independensi pengelolanya,
- d. Radio Komunitas, merujuk pada kepemilikan dan wilayah orientasi yang melokal sebagai antithesis radio swasta yang meluas dan berjaringan.

Rumusan sejumlah lembaga seperti UNESCO dan jaringan radio komunitas Indonesia menyebut dua makna yang melekat pada radio komunitas, yaitu geografis dan partisipasi. Makna pertama diukur menurut radio frekuensi yang dibatasi minimal 100 watts. Makna kedua merujuk secara kuantitatif dan kualitatif berupa terlibatnya warga

komunitas sejak pendirian hingga operasional siaran (Masduki dalam Jurnal Komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomer 2, Desember 2005: 148).

Dalam pendirian radio komunitas urgensinya harus mengacu pada dua aspek yaitu: 1) jaminan keberadaan komunitas secara permanen di lingkup batas geografis tertentu yang bersedia aktif dalam mengelola radio. 2) peluang partisipasi setiap individu di komunitas setara baik dalam pemilikan, produksi siaran maupun selalu pihak pendengar yang harus terlayani hak dan kepentingannya. Semakin kecil cakupan geografis radio banyak individu yang terlayani sebagai subyek siaran, *covering* isu-isu lokal merata. Radio yang luas cakupan siarannya cenderung elitis dan makin sulit dikontrol oleh tiap individu pendengar. (Masduki dalam Jurnal Komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005: 149).

Lima karakteristik radio komunitas dalam konteks sosial, yaitu:

- a. Ia berskala lokal, terbatas pada komunitas tertentu.
- b. Ia bersifat partisipasif atau memberi kesempatan setiap inisiatif anggota komunitas tumbuh dan terampil setara sejak perumusan acara, manajerial, hingga kepemilikan.
- c. Teknologi siaran sesuai dengan kemampuan ekonomi komunitas bukan bergantung pada bantuan alat pihak luar.
- d. Ia dimotivasi oleh cita-cita tentang kebaikan bersama dalam komunitas bukan mencapai tujuan komersial.
- e. Selain mempromosikan masalah-masalah krusial bersama, dalam proses mencari solusinya (Tabing dalam masduki dalam jurnal komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005: 150).

Secara umum, peran dan fungsi media komunitas merujuk pada tugas atau kewajiban yang harus dijalankan oleh lembaga media komunikasi dan informasi di tengah-tengah komunitasnya. Selain itu,

fungsi media komunitas juga merujuk pada manfaat yang dirasakan atau diperoleh semua pihak yang terlibat. Namun, manfaat yang sebesar-besarnya harus dirasakan warga komunitas setempat. Fungsi sosial radio digambarkan sebagai alat pendidik, alat penerangan, dan alat hiburan (Mufid, 2007: 39)

Pada umumnya tujuan media penyiaran menurut Peter Pringle (dalam Suprpto, 2011: 154) dapat dibagi dalam tiga hal yaitu, tujuan ekonomi, tujuan pelayanan dan tujuan personal. Tujuan ekonomi adalah menyangkut hal-hal yang tertuju pada target pendapatan, target keuntungan, target pengeluaran dan target rating yang ingin dicapai. Tujuan pelayanan adalah penentuan program yang dapat memenuhi minat dan kebutuhan informasi audien, sekaligus peran media di tengah masyarakat. Tujuan personal adalah tujuan individu yang bekerja pada media penyiaran bersangkutan.

Berdasarkan pengalaman di Negara berkembang, komunikasi pembangunan untuk menjangkau masyarakat lebih luas dengan menggunakan radio dan televisi. Radio merupakan media yang cukup strategis digunakan untuk motivasi, member informasi, pendidikan, dan mengubah perilaku, terutama di Negara yang penduduknya memiliki penghasilan kecil. Oleh karena itu, radio dianggap teknologi komunikasi yang murah dan sederhana sehingga bisa menjangkau penduduk di pedesaan.

Kegunaan dan fungsi media komunitas tidak sama dengan fungsi media konvensional yang selama ini di kenal, yaitu untuk informasi, edukasi, pengarah, kontrol sosial, dan hiburan. Media komunitas memiliki kegunaan yang khas sesuai dengan karakteristik yang dimilikinya. Selanjutnya dilihat dari sudut pandang kepentingan nasional, media komunitas tidak merugikan media swasta yang ada saat ini. Manfaat penyiaran komunitas bagi penyiaran nasional bersifat positif sesuai apa dengan pembahasan Ishadi (2004) yang menyebutkan bahwa kehadiran media komunitas secara fisik adalah: dapat mengisi *blank*

*spot*penyiaran, bisa menjadi pendukung dari penyiaran nasional, dapat menjadi sumber dari acara-acara yang diangkat pada tataran lokal maupun nasional.

Kekuatan dan kelebihan media komunitas untuk mempengaruhi pendengarnya itu disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Penyajian informasi lebih bersifat interaktif (radio) dengan keterlibatan khalayak sasaran dengan pengelola dalam aktivitas *on air* dan *off air* cukup tinggi.
- b. Adanya faktor kedekatan (*proximity*) baik secara fisik di manapun studio radio berada dalam lingkungan tempat tinggal mereka maupun secara psikis yang menyiarkan informasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.
- c. Memenuhi rasa keingintahuan anggota komunitas tentang peristiwa yang terjadi di dekatnya sehingga mereka tidak merasa ketinggalan informasi apabila berkomunikasi dengan anggota lainnya (Rachmiate, 2007: 55,57-58).

Pendengar radio pada umumnya adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan dan merupakan wujud persaingan media massa (Morissan, 2008:165). Tetapi dalam radio komunitas yang disebut audiens adalah komunitas itu sendiri karena radio komunitas adalah radio yang didirikan dari dan untuk komunitas. Komunitas dapat merupakan masyarakat yang ada di sekitar radio komunitas, seluruh orang yang mampu mendengarkan siaran dari radio komunitas.

Pendengar radio komunitas diartikan dengan lebih sederhana oleh Rachmiate (2008: 71) bahwa komunitas dapat diartikan khalayak yang terbentuk pada batasan geografis tertentu dan memiliki identitas yang sama atau minat/ kepentingan/ kepedulian terhadap hal yang sama. Pada radio komunitas yang daya pancarnya hanya 5 km, audien yang mendengarkan program radio ini hanyalah masyarakat yang ada di sekitar wilayah radio komunitas itu saja. Sehingga segmentasi dan

targeting audien menjadi lebih sempit dan lebih sederhana bahkan mungkin hampir tidak ada sama sekali, karena sebuah radio komunitas memang terbentuk dari sebuah komunitas atau khalayak dan untuk komunitas.

#### **b. Radio sebagai Media Hiburan**

Pada saat ini radio merupakan alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat modern. Sesuai dengan konteksnya radio merupakan alat komunikasi yang berbentuk pemancar gelombang elektromagnetik yang dapat didengar oleh masyarakat luas.

*“Dalam konteks ilmu komunikasi “Radio adalah merupakan sistem komunikasi yang menggunakan udara atau ruang antariksa sebagai bahan antara (medium) yang bentuk umum sistemnya adalah sebuah pemancar yang memancarkan dayanya melalui antenna ke arah tujuan dalam bentuk gelombang elektromagnetik.”Siaran radio dapat diterima oleh khalayak atau masyarakat secara luas dan bersamaan. Hal ini yang menyebabkan radio merupakan salah satu dari media massa yang ada.”  
(Riswandi, 2009:2-3)*

Menurut Riswandi dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Penyiaran (2009: 2-3), Sebagai media massa, radio mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1.) Publisitas, artinya disebarluaskan kepada publik, khalayak atau orang banyak. Siapa saja bisa mendengar radio, tidak ada batasan tentang siapa yang boleh dan tidak boleh mendengar radio.
- 2.) Universalitas, artinya pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa diberbagai tempat juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya adalah orang banyak.
- 3.) Periodisitas, artinya siaran radio bersifat tetap atau berkala, misal harian atau mingguan. Misalnya 19 jam per hari, mulai pukul 05.00 sampai 24.00.
- 4.) Kontinuitas, artinya siaran radio berkesinambungan atau terus-menerus sesuai periode mengudara atau jadwal mengudara.
- 5.) Aktualitas, artinya siaran radio berisi hal-hal yang terbaru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya.

Selain karakteristik di atas, Riswandi dalam bukunya Dasar-Dasar Penyiaran (2009: 3) juga menyebutkan masih ada karakteristik yang khas dari radio yaitu:

- 1) Imajinatif, karena hanya indera pendengaran yang digunakan publik dan pesannya pun selintas, maka pesan radio mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan kata lain, radio bersifat *theatre of mind*, artinya radio mampu menciptakan gambar (*makes picture*) dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan suara.
- 2) Auditori, sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Karena manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali (*rehearing*) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada penyiar untuk mengulang informasi yang hilang, kecuali ia merekamnya.
- 3) Akrab/Intim, pada umumnya radio didengarkan sambil melakukan aktivitas atau pekerjaan lain, bukan waktu khusus.
- 4) Identik dengan musik, Radio adalah sarana hiburan musik termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.
- 5) Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam/fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*).

Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengar sehingga isi siaran bersifat sepintas di dengar oleh audiens lalu dan tidak dapat diulang kembali. Radio identik dengan musik atau lagu.

*“Radio sebagai media hiburan artinya radio memberikan suatu program yang isi acaranya dapat menghibur pendengar ketika bosan saat melakukan aktivitas sehari-hari atau sedang dalam perjalanan. Pendengar tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan hiburan dari radio. Hiburan tersebut antara lain musik, info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, serta pengetahuan umum yang bisa didengar dari shubuh hingga tengah malam.” (Riswandi, 2009:2-3).*

Selain itu, radio dapat menghasilkan gambaran yang imajinatif dengan melalui kata dan suara dari penyiar radio. Pendengar hanya bisa membayangkan apa yang dikemukakan oleh

penyiar. Hal ini menjadikan radio disebut sebagai media hiburan oleh masyarakat.

Oleh karena itu, Wiyono dan musman (2011: 38-40) mengatajan terdapat beberapa pendekatan terhadap format siaran radio dari stasiun radio yang ada:

- 1) Pendekatan musik. Format musik merupakan pendekatan yang paling umum. Aplikasinya menetapkan jenis musik tertentu sebagai format media penyiaran. Misalnya, media penyiaran yang berformat musik pop, dangdut, rock, jazz hingga musik etnik, tradisional, dan lain sebagainya.
- 2) Pendekatan jurnalisme. Dikenal dengan format news atau informasi. Artinya media penyiaran lebih menguatamakan siaran informasi atau berita.
- 3) Pendekatan pola komunikasi. Pendekatan ini didirian pada acara dari model komunikasinya misalkan, radio dengan acara interaktif dengan pendekatan utama.
- 4) Pendekatan kultural. Dimana siarannya menggunakan aspek-aspek cultural atau etnisitas sebagai model formatnya, misal radio swasta Jogja menggunakan format etnis jawa.
- 5) Pendekatan Religiusitas. Menitikberatkan siaran religi sebagai landasan utama, misal Radio Petra di Yogyakarta.
- 6) Pendekatan gaya hidup/*lifestyle*. Menggunakan pendekatan gaya hidup target segmentasi tertentu sebagai meteri dasar dari acara siaran maupun strategi pendekatannya, misal Radio female (Rakosa FM).
- 7) Pendekatan Kelompok Usia. Menggunakan kelompok usia tertentu sebagai materi dasar dari acara siaran maupun strategi pendekatannya, misal radio anak Jogja (RAJ).
- 8) Pendekatan Lembaga, menggunakan pendekatan lembaga tertentu sebagai materi dasar dari acara siaran maupun strategi pendekatannya, misal radio-radio kampus yang ada.

### c. Musik Sebagai Salah Satu Program Dalam Radio

*“Program kerap disebut sebagai acara adalah barang yang dibutuhkan orang sehingga orang bersedia mendengarkannya. Program merupakan suatu rangkaian yang dikemas dalam suatu format. Setiap stasiun radio pada dasarnya harus mempunyai format stasiun yang jelas. Format setiap stasiun dapat menjadi ciri khas dari stasiun radio yang bersangkutan.”*  
(Masduki, 2004: 35)

Pada setiap acara yang akan disiarkan, umumnya harus mempunyai visi, misi, target pendengar, format, isi siaran, gaya siaran



, bahasa siaran, dan durasi siaran tersebut. Secara tidak langsung format radio akan menentukan audiensnya.

*“Format radiosendiri merupakan format yang mengemas program pagi, siang, sore, dan malam serta dini hari. Format tersebut dijabarkan dalam program-program selanjutnya tersebar ke siaran mingguan, bulanan, dan tahunan. Format sebuah program dalam stasiun radio sendiri biasanya terdiri dari program musik (music program), program obrolan (talk show), serta program berita (news program)”.* (Romli, 2007:102)

Untuk program musik pada salah satu stasiun radio sendiri, mampu mencerminkan segmentasi pendengar dari radio tersebut, maka tidak salah jika program musik menjadi primadona dari stasiun radio.

Menurut Hilliard yang dikutip oleh Masduki dalam buku ‘Menjadi Broadcaster Profesional’ (Masduki, 2004: 43) ada lima tujuan dasar menggunakan musik pada program.

*“Tujuan menggunakan musik pada program, pertama yaitu sebagai isi untuk program musik dan diputar secara utuh, kedua sebagai tema untuk banyak program dan diputar sebagai identitas suatu acara, ketiga untuk menjembatani perpindahan segmen dalam sebuah acara (deviasi) dan sebagai selingan, keempat sebagai efek suara, pemberi suguhan yang menggugah imajinasi terhadap suatu peristiwa atau lokasi tertentu, dan kelima sebagai latar belakang, pemanis pendengar saat penyiar atau reporter membacakan naskah.”* (Masduki, 2004: 43)

Request sendiri adalah program siaran berupa pemutaran lagu-lagu pilihan atau permintaan pendengar. Umumnya, format siarannya berupa pemutaran lagu, interaktif melalui telpon dari pendengar yang ingin *request* lagu sekaligus kirim-kirim salam, dan terkadang ada selingan info semisal berbagai tips kesehatan atau gaya hidup dengan pendengar.

“Menurut Romli dalam buku ‘Jadi penyiar itu asik loh’ di beberapa radio umumnya divariasikan menjadi acara pemutaran lagu-lagu pilihan pendengar (*request*), panduan lagu dan info ringan, tangga lagu, dan *live music*.” (Romli, 2007: 75)

Program *request* ini merupakan program yang paling favorit dikalangan penyiar maupun pendengar. Bagi penyiar, acara ini terbilang mudah membawakanya, karena penyiar sendiri hanya menerima telpon, membacakan SMS dan memutar lagu sesuai dengan permintaan pendengar. Selain itu, program *request* ini sendiri membuat si penyiar dapat melakukan obrolan-obrolan dengan pendengar yang melakukan interaktif melalui telpon. Bagi pendengar sendiri, disinilah mereka dapat meminta dan mendengarkan lagu favorit sesuai dengan permintaan pendengar.

Berbeda dengan program *request*, program non *request* tidak bisa meminta atau mendengarkan lagu sesuai dengan pilihan pendengar. Pada program non *request*, penyiar memutar lagu-lagu yang telah disiapkan oleh MD (*Music Director*). Aktifitas penyiar pun berbeda ketika dia membawakan program *request*, pada program non *request* sendiri penyiar hanya menyampaikan informasi tematis, misalnya renungan atau tips yang telah disiapkan oleh penulis naskah (*scriptwriter*) di sela-sela pemutaran lagu.

#### d. Program Musik

Umumnya program musik ini divariasikan menjadi acara pemutaran lagu-lagu pilihan pendengar (*request*), panduan lagu dan info ringan, tangga lagu dan *live music*. (Romli, 2009: 74). *Request* adalah program siaran berupa pemutaran lagu-lagu pilihan atau permintaan pendengar. Nama acaranya berbeda di masing-masing radio, seperti Gita Shinta (Pop Indonesia, Radio Shinta), Kawih Domestik (Pop, Radio Antasallam), dan sebagainya.

Umumnya, format siaran berupa pemutaran lagu, interaktif telepon pendengar yang meminta lagu sekaligus kirim-kirim salam, menerima/membacakan SMS pendengar, dan kadang-kadang ada selingan info ringan sebagai tips kesehatan atau gaya hidup.

Program *request* merupakan program yang paling favorit dikalangan penyiar maupun pendengar. Bagi penyiar, acara ini terbilang mudah membawakannya, “karya” meneriam telepon, membacakan SMS dan memutar lagu. Juga menyenangkan karena banyak ngobrol dengan pendengar. Bagi pendengar, disinilah mereka meminta dan mendengarkan lagu favorit, sekaligus kirim-kirim salam kepada banyak orang dan ngobrol dengan penyiar pujaan.

Dalam siaran program *request* penyiar hendaknya: menyiapkan daftar lagu-lagu lebih banyak dari daftar lagu (*playlist*) yang disiapkan untuk diputar. Putar satu sampai dua lagu hits diawal acara untuk menarik pendengar. Lagu baru diputar di pertengahan acara untuk mengenalkan kepada pendengar, melakukan antisipasi tidak ada atau sedikit pendengar yang masuk. Jika tidak banyak SMS atau telepon masuk, penyiar harus lebih banyak “bicara sendiri”. Agar pembicaraan berisi, sekaligus antisipasi, sedikit, bahkan tidak, penyiar memiliki informasi atau berita-berita tentang musik dan lagu serta penyanyinya yang akan diputar. Perusahaan-perusahaan rekaman biasanya mengirimkan rilis tentang informasi grup band atau penyanyi, mereka gunakan ini sebagai bahan refresensi.

Pada program musik *non-request*, penyiar memutar lagu-lagu yang sudah disiapkan MD dan tidak menerima telepon atau SMS permintaan lagu dari pendengar. Biasanya, penyiar menyampaikan informasi tematis, misalnya renungan atau tips yang disiapkan penulis naskah (*scriptwriter*) di sela-sela pemutaran lagu.

Pada program musik tangga lagu, siaran khusus seminggu sekali (*special program, weekly program*) berupa pemutaran 10

hingga 20 lagu yang paling banyak diminta atau disukai pendengar. Penyiar memutar lagu per lagu secara tidak utuh dengan gaya DJ (DJ's Style), memainkan fade out dan fade in di mixer, dengan selingan bicara ringkas dan agak cepat sebagai pengantar.

**e. Penyiaran dan Manajemen Penyiaran Radio**

Terdapat undang-undang tentang penyiaran yang menjelaskan apa itu penyiaran seperti di bawah ini:

*“Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 menyebutkan bahwa Penyiaran adalah kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kebel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.(Atie Rachmiate, 2007:6)”*

Penyiaran radio adalah media komunikasi dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Riswandi, 2009:1). Dengan demikian stasiun radio untuk melakukan penyelenggaraan siaran radio harus mempunyai dukungan teknis peralatan, dukungan strategi penyiaran yang baik seperti *Segmentation, Tergeting, Positioning* yang akan berpengaruh pada format program dan program yang diciptakan. Setiap stasiun radio harus mempunyai program acara yang diunggulkan untuk menarik perhatian pendengar.

Program-program radio disesuaikan dengan sasaran target setiap stasiun radio.

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata (Terry dan Leslie, 2003: 1).

Sedangkan Manajemen Penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti manajemen penyiaran sebagai motor penggerak organisasi dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran.

*“Pada dasarnya proses perencanaan, produksi dan siaran merupakan proses transformasi yang ada dalam manajemen yang memiliki tahapan-tahapan pelaksanaan. Tahapan manajemen inilah yang harus disinkronkan dengan tahapan proses penyiaran dan setiap langkah harus selalu berorientasi kepada tujuan yang hendak dicapai” (Wahyudi, 1994: 40).*

Dalam pengelolaan manajemen penyiaran, tiap tahapan kegiatan sudah ada ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan. Penyimpangan dari ketentuan yang ada berarti penanganan manajemen tidak profesional dan akibatnya akan mempengaruhi output. Bila terjadi, maka pihak khalayak yang tidak lain konsumen siaran yang dirugikan.

Berikut tahapan-tahapan manajemen penyiaran menurut Wahyudi dalam bukunya 'Dasar-dasar manajemen siaran' (Wahyudi, 1994: 40), adalah sebagai berikut:

1) Perencanaan penyiaran

*“Perencanaan merupakan unsur yang sangat penting karena siaran memiliki dampak yang sangat luas di masyarakat.” (Wahyudi, 1994: 70).*

Perencanaan menjadi pegangan setiap pimpinan dan pelaksanaan untuk dilaksanakan. Melalui perencanaan dapat dipersatukan kesamaan pandangan, sikap dan tindak dalam pelaksanaan di lapangan.

*“Perencanaan jangka pendek ini harus dirinci berdasarkan skala prioritas, mana yang harus dikerjakan terlebih dahulu dan secara bertahap serta terencana melaksanakan tahap-tahap berikutnya sampai tujuan jangka pendek itu dapat tercapai sepenuhnya, perlu diadakan evaluasi untuk menyempurnakan langkah selanjutnya.” (Wahyudi, 1994 : 71).*

Dapat pula dikatakan bahwa pimpinan harus mengetahui secara pasti tujuan jangka panjang, untuk kemudian rencana jangka panjang menengah dan di atas perencanaan jangka panjang menengah ini pula, ia harus menentukan perencanaan jangka pendek.

2) Pengorganisasian Penyiaran

*“Secara klasik, organisasi diartikan sebagai struktur yang menggambarkan hierarki. Secara modern organisasi diartikan sebagai hubungan kerja antar manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.” (Wahyudi, 1994: 77).*

Walaupun demikian, menurut GR Terry dalam Wahyudi (1994:77), organisasi dapat diartikan sebagai susunan dengan bagian-bagian terpadu, sehingga hubungan mereka dipengaruhi oleh hubungan secara keseluruhan. Dengan demikian, organisasi terdiri dari dua jenis yaitu bagian dan hubungan.

3) Pengarahan dari memberi pengaruh dalam penyiaran

*“Fungsi mengarahkan (directing) dan memberikan pengaruh atau mempengaruhi (influencing) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya (Morissan, 2008:154).”*

Motivasi pada dasarnya merupakan suatu keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan ini terkait dengan tingkatan kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka kemungkinan semakin besar karyawan memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan stasiun penyiaran bersangkutan.

4) Pengawasan dalam penyiaran

*“Pengawasan adalah langkah pengujian, apakah segala berlangsung sesuai rencana yang telah ditentukan, dengan intruksi yang telah diberikan, dan dengan prinsip-prinsip yang telah digariskan.” (Wahyudi, 1994:42)*

Dalam dunia penyiaran, akan lebih tepat bila sistem kontrol dilakukan secara pengendalian oleh semua pimpinan disetiap tingkatan. Hal ini mengingat *output* siaran memiliki dampak sangat luas di masyarakat. Dengan kata lain, pengawasan preventif jauh lebih tepat untuk diterapkan. Kesalahan dapat diketahui secara dini dan diperbaiki sebelum materi itu disiarkan, akan jauh lebih baik bila kesalahan itu diketahui saat materi itu sedang disiarkan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar pengawasan dapat berjalan secara efektif.

f. ***Segmentation, Targeting, Positioning (STP)***

Di dunia media penyiaran radio, segala aspek yang terkait dengan *positioning* juga merupakan hal penting. Di tengah situasi yang semakin kompetitif, usaha penyelenggaraan bisnis media radio diperlukan suatu strategi untuk menciptakan radio *positioning*. Hal tersebut dilakukan karena pendengar akan mengingat suatu stasiun radio.

*“Di dalam dunia pemasaran dikenal istilah STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Pada dunia penyiaran radio, faktor segmentasi adalah penting. Tanpa segmentasi yang jelas, program acara yang dirancang tidak memiliki tujuan yang jelas. Bagi radio siaran, segmentasi erat kaitannya dengan profil pendengar/khalayak yang ditujunya. Bagaimanakah kriteria tentang usianya, jenis kelaminnya, tingkat pendidikannya, status ekonomi sosialnya, domisilinya, gaya hidupnya, serta kesukaannya? Semua hal tersebut ditetapkan sebagai suatu segmentasi yang jelas, sehingga pendengar yang dituju menjadi homogen, memiliki karakteristik yang sama (Triartanto, 2010:57-58).*

Dalam menciptakan radio *positioning*, menurut Temmy Lesanpura yang dikutip oleh Triantoro dalam bukunya yang berjudul *Broadcasting Radio Teori dan Praktek* (Triartanto, 2010: 59-60), seorang yang menjadi konsultan radio diberbagai kota dan praktisi periklanan, menjelaskan langkah-langkahnya bagian stasiun radio:

- 1) Menjadi stasiun radio “yang pertama” dalam sebuah/ sesuatu hal.
- 2) Menampilkan station identity atau ciri khas.
- 3) Menetapkan target *audience*/segmentasi yang menerima posisi stasiun radio.
- 4) Nama dan slogan yang menarik dan tetap untuk menyatakan *positioning*.
- 5) Sajian format yang sesuai dan konsisten yang dikehendaki *audience*.
- 6) Musik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pendengarnya.
- 7) Menyajikan keunggulan pada acara tertentu yang sesuai dengan format siaran.
- 8) Bahasa siaran yang sesuai dan menunjukkan *positioning* stasiun radio.
- 9) Kegiatan *off air* yang sesuai dengan kebutuhan target audience.
- 10) *Air personality* (penyiar) yang dapat membawa acara sesuai dengan *positioning*.
- 11) Tidak meniru stasiun radio lain atau menjadi “*me too station*” (stasiun radio pengekor).
- 12) Ditampilkan dalam falsafah perusahaan, struktur organisasi dan segala sistemnya .

Di sini stasiun swasta bisa memilih salah satu atau beberapa segmen untuk dibidik dengan target-target program tertentu. Segmentasi pendengar ini akan sangat menentukan format program siaran dari radio swasta. Kendatipun demikian, sering radio siaran swasta yang telah mengambil segmen tertentu dari pendengarnya tidak konsekuen menyusun format program siarannya berdasarkan kegemaran, *life stlye* atau selera dari segmen pendengarnya.

*Segmen pendengar adalah jenis atau golongan pendengar tertentu dengan pengandaian memiliki selera, kegemaran, gaya hidup dan kebutuhan yang spesifik. Segmentasi pendengar meliputi berbagai macam kategori. Ada kategori kelompok umur, gender, lagu, kegemaran, bisnis, informasi dan lain sebagainya. (Wibowo, 2012: 11-120).*



Ketika segmen pendengar sudah terpetakan, maka target pendengar mana yang perlu disasar dengan format program dan program acara stasiun radio. Tentu saja sasaran atau target ini disasar sesuai dengan karakteristiknya, sesuai dengan *positioning* stasiun radio. Konsisten pada segmen yang dipilih akan menjadikan hasil yang optimal.

**g. Format Program dan Program Radio**

Format program adalah susunan pola acara atau pola program atau pola mata acara siaran, dari suatu stasiun radio siaran, dengan isi spesifik, berdasarkan orientasi atau suatu tujuan dan misi, yang kemudian menjadi dasar seluruh sajian program siaran. Visi dan misi merupakan implementasi dari landasan filosofi. Secara konkrit dinyatakan dalam maksud dan tujuan, yang kemudian menjadi pola pelaksanaan produksi program dan siaran (Wibowo,2012: 120).

Sedangkan format segmentasi adalah pola penyusunan dan penyajian program mata acara siaran sesuai dengan segmentasi pendengar atau materi siaran seperti jenis musik tertentu yang dipilih (Wibowo,2012: 121).

Apabila terjadi kesesuaian antara format program dan format segmentasi, maka akan didapatkan hasil yang optimal, yaitu program-program yang dikeluarkan radio tertentu akan diterima dengan baik oleh pendengarnya karena program sesuai dengan karakter pendengar.

Yang dimaksud dengan format siaran adalah citra radio secara keseluruhan, yang merupakan gabungan dari seluruh penataan elemen siaran, akibat standarisasi yang ditetapkan dalam hal musik, informasi, gaya komunikasi, bahasa siaran, kemasan program, korelasi program yang satu dengan yang lainnya, iklan, serta bunyi lain yang akhirnya menjadi ciri khas radio tersebut.

Hal ini yang harus dipertimbangkan dalam menentukan format dan bentuk siaran yang menjadi kesukaan target pendengar adalah: (Jonathans, 2008: 35).

- 1) Keseimbangan tujuan menghibur dan menginformasikan.
- 2) Keseimbangan antara musik dan siaran kita.
- 3) Keragaman model acara yang dimungkinkan, seperti program pemberitahuan, drama, *request*, *quiz* dan *game*, acara iklan dan sebagainya.
- 4) Keseimbangan kebutuhan khalayak mendengarkan radio sebagai refleksi peran radio terhadap kebutuhan pendengar.

Menurut Jonathans (2008:40), perumusan format siaran dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan:

1) Pendekatan Musik

Format musik merupakan pendekatan paling umum. Aplikasinya menetapkan jenis musik tertentu sebagai format radio maupun siaran.

2) Pendekatan Jurnalisme Radio

Pendekatan jurnalisme radio lebih dikenal dengan format *news* atau informasi. Artinya radio lebih mengutamakan siaran informasi dibandingkan elemen lainnya pada seluruh acaranya. Aplikasi dari siaran informasi sangat beragam, mulai dari spesifikasi informasi, kombinasi isu hingga keragaman bentuk-bentuk jurnalisme radio. Dalam format radio lebih dikenal sebagai "*talk radio*", karena meminimalkan elemen lainnya selain informasi.

3) Pendekatan Pilar Komunikasi

Format radio atau siaran dicirikan pada cara dan model komunikasinya. Misalkan radio yang menggunakan ciri komunikasi dua arah atau interaktif, sebagai pendekata utama. Dengan demikian di radio tidak menggunakan pola komunikasi yang searah dan menjadikan siaran interaktif sebagai ciri utama acara-acaranya.

4) Pendekatan Kultural

Radio dan siarannya menggunakan aspek-aspek kultural atau etnisitas sebagai model formatnya. Misalnya radio dengan format etnis jawa, bali, Minang, dan sebagainya. Pendekatan yang dipakai dapat berupa strategi komunikasi yang menggunakan bahasa daerah setempat, juga menempatkan musik dari etnik tersebut sebagai sajian utama, ditambah aspek kultural lainnya sebagai ciri siaran radio tersebut.

5) Pendekatan Religiusitas

Radio menjadikan sebuah religi atau lebih sekaligus utama menampilkan ciri radio maupun program siarannya. Sehingga seluruh aspek siaran mengacu pada karakter dan ciri-ciri religiusitas yang dipilih mulai dari siaran musik, siaran kata hingga iklan.

#### 6) Pendekatan Gaya Hidup

Radio merupakan pendekatan gaya hidup target segmentasi tertentu sebagai materi dasar dari acara siaran maupun strategi pendekatannya. Apa yang dibicarakan dan disiarkan di radio teridentifikasi merupakan isu-isu gaya hidup.

*“Program Radio adalah program untuk didengar, dirasakan dan dibayangkan. Ketiga unsur spesifik dari program radio ini menjadi pertimbangan ketika seorang pencipta program ingin membuat format program yang spesifik” (Wibowo, 2012: 125).*

Maka dalam produksinya, program radio memerlukan orang-orang khusus yang mempunyai keahlian dibidangnya. Untuk menciptakan atau membuat program radio diperlukan kerjasama yang harmonis antar bagian dalam struktur stasiun radio. Diantara bagian-bagian yang penting diantaranya adalah *General manager, Produser, Program Director, Music Director*, penyiar, bagian program dan bagian teknis (operator dan teknisi). Berikut ini adalah tugas dan peran *crew* radio:

1. Seorang General Manager adalah struktur organisasi mempunyai tanggung jawab menyusun rencana kerja stasiun penyiaran radio, baik jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.

*“Selain itu mengarahkan dan mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja sekaligus mengawasi, mengevaluasi kerja stasiun penyiaran radio secara menyeluruh untuk memenuhi pencapaian sasaran pendengar dan sasaran penjualan dengan memperhatikan efektivitas operasional stasiun penyiaran radio.” (Prayudha, 2004: 79).*

2. Produser adalah seorang yang memiliki sebuah produksi, dalam hal ini adalah produksi radio. Dalam makna professional produserlah yang membiayai atau menentukan pembiayaan, memimpin dan menggerakkan kegiatan produksi suatu program (Wibowo, 2012: 188). Peran ini sangat strategis terkait dengan pembiayaan produksi program dan keberlangsungan suatu stasiun radio swasta.
3. *Program director* atau pengarah program adalah seorang yang menjadi pengarah dari program atau mata acara dimana ia ditugaskan untuk itu, selama program tersebut berlangsung.

Tanggung jawabnya mirip sutradara dalam pertunjukan teater atau produksi film (Wibowo, 2012: 188). *Program Director* memiliki tanggung jawab untuk merumuskan dan menetapkan *programming* penyiar radio yang memenuhi bentuk format penyiaran radio yang telah ditetapkan oleh perusahaan termasuk aspek-aspek pendukung keberhasilan penyiaran radio, dengan memperhatikan kebutuhan pendengar sekaligus kebutuhan pengiklan (Prayudha, 2004: 79).

4. *Music Director* adalah seorang yang mempunyai tanggung jawab menjamin pemutaran lagu yang baik dari segi kuantitas maupun kualitas, sesuai dengan format radio yang telah ditetapkan. Melakukan analisa dan menyediakan informasi yang mutakhir mengenai perkembangan dunia musik, selera musik pendengar, dan media pesaing sehingga dapat menyediakan musik senantiasa sesuai kebutuhan pendengar. Bertindak sebagai konsultan dalam setiap aktivitas radio yang berhubungan dengan musik. Membantu mengupayakan peningkatan pengetahuan pemahaman tim *programming* radio terhadap format musik yang telah ditetapkan dan perkembangan pada umumnya (Prayudha & Rustam, 2013: 39).
5. Penyiar adalah seorang yang bertugas memandu jalannya acara program siaran radio. Penyiar berinteraksi dengan pendengar sambil menyiapkan segala sesuatu, misal lagu atau iklan yang saat ini semua sudah komputerisasi, sehingga tugas penyiar menjadi luas. Ditambah lagi pada saat interaktif telepon, email, sms, dan facebook atau twitter, mereka juga yang *menghandlenya*. Dalam hal informasi, penyiar juga membacakan informasi yang telah dihimpun untuk dibacakan kepada pendengar.
6. *Programmer* atau bagian program adalah seorang yang ahli dalam tugasnya menciptakan program atau menyusun program, sehingga stasiun radio siaran dimana ia bekerja sangat disukai, banyak pendengarnya, susunan program dan program-programnya menarik dan menyenangkan (Wibowo, 2012: 189).
7. Untuk bagian teknis, yang terdiri dari operator dan teknisi seringkali dirangkap oleh orang yang sama. Operator bertugas memutar lagu dan mengoperasikan peralatan yang ada, sedangkan teknisi bertugas untuk mengantisipasi dan memperbaiki kerusakan alat produksi. Operator saat ini lebih berfungsi sebagai penerima, penyeleksi dan menghubungkan *telephone*, karena untuk jaman komputer dan era digital saat ini, hampir semua kegiatan operator bisa dilakukan oleh presenter atau penyiar.

#### **h. Proses Produksi Program Acara Radio**

Stasiun radio yang ingin mempertahankan eksistensinya perlu memiliki tim kerja yang saling mendukung dan kompak untuk memproduksi dan menghasilkan materi siaran yang berkualitas diantaranya yang harus dipersiapkan adalah perencanaan dan penyusunan produksi siaran. Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Produksi juga berarti proses untuk menghasilkan atau penghasilan. Pada hakekatnya sebuah produksi merupakan penciptaan atau penambahan. Tiap-tiap stasiun radio mempunyai kebijakan untuk menentukan waktu penyajian program acara produksinya, karena produksi acara radio sifatnya tidak baku untuk semua stasiun radio. Sebuah konsep yang tidak bisa dilepaskan dari produksi program radio adalah kreativitas. Kreativitas ini meliputi unsur kebaruan, berbeda, namun original. Yang tidak kalah penting dalam produksi siaran radio adalah naskah/*script*.

Proses produksi siaran radio bukan hal yang mudah karena membutuhkan perencanaan yang matang agar tidak mengecewakan pendengar, berikut langkah-langkahnya:

##### **1) Pra Produksi**

Tahap ini merupakan tahap awal dalam proses produksi bagi seorang prosedur dan harus dilakukan secara rinci dan baik. Tahapan pertama yaitu produser harus menemukan ide atau gagasan, membuat riset, dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi sebuah riset. Kemudian prosedur menetapkan jangka waktu kerja penyempurnaan naskah, pemilihan narasumber dan *crew*. Estimasi dana, penyediaan biaya, dan rencana alokasi perlu direncanakan secara teliti dan hati-hati. Setelah naskah dan rencana anggaran selesai, perlu adanya pemberesan kontrak, perijinan dan surat menyurat, serta meneliti, dan melengkapi

peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.

Setelah semua persiapan selesai, perlu diadakan rapat sebelum acara produksi dilakukan dengan cara melakukan pandangan jauh/pengamatan atau observasi terhadap masa depan, dimana selalu berpegang pada idealism dan tren masa kini. Kemudian menentukan penanggung jawab dan penyiar. Seluruh perencanaan ini harus mengikuti standar operasional prosedur (SOP) produksi siaran yang harus dipatuhi oleh setiap *broadcaster*.

## 2) Produksi

Produksi adalah seluruh kegiatan siaran yang dapat dilakukan atau disiarkan secara langsung *on air* atau tidak langsung *off air*. Suatu produksi siaran radio adalah hasil kerja sama antara penyiar dan operator, dan kerja sama ini menentukan baik tidaknya suatu produksi siaran. Produksi siaran yang keluar dari mesin amplifier dapat didengar dengan keras oleh siapa saja diruangan dalam komplek studio. Pendengar di rumah dapat mendengar siaran radio jika siaran tersebut dipancarkan melalui pemancar *transmitter*. Dalam hal ini untuk menyajikan produksi program yang layak untuk disiarkan radio perlu memiliki format penyajian yang terbagi dalam penggolongan sebagai berikut :

- a. Siaran informasi, format ini dipakai oleh stasiun yang memahami informasi sebagai materi utama siarannya. Informasinya selalu diaktualisasikan, berdasarkan perkembangan peristiwa yang baru terjadi. Format siaran radio ini mengisi kebutuhan masyarakat akan hiburan lewat radio.

- b. Siaran informasi musik, format siaran ini memakai perbandingan 60-70% dan 30-40% musik. Siaran informasinya menyisipkan musik sebagai selingan namun dengan titik berat pada unsur informasi sebagai target siarannya.
- c. Siaran musik, format siaran radio ini mencirikan stasiun radio yang menekankan musik sebagai piranti utamanya.

### 3) Pasca Produksi

Dalam pasca produksi yang perlu dilakukan adalah evaluasi dari hasil produksi baik secara *on air* atau *off air*. Jika produksi siaran dilakukan secara *off air* maka dilakukan editing. Adanya evaluasi dilakukan untuk pembelajaran, sehingga pada waktu perencanaan produksi ulang diharapkan hasilnya lebih baik dari produksi sebelumnya.

#### i. Analisis SWOT Produksi dan Penyiaran Radio

SWOT adalah akronim atau singkatan untuk kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Menurut David (Fred R. David, 2006: 8), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT (Fred R. David, 2006: 47):

1) Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan- kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka/ panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.



## F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Artinya penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat. Metode penelitian deskripsi kualitatif digunakan karena perumusan informasi- informasi mengenai proses produksi dan penyiaran program acara siaran hiburan musik *all genre* di Radio Love Jogja FM dan Program acara siaran hiburan musik *all genre* di Radio Wijaya FM dilakukan melalui kajian atau telaah terhadap situasi dan kondisi serta gagasan para pelaku yang terlibat didalamnya dalam ruang lingkup objek penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena atau karakteristik individual situasi atau kelompok tertentu secara akurat (Danim,2002:41).

### 1. Sumber data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini antara lain sebagai berikut:

#### 1) Data primer

Yaitu data yang diperoleh dari narasumber melalui wawancara secara mendalam (*depth Interview*) dengan wawancara dan pertanyaan yang bersifat “*open ended*” karena peneliti bertanya secara langsung kepada narasumber. Adapun yang dijadikan narasumber dalam wawancara tersebut yaitu produser program acara, pihak manajemen dan bagian teknis produksi. Dan berbagai narasumber tersebut dapat membantu untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Narasumber dalam penelitian ini meliputi general manager, *Program director*, *Produser*, *Progammng* (Bagian Program), *Music director*, penyiar dan teknis.

#### 2) Data sekunder

Yaitu data yang digunakan peneliti untuk melengkapi atau mendukung data primer. Data sekunder

dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, situs internet skripsi, dan sumber data lain misalnya gambar, rekaman dan dokumen tertulis yang mendukung penelitian ini.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan metode sebagai berikut:

### **1) Wawancara**

Wawancara menurut Usman dan Akbar dalam bukunya yang berjudul Metodologi penelitian sosial (2003:52) adalah tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Tujuan utama wawancara adalah untuk menyakinkan kontruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas organisasi perasaan motivasi tanggapan atau persepsi, dan bentuk tindakan dan sebagainya. Wawancara dilakukan kepada pihak Radio Love Jogja FM dan Radio Wijaya FM.

### **2) Observasi**

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara peneliti melakukan pengamatan secara langsung. Bentuk observasi yang dilakukan adalah dengan cara observasi langsung yaitu pengamatan dilakukan secara langsung pada objek yang di observasi. Pengamatan yang dilakukan dengan dua cara yaitu berperan serta dan tidak berperan serta. Pengamatan dengan cara berperan serta peneliti berusaha sebagai pengamat sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamati. Sedangkan yang dimaksud dengan tidak berperan serta adalah peneliti hanya sebatas meninjau dan mengamati saja tanpa adanya keterlibatan langsung.

Diantara kedua klasifikasi tersebut peneliti cenderung melakukan pengamatan dengan cara berperan serta, karena dengan cara berperan serta peneliti dapat memperoleh data dari hasil pengamatan lebih dalam, karena dengan pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan yang langsung diperoleh dari data.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data untuk menelusuri data atau informasi yang disimpan atau didokumentasikan (narasumber). Dokumen bisa berupa tulisan tangan atau koleksi data atas data yang berhubungan dengan penelitian.

4) Waktu dan lokasi penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan oleh peneliti selama antara bulan Agustus 2016 sampai dengan bulan Oktober 2016, dalam kurun waktu tersebut, peneliti telah melakukan pembuatan proposal penelitian, mengumpulkan data, analisis data, mengolah data sampai membuat laporan sebagai hasil penelitian akhir. Adapun subjek lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Radio Love Jogja FM dan Radio Wijaya FM.

### 3. Analisis Data

Menurut Patton (1980: 268) analisis data adalah proses pengaturan urutan data mengorganisasikannya dalam suatu pola kategori dan satuan uraian data. Dari rumusan tersebut dapatlah kita menarik kesimpulan bahwa analisis data bermaksud pertama mengorganisasikan data, data yang terkumpul (foto, dokumentasi hasil observasi wawancara dan lain-lain) lalu di atur dengan cara mengurutkan mengelompokkan memberikan kode, dan mengkategorikan.

Pengorganisasian dan pengelolaan data tersebut bertujuan menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya menjadi substansif (Moleong, 2005: 103).

Dalam analisis data terdapat 4 alur kegiatan (Moleong, 2005: 103), yaitu:

- 1) Pengumpulan data  
Dalam hal ini peneliti memperoleh hasil wawancara, observasi maupun studi pustaka.
- 2) Reduksi data  
Reduksi merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. Proses ini bukan proses sekali jadi, namun akan terus berulang selama proses penelitian kualitatif berlangsung. Proses ini bermaksud menajamkan dan mengarahkan data sehingga memudahkan untuk dilakukan penarik kesimpulan.
- 3) Penyajian data  
Proses ini berupa penyajian data-data hasil penelitian yang telah melalui reduksi. Dengan mencermati penyajian data ini peneliti lebih mudah memahami apa saja yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya apakah peneliti meneruskan analisa untuk memperdalam penelitian tersebut.
- 4) Penarikan kesimpulan  
Menarik kesimpulan dari data-data yang telah dipaparkan. Peneliti akan menangani kesimpulan-kesimpulan tersebut dengan longgar, keterbukaan, dan skeptis, tetapi kesimpulan menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Karakteristik Radio Komunitas

.Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas, dan untuk melayani kepentingan komunitas (Rachmiatie, 2007: 78). Menurut Estrada (seperti yang dikutip Rachmiatie, 2007: 78) fokus yang khas dari radio komunitas adalah membuat audiens atau khalayaknya sebagai protagonist (pemeran utama), melalui keterlibatan mereka dalam seluruh aspek manajemen dan produksi programnya, serta menyajikan program yang membantu mereka dalam pembangunan dan kemajuan sosial di komunitas mereka.

Dengan mengutip Girard (dalam Mufid, 2007: 76) mendefinisikan radio komunitas sebagai:

“Sejenis radio yang didirikan untuk melayani masyarakat, yang mendorong ekspresi dan yang berisi kultur lokal. Tujuan radio komunitas adalah untuk memberi suara, mereka yang tak dapat bersuara, yaitu kelompok-kelompok yang termarginalisasi jauh dari pusat kota, yang populasinya terlalu kecil untuk menarik stasiun komersial besar.... Radio komunitas juga bertujuan untuk memungkinkan komunitas untuk berpartisipasi dalam kehidupan stasiun. Bentuk partisipasi tersebut bisa dalam level kepemilikan, program, manajemen, direksi dan pembiayaan.”

Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 2, Nomor 2, Desember 2005 yang berjudul Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia . “Komunitas” adalah pilihan dari sejumlah penyebutan lain untuk radio berbasis lokal dan non profit, diantaranya:

- a. Radio Alternatif, Alternatif dari dua model siaran yang hanya melayani propaganda Negara (state oriented) dan melayani kepentingan usaha (market oriented) melalui radio.
- b. Radio pendidikan, antithesis dari fungsi radio yang hanya mendiseminasikan informasi dan hiburan semata.
- c. Radio Swadaya, merujuk ciri khas radio yang mengandalkan sikap militansi, ketulusan dan independensi pengelolanya.
- d. Radio Komunitas, merujuk pada pemilikan dan wilayah orientasi yang melokal sebagai antithesis radio swasta yang meluas dan berjaringan.

Rumusan sejumlah lembaga seperti UNESCO dan jaringan radio komunitas Indonesia menyebut dua makna yang melekat pada radio komunitas, yaitu geografis dan partisipasi. Makna pertama diukur menurut radio frekuensi yang dibatasi minimal 100 watts. Makna kedua merujuk secara kuantitatif dan kualitatif berupa terlibatnya warga komunitas sejak pendirian hingga operasional siaran (Masduki dalam Jurnal Komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomer 2, Desember 2005: 148).

Dalam pendirian radio komunitas urgensinya harus mengacu pada dua aspek yaitu: 1) jaminan keberadaan komunitas secara permanen di lingkup batas geografis tertentu yang bersedia aktif dalam mengelola radio. 2) peluang partisipasi setiap individu di komunitas setara baik dalam pemilikan, produksi siaran maupun selalu pihak pendengar yang harus terlayani hak dan kepentingannya. Semakin kecil cakupan geografis radio banyak individu yang terlayani sebagai subyek siaran, covering isu-isu lokal merata. Radio yang luas cakupan siarannya cenderung elitis dan makin sulit dikontrol oleh tiap individu pendengar. (Masduki dalam Jurnal Komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005: 149).

Lima karakteristik radio komunitas dalam konteks sosial, yaitu:

- a. Ia berskala lokal, terbatas pada komunitas tertentu.

b. Ia bersifat partisipatif atau memberi kesempatan setiap inisiatif anggota komunitas tumbuh dan terampil setara sejak perumusan acara, manajerial, hingga kepemilikan.

c. Teknologi siaran sesuai dengan kemampuan ekonomi komunitas bukan bergantung pada bantuan alat pihak luar.

d. Ia dimotivasi oleh cita-cita tentang kebaikan bersama dalam komunitas bukan mencapai tujuan komersial.

e. Selain mempromosikan masalah-masalah krusial bersama, dalam proses mencari solusinya (Tabing dalam masduki dalam jurnal komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005: 150).

Secara umum, peran dan fungsi media komunitas merujuk pada tugas atau kewajiban yang harus dijalankan oleh lembaga media komunikasi dan informasi di tengah-tengah komunitasnya. Selain itu, fungsi media komunitas juga merujuk pada manfaat yang dirasakan atau diperoleh semua pihak yang terlibat. Namun, manfaat yang sebesar-besarnya harus dirasakan warga komunitas setempat. Fungsi sosial radio digambarkan sebagai alat pendidik, alat penerangan, dan alat hiburan (Mufid, 2007: 39)

Pada umumnya tujuan media penyiaran menurut Peter Pringle (dalam Suprpto, 2011: 154) dapat dibagi dalam tiga hal yaitu, tujuan ekonomi, tujuan pelayanan dan tujuan personal. Tujuan ekonomi adalah menyangkut hal-hal yang tertuju pada target pendapatan, target keuntungan, target pengeluaran dan target rating yang ingin dicapai. Tujuan pelayanan adalah penentuan program yang dapat memenuhi minat dan kebutuhan informasi audien, sekaligus peran media di tengah masyarakat. Tujuan personal adalah tujuan individu yang bekerja pada media penyiaran bersangkutan.

Berdasarkan pengalaman di Negara berkembang, komunikasi pembangunan untuk menjangkau masyarakat lebih luas dengan menggunakan radio dan televisi. Radio merupakan media yang cukup strategis digunakan untuk motivasi, member informasi, pendidikan, dan mengubah perilaku, terutama di Negara yang penduduknya memiliki penghasilan kecil. Oleh

karena itu, radio dianggap teknologi komunikasi yang murah dan sederhana sehingga bisa menjangkau penduduk di pedesaan.

Kegunaan dan fungsi media komunitas tidak sama dengan fungsi media konvensional yang selama ini di kenal, yaitu untuk informasi, edukasi, pengarah, kontrol sosial, dan hiburan. Media komunitas memiliki kegunaan yang khas sesuai dengan karakteristik yang dimilikinya. Selanjutnya dilihat dari sudut pandang kepentingan nasional, media komunitas tidak merugikan media swasta yang ada saat ini. Manfaat penyiaran komunitas bagi penyiaran nasional bersifat positif sesuai apa dengan pembahasan Ishadi (2004) yang menyebutkan bahwa kehadiran media komunitas secara fisik adalah: dapat mengisi blank spot penyiaran, bisa menjadi pendukung dari penyiaran nasional, dapat menjadi sumber dari acara-acara yang diangkat pada tataran lokal maupun nasional.

Kekuatan dan kelebihan media komunitas untuk mempengaruhi pendengarnya itu disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Penyajian informasi lebih bersifat interaktif (radio) dengan keterlibatan khalayak sasaran dengan pengelola dalam aktivitas on air dan off air cukup tinggi.

b. Adanya faktor kedekatan (*proximity*) baik secara fisik di manapun studio radio berada dalam lingkungan tempat tinggal mereka maupun secara psikis yang menyiarkan informasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

c. Memenuhi rasa keingintahuan anggota komunitas tentang peristiwa yang terjadi di dekatnya sehingga mereka tidak merasa ketinggalan informasi apabila berkomunikasi dengan anggota lainnya (Rachmattie, 2007: 55,57-58).

Pendengar radio pada umumnya adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan dan merupakan wujud persaingan media massa (Morissan, 2008:165). Tetapi dalam radio komunitas yang disebut audiens adalah komunitas itu sendiri karena radio komunitas adalah radio yang didirikan dari dan untuk komunitas. Komunitas dapat merupakan masyarakat yang ada di sekitar radio komunitas, seluruh orang yang mampu mendengarkan siaran dari radio komunitas.



Pendengar radio komunitas diartikan dengan lebih sederhana oleh Rachmiate (2008: 71) bahwa komunitas dapat diartikan khalayak yang terbentuk pada batasan geografis tertentu dan memiliki identitas yang sama atau minat/ kepentingan/ kepedulian terhadap hal yang sama. Pada radio komunitas yang daya pancarnya hanya 5 km, audien yang mendengarkan program radio ini hanyalah masyarakat yang ada di sekitar wilayah radio komunitas itu saja. Sehingga segmentasi dan targeting audien menjadi lebih sempit dan lebih sederhana bahkan mungkin hampir tidak ada sama sekali, karena sebuah radio komunitas memang terbentuk dari sebuah komunitas atau khalayak dan untuk komunitas.

## **1. Radio Love Jogja Fm**

### **a. Sejarah Radio Komunitas Love Jogja Fm**

Radio Love JogjaFm merupakan radio komunitas warga kristiani di Yogyakarta. Melihat populasi masyarakat kristiani cukup besar di Yogyakarta maka Samuel Rachmat Subekti tergerak untuk mendirikan sebuah radio komunitas Kristiani. Pendiri anini untuk menguatkan iman dan menjalin kebersamaan umat Kristiani di Yogyakarta. Radio Love Jogja FM berada pada Frekwensi / Kanal 107.9 Mhz. Jangkauan Siaran Radio Love Jogja FM hanya mencangkupi kawasan Mrican dan sekitarnya. Radio Love Jogja FM beralamat di Jl. Tunggorono 5 Mrican Demangan Yogyakarta

### **b. Visi Dan Misi Radio Love Jogja Fm**

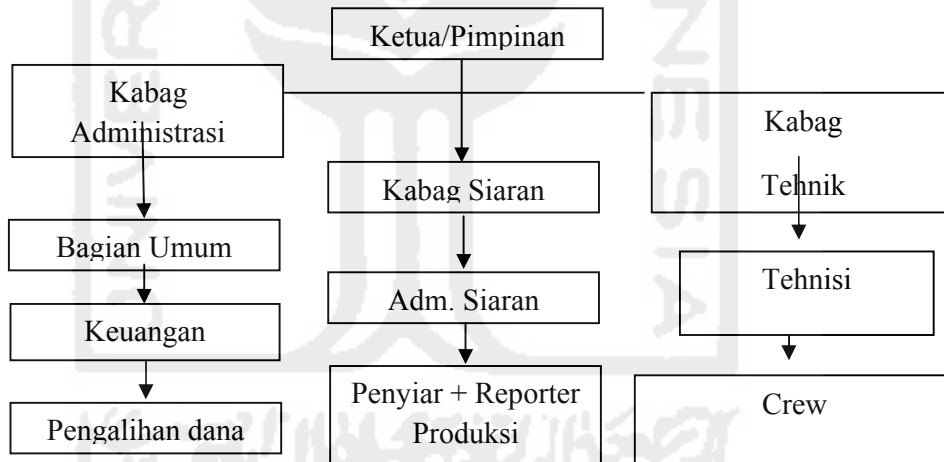
- 1) Visi : Memberikan informasi dan hiburan lewat bidang penyiaran khususnya bagi komunitas masyarakat Kristiani
- 2) Misi : Membawa pengaruh yang positif bagikomunitas Kristiani lewat informasi dibidang kerohanian, pendidikan dan kesehatan anak, kaum muda dan keluarga.

c. Logo Love JogjaFm



Gambar 2.1  
Logo Love JogjaFm

d. SusunankeorganisasianLove JogjaFm



**e. Kondisi Kantor Love JogjaFm**



**Gambar 2.2**  
**RuangSiaran Love JogjaFm**



**Gambar 2.3**  
**Kondisi saat siaran Love Jogja Fm**

## **2. WijayaFm**

### **a. Sejarah Radio Komunitas WijayaFm**

Radio komunitas widjaya Fm Terbentuk dari berkumpulnya pemuda dengan wadah Karang Taruna Desa, Sehingga Widjaya Fm awalnya adalah penyampai informasi kegiatan kepemudaan di lingkup masyarakat Wedomartani atau dalam jangkauan penyiarnya. Berdirinya karangtaruna Parikesit ini tidak lepas dari dukungan 50 karang taruna sub unit yang ada di wilayah desa Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta. Karena kepengurusannya dibentuk dari perwakilan pengurus Karang Taruna Sub Unit Desa Wedomartani.

Untuk menunjang program kegiatan karangtaruna Parikesit, pada saat ini sangat diperlukan sarana sebagai penyampai informasi yang mendidik, berikut informasi penting lainnya. Penyampaian informasi diharapkan bernuansakan hiburan, sehingga diharapkan masyarakat khususnya pemuda akan tertarik untuk menindaklanjuti informasi positif yang kita sampaikan. Dengan demikian mendirikan unit kegiatan dalam bentuk radio komunitas merupakan salah satu cara yang tepat untuk penyampaian informasi tersebut.

### **b. Visi Dan Misi Wijaya Fm**

#### **1) Visi :**

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dengan mengedepankan misi sosial serta potensi yang ada demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan penyiaran.

#### **2) Misi :**

- a) Penyampai informasi dan berita aktual untuk komunitasnya
- b) Menumbuhkan semangat untuk berkarya dalam masyarakat
- c) Meningkatkan pemberdayaan seluruh potensi yang ada yang mengarah pada percepatan perubahan kearah yang lebih maju
- d) Membantu masyarakat dalam penginformasian kegiatan sosial, ekonomi , budaya , pendidikan dan informasi lainnya

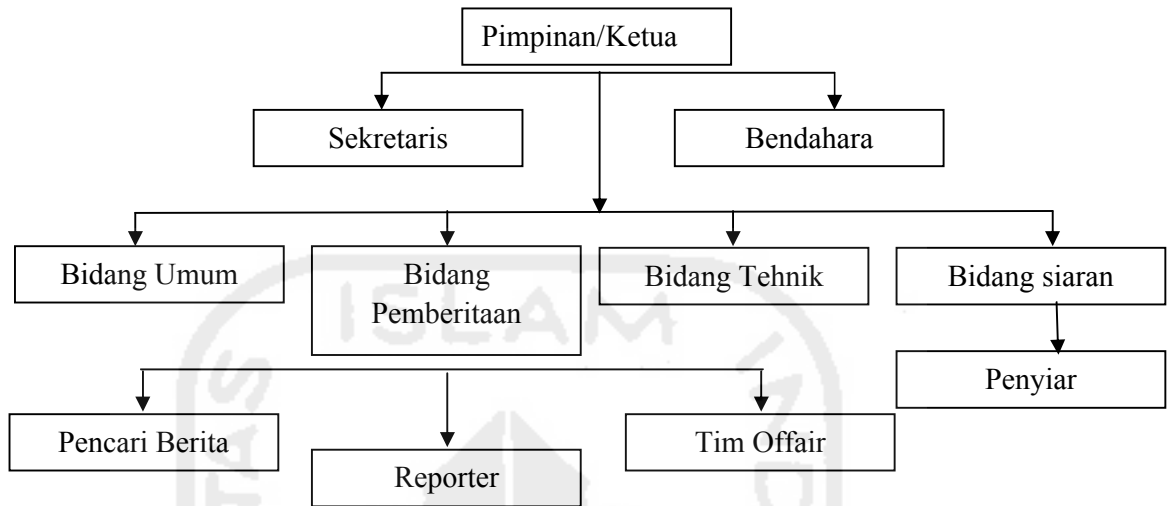
e) Sarana pembelajaran bagi masyarakat untuk berkreasi menghasilkan karya-karya besar

c. **Logo Love JogjaFm**



Gambar 2.4  
Logo WijayaFm

**d. SusunanKeorganisasianWijayaFm**



**Gambar 2.5 susunan organisasi Wijaya Fm**

**e. KegiatanWijayaFm**



**Gambar 2.6**

**RuangSiaranWijayaFm**



**Gambar 2.7**

**Bagian Depan Kantor Wijaya Fm**

## BAB III

### TEMUAN PENELITIAN

#### A. Diskripsi Program Acara Hiburan Musik

Pada dasarnya program acara musik adalah program yang digunakan untuk mempererat komunikasi antara radio dengan pendengarnya. Program musik merupakan program yang paling disukai dan paling dinanti dalam setiap segmen program acara dalam sebuah radio karena dapat memberikan hiburan bagi para pendengarnya. Hal ini terjadi karena didalamnya terjadi komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah adalah komunikasi yang terjalin antara pemberi informasi dengan penerima informasi yang dimana penerima informasi dapat memberikan *feedback* secara langsung ke pemberi informasi.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini penyusunan program dalam sebuah radio didasarkan pada misi dan visi radio tersebut seperti halnya dalam penelitian ini ada 2 radio komunitas yang akan dijadikan acuan dalam penelitian yaitu Wijaya Fm dan Jogja Love Fm.

##### 1. Karakteristik radio Wijaya Fm

Wijaya fm memiliki jadwal dalam hal penyiarannya. Mulai dari jam 6 pagi hingga jam 12 merupakan jam siarannya yang dimana hampir secara keseluruhan hanya menyiarkan tentang hiburan musik saja mulai dari pop, regae dangdut hingga campursari semuanya ada dalam program hiburan Wijaya Fm. Wijaya Fm lebih menegaskan bahwa radio komunitas tersebut mengangkat kultur budaya setempat yang dimana masih memutar lagu-lagu daerah (campursari dan langgam jawa).

Disamping itu dalam siarannya radio Wijaya Fm juga menyelipkan berita – berita terkini dan membahas dengan topik yang berbeda-beda. Mulai dari tips/cara-cara hingga sampai dengan fenomena yang baru naik

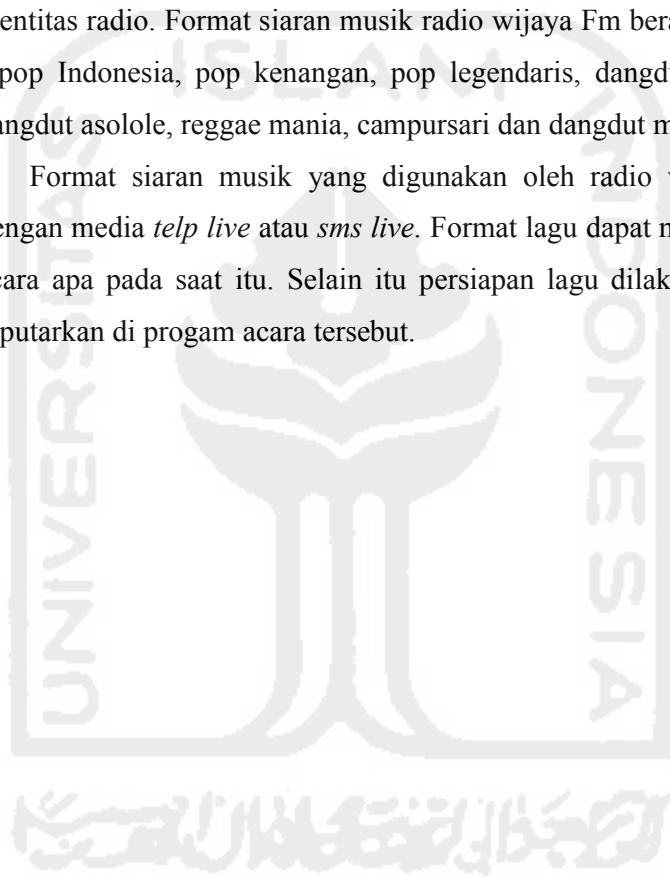


daun. Adapula mengenai budaya yaitu program acara Nguri budoyo yaitu acara siaran yang materinya berupa wayang/dagelan dan sandiwara jawa.

a. Format siaran radio Wijaya Fm

Format radio berfungsi untuk mengetahui kepada segmen khalayak pendengar mana stasiun radio diarahkan. Serta untuk mempertegas identitas radio. Format siaran musik radio wijaya Fm beragam diantaranya : pop Indonesia, pop kenangan, pop legendaris, dangdut lam/asli/disko, dangdut asolole, reggae mania, campursari dan dangdut malam.

Format siaran musik yang digunakan oleh radio wijaya dilakukan dengan media *telp live* atau *sms live*. Format lagu dapat mengikuti program acara apa pada saat itu. Selain itu persiapan lagu dilakukan guna untuk diputarkan di program acara tersebut.



**Tabel 3.1**  
**Program Acara Wijaya Fm**

<b>Hari /waktu</b>	<b>Senin</b>	<b>Selasa</b>	<b>Rabu</b>	<b>Kamis</b>	<b>Jumat</b>	<b>Sabtu</b>
<b>06.00 - 08.00</b>	Pop indonesia					
<b>08.00 - 09.00</b>	Pop kenangan					
<b>09.00 - 10.00</b>	Pop legendaris					
<b>10.00 - 12.00</b>	Dangdut lama/asli/disko					
<b>12.00 - 14.00</b>	Nglaras enjang					
<b>14.00 - 16.00</b>	Dangdut asolole					
<b>16.00 - 18.00</b>	Lapindo		Lingkita	Lapindo		
<b>18.00 - 20.00</b>	Toples	Jagongan koplo	Lapindo	Telas	Curcol	Telas
<b>20.00 - 22.00</b>	Nostama	Regae mania	Goyang salsa		Campursari	Band favorit
<b>22.00 - 24.00</b>	Dangdut malam	Telas		Plus malam	Nguri budoyo	Dangdut malam

## 2. Karakteristik radio Love Jogja Fm

Love jogja Fm memiliki panduan program siaran setiap harinya untuk panduan para pendengar yang menjadi satu didalam komunitas. Acara dimulai pukul 06.00 WIB yaitu acara worship pagi dan diakhiri pada pukul 00.00 WIB yaitu pada acara worship malam. Program siaran tersebut berjalan setiap harinya dengan tujuan mempererat tali persaudaraan dalam komunitasnya. Acara live streaming hanya ada pada hari minggu. Yang menjadi andalan dalam siaran ini adalah program acara hiburan musik "Praise Song". Praise Song merupakan program hiburan musik yang memutarakan lagu-lagu rohani kristiani. Sedangkan untuk program hiburan hiburan *all genre* hanya sebagian dibawakan dalam programnya.

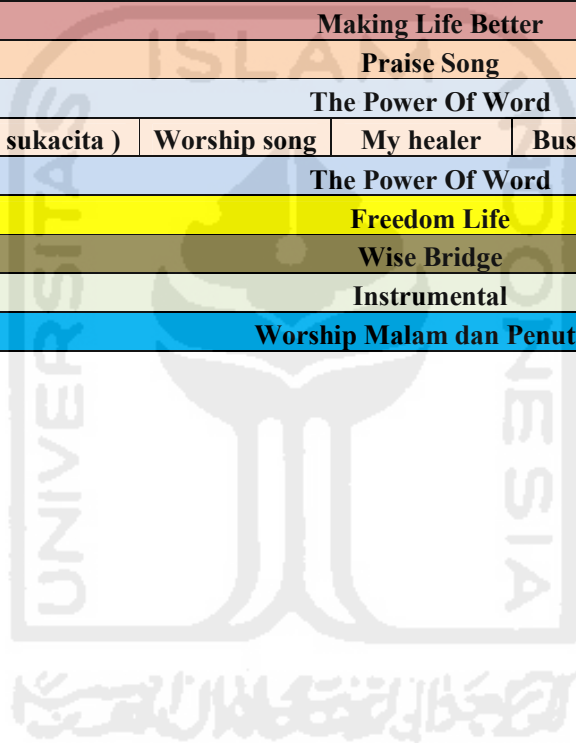
### a. Format siaran radio Love Jogja Fm

Format radio berfungsi untuk mengetahui kepada segmen khalayak pendengar mana stasiun radio diarahkan. Serta untuk mempertegas identitas radio. Format siaran musik radio Love Jogja Fm yaitu *Praise song*, dimana dalam acara tersebut menyajikan beberapa musik yang beragam. Format *Praise song* dijabarkan dalam *playlist* dengan pemilihan musik lagu hits atau lagu yang sedang menanjak dan lagu lagu umat kristen. Format program musik radio Love Jogja Fm yaitu mengajak interaksi dengan pendengar, hal ini dilakukan dimana penyiar harus dapat memposisikan sedekat mungkin kepada pendengar.

**Tabel 3.2**  
**Program Acara Love Jogja Fm**

Hari /waktu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	minggu
05.00 -06.00	Worship Pagi						
06.00 - 06.30	Pujian Pagi						
06.30 - 07.00	Freedom Life						
07.00 - 08.00	Sentuhan Hati						Streaming live
08.00 - 08.05	Wise BRidge						
08.05 - 10.00	Shout Of Joy					Ceria di akhir pekan	
10.00 - 10.15	Making Life Better						
10.15. -11.00	Praise song	Succes before 20	Praise song	True worshipper	Praise song	Hope ministry	Praise song
11.00 - 11.30	Santapan Harian						
11.30 - 11.45	Praise Song						
11.45 - 11.50	Bermimpi Satu Menit						
11.50 - 12.00	Praise Song						
12.00 -12.30	Freedom Life						
12.30 - 14.00	Praise Song						
14.00 - 14.05	Wise BRidge						
14.05 -15.00	Sejuk						
15.00 - 16.00	Banana			precious kids	banana	Weekend Story	
16.00 - 17.00	Talkshow victory +	Talkshow labc	Outrech society	senyum sore	Pujian Sore		

<b>17.00 - 18.00</b>	<b>Ayem tentrem</b>	<b>Rencong</b>	<b>pujian sore</b>	<b>Ayem tentrem</b>	<b>Rencong</b>	<b>Praise song</b>	<b>Streaming live</b>
<b>18.00 - 18.05</b>	<b>Wise Bridge</b>						
<b>18.05 - 18.15</b>	<b>Praise Song</b>						
<b>18.15 - 18.30</b>	<b>Making Life Better</b>						
<b>18.30 - 19.00</b>	<b>Praise Song</b>						
<b>19.00 - 20.00</b>	<b>The Power Of Word</b>						
<b>20.00 - 21.30</b>	<b>Mms ( malam - malam sukacita )</b>	<b>Worship song</b>	<b>My healer</b>	<b>Business corner</b>	<b>Praise Song</b>		
<b>21.30 - 22.30</b>	<b>The Power Of Word</b>						
<b>22.30 - 23.00</b>	<b>Freedom Life</b>						
<b>23.00 - 23.05</b>	<b>Wise Bridge</b>						
<b>23.05 - 23.30</b>	<b>Instrumental</b>						
<b>23.30 - 00.00</b>	<b>Worship Malam dan Penutup</b>						



## **B. Tahapan Produksi Siaran Radio Wijaya Fm dan Love Jogja Fm**

### **1. Tahapan Produksi siaran di radio Wijaya Fm**

#### **a. Pra produksi**

Dalam pra produksi didapati bahwa dalam program hiburan musik Wijaya FM mengedepankan hiburan musik seperti yang dikemukakan oleh pihak Wijaya FM yang mengatakan “Untuk program hiburan musik itu sudah mengalir, radio tidak mungkin hanya menyajikan berita saja, sudah pada umumnya radio harus menghadirkan musik” (Hasil wawancara dengan hal ini dikarenakan pihak Wijaya Fm mengetahui bahwa musik sebagai bahasa universal bagi setiap pendengarnya. Dari yang muda hingga yang tua menyukai musik karena musik bisa sebagai media pelepas suntuk dan stress bagi sebagian pendengarnya.

Segmentasi pendengar Wijaya Fm mendidik semua kalangan karena komunitas yang di usung radio ini dari berbagai usia. Untuk target audience program hiburan musik pihak wijaya Fm menyatakan bahwa

*“Audience musik sih semua dari kalangan berbagai usia, kalau radio itu tetap apapun programnya harus bisa menjangkau dari anak-anak sampai orangtua. Karena kita tidak tau yang mendengarkan. Segmennya kita bagi sendiri sendiri. Misalkan;minggu pagi itu untuk anak-anak. Tetapi pada dasarnya semua yang kami siarkan bisa dikonsumsi mulai dari anak-anak hingga dewasa dan orangtua”* (Jumadi, Wawancara, 25 Agustus 2016). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Radio Wijaya Fm mempunyai target pendengar dari berbagai kalangan. Dengan diketahuinya target audience maka langkah selanjutnya adalah menyusun materi yang akan dibawakan. Seperti halnya kerangka ataupun proses sebelum melakukan produksi seperti yang disampaikan oleh pihak Radio Wijaya Fm yang menyatakan *“Yang disiapkan dalam persiapan pra produksi diantaranya yaitu menggali apa yang disukai oleh pendengar dan itu sudah menjadi program radio yang selanjutnya pengumpulan materi dan peralatan. Peralatan diantaranya yaitu recorder, terus editor, dan*

*siapa yang membawakan atau penyiar.* (Jumadi,Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016).

Jadwal dari penyiaran harus sesuai dengan topik yang akan di bawakan oleh pihak penyiar oleh karena itu apa yang dinamakan informasi (berita) harus sesuai dengan topik apalagi didalam membawakan harus berupa yang berita yang akurat dan bermanfaat bagi pendengarnya. Seperti yang dinyatakan oleh pihak Radio Wijaya Fm.

*“Mulai dari penggalan data, atau penggalan informasi sehingga bisa langsung kita kemas menjadi sebuah berita, kita kemas dari pengalihan data, kita datang kelokasi kalau perlu terus kita jadikan sebuah berita untuk kita bacakan”* (Jumadi,Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Pemilihan musik yang tepat dapat meningkatkan pendengarnya karena pendengar tidak merasakan jenuh oleh karena itu musik diselipkan dalam setiap program. Dengan membawakan musik dalam setiap program diharapkan agar pendengar tidak jenuh dengan siaran setiap radio, hal senada juga di ucapkan oleh pihak Radio Wijaya Fm. *“Hiburan musik harus mendominasi biar orang gak jenuh dengan informasi. Sekarang kemampuan otak manusia untuk mencerna informasi secara padat itu kan dari analisa temen-temen radio itu setidaknya tidak lebih dari 3 menit. Kalau dalam 3 menit kita tidak di refresh dengan apapun apakah itu dengan candaan ataupun dengan musik jelas tidak mungkin orang mau, nanti tidak tersampaikan informasi itu/boring”* (Jumadi, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016).

Pemilihan penyiar dalam hal ini adalah proses pemilihan/seleksi dan pelatihan diharapkan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan radio komunitas tersebut. Penyiar yang ditunggu oleh para pendengar biasanya penyiar yang aktif dan komunikatif. Seperti yang disampaikan oleh pihak radio Wijaya Fm yang menyatakan bahwa *“, kalau kita dampak positif ke radio itu kalau misal banyak orang mau bersiaran otomatis penyiar itu punya materi sendiri sendiri”* (Jumadi, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dalam proses pra produksi ini mulai dari pemilihan topic, berita, musik(lagu) sampai dengan menyiapkan penyiar yang akan membawakan program tersebut juga ada kendala lain disamping apa yang telah disebutkan tadi. Seperti halnya apa yang disampaikan pihak wijaya Fm yang menyatakan bahwa

*“Jadi kendalanya terkait dengan peralatan, terkait dengan SDMnya yang kadang kala juga misalnya, anak-anak sedang ujian jadi ijin siaran sehingga informasi tidak tersampaikan”* (Jumadi, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016). Dari kesimpulan diatas yang menjadi kendala dalam radio komunitas adalah kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada. Karena kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) maka bisa dipastikan kegiatan operasional menjadi terganggu. Oleh karena itu radio komunitas juga harus mempunyai cara dalam mengatasi kendala tersebut seperti yang diungkapkan oleh pihak Radio Wijaya Fm.

Dari uraian diatas, tahapan-tahapan pra produksi dalam perencanaan produksi di radio Wijaya FM dan radio Love Jogja FM meliputi :

Tahapan awal untuk memproduksi sebuah progam disebut pra produksi. Tahap praproduksi atau perencanaan adalah semua kegiatan mulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan. Hal yang termasuk dalam kegiatan pra produksi antara lain target pendengar, penguasaan ide, menyiapkan materi dan *rundown*. Dari uraian diatas, tahapan-tahapan pra produksi dalam perencanaan produksi di radio Wijaya FM dan radio Love Jogja FM meliputi :

### **1. Target pendengar**

Radio perlu menentukan segmentasi dalam positioning stasiun radionya, karena sebuah stasiun radio perlu menentukan target audience yang nantinya akan menjadi fokus perhatian marketing radio. Target ini perlu diseleksi dari pendengar atau kelompok demografi teridentifikasi yang menunjukkan adanya sejumlah pendengar. Karena Pendengar berubah seiring berjalannya waktu, target pendengar juga bisa berubah. Menentukan target pendengar mencakup



kelompok pendengar yang paling diminati oleh pengiklan. Dari segi usia yang menjadi sasaran program ini adalah dari anak-anak sampai orang tua.

## **2. Ide**

Dalam membuat sebuah program dibutuhkan ide atau gagasan yang bisa datang dari siapa saja. Penentuan gagasan disini bertujuan untuk menggali apa yang disukai oleh pendengar untuk kemudian dilakukan pengumpulan materi.

## **3. Rundown**

Rundown sangat penting dalam sebuah program, dalam produksi sebuah program musik, *rundown* dibuat pada saat konsep dibuat dan disepakati, *rundown* acara berjalan sesuai dengan jadwal program Wijaya Fm yang telah disepakati.

## **4. Host / Penyiar**

Berbeda stasiun radio tertentu memiliki standar kualitas yang berbeda pula soal penyiar. Selain lancar dalam berbicara, seorang penyiar radio yang baik adalah penyiar yang mampu menimbulkan kesan audiencenya. Seorang penyiar radio yang baik diharapkan tidak hanya mampu menyampaikan informasi dengan baik kepada audience, tapi juga menimbulkan kesan.

## **b. Produksi**

Tahapan produksi merupakan implementasi dari hasil pra produksi sebelumnya. Dalam proses produksi ini dapat dilihat bahwa pra produksi memang benar benar dijalankan sesuai rencana atau tidak. Seperti halnya pihak radio Wijaya Fm yang menyatakan bahwa "*Proses produksi yang dilakukan ya setelah ada informasi yang kita kumpulkan kita edit buat menjadi sebuah berita, kalau itu sifatnya informasi yang sifatnya berulang biasanya kita rekam, tetapi kalau informasi itu hanya untuk sekali siar hanya kita tulis saja dalam skrip berita...*" (Jumadi, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016) pernyataan diatas maka dapat disimpulkan kegiatan yang

dilakukan adalah mengedit informasi dan mendatangkan informan (tamu) sebagai narasumber untuk dilakukan wawancara. Setelah adanya skrip berita dan adanya narasumber maka selanjutnya adalah masalah mengenai program penyiarnya, pihak Radio Wijaya Fm menyatakan “

*“Kita bisa dengan telp live atau sms live kalau memang acara pop ya kita menuruti pendengar. Tapi, setidaknya kita menyiapkan beberapa lagu untuk kita putarkan disitu”* (Jumadi, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016) Format penyiaran program hiburan musik bisa berupa mengadakan komunikasi dua arah yang dimana bisa berupa kirim-kirim pesan maupun telepon kepada penyiarnya. Proses produksi tersebut juga sering mengalami kendala. Seperti pihak Wijaya Fm yang mengatakan bahwa *“Kendala sama seperti tadi, kalau dalam produksi hanya terkait dengan peralatan yang masih minimalis itu saja, karena penyiar juga produksi...”*(Jumadi, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016). Dapat dikatakan bahwa kedua radio tersebut memiliki kendala akan peralatan produksi dan narasumber yang terkadang sering tidak dapat datang. Pada bagian proses produksi ini maka kendala seperti halnya narasumber dan peralatan misalnya seperti mati listrik menjadi kendala utama radio komunitas dalam tahapan produksi. Karena terkendala oleh biaya. Karena modal radio komunitas sangatlah minim. Dengan minimnya biaya yang dikeluarkan bukan berarti produktifitas juga minim ataupun rendah. Oleh karena itu untuk meningkatkan produktifitas dengan biaya yang rendah dapat dilakukan seperti halnya apa yang dikatakan oleh pihak Wijaya Fm. Berdasarkan hasil yang di temukan maka dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan program maka yang perlu dilakukan adalah dengan membuat sebuah promosi yaitu melalui kuis dan terus melakukan pembaharuan musik yang bertujuan untuk meningkatkan pendengar atau menambah komunitas.

Dari uraian diatas, tahapan produksi di radio Wijaya Fm dan radio Love Jogja FM. Tahap ini adalah tahap pelaksanaan program siaran. Produksi dilakukan oleh seorang penyiar atau tamu penyiar. Dalam proses

produksi dilakukan langkah editing untuk menjadi sebuah berita. Selain itu pada produksi program acara yang dilakukan secara live, penyiar akan melakukan interaksi dengan menanggapi dari permintaan audience, biasanya audience memiliki permintaan sebuah lagu disitu penyiar harus dapat meresponya untuk memutarakan.

### **c. Pasca Produksi**

Setelah melalui tahap produksi maka selanjutnya adalah tahap pasca produksi. Hal ini berguna untuk mengevaluasi apa yang telah dijalankan dan membenahi apa yang masih kurang dalam produksi siaran program siaran musik. Kondisi pasca produksi yang akan membenahi kondisi yang kurang di radio ataupun program radio tersebut.

Seperti pernyataan yang diberikan oleh pihak Wijaya Fm yang menyatakan bahwa *“Jadi kalau hiburan musik itu kan tidak produksi kan mbak, karena itu live semua. Jadi kalau produksi itu biasanya YLM itu produksi, berita itu produksi tetapi kalau hiburan musik kan kita tinggal memutar tidak produksi”* Dari uraian diatas, tahapan pasca produksi di radio Wijaya Fm adalah evaluasi. Evaluasi yang dilakukan di wijaya FM tidak memiliki jadwal khusus dan tetap, namun setiap tahunnya mengadakan evaluasi yang melibatkan pendengar atau melibatkan komunitas. Evaluasi yang paling utama yaitu evaluasi ditingkat pendengar, bertujuan untuk mengetahui keluhan dari pendengar.

## **2. Tahapan Produksi siaran di radio Love Jogja Fm**

### **a. Pra produksi**

Tercetusnya program musik hanya berdasarkan kebiasaan anak muda yang suka mendengarkan radio dan terus update akan musik *“Tercetus itu karena jiwa muda tidak bisa hanya diajak dengerin radio tanpa musik dan musik pun genrenya pun paling tidak harus update lagu-lagu yang lagi top atau lagi nge hits”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016).

Sama halnya dengan pernyataan yang diungkapkan oleh pihak Love Jogja Fm yang menyatakan *“Punya segmen beberapa macam. Ada segmen khusus kita keluarga sendiri, terus anak-anak sendiri, remaja itu kita batasi dari smp kelas 1 sampai sma. Untuk kalangan anak muda untuk kuliah ke atas kita juga punya. Jadi kita bagi beberapa segmen”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Radio Love Jogja Fm mempunyai target pendengar dari berbagai kalangan. Dengan diketahuinya target audience maka langkah selanjutnya adalah menyusun materi yang akan dibawakan. Seperti halnya kerangka ataupun proses sebelum melakukan produksi

Dalam tahap pra produksi Love Jogja Fm juga mengemukakan bahwa *“Dalam tahapan produksi kita bikin jingle terus kita bikin spot untuk iklan acaranya terus seringkali kita juga edit beberapa lagu. Karena lagunya kita pilihin. Lagu yang sekiranya kayak mengajak putus dengan pacarnya kita gak pakai. Kita sesuaikan dengan slogan radio kita, making life better, bikin hidup lebih baik. Jadi tidak mungkin kita mengajak, kamu punya pacar dua yang satunya cenderung ke aku yang satunya saja. Nah itu kita skip disitu. Jadi kita pilihin lagu. Begitu kita bikin program pasti pertama kali kita lakukan pasti ndengerin lagu. Oh ini lagu yang kira-kira pas masuk, enggak buang gitu”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016).

Dari tanggapan mengenai proses tahapan pra produksi kedua radio menyatakan bahwa mengumpulkan materi merupakan proses dalam tahapan pra produksi kedua radio tersebut. Pengumpulan materi harus sesuai dengan target pendengar dan topik yang akan diusung serta program yang akan dibawakan. Dengan target tersebut maka topiknya pun harus sesuai dengan umur oleh karena itu pembawa acara harus mencari informasi dari berbagai media dan harus disesuaikan dengan pendengar

Radio Love Jogja Fm yang lebih mengangkat fenomena yang terjadi sebagai topik berita yang akan dibawakan *“Topik-topik yang diangkat paling seputar masalah remaja yang top. Misalnya kayak yang lagi booming masalah kemarin kayak rokok ya kita bahas rokok. Kenapa sih*

*rokok menurut pendapatmu dinaikkan sama pemerintah harganya Rp.50rb. Nah, kita lihat dari data kemarin aku dapat bahwa di Australia itu ternyata itu harga rokoknya 500rb. Kenapa ditekan? Jadi kita angkat topik-topik yang terbaru, tapi yang ditekan itu kayak jangan sentuh narkoba, jangan sentuh seks bebas. Itu yang kita tema-temakan disitu. Jadi kita mengajak mereka untuk memiliki pola atau gaya hidup sehat.” (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016).*

Kedua radio sama dalam cara mengumpulkan informasi yang akan di sampaikan. Dengan pembacaan Berita dalam sela-sela program hiburan musik diharapkan oleh penyiar agar pendengar tidak hanya mendengarkan akan tetapi juga menerima informasi mengenai sebuah berita terkini. Pencarian musikpun hamper sama dengan pemilihan akan musik yang akan di putar oleh penyiar. Pemilihan musik harus sesuai dengan jadwal acara yang akan dibawakan dalam setiap programnya.

*“Kalau musik kita mengalir, misalkan program itu, misal jam malam jadwal kita acaranya campursari ya kita hadirkan lagu lagu campursari, informasinya dari berita yang sudah kita gali” (Jumadi, Pimpinan penyelenggara penyiaran Radio Wijaya Fm) Beda dengan wijaya Fm, radio love jogja Fm lebih terupdate daripada wijaya Fm. Hal ini sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh pihak Love Jogja Fm*

*“Ya itu tadi, kita saring satu-satu kita dengerin. Se ngetop topnya lagu, mungkin diradio lain menjadi rating belum tentu disini jadi rating. Karena kita melihat isinya dulu. Kalau isinya percintaan tapi percintaannya bagus itu oke tapi kalau misalnya naksir tapi orangnya uda punya pacar dan suruh mutusin pacarnya kita tidak mau, itu tidak mendidik.” (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016).*

Pemilihan musik yang tepat dapat meningkatkan pendengarnya karena pendengar tidak merasakan jenuh oleh karena itu musik diselipkan dalam setiap program. Dengan membawakan musik dalam setiap program diharapkan agar pendengar tidak jenuh dengan siaran setiap radio, hal senada juga di ucapkan oleh pihak Radio Wijaya Fm.

Dalam proses pra produksi ini mulai dari pemilihan topik, berita, music(lagu) sampai dengan menyiapkan penyiar yang akan membawakan program tersebut juga ada kendala lain disamping apa yang telah disebutkan sebelumnya. *“Kalau kendalanya ya paling kurang sdm, karena biasanya ada yang mampu siaran tetapi tidak mampu untuk memproduksi, untuk sebelum siaran. Jadi kebanyakan selama ini saya yang handle jadi mereka (penyiar) terima jadi”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dari kesimpulan diatas yang menjadi kendala dalam radio komunitas adalah kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada. Karena kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) maka bisa dipastikan kegiatan operasional menjadi terganggu. Oleh karena itu radio komunitas juga harus mempunyai cara dalam mengatasi kendala tersebut. *“Ya, saya mulai satu persatu ngajari mereka. Meskipun kadanglagi sambil jalan nanya-nanya itu ya ndak papa. Jadi ya mengajari mereka satu persatu”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dari pernyataan mengenai mengatasi kendala yang ada maka dari pernyataan kedua jawaban adalah dengan mengadakan pelatihan dan mengadakan siaran ulang. Tahapan-tahapan pra produksi dalam perencanaan produksi di radio Wijaya Fm dan radio Love Jogja Fm meliputi :

Tahapan awal untuk memproduksi sebuah program disebut pra produksi. Tahap praproduksi atau perencanaan adalah semua kegiatan mulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan. Hal yang termasuk dalam kegiatan pra produksi antara lain format program, penguangan ide, dan menyiapkan mater. Dari uraian diatas, tahapan-tahapan pra produksi dalam perencanaan produksi di radio Love Jogja Fm meliputi :

### **1. Ide**

Program musik di Love Jogja yang sudah lama disiarkan, membuat pembaharuan ide supaya tidak terjadi kemonotonan acara yang bisa menyebabkan pendengar “bosan” pada siaran-siaran tersebut.

## 2. Format dan Konsep Progam

Format musik yang dimiliki oleh Love Jogja adalah Radio hits, dimana dalam pemilihan lagu berdasarkan target audiens, pemilihan sesuai lagu yang sedang hits dan isi yang ada dalam lagu sesuai dengan target audience.

## 3. *Host* / Penyiar

seorang penyiar radio yang baik adalah penyiar yang mampu menimbulkan kesan audiencenya. Selain lancar dalam berbicara, Seorang penyiar radio Love jogja untuk dapat mengedit/ menyiapkan beberapa lagu untuk diputarkan.

## 4. Slogan Progam

Slogan yang digunakan untuk sebuah acara di radio Love Jogja adalah *making life better*. Maksud dari slogan ini slalu digunakan khusus yang bertujuan untuk memberi ciri kha khusus sebuah progam yang membedakan dengan radio komunitas lain. Slogan terebut juga digunakan dalam pemilihan sebuah lagu dimana lagu yang dipilih harus bermakna seperti slogan tersebut.

### b. Produksi

Tahapan produksi merupakan implementasi dari hasil pra produksi sebelumnya. Dalam proses produksi ini dapat dilihat bahwa pra produksi memang benar benar dijalankan sesuai rencana atau tidak. Seperti halnya pihak radio pihak Love Jogja fm menyatakan:

*“Kita biasanya itu, karena kan kita selalu bikin acara musik itu biar gak boring kita pasti pakai pinjem suara orang. Wawancara mungkin ke salah satu orang yang agak punya pengaruh di Jogja ya kita temuin, apa namanya untuk bikin spot dan jingle mereka....”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dari pernyataan diatas maka dapat disimpulkan kegiatan yang dilakukan adalah mengedit informasi dan mendatangkan informan (tamu) sebagai narasumber untuk dilakukan wawancara. Setelah adanya skrip berita dan adanya narasumber maka selanjutnya adalah masalah mengenai program penyiarnya, *“Format program musiknya seperti biasa jadi mengajak kita bukan hanya memposisikan kita bukan hanya penyiar, mutlak bukan hanya kamu mendengarkan aku siaran tetapi menjadikan pendengar itu sebagai sahabat jadi ngajak ngobrol biasa”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa format penyiaran program hiburan musik bisa berupa mengadakan komunikasi dua arah yang dimana bisa berupa kirim-kirim pesan maupun telepon kepada penyiarnya. Proses produksi tersebut juga sering mengalami kendala. Seperti pihak Wijaya Fm yang mengatakan bahwa pihak love Jogja Fm mengatakan bahwa

*“Tahapan produksi sih sering kali ya itu keterbatasannya yang pertama kali tadi ya sumber, kadang kita berpikir oh ini keren nih, tapi setelah kita jalani sumbernya gak ketemu, atau mungkin sumbernya ada tapi cuman orangnya yang gak bisa. Nah, jadi seringkali benturannya itu. Jadi kita meminimal mungkin yang bisa, kalau bisa disekitar kita saja”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dari jawaban tersebut dapat dikatakan bahwa kedua radio tersebut memiliki kendala akan peralatan produksi dan narasumber yang terkadang sering tidak dapat datang. Pada bagian proses produksi ini maka kendala seperti halnya narasumber dan peralatan mislanya seperti mati listrik menjadi kendala utama radio komunitas dalam tahapan produksi. Karena terkendala oleh biaya. Karena modal radio komunitas sangatlah minim. Dengan minimnya biaya yang dikeluarkan bukan berarti produktifitas juga minim ataupun rendah. Oleh karena itu untuk meningkatkan produktifitas dengan biaya yang rendah dapat dilakukan seperti halnya apa yang dikatakan oleh pihak Wijaya Fm.



Tahap ini adalah tahap pelaksanaan program siaran. Produksi dilakukan oleh seorang penyiar. Dalam produksi program selain memutar musik love jogja penyiar juga mendatangkan tamu penyiar untuk menemani bersiaran dalam tema tertentu.

### c. Pasca Produksi

Setelah melalui tahap produksi maka selanjutnya adalah tahap pasca produksi. Hal ini berguna untuk mengevaluasi apa yang telah dijalankan dan membenahi apa yang masih kurang dalam produksi siaran program siaran musik. Kondisi pasca produksi yang akan membenahi kondisi yang kurang di radio ataupun program radio tersebut.

Seperti pernyataan yang diberikan oleh pihak Love Jogja Fm yang menyatakan bahwa

*“kegiatannya ya kita paling berdiskusi saling tukar ide, misalnya yang kemarin kita bawain seperti ini kok responnya kurang, ya kita ganti. Yang kurang-kurang itu dimana dan yang tidak bagus kita hilangkan”*  
(Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Dari pernyataan tersebut didapati bahwa dari kedua radio komunitas sama-sama melakukan pembenahan/Evaluasi yang dilakukan oleh Love Jogja FM yaitu pembahasan ketepatan waktu dan informasi . Informasi ini berkaitan dengan target pendengar, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan dan respon pendengar.

## B. Kendala Dalam Program Musik

Apa yang dinamakan kendala dalam sebuah program tampaknya sering dialami oleh radio komunitas hal ini mengindikasikan strategi dan manajemen radio komunitas jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan radio komunitas hanya didengarkan oleh komunitasnya saja disamping itu itu kondisi keuangan yang kurang mendukung hingga bagian Sumber Daya Manusiannya yang

kurang semakin menambah kekurangan dalam radio komunitas dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Seperti pernyataan yang dikeluarkan oleh pihak radio Wijaya Fm yang menyatakan bahwa

*“Dari mulai koleksi juga ya terbatas, koleksi musik dan lagunya, kalau kita harus menyiarkan semua jenis musik kita juga belum ada kemampuan. Paling kita ya, kalau lagu pop, pop baru, pop lama, campur sari, dangdut, reage ada tapi kalau selain itu kita belum. Masih banyak yang belum terputarkan atau tersampaikan di sini”* (Daniel, Wawancara, Kamis 25 Agustus 2016)

Sama seperti halnya apa yang telah disampaikan oleh pihak Love Jogja Fm

*“Ya seringkali banyak pendengar yang sebetulnya aktif dengar tetapi ya mereka seringkali responnya kurang”*

Dari pernyataan kedua radio komunitas tersebut maka dapat dikatakan bahwa kurangnya koleksi dan respon anggota komunitas merupakan kekurangan yang di alami oleh radio komunitas. Pernyataan tersebut tidak terbantahkan karena kondisi yang ada di radio komunitas tersebut.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Radio komunitas merupakan radio yang mempunyai segmentasi pendengar berupa kelompok ataupun sebuah perkumpulan yang tidak mencari keuntungan demi bertumbuhnya komunitas yang diangkat dalam radio komunitas tersebut. Radio komunitas juga bisa dikatakan sebagai radio sosial yang dimana radio tersebut oleh dan untuk komunitas. Dalam artiannya adalah radio tersebut didirikan oleh komunitas sedangkan isi maupun program siarannya diperuntukan komunitas itu sendiri. Radio komunitas berbeda dengan radio swasta, radio komunitas didirikan berdasarkan respon komunitas serta musyawarah komunitas sedangkan radio swasta didirikan berdasarkan rating pendengar untuk memperoleh dana dari sponsor maupun iklan. Dalam hal siaran radio komunitas lebih kearah penyampaian informasi mengenai apa yang dibutuhkan oleh komunitas tersebut, sedangkan untuk radio swasta mengikuti keinginan pendengar dan selera pendengar.

Radio komunitas memiliki wadah yang di namakan Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI). Jaringan Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI) juga memiliki Jaringan Radio Komunitas Daerah yang dimana jaringan tersebut tersebar diseluruh kota-kota di Indonesia. Dengan adanya radio komunitas tersebut maka diharapkan komunitas menjadi semakin bertambah banyak dan memiliki wawasan yang lebih luas tentunya tentang informasi terbaru (update). Oleh sebab itu maka program siaran produksi sebuah radio komunitas menentukan berhasil tidaknya radio tersebut menyampaikan informasi ke telinga pendengarnya.

Radio Love Jogja Fm dan Wijaya Fm merupakan radio komunitas yang terletak di Yogyakarta. Kedua radio tersebut memiliki pendengar yang berbeda. Seiring dengan perkembangan jaman kedua radio tersebut mampu bertahan dengan adanya radio-radio swasta yang mulai bermunculan di Yogyakarta pada khususnya. Oleh karena itu kedua radio komunitas tersebut mampu bersaing dalam hal program siaran hiburan musik.

## A. **Produksi Program Siaran**

Persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiens. Oleh karena itu maka program radio harus benar dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Dengan banyaknya jumlah stasiun radio tersebut maka stasiun radio mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiensnya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audiens yang menjadi target stasiun radio apalagi yang berkaitan dengan radio komunitas. Hal ini berkaitan dengan penentuan format siaran.

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk menentukan sasaran secara spesifik dan untuk menghadapi persaingan dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio komunitas. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai kriteria, misalnya kriteria demografi audiens seperti kelompok umur, dan profesi. Berdasarkan pembagian tersebut, maka muncullah stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok tertentu.

Program radio merupakan salah satu cikal bakal dari menarik tidaknya sebuah radio, oleh karena itu program radio harus dikemas semenarik mungkin agar pendengar merasa tertarik dan mendengarkan radio tersebut. Tidak menutup kemungkinan program acara komunitas radio. Radio komunitas ditujukan kepada komunitas untuk menyampaikan informasi bagi anggotanya. Radio komunitas harus mengembangkan ide dan kreatifitasnya agar anggota tidak merasa jenuh dan meninggalkan komunitas dikarenakan informasi tidak tersampaikan secara tepat ke telinga anggotanya.

Seperti halnya radio komunitas Love Jogja Fm dan Wijya Fm yang mengemas programnya semenarik mungkin . kedua radio komunitas tersebut memiliki ciri khas masing-masing program siarannya dalam hal ini program siaran musik all genrenya yang dimana keduanya memiliki program yang disukai oleh komunitasnya. Kedua radio komunitas tersebut sama-sama mengudara dari pagi hingga malam hari. Radio Komunitas

Wijaya Fm mulai dari pukul 06.00 hingga pukul 24.00 sedangkan radio komunitas Love Jogja Fm mulai dari 05.00 hingga pukul 24.00. Dalam penyampaian program siaran radio komunitas Wijaya Fm lebih membawa adat istiadat dalam topiknya sedangkan untuk Radio komunitas Love Jogja FM lebih kearah religiusitas dalam penyampaian topiknya.

Uraian diatas mendukung yang menyatakan bahwa jenis informasi pada siaran radio disesuaikan dengan program - program radio yang telah direncanakan seperti *request*, *talk show*, warta berita, profil, pendidikan, budaya, dan sebagainya. Karena siaran radio berfungsi sebagai media hiburan dan entertainment, maka program-program yang dibuat selalu menyertakan musik sebagai penghibur pendengar.

#### **B. Tahapan Proses Produksi Program Radio Hiburan Musik**

Keberhasilan dalam sebuah program siaran radio didasarkan pada manajemen sebuah radio untuk merangkai sebuah konsep yang akan di bawakan dalam sebuah program radio. Memproduksi program radio memerlukan kreatifitas dan keterampilan sehingga menghasilkan produksi program yang menarik diikuti. Untuk menyajikan siaran yang berkualitas maka sebelum suatu program disiarkan terlebih dahulu harus melewati tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Sama seperti teori mengenai tahapan produksi yang lazim disebut *standard operation procedure* (Wibowo, 2012: 120) yang mengatakan bahwa Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut *standard operation procedure* (SOP), seperti berikut:

- a. pra-produksi (ide, perencanaan dan persiapan)
- b. produksi (pelaksanaan)
- c. pasca-produksi (penyelesaian dan penayangan).

## **1. Tahapan produksi dilakukan oleh Radio Wijaya Fm**

### **a. Pra Produksi**

Tahapan ini dikatakan sebagai tahapan yang berisikan proses perencanaan. Proses Perencanaan yang dimaksud disini memiliki artian sejumlah persiapan yang dilakukan dalam membuat program. Persiapan itu meliputi waktu-waktu yang dilakukan, yaitu seperti berapa lama waktu yang dipersiapkan atau dibutuhkan sebelum program radio tersebut disiarkan, siapakah saja sumber daya manusia yang turut mengambil bagian dalam proses perencanaan dan persiapan tersebut, dan juga kegiatan apa saja yang akan dilakukan, seperti mengadakan rapat untuk mencari konsep apa yang diinginkan untuk di udarakan, membuat naskah, mencari materi siaran dan lain sebagainya.

Kunci keberhasilan produksi radio sangat di tentukan oleh kematangan tahap perencanaan dan persiapan itu. Mulai dari mempersiapkan materi apa yang akan diangkat sampai dengan masalah biaya yang dikeluarkan harus benar-benar matang karena segala sesuatunya sudah ditentukan melalui proses perencanaan tersebut. Oleh sebab itu maka segala rincian mengenai perencanaan harus ditulis dalam sebuah kertas agar dapat menjalankan operasional kegiatan sesuai dengan rencana yang telah di rapatkan.

Orang yang begitu percaya akan kemampuan teknis sering mengabaikan hal-hal yang sifatnya pemikiran atas diatas kertas. Dalam produksi radio, hal itu dapat berupa kegagalan dalam produksi program hiburan musik. Secara garis besar yang perlu dipersiapkan dalam tahapan pra produksi adalah merencanakan, mencari nara sumber untuk wawancara dalam siarannya, melakukan pengamatan mengenai fenomena yang ada untuk dijadikan berita serta mempersiapkan musik/lagu apa yang akan dibawakan dalam program tersebut. Musik tersebut juga harus melihat berdasarkan segmen, segmen bisa juga berdasarkan tingkat usia, gender dan status pekerjaan audiens, oleh karena itu maka perencanaan harus

sesuai dengan selera audiens sehingga program hiburan musik mengenai sasaran dan sesuai dengan harapan pendengarnya .

Didalam proses pra produksi ini karyawan bagian produksi dan bagian operasional harus bekerja sama dan memberikan ide serta gagasan demi sebuah siaran yang menarik hati para pendengarnya. Setelah ide dan gagasan ditemukan maka selanjutnya adalah bagian kreatifitas untuk mengembangkan ide dan kreatifitasnya. Disini bagian dimana berita dan informasi disisipkan agar menarik untuk diikuti para pendengarnya. Dan yang paling akhir adalah tugas penyiar untuk menyampaikan sesuai dengan scrip yang telah disusun sebelumnya. Sesuai dengan teori yang di paparkan mengenai proses pada tahapan pra produksi yang ditemukan dalam Radio komunitas Wijaya Fm adalah dalam tahap pra produksi program hiburan musik wijaya Fm memilih musik karena musik yang sesuai dengan dengan targetting pendengar. Hal ini menyatakan bahwa Sumber informasi pada siaran radio terdiri dari suara yang berasal dari suara penyiar, musik, atau merupakan gabungan dari suara penyiar dan musik.

Oleh karena itu hasil siaran radio hanya bisa didengarkan. Dengan demikian siaran radio memiliki fungsi menyiarkan informasi suara melalui pemancar radio kepada khalayak pendengarnya. Dengan adanya segmentasai pendengar tersebut maka setiap program siaran hiburan diharapkan mengenai sasaran audience atau pendengarnya. Segmentasi pendengar radio komunikasi Wijaya Fm adalah dari segala usia yang sudah diatur di jadwal acara. Pengumpulan informasi yang akan di bawakan penyiar sesuai dengan topik program acara hiburan musik tersebut. Pengumpulan topik berdasarkan penggalian informasi dan data dari anggota komunitas yang disertai dengan pemutaran lagu agar pendengar tidak menjadi jenuh dalam mengikuti program yang di siarkan oleh radio komunitas Wijaya Fm yang dimana semuanya itu tergantung dari penyiarnya yang dimana dalam pencariannya melalui pemilihan dan pelatihan

Pengangkatan topik dilihat berdasarkan informasi dari media internet yang lebih memudahkan dalam mendapatkan informasi, sedangkan pemilihan penyiar didasarkan pada seleksi dan training terlebih dahulu, seleksi didasarkan pada banyaknya respon yang diberikan pendengar kepada penyiar. Dari hasil penelitian mengenai tahapan pra produksi program hiburan radio komunitas Wijaya Fm. Yaitu penemuan ide, perencanaan dan tahap persiapan.

#### **b. Produksi**

Tahapan kedua ialah tahapan produksi, yaitu tahapan dimana program radio hiburan musik disiarkan. Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini meliputi pemeriksaan kembali berupa materi yang telah dipersiapkan sebelumnya, pemeriksaan dari segi teknis, sampai proses siaran itu berlangsung. Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir-hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan ketrampilan sehingga menghasilkan produksi program yang menarik didengar.

Proses produksi harus dikerjakan dengan cepat dan tidak sampai memakan waktu yang lama, dengan adanya ketepatan dan kecepatan dalam pengerjaannya maka hal ini membuat biaya yang di keluarkan pun dapat di minimalisir karena dengan banyaknya pengeluaran yang di keluarkan oleh pihak radio komunitas maka bisa menjadi beban bagi radio komunitas tersebut. Serta dengan adanya program rekaman tidak live (rekaman) ini dapat menjadi stock bagi tim produksi dan kreatif apabila ada program yang kehabisan materi siaran dan hal ini berguna untuk mengurangi biaya pengeluaran tanpa harus membayar penyiar yang berbeda-beda disetiap siarannya, karena dapat dilakukan oleh orang yang bekerja didalam Radio itu sendiri atau bahkan tim produksi dan kreatif yang melakukan *pengambilan suaranya* untuk program siaran ulang ini. akan tetapi program live lebih disukai karena tanya jawab antar pendengar



dan penyiar sedangkan program siaran ulang atau melalui rekaman kebanyakan pendengar tidak mendengarkan dan mencari siaran lain. akan tetapi dalam tingkat kesalahan acara live lebih besar dibanding acara melalui rekaman karena acara yang dimana narasumbernya direkam bisa diedit sebelumnya.

Yang ditemukan dalam Radio komunitas Wijaya Fm adalah setelah perencanaan sudah jadi maka selanjutnya adalah proses editing menjadi sebuah berita yang akan diangkat dalam sebuah program hiburan musik dalam sebuah scrip yang akan dibacakan penyiarnya, pembacaan scrip dapat dilakukan secara langsung maupun direkam terlebih dahulu baru ketika topik yang akan diangkat baru disiarkan ulang atau diputar ulang. Pemutaran ulang dilakukan jika kondisi tidak memungkinkan untuk melakukan siaran live, misalkan kendala teknis maupun posisi penyiar tidak datang, sedangkan untuk berita dijadikan scrip dan jika informasi akan selalu disiarkan secara berulang-ulang . Format program musik yang di siarkan Pihak Wijaya Fm yaitu memutarakan koleksi lagu yang dimiliki pihak radio Komunitas Wijaya Fm berdasarkan permintaan pendengar yang diminta melalui via telpon maupun sms.

Survey penting dilakukan karena berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan komunitas sekaligus pemetaan pendengarnya. Paling tidak survei mampu menjawab kebutuhan data pokok seperti jumlah pendengar, jangkauan (coverage area), segmen pendengar (psikografis dan demografis), serta program acara yang diminati masyarakat. Hal ini sesuai dengan tujuan bahwa dari survei adalah untuk mendapatkan gambaran yang mewakili suatu daerah dengan benar. Oleh karena itu sebuah kebenaran harus direalisasikan guna mendapatkan jawaban yang dibutuhkan.

Melalui metode riset yang sederhana, pengelola radio komunitas harus membuat desain survei yang murah, termasuk pengolahan data dan analisis datanya. Radio komunitas akan tumbuh bila pendengarnya merasa terlayani oleh keberadaan radio tersebut. Dalam kaitan ini, pihak radio

komunitas harus mampu menangkap keinginan warga untuk selanjutnya dijadikan pertimbangan dalam perancangan program siaran.

Dari hasil penelitian mengenai tahapan produksi program hiburan musik kedua radio komunitas Wijaya Fm yaitu melakukan wawancara secara langsung maupun direkam serta melakukan mixing antara lagu yang akan diputar hingga menggabungkan antara lagu beserta berita mengenai informasi yang akan di sampaikan ke pendengar kedua radio komunitas tersebut. Radio komunitas Wijaya Fm tersebut juga melakukan pengambilan suara yaitu melalui narasumber yang dilakukan secara langsung ataupun melakukan rekaman yang akan ditayangkan pada siaran berikutnya atau disimpan sebagai file.

Pemutaran jingle memiliki peranan yang sangat signifikan dalam proses sebuah produksi karena jingle dapat mempromosikan keberadaan radio di tengah masyarakat, memberikan informasi simbol atau identitas terpenting radio, membentuk citra radio tertentu dibenak pendengar. dan saat disiarkan, ia juga berfungsi sebagai jeda dan “pengingat”. Jingle biasanya menyebutkan nama radio, signal frekuensi ataupun tagline atau semboyan radio komunitas tersebut.

### c. Tahapan Pasca Produksi

Tahapan terakhir adalah tahapan pasca produksi, yaitu melakukan evaluasi dan perbaikan dari apa yang telah disiarkan di udara. Tahapan ini dilakukan setelah tahapan produksi siaran radio selesai dilakukan. Kegiatan yang dilakukan meliputi rapat untuk melakukan evaluasi hasil siaran, evaluasi kepada *announcer*, dan lainnya. Tahapan ini merupakan penyelesaian akhir atau penyempurnaan produksi. Tahap penyelesaian meliputi melaksanakan editing audio, pengisian narasi, pembuatan efek khusus, melakukan evaluasi hasil akhir dari produksi. Evaluasi meliputi kelemahan materi, teknis, koordinasi team. Dan sebagainya. Evaluasi dipimpin oleh produser program acara yang diikuti oleh seluruh

pekerja/karyawan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung proses produksi siaran program hiburan musik.

Evaluasi disini juga dilakukan dengan melalui sebuah penelitian yang diberika kepada anggota komunitas untuk menilai apa yang kurang dan apa yang harus diperbaiki sehingga radio komunitas dapat bertahan ditengah-tengah gempuran radio swasta yang mulai marak berdiri untuk mencari keuntungan belaka.

Yang ditemukan dalam pasca produksi di Radio Komunitas Wijaya Fm adalah melakukan evaluasi yang melibatkan pendengar atau melibatkan komunitas yang didasarkan pada kritik dan saran. Sehingga kekurangan maupun kelemahan yang ada dalam radio komunitas Wijaya fm dapat segera diperbaiki. Akan tetapi dalam hal melibatkan pendengar membutuhkan waktu yang lama oleh sebab itu kritik dan saran tetap di terima oleh pihak wijaya Fm.

Dari hasil penelitian mengenai tahapan pasca produksi program hiburan musik kedua radio komunitas Wijaya Fm yang menyatakan evaluasi program memiliki pengertian untuk memperoleh informasi sejauh mana tujuan lembaga/perusahaan tercapai melalui kegiatan pengukuran dan penilaian pelaksanaan program suatu lembaga/perusahaan tersebut. Evaluasi yang dilakukan oleh radio Wijaya Fm dilakukan secara menyeluruh, artinya dalam hal ini stidak hanya progam yang saja yang dievaluasi, namun manajemen juga dievaluasi. Setiap setahun akan ada evaluasi yang melibatkan pendengar atau melibatkan komunitas. Akan tetapi evalusi evaluasi yang menjadi kajian mendalam bagi radio Love Jogja Fm adalah pendengar ataupun komunitasnya.

Kekurangan dan kelebihan sebuah produksi program berita dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang mempengaruhi siaran program berita adalah latar belakang yang dimiliki radio komunitas yang membentuk citra positif di masyarakat, penyiar, topik yang dipilih, media atau sarana produksi, struktur organisasi , kinerja tim produksi dan informasi atau berita yang

disampaikan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhinya adalah segmentasi pendengar, narasumber serta kekhasan format berita acara yang di tampilkan.

Dalam radio komunitas yang menjadi tolak ukur intinya adalah reaksi yang ditimbulkan oleh anggota komunitas. Anggota komunitas berhak menyampaikan selagi bentuk tanggapannya akan radio komunitas tersebut. Anggota komunitas berhak memberikan ide dan gagasan tinggal pihak radio komunitas mengembangkan sesuai dengan tingkat kreatifitasnya. Semua dikembalikan lagi karena radio komunitas adalah radio komunitas untuk dan oleh komunitas.

## **2. Tahapan produksi dilakukan oleh Radio Love Jogja Fm**

### **a. Pra Produksi**

Tahap pra produksi merupakan tahap penting dari sebuah produksi. Pada tahap inilah segala perencanaan dan persiapan produksi dimulai. Tahap ini mempengaruhi tahap produksi selanjutnya. Tahapan ini dikatakan sebagai tahapan yang berisikan proses perencanaan. Proses Perencanaan yang dimaksud disini memiliki artian sejumlah persiapan yang dilakukan dalam membuat program. Persiapan itu meliputi waktu-waktu yang dilakukan, yaitu seperti berapa lama waktu yang dipersiapkan atau dibutuhkan sebelum program radio tersebut disiarkan, siapakah saja sumber daya manusia yang turut mengambil bagian dalam proses perencanaan dan persiapan tersebut, dan juga kegiatan apa saja yang akan dilakukan, seperti mengadakan rapat untuk mencari konsep apa yang diinginkan untuk di udarkan, membuat naskah, mencari materi siaran dan lain sebagainya.

Didalam proses pra produksi ini karyawan bagian produksi dan bagian operasional harus bekerja sama dan memberikan ide serta gagasan demi sebuah siaran yang menarik hati para pendengarnya. Setelah ide dan gagasan ditemukan maka selanjutnya adalah bagian kreatifitas untuk mengembangkan ide dan kreatifitasnya. Disini bagian dimana berita dan

informasi disisipkan agar menarik untuk diikuti para pendengarnya. Dan yang paling akhir adalah tugas penyiar untuk menyampaikan sesuai dengan scrip yang telah disusun sebelumnya. Sesuai dengan teori yang di paparkan mengenai proses pada tahapan pra produksi yang ditemukan dalam Radio komunitas Love Jogja Fm adalah dalam tahap pra produksi memilih musik karena musik yang sesuai dengan dengan targetting pendengar. Hal ini menyatakan bahwa Sumber informasi pada siaran radio terdiri dari suara yang berasal dari suara penyiar, musik, atau merupakan gabungan dari suara penyiar dan musik.

Pada radio komunitas Love Jogja Fm ditemukan bahwa dalam pra produksi Radio komunitas Love Jogja Fm dalam mempersiapkan produksi program musik. Dikarenakan pendengarnya rata-rata adalah kaum muda maka pihak Radio Komunitas Love Jogja Fm perlu mengupdate musik yang diputar, untuk segmentasi pendengarnya radio komunitas Love Jogja Fm hanya sebatas anggota yang rata-rata adalah keluarga penyiar, anak muda hingga remaja dan anak kecil. Dalam proses tahapan pra produksi pihak Love jogja Fm pertama adalah mempersiapkan jingle, spot iklan, berita hingga mengedit lagu.

#### **b. Produksi**

Setelah proses perencanaan untuk sebuah progam selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yaitu proses produksi. Proses produksi ayau pelaksanaan di radio adalah pengaplikasian dari konsep seperti apa progam yang akan disiarkan. Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini meliputi pemeriksaan kembali berupa materi yang telah dipersiapkan sebelumnya, pemeriksaan dari segi teknis, sampai proses siaran itu berlangsung. Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir-hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan ketrampilan sehingga menghasilkan produksi program yang menarik didengar.

Proses produksi harus dikerjakan dengan cepat dan tidak sampai memakan waktu yang lama, dengan adanya ketepatan dan kecepatan dalam pengerjaannya maka hal ini membuat biaya yang di keluarkan pun dapat di minimalisir karena dengan banyaknya pengeluaran yang di keluarkan oleh pihak radio komunitas maka bisa menjadi beban bagi radio komunitas tersebut. Serta dengan adanya program rekaman tidak live (rekaman) ini dapat menjadi stock bagi tim produksi dan kreatif apabila ada program yang kehabisan materi siaran dan hal ini berguna untuk mengurangi biaya pengeluaran tanpa harus membayar penyiar yang berbeda-beda disetiap siarannya, karena dapat dilakukan oleh orang yang bekerja didalam Radio itu sendiri atau bahkan tim produksi dan kreatif yang melakukan *pengambilan suara* nya untuk program siaran ulang ini. akan tetapi program live lebih disukai karena tanya jawab antar pendengar dan penyiar sedangkan program siaran ulang atau melalui rekaman kebanyakan pendengar tidak mendengarkan dan mencari siaran lain. akan tetapi dalam tingkat kesalahan acara live lebih besar dibanding acara melalui rekaman karena acara yang dimana narasumbernya direkam bisa diedit sebelumnya.

Yang ditemukan di Radio Komunitas Love Jogja Fm adalah memanggil narasumber untuk dilakukan wawancara dan serta melakukan pemutaran spot iklan dan jingle yang telah dipilih serta membangun komunikasi 2 arah dan tahapan program didasarkan atas survey yang dilakukan oleh pihak Radio Komunitas Love Jogja Fm dan juga memutar lagu yang telah dipilih sebelumnya saat tahapan proses pra produksi.

Dari hasil penelitian mengenai tahapan produksi program hiburan musik kedua radio komunitas Love Jogja Fm yaitu melakukan wawancara secara langsung maupun direkam serta melakukan mixing antara lagu yang akan diputar hingga menggabungkan antara lagu beserta berita mengenai informasi yang akan di sampaikan ke pendengar kedua radio komunitas tersebut. Dan dengan cara menyeleksi lagu-lagu sehingga mampu

memenuhi keinginan pendengar serta membuat pendengar tidak merasa jenuh dan mengganti gelombang ke radio lainnya. Radio komunitas Love Jogja tersebut juga melakukan pengambilan suara yaitu melalui narasumber yang dilakukan secara langsung ataupun melakukan rekaman yang akan ditayangkan pada siaran berikutnya atau disimpan sebagai file.

Pemutaran jingle memiliki peranan yang sangat signifikan dalam proses sebuah produksi karena jingle dapat mempromosikan keberadaan radio di tengah masyarakat, memberikan informasi simbol atau identitas terpenting radio, membentuk citra radio tertentu dibenak pendengar. dan saat disiarkan, ia juga berfungsi sebagai jeda dan “peringat”. Jingle biasanya menyebutkan nama radio, signal frekuensi ataupun tagline atau semboyan radio komunitas tersebut.

### **c. Pasca Produksi**

Ini merupakan tahap akhir dari produksi, Setelah produksi berakhir, produser dan penyiar berkumpul di ruang rapat untuk melakukan evaluasi. Untuk proses akhir, di setiap radio pasti selalu mengadakan evaluasi. Tujuan tentu saja untuk melihat sejauh mana kesuksesan dari sebuah program yang disiarkan. Tahapan ini merupakan penyelesaian akhir atau penyempurnaan produksi. Tahap penyelesaian meliputi melaksanakan editing audio, pengisian narasi, pembuatan efek khusus, melakukan evaluasi hasil akhir dari produksi. Evaluasi meliputi kelemahan materi, teknis, koordinasi team. Dan sebagainya. Evaluasi dipimpin oleh produser program acara yang diikuti oleh seluruh pekerja/karyawan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung proses produksi siaran program hiburan musik.

Radio Komunitas Love Jogja Fm adalah melakukan sebuah obrolan guna membahas mengenai kekurangan yang ada saat proses penyiaran program siaran hiburan musik serta informasi yang ditimbulkan oleh tahap produksi. Informasi tersebut berupa ketepatan sasaran dan respon yang ditimbulkan pendengar mengenai berita yang disampaikan saat program

hiburan musik tersebut disiarkan. Respon yang dimaksud adalah interaksi yang terjadi didalam sebuah program hiburan musik.

Dari hasil penelitian mengenai tahapan pasca produksi program hiburan musik kedua radio komunitas Love Jogja Fm yang menyatakan evaluasi program memiliki pengertian untuk memperoleh informasi sejauh mana informasi yang telah disampaikan kepada pendengar. Dan tidak lupa juga interaksi yang tercipta. Karena interaksi tersebut memiliki *feed back* yang mampu dijadikan untuk mengevaluasi program siaran. *Feed back* positif dan negatif tidak dapat terpisahkan karena pendengar memiliki persepsi yang berbeda satu sama lain. Dengan adanya proses seperti di atas maka perkembangan demi perkembangan akan diupayakan guna memberikan pelayanan yang terbaik bagi komunitasnya.

### **C. Kendala Yang Dihadapi**

Radio komunitas di Indonesia sering kali mengalami kendala dalam pengelolaannya. Disatu sisi radio komunitas tersebut dibutuhkan oleh komunitasnya dan di satu sisi radio komunitas lambat laun juga akan tertinggal dari pada radio-radio swasta yang bermunculan dan pastinya lebih menarik.

Ada beberapa faktor internal dan eksternal yang dapat menyebabkan terpuruknya radio komunitas. Yang termasuk dalam faktor-faktor internal adalah komunitas itu sendiri dan kemampuan mengelola sebuah lembaga yang lebih berdasarkan pada semangat sukarela dan kerja sosial tanpa menerima uang. Sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi peralatan elektronika dan orang-orang yang memiliki kemampuan terkait, serta beberapa regulasi tentang penyiaran komunitas dan regulasi yang terkait lainnya.

Dalam radio komunikasi yang dimana segala bentuk biaya ditanggung oleh pihak radio tersebut dan sebagian ada yang dari komunitas itu sendiri. Dengan kurangnya biaya yang ada secara tidak langsung berdampak pada proses produksi. Mulai sarana dan prasarana



menjadi terbatas serta sumber informasi sampai dengan sumberdaya manusia yang digunakan untuk menjalankan operasional radio tersebut menjadi kurang maksimal dalam pengoperasian radio komunitas tersebut.

Kendala yang dihadapi kedua radio komunitas tersebut hampir sama dengan yang dihadapi oleh pihak radio komunitas lainnya yaitu: Kurangnya Sumber Daya Manusia yang ada di radio komunitas tersebut. Kurangnya sumber daya manusia bisa diakibatkan karena tidak adanya fee atau gaji bagi karyawan dan juga bagi radio komunitas Love Jogja Fm yang dimana didalamnya pekerjanya sebagian besar merupakan pelajar/mahasiswa juga menjadikan kendala dalam hal produksi karena kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh mahasiswa itu bisa menjadi kendala dalam hal proses produksi dan juga jadwal kuliah pun juga sama karena kendala seperti itu merupakan kendala yang sering dijumpai oleh pegawai yang masih kuliah, atau dapat diartikan berhalangan hadir. Kondisi seperti ini hampir dipastikan karyawan menjadi seperti pemalas yang kurang bersemangat. Dengan kurangnya bersemangat maka bisa dipastikan tingkat kreatifitas penyiar akan menjadi kurang maksimal, karena melalui gaji semangat mereka dalam membawakan program siaran musiknya menjadikan kreatifitas semaik tinggi. Karena Keberhasilan sebuah program tidak lepas dari campur tangan orang – orang yang berada dibalik program tersebut, dalam hal ini penyiar memiliki peran yang cukup signifikan di dalam program siaran. Penyiar menyampaikan atau melakukan komunikasi berdasarkan kehidupan sehari-hari dimana mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi waktu malam. Penyiar yang mampu membawa angan-angan audiens untuk ikut kedalam ucapan yang dikeluarkan merupakan penyiar yang memiliki kreatifitas tinggi dan gaya imajinasi yang tinggi pula. Oleh karena Sumber daya manusia merupakan kendala yang paling utama maka bisa dipastikan rangkap jabatan pasti ada dan dengan adanya rangkap jabatan bisa dipastikan salah satu jabatan mengalami kekosongan yang mengakibatkan kurang seimbangnnya manajemen perusahaan. Reporter berita juga dapat dipastikan kurang

memenuhi kriteria yang dibutuhkan pihak radio komunitas yang dimana reporter perlu turun kejalan atau bertatap muka langsung dengan anggota komunitas guna memperoleh berita yang dijadikan informasi bagi penyiar dan berguna bagi kemajuan komunitas menjadi terhalang.

Serta peralatan yang seadanya yang dikarenakan kurangnya biaya yang ditanggung oleh pihak radio komunitas, serta narasumber yang tidak mau datang dikarenakan tidak adanya biaya yang akan dijadikan *fee* bagi narasumber. Sedangkan alat yang digunakan juga menjadi kendala dalam hal produksi. Peralatan mendukung terciptanya kualitas siaran yang mampu bersaing dengan radio swasta lainnya. Seperti halnya software yang mampu melakukan mixing yang baik. Apalagi dengan adanya undang-undang yang mengatur akan cd bajakan menambah beban bagi radio komunitas untuk mengembangkan software yang mampu untuk melakukan produksinya yang dimana software tersebut sangatlah mahal akan tetapi teknologi tersebut memang harus dimiliki sebuah stasiun radio.

Karena peralatan dalam mendukung proses produksi merupakan faktor utama terciptanya proses produksi yang mampu memberikan kepuasan pendengar seperti halnya kejernihan suara yang dihasilkan dan keterjangkauan siarannya dalam hal ini yang paling mempengaruhi adalah ketinggian pemancar radio. Pada umumnya para pemilik radio komunitas membuat antena pemancar secara minim yaitu dengan mencari ahli atau teknisi guna membuat antenna atau melakukan pembelian terhadap antenna bekas. Selain itu untuk perawatan antenna dilakukan tidak secara berkala hanya ketika antenna rusak saja. Alat-alat yang digunakan selain mixer antenna dan software yang paling utama adalah komputer dengan kapasitas penyimpanan yang besar karena dapat menyimpan berbagai macam lagu sehingga menjadi pustaka bagi para penyiar dan mempermudah penyiar dalam memainkan lagu yang diinginkan. Pemeliharaan dapat dilakukan dengan cara membackup lagu-lagu yang jarang dimainkan dengan cara menyimpan kedalam CD

dan pastinya dilakukan pengecekan atau penomoran agar mudah dalam pencarian. Kendala perizinan juga merupakan kendala yang sering dialami radio komunitas yang sering diambil oleh radio komunitas lainnya. Sehingga menambah permasalahan bagi pihak yang bersangkutan.

Secara internal radio komunitas memiliki kekuatan dan kelemahan sedangkan dari faktor eksternal radio komunitas memiliki peluang dan ancaman. Berikut Analisis SWOT yang peneliti lakukan untuk mengetahui kendala yang ada di kedua radio komunitas tersebut.

### **Analisis SWOT Progam Siaran Radio Komunitas Wijaya Fm dan Love jogja Fm**

#### **1. Analisis SWOT progam siaran Wijaya Fm**

Berikut ini adalah identitas lingkungan eksternal dan internal dalam progam siaran siaran di radio Wijaya Fm:

##### **a. Kekuatan (Strenght)**

1. Banyaknya koleksi music baik indie maupun mayor label
2. Mengangkat kebudayaan lokal
3. Segmentasi jelas
4. Wijaya Fm sudah terkenal di mata masyarakat sleman pada umumnya
5. Interaksi pendengar secara live
6. Akses untuk mendengarnya mudah bias melalui HT maupun radio manual
7. Pendengar mulai dari kalangan anak-anak, remaja sampai dengan orang tua

##### **b. Kelemahan (Weakness)**

1. Kurangnya biaya atau modal
2. Peralatan yang kurang memadai
3. Rendahnya sinyal pemancar

4. Kurang jernih suara yang dihasilkan
5. Kurangnya SDM dalam menjalankan kegiatan operasional
6. Penyiar kurang wawasan dan kurang mahir dalam menyiarkan program acara yang dibawakan
7. *Crew* masih sangat muda, masih belum banyak pengalaman.
8. Lemahnya kerjasamadengan perusahaanlain

**c. Peluang (Opportunities)**

1. Perkembangan musik yang beragam seiring berkembangnya industry musik Indonesia
2. Adanya pemasukan dari iklan produk lokal
3. Masih besarnya antusiasme warga sleman dalam mendengarkan radio
4. Pencinta musik pop, regee, dangdut hingga campursari di daerah sleman cukup besar jumlahnya

**d. Ancaman (Threat)**

1. Kurangnya sumber informasi yang di dapat (kurangnya narasumber)
2. Semakin banyaknya jumlah radio swasta
3. Perkembangan teknologi informasi dari media lain
4. Radio pesaing mengadopsi strategi baru
5. Kemajuan zaman dan diera globalisasi menyebabkan berkurangnya pendengar

**2. Analisis SWOT progam siaran radio Love Jogja Fm**

Berikut ini adalah identitas lingkungan eksternal dan internal dalam progam siaran siaran di radio Love Jogja Fm:

**a. Kekuatan (Strenght)**

1. Memiliki komunitas tersendiri
2. Segmen pendengarnya jelas
3. Love Jogja Fm cukup terkenal di kalangan muda mudi nasrani

4. Target program acarajelas
  5. Interaksi pendengar secara live dan melalui media sosail
  6. Pendengarnya banyak kalangan anak muda
- b. Kelamahan (Weakness)**
1. Kurangnya biaya atau modal
  2. Peralatan yang kurang memadai
  3. Rendahnya sinyal pemancar
  4. Kurang jernih suara yang dihasilkan
  5. Kurangnya SDM dalam menjalankan kegiatan operasional
  6. Penyiar sulit menentukan jadwal karena masih kuliah
  7. Crew masih sangat muda, masih belum banyak pengalaman
  8. Lemahnya kerjasama dengan perusahaan lain
  9. Seringnya pengulangan acara off air
- c. Opportunities (Peluang)**
1. Masih besarnya antusiasme warga jogja yang beragama Kristen
  2. Letak radio yang strategis, berada ditengah kota
  3. Besarnya jumlah penduduk di kota dengan berbagai kelompok umur
- d. Threat (Ancaman)**
1. Mulaia danya radio komunitas sejenis yang bermodal besar
  2. Kurangnya sumber informasi yang didapat (kurangnya narasumber)
  3. Semakin banyaknya jumlah radio swasta
  4. Radio semakin ditinggalkan generasi yang akan dating
  5. Berkembangnya media untuk beriklan yang lain (TV lokal, internet, dll)

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa kendala yang didapati kedua radio komunitas tersebut hampir sama intinya adalah masalah Sumber daya manusia dan modal yang dimilikinya (peralatan).

Dengan adanya kendala yang dijadikan permasalahan dalam operasional produksi di atas maka perlu adanya sebuah strategi guna meningkatkan menumbuhkan dan memelihara “kebutuhan” terhadap radio komunitas perlu dilakukan pendekatan-pendekatan strategis. Pendekatan yang bisa dilakukan yakni melalui pendekatan kultural dan struktural. Pendekatan kultural dilakukan melalui penguatan langsung kepada masyarakat, misalnya melakukan kampanye, sosialisasi melalui sebuah forum dalam komunitas sehingga radio komunitas menjadi *sebuah kebutuhan*. Kebutuhan ini berasal dari bawah, dari masyarakat yang benar-benar memerlukan keberadaan radio komunitas di lingkungannya. Pendekatan berikutnya melalui aspek struktural yakni dengan penguatan kelembagaan dan jaringan radio komunitas dan pengelola-penggelolanya di tingkat desa.

Salah satu Strategi yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan kerja sama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Keberadaan radio komunitas dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) di Indonesia memberi peluang kerja sama. Bagi radio komunitas, sosialisasi program-program atau isu dari Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), termasuk pengawasan pelaksanaan program Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) menjadi sumber informasi yang tidak pernah kering untuk disiarkan.

Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Menjalin dan menjaga hubungan dengan Radio komunitas merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) di mata masyarakat. Radio komunitas penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dengan publiknya. Di sisi lain, fungsi komunikasi berbasis komunitas yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktivitas Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) karena masyarakat memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan.

Pentingnya radio komunitas bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) tidak terlepas dari “kekuatan” media massa (Koran) yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak, namun lebih dari itu, media sebagaimana konsep dasar yang diusungnya memiliki fungsi mendidik, mempengaruhi, mengawasi, menginformasikan, menghibur, dan memobilisas. Dari sinilah media memiliki potensi strategis untuk memberi pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak disasar Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Inilah yang perlu disadari baik oleh pengelola radio maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sendiri sehingga kerjasama saling menguntungkan dapat terpelihara.

Terakhir yang paling penting adalah penguatan manajemen pengelola dan program acara radio komunitas, melalui kaderisasi, regenerasi, traning-training, upgrading, dan pengetahuan dasar programming. Di satu sisi perlu diantisipasi keberlanjutan program, baik keberlanjutan program jangka pendek dan jangka panjang. Kunci keberlanjutan program radio komunitas di sini dapat diwujudkan melalui adanya partisipasi dan kemandirian masyarakat; pendanaan (program lanjutan), perizinan (antisipasi sweeping/legalitas), dan membangun jaringan kelembagaan bersama dengan stasiun atau asosiasi radio komunitas yang lain.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang berjudul “Analisis Produksi Program Musik Radio Komunitas” dengan studi kasus pada radio komunitas Love Jogja Fm dan Wijaya Fm. Oleh karena itu bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari uraian bab satu hingga bab empat. Dari hasil ini dapat dipaparkan mengenai hasil yang didapat selama melakukan penelitian di radio komunitas Love Jogja Fm dan Wijaya Fm.

#### **A. Kesimpulan**

##### **a. Tahapan produksi program acara musik**

##### **1. Tahapan produksi program acara musik di radio Wijaya Fm**

Memproduksi program radio memerlukan kreatifitas dan keterampilan sehingga menghasilkan produksi program yang menarik diikuti. Untuk menyajikan siaran yang berkualitas maka sebelum suatu program disiarkan terlebih dahulu harus melewati tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tiga tahapan tersebut telah dilakukan oleh Radio Wijaya Fm.

Didalam proses pra produksi, ide dan gagasan merupakan hal pertama yang dilakukan, selanjutnya adalah bagian kreatifitas untuk mengembangkan ide dan kreatifitasnya. Disini bagian dimana berita dan informasi disisipkan agar menarik untuk diikuti para pendengarnya. Dan yang paling akhir adalah tugas penyiar untuk menyampaikan sesuai dengan scrip yang telah disusun sebelumnya. Proses pada tahapan pra produksi yang ditemukan dalam Radio komunitas Wijaya Fm adalah dalam tahap pra produksi program hiburan musik wijaya Fm memilih musik karena musik yang sesuai dengan dengan targeting pendengar.

Proses produksi Radio komunitas Wijaya Fm adalah setelah perencanaan sudah jadi maka selanjutnya adalah proses editing menjadi sebuah berita yang akan diangkat dalam sebuah program hiburan musik



dalam sebuah scrip yang akan dibacakan penyiarinya, pembacaan scrip dapat dilakukan secara langsung maupun direkam terlebih dahulu baru ketika topik yang akan diangkat baru disiarkan ulang atau diputarkan ulang. Pemutaran ulang dilakukan jika kondisi tidak memungkinkan untuk melakukan siaran live. Format program musik yang di siarkan Pihak Wijaya Fm yaitu memutar koleksi lagu yang dimiliki pihak radio Komunitas Wijaya Fm berdasarkan permintaan pendengar yang diminta melalui via telpon maupun sms.

Yang ditemukan dalam pasca produksi di Radio Komunitas Wijaya Fm adalah melakukan evaluasi yang melibatkan pendengar atau melibatkan komunitas yang didasarkan pada kritik dan saran.

## **2. Tahapan produksi program acara musik di radio Love Jogja Fm**

Dalam pelaksanaan proses produksi program acara musik di radio Love Jogja melalui tiga tahapan, yaitu ; pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahapan pra produksi terdiri dari perencanaan, mempersiapkan nara sumber, membuat *scrip*, menunjuk penyiar serta mempersiapkan *jingle* hingga lagu yang akan diputarkan. Pada tahapan produksi program musik dalam mempersiapkan produksi program musik, di perlu mengupdate musik yang diputarkan, untuk segmentasi pendengarnya radio komunitas Love Jogja Fm hanya sebatas anggota yang rata-rata adalah keluarga penyiar, anak muda hingga remaja dan anak kecil. Dalam proses tahapan pra produksi pihak Love jogja Fm pertama adalah mempersiapkan jingle, spot iklan, berita hingga mengedit lagu.

Dalam tahapan produksi memanggil narasumber untuk dilakukan wawancara dan serta melakukan pemutaran spot iklan dan jingle yang telah dipilih serta membangun komunikasi 2 arah dan tahapan program didasarkan atas survey yang dilakukan oleh pihak Radio Komunitas Love Jogja Fm dan juga memutar lagu yang telah dipilih sebelumnya saat tahapan proses pra produksi.

Tahap pasca produksi radio komunitas Love Jogja Fm melakukan evaluasi program memiliki pengertian untuk memperoleh informasi sejauh mana informasi yang telah disampaikan kepada pendengar. Dan tidak lupa juga interaksi yang tercipta. Karena interaksi tersebut memiliki *feed back* yang mampu dijadikan untuk mengevaluasi program siaran. *Feed back* positif dan negatif tidak dapat terpisahkan karena pendengar memiliki persepsi yang berbeda satu sama lain

**b. Kendala yang dihadapi radio komunitas Wijaya Fm dan Love Jogja Fm dalam produksi program hiburan musik**

Kendala yang dihadapi radio komunitas Wijaya Fm dan Love Jogja Fm dalam produksi program hiburan musik secara garis besar adalah masalah biaya dan sumber daya manusia. Mulai dari masalah kualitas peralatan yang ada dimana mempengaruhi kejernihan suara, penyiar yang rata-rata masih berupa pelajar yang mencari pengalaman, kurangnya sponsor dalam memberikan informasi, hingga banyaknya radio-radio swasta yang banyak bermunculan yang mampu menarik perhatian untuk mengikuti program siaran radio yang lebih menarik perhatian para pendengar kedua radio komunitas tersebut.

**B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan dalam menganalisis analisis produksi program radio komunitas pada program musik, dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya: *pertama*, keterbatasan objek penelitian. Objek penelitian yang merupakan radio komunitas merupakan radio sederhana yang hanya mengandalkan keikhlasan dari pengelolanya. Dengan fakta tersebut, maka tidak terlalu banyak data yang didapatkan dari kedua radio tersebut apalagi mengenai materi siaran. *Kedua*, keterbatasan isi penelitian. Proses siaran pada radio komunitas sedikit sulit untuk diamati langsung oleh peneliti. Hal ini

membuat penelitian ini kurang mendalam membahas proses siaran program yang ada di radio komunitas. *Ketiga*, keterbatasan referensi. Dalam proses mengaitkan dengan teori tentunya sangat dibutuhkan banyak bahan untuk menjadi sumber acuan referensi. Sumber referensi yang didapatkan peneliti mengenai radio komunitas masih sangat sedikit. Dan *keempat*, keterbatasan dalam pencarian data-data pelengkap penelitian dan keterbatasan waktu, serta kurangnya kemampuan peneliti dalam proses wawancara.

### C. **Saran**

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti menemukan permasalahan-permasalahan yang menarik dari keunikan radio komunitas. Selama ini radio komunitas menjadi media yang dianggap “antara ada dan tiada”. Hal ini karena tidak adanya pemasukan tetap jalan siarannya, dilarangnya iklan komersial masuk dalam radio komunitas, membuat radio komunitas hanya bergantung pada adanya donatur. Bagi radio komunitas yang memiliki donatur tetap seperti radio komunitas yang menjalin relasi dengan gereja atau berada satu manajemen dengan perusahaan lain, hal ini mengenai pendanaan proses produksi tidak akan menjadi masalah. Tetapi hal ini akan sulit untuk radio yang tidak memiliki donatur tetap dan hanya mengandalkan dana sendiri ataupun dana dari warga komunitasnya. Untuk radio komunitas Wijaya Fm dan radio komunitas Love Joga Fm diharapkan untuk dapat menggaet sponsor guna menanggulangi kurangnya biaya atau modal, selain itu dapat meningkatkan kurangnya peralatan yang kurang memadai dan juga menggaet SDM baru guna meningkatkan produktifitas radio.

Maka dari itu disarankan penelitian selanjutnya yang ingin meneliti tentang radio komunitas masih banyak yang harus dikembangkan dari permasalahan-permasalahan yang dialami oleh radio komunitas. Seperti proses produksi program radio komunitas, bagaimana partisipasi warga dalam membantu memproduksi program-program yang ada pada radio komunitas peran pemerintah untuk mempertahankan eksistensi radio

komunitas. Sampai saat ini penelitian tentang program dan relasi media komunitas masih jarang ditemui. Untuk itu, semoga penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Danim. Sudarwan . *Menjadi Penelitian Kualitatif : Ancangan Metodologi, Presntasi, dan Publikasi Hasil Penlitan untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humoniora*. Bandung : Pustaka Setia, 2002.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2006.
- Fraser, Cohn dan Sofia Restrepo Estrada. 2001. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Penerjemah : Tim Jarang Line. Jakarta : Penyunting Tim Komunikasi UNESCO..
- Jocelyn, Josiah. 1998. *Community Building in The Carribbean, Brazil, Bahia*. Makalah dalam Diskusi mengenai Komunikasi untuk Pembangunan.
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Yogyakarta : Penerbit Andi Offset, 2005.
- Jonathans, Errol. “*Produksi Siaran Radio, Buku Panduan Kegiatan Penyiaran* “. Yogyakarta, 2008.
- Jurnal Komunikasi. “ *Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia*”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005.
- Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta, 2004.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media, 2008.

- Moleong, J. Lexy. *Metodologi penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mufid, Muhammad. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Patton. *Pengorganisasian ke Dalam Suatu Pola*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 1980.
- Prayuda, Harley. *Radio : Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- Prayudha H. Harley & Andy Rustam, *Radio Is Sound Only, Pengantar dan Prinsip Penyiaran Radio di Era Digital*. Jakarta: Broadcast Maga Publisher, 2013.
- Rachmiate, Atie. *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*, Bandung :Simbiosis Rekatama Media, 2007
- Riswandi. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Romli A. *Jadi Penyiar Itu Asik Lho*. Bandung: Nuansa, 2007, hal 102.
- Romli A. “*Dasar-Dasar Siaran Radio dan Basic Announcing*”, Bandung: Nuansa, 2009, hal 74-75.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi : Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Caps: Yogyakarta
- Triartanto, A. Yudo. *Broadcasting Radio Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2010.
- Terry, G.R. and Leslie, W.R. *Dasar- Dasar Manajemen*. Penerjemah A.Ticoalu, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Usman, Hundaeni dan P.S Akbar. *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta : Bumi Aksara, 2003.

Wahyudi, J.B, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1994.

Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Radio Siaran, Buku 1: Mengenal Medium dan Program Radio Siaran*, Yogyakarta : Gracia Book Publisher, 2012.

Wiyono, Sugeng &, Asti Musman. *Marketing Media Penyiaran Buku Sekedar Jual Kecap*, Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2011.

### **Skripsi**

Nugraha, Fajar, Willy, 2009. *Manajemen Siaran Musik Stasiun Radio REM FM di Universitas Semarang*.

Ramadlani , Surya, Ridla dan Anshori Mahfud, 2014 “Proses Pembuatan Program Kuis Radio” “ Kuis Kisah Teladan” di Radio Wijaya Kusuma (RWK FM) Klaten.

Lukas, Missionaris, 2006. *Manajemen Stasiun Radio Heartline FM Samarinda dalam Menjaring Pendengar Radio di Kota Samarinda*.

Sumber Wawancara

Daniel Anton Danang Sasongko (Admin & Direktur Program)

Jumadi (Pimpinan penyelenggara penyiaran)



# LAMPIRAN



TRANSKRIP WAWANCARA  
ANALISIS PRODUKSI PROGRAM RADIO KOMUNITAS PADA PROGRAM  
HIBURAN MUSIK  
(Studi Deskriptif Pada Program Siaran Hiburan Musik di Radio Love Jogja FM  
dan Radio Wijaya FM)  
TAHUN 2016

Karakteristik Narasumber:

Nama : Daniel Anton Danang Sasongko

Umur : 38 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Admin & Direktur Program

Interview di Love Jogja FM, 24 Agustus 2016

A. Perkenalan

1. Apa jabatan Anda di Radio?

Jabatan saya sih sebetulnya 1. Bagian admin dan 2. Direktorat program.

2. Sudah berapa lama Anda bekerja?

Kurang lebih 5th

3. Apa pekerjaan yang dilakukan di dalam program hiburan musik?

Banyak; bikin iklan, bikin program-program baru, terus juga training-training penyiar baru. Kayaknya semuanya saya kerjakan.

B. Tahap Pra-Produksi

1. Bagaimana awal mula tercetusnya program hiburan musik?

Tercetus itu karena jiwa muda tidak bisa hanya diajak dengerin radio tanpa musik dan musik pun genrenya pun paling tidak harus update lagu-lagu yang lagi top atau lagi nge hits.

2. Siapa target audience program hiburan musik?

Punya segmen beberapa macam. Ada segmen khusus kita keluarga sendiri, terus anak-anak sendiri, remaja itu kita batasi dari smp kelas 1 sampai sma. Untuk kalangan anak muda untuk kuliah ke atas kita juga punya. Jadi kita bagi beberapa segmen.

3. Apa saja yang dilakukan dalam tahapan pra produksi?

Dalam tahapan produksi kita bikin jinglenya terus kita bikin spot untuk iklan acaranya terus seringkali kita juga edit beberapa lagu. Karena lagunya kita pilihin. Lagu yang sekiranya kayak mengajak putus dengan pacarnya kita gak pakai. Kita sesuaikan dengan slogan radio kita, making life better, bikin hidup lebih baik. Jadi tidak mungkin kita mengajak, kamu punya pacar dua yang satunya cenderung ke aku yang satunya saja. Nah itu kita skip disitu. Jadi kita pilihin lagu. Begitu kita bikin program pasti pertama kali kita lakukan pasti ndengerin lagu. Oh ini lagu yang kira-kira pas masuk, enggak buang gitu.

4. Bagaimana produser Hiburan musik di radio mempersiapkan topik-topik yang akan diangkat?

Topik-topik yang diangkat paling seputar masalah remaja yang top. Misalnya kayak yang lagi booming masalah kemarin kayak rokok ya kita bahas rokok. Kenapa sih rokok menurut pendapatmu dinaikkan sama pemerintah harganya Rp.50rb. Nah, kita lihat dari data kemarin aku dapat bahwa di Australia itu ternyata itu harga rokoknya 500rb. Kenapa ditekan? Jadi kita angkat topik-topik yang terbaru, tapi yang ditekan itu kayak jangan sentuh narkoba, jangan sentuh seks bebas. Itu yang kita tema-temakan disitu. Jadi kita mengajak mereka untuk memiliki pola atau gaya hidup sehat.

5. Bagaimana cara pengumpulan informasi untuk Flash News (insert berita) di program Hiburan musik?

Kalau itu biasanya kita pakai internet terus sisi lain kita mungkin banyak. Karena kita disini kan banyak. Bisa jadi dari kreatifitas penyiar lain karena kan penyiar bukan hanya saya, mereka kadang wawancara dengan orang lain ya itu bisa jadi insert atau masukan-masukan wawancara dimasukin, bisa jadi.

6. Bagaimana proses pemilihan musik yang akan disiarkan dalam program Hiburan musik?

Ya itu tadi, kita saring satu-satu kita dengerin. Se ngetop topnya lagu, mungkin diradio lain menjadi rating belum tentu disini jadi rating.

Karena kita melihat isinya dulu. Kalau isinya percintaan tapi percintaannya bagus itu oke tapi kalau misalnya naksir tapi orangnya uda punya pacar dan suruh mutusin pacarnya kita tidak mau, itu tidak mendidik.

7. Alasan mendasar apa yang membuat program hiburan musik disiarkan setiap hari Senin – Jumat?

Alasan dasarnya ya supaya kita tidak sekedar masukin info, tapi dari lagupun orang bisa meresapi. Oh, kalimat lagunya bagus ya dan sebagainya biar pesan itu masuk gak sekedar informasi tapi dari segi lagupun bisa menjadi masukan.

8. Bagaimana cara menyeleksi penyiar untuk mengisi hiburan musik?

Kalau seleksi sih, kita mulai dari awal, mulai dari training terus kita kasih tahu bahwa slogan kita itu motto kita itu making life better. Jadi segala informasi tentang perselingkuhan terus artis apa dan sebagainya yang lagi booming tapi tidak mendidik itu kita skip. Kita cari informasi yang memberkati. Yang orang mendengar info itu iya ya. Jadi kita atau saya selalu kasih tahu ke orang-orang yang bergabung di sini kalau kita bisa berbeda kenapa kita sama dengan yang lain. Yang lain beritakan info soal menakutkan kenapa kita tidak sampaikan info yang membuat orang itu senang dan bahagia.

9. Apakah ada sejauh ini ada dampak positif yang dibawa oleh penyiar untuk radio?

Ada dampak positifnya, banyak. Kita lihat dari kita banyak mendapat banyak respon, ada yang datang ke sini dan mereka juga senang mendengar radio kenapa berbeda

10. Kendala apa yang ditemukan dalam tahapan pra-produksi?

Kalau kendalanya ya paling kurang sdm, karena biasanya ada yang mampu siaran tetapi tidak mampu untuk memproduksi, untuk sebelum siaran. Jadi kebanyakan selama ini saya yang handle jadi mereka (penyiar) terima jadi.

11. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

Ya, saya mulai satu persatu ngajari mereka. Meskipun kadanglagi sambil jalan nanya-nanya itu ya ndak papa. Jadi ya mengajari mereka satu persatu.

### C. Tahapan Proses Produksi

#### 1. Apa saja yang dilakukan dalam kegiatan proses produksi?

Kita biasanya itu, karena kan kita selalu bikin acara musik itu biar gak boring kita pasti pakai pinjem suara orang. Wawancara mungkin ke salah satu orang yang agak punya pengaruh di Jogja ya kita temuin, apa namanya untuk bikin spot dan jingle mereka terus untuk mendengarkan salah satu program acara terus juga pemilihan lagu dan pemilihan materi dan lain sebagainya.

#### 2. Bagaimana format siaran program Hiburan musik?

Format program musiknya seperti biasa jadi mengajak kita bukan hanya memposisikan kita bukan hanya penyiar, mutlak bukan hanya kamu mendengarkan aku siaran tetapi menjadikan pendengar itu sebagai sahabat jadi ngajak ngobrol biasa.

#### 3. Apa saja kendala yang ditemukan dalam tahapan produksi?

Tahapan produksi sih sering kali ya itu keterbatasannya yang pertama kali tadi ya sumber, kadang kita berpikir oh ini keren nih, tapi setelah kita jalani sumbernya gak ketemu, atau mungkin sumbernya ada tapi cuman orangnya yang gak bisa. Nah, jadi seringkali benturannya itu. Jadi kita meminimal mungkin yang bisa, kalau bisa disekitar kita saja.

#### 4. Bagaimana tahap program siaran hiburan musik?

Kalau tahap program yang selama ini tak kerjakan itu aku seringkali buat survei. Jadi seringkali aku pas keluar sambil jalan itu bikin survei. Temui tukang becak atau orang di pinggir jalantak tanyain, “Pak, jam sekian sampai jam sekian itu biasanya atau sukanya ndengerin apa?” oh gini, gini, gini terus dari survei itu misalnya suka dengerin musik, itu musiknya seperti apa? Biasanya dari situ masuk jadi input an dan dari itu tak(saya) olah sama temen-temen. Kayaknya kalau sore bagusnya kayak gini deh.

5. Bagaimana meningkatkan kualitas program?

Kalau meningkatkan program kita sering kali ngajakin beberapa orang yang bisa kita ajak talk show terus kita bikin kuis kita bikin hal hal yang seperti itu.

D. Tahapan Pasca- Produksi

1. Kegiatan apa saja yang dilakukan di dalam tahapan pasca produksi?

kegiatannya ya kita paling berdiskusi saling tukar ide, misalnya yang kemarin kita bawain seperti ini kok responnya kurang, ya kita ganti. Yang kurang-kurang itu dimana dan yang tidak bagus kita hilangkan

2. Apa saja yang dibahas dalam evaluasi program?

Yang dibahas biasanya soal ketepatan waktu terus informasi. Nah, informasi ini berkaitan biasanya mengena nggak ke pendengar sasaran, terus yang ketiga itu kita lihat responnya bagaimana. Kalau mereka hanya sekedar request lagu dan tidak ada tanggapan apa apa ya kita pertanyakan soal informasi. Jangan-jangan informasinya mereka gak ndenger. Kalau Cuma sekedar hanya say hello, say hello bisa jadi mereka pendengar boring. Jadi kita banyak kemungkinan-kemungkinan choice yang kita bangun disitu.

E. TOWS

1. Apa kelebihan program hiburan musik?

Kalau kelebihan itu biasanya kecenderungan karena itu biasanya kita full musik dan informasinya jauh lebih sedikit, kita minimalkan. Kalau kita punya informasi yang mungkin panjang lebar tapi kita apa namanya kita kecilkan scup skup itu dan point point saja yang kita sampaikan. Itu kelebihannya daripada acara-acara yang lain.

2. Apa kekurangan dalam program hiburan musik?

Ya seringkali banyak pendengar yang sebetulnya aktif denger tetapi ya mereka seringkali responnya kurang

3. Strategi apa yang dilakukan tim produksi dalam mengatasi kelemahan program hiburan musik?

Kalau kelemahan program musik itu, kalau sudah kayak gitu biasanya kita bikin kayak kuis, kayak mengajukan sebuah pertanyaan dan mereka cepet cepetan untuk jawab, atau kemarin kita baru mengadakan dalam waktu sebulan yang mendengarkan acara musik paling tidak mendengarkan 10 kali silahkan sms. Apa saja yang didapat, ketika tanggal ini sekian point point apa. Jadi kita lakukan untuk menarik pendengar.

4. Peluang apa yang dimiliki hiburan musik?

Kalau peluangnya kita banyak, seringkali kita bikin even masuknya ke situ. Kita bisa sampaikan kita punya even apa, terus kita punya sasaran kedepan kita punya program apa dan sebagainya

5. Tantangan apa yang dimiliki dalam memproduksi hiburan musik?

Kalau tantangannya sih yang jelas kita cuma kalah frekwensi dengan yang lain, jangkauannya. Karena kalau saya dengerin dari beberapa banyak radio yang di Jogja mereka punya skala musik yang besar, sedangkan jangkauan kita hanya 3-5km. Ya cuman itu.

(interview: jadi jangkauannya sedikit gt ya)

6. Program apa yang menjadi saingan hiburan musik?

Itu ada namanya program pagi namanya short of joy,itu informasi.Tapi kalau informasi itu umum jadi menyangkut berita berita, misal kayak gempa, misal pengkap sleman ada acara apa ada program apa. Tetapi kalau program hiburan musik, kita full musiknya

7. Strategi apa yang dilakukan dalam menghadapi program pesaing?

Ya kita gak katakan itu pesaing tapi kita saling melengkapi. Jadi, Pendengar bisa mendengar informasi dari program ini, terus dari program yang lain pendengar bisa mendengarkan musik yang mereka sukai di program musik. Jadi sepertinya saling melengkapi

8. Berapa banyak pendengar yang mendengarkan program hiburan musik?

Kalau musik rata-rata sampai hari ini itu kurang lebih sekali denger ada kurang lebih 100 orang dari mereka report, dari setiap kita siaran paling tidak ada 15-25 respon.

9. Bagaimana strategi produksi program hiburan musik di radio online dalam usaha meningkatkan jumlah listener (pendengar)?

Kita lagi ngerjain web untuk bisa distreaming karena sudah banyak yang minta distreaming khususnya mereka yang dulu pernah tinggal di jogja dengerin Love Jogja terus mereka pindah keluar Jawa, seringkali mereka nanya kapan bisa distreaming. Kita baru kerjakan. Dulu kita pernah punya server cuman yang ngurusin bukan aku, nah orangnya ternyata keluar, servernya mati tidak diurusin lagi ya kita mulai dari awal lagi. Kita dulu punya di [www.lovejogjafm.com](http://www.lovejogjafm.com) ketika orang ketik itu orang bisa langsung streaming. Tapi dulu yang ngurusin bukan saya terus begitu orangnya keluar dan tidak ada omongan langsung keluar waktu kita cek sudah tidak bisa server semuanya sudah blank sudah tidak bisa

10. Bagaimana pengaruh program hiburan musik terhadap program lainnya?

Kalau pengaruhnya saling melengkapi, terus kebanyakan mereka responnya bagus karena mereka kadang ada informasi yang mereka ga dapat diprogram-program yang lain dan mereka dapat di program informasi musik ini. Contoh kita baru bahas, salah satu orang yang nyanyi lagu apa kita kutip kata-katanya ternyata bagus kata-katanya.

Karakteristik Narasumber:

Nama : Jumadi

Umur : 42 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan :Pimpinan penyelenggara penyiaran

Interview di Wijaya FM, 25 Agustus 2016

A. Perkenalan

1. Apa jabatan Anda di Radio?

Saya sebagai Pimpinan penyelenggara penyiaran Radio Wijaya

2. Sudah berapa lama Anda bekerja?

Mulai dari tahun 2008 hingga sekarang kurang lebih 7 tahun

3. Apa pekerjaan yang dilakukan di dalam program hiburan musik?

Kalau saya hanya mengkoordinir temen-temen dari mulai pencarian berita, pembuatan berita hingga distribusi berita di siaran

B. Tahap pra-produksi

1. Bagaimana awal mula tercetusnya program hiburan musik?

Untuk program hiburan musik itu sudah mengalir, radio tidak mungkin hanya menyajikan berita saja, sudah pada umumnya radio harus menghadirkan musik

2. Siapa target audience program hiburan musik?

Audience musik sih semua dari kalangan berbagai usia, kalau radio itu tetap apapun programnya harus bisa menjangkau dari anak-anak sampai orangtua. Karena kita tidak tau yang mendengarkan. Segmennya kita bagi sendiri sendiri. Misalkan,minggu pagi itu untuk anak-anak. Tetapipada dasarnya semua yang kami siarkan bisa dikonsumsi mulai dari anak-anak hingga dewasa dan orangtua.

3. Apa saja yang dilakukan dalam tahapan pra produksi?



Yang disiapkan dalam persiapan pra produksi diantaranya yaitu menggali apa yang disukai oleh pendengar dan itu sudah menjadi program radio yang selanjutnya pengumpulan materi dan peralatan. Peralatan diantaranya yaitu recorder, terus editor, dan siapa yang membawakan atau penyiar.

4. Bagaimana produser hiburan musik di radio mempersiapkan topik-topik yang akan diangkat?

Selain terpatok dengan jadwal, kita juga ada konten-konten yang harus disiarkan. Bisa jadi mereka mencari sendiri atau informasi yang disampaikan masyarakat sekitar, bisa jadi juga kalau memang tidak ada kita mencari. Mencari dari referensi informasi-informasi di desa lalu dari internet yang jelas bisa dikonsumsi oleh masyarakat lokal saja

5. Bagaimana cara pengumpulan informasi untuk Flash News (insert berita) di program Hiburan musik?

Mulai dari penggalian data, atau penggalian informasi sehingga bisa langsung kita kemas menjadi sebuah berita, kita kemas dari pengalihan data, kita datang kelokasi kalau perlu terus kita jadikan sebuah berita untuk kita bacakan

6. Bagaimana proses pemilihan musik yang akan disiarkan dalam program Hiburan musik?

Kalau musik kita mengalir, misalkan program itu, misal jam malam jadwal kita acaranya campursari ya kita hadirkan lagu lagu campursari, informasinya dari berita yang sudah kita gali

7. Alasan mendasar apa yang membuat program Hiburan musik disiarkan setiap hari Senin-Jumat?

Hiburan musik harus mendominasi biar orang gak jenuh dengan informasi. Sekarang kemampuan otak manusia untuk mencerna informasi secara padat itu kan dari analisa temen-temen radio itu setidaknya tidak lebih dari 3 menit. Kalau dalam 3 menit kita tidak di refresh dengan apapun apakah itu dengan candaan ataupun dengan

musik jelas tidak mungkin orang mau, nanti tidak tersampaikan informasi itu/boring

8. Bagaimana cara menyeleksi penyiar untuk mengisi hiburan musik?

Kalau kita tidak ada seleksi, kita hanya ada pelatihan tetapi tidak kita seleksi. Kita mulai dari mereka enjoy dimana itu saja. Soalnya bukan radio swasta yang harus ada grade khusus atau mungkin kriteria kriteria khusus, kalau kita ya siapa yang mau siaran ya siaran aja cuman melalui pelatihan itu

9. Apakah ada sejauh ini ada dampak positif yang dibawa oleh penyiar untuk radio?

Kalau untuk radionya ya gimana ya mbak ya, soalnya radio kita bukan radio profit, kalau radio swasta mungkin pertanyaan seperti itu bila penyiar itu seperti ini, mungkin dampaknya ke radio itu jadi banyak iklan. Kalau kita kan tidak, kalau kita dampak positif ke radio itu kalau misal banyak orang mau bersiaran otomatis penyiar itu punya materi sendiri sendiri, kemampuannya sendiri sendiri jadi disitu radio ini cuman mendapat banyak pendengar kalau penyiarnya oke

10. Kendala apa yang ditemukan dalam tahapan pra produksi?

Kendalanya cukup banyak karena di radio komunitas itu beda radio swasta, karena mereka di gaji. kalau kita kadang kala banyak informasi yang kita sampaikan tetapi karena SDM yang masih sekolah, terkadang pemancar mati, dan berbagai hal kendala. Sehingga informasi kadang juga menumpuk, ya itu kendalanya. Jadi kendalanya terkait dengan peralatan, terkait dengan SDMnya yang kadang kala juga misalnya, anak-anak sedang ujian jadi ijin siaran sehingga informasi tidak tersampaikan. Kalau dari pengemasan informasi dan sebagainya temen-temen sudah terlatih

11. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

Kalau terkait dengan kendala sih, setidaknya kita ada link berita, misalnya kita ngambil ada informasi-informasi yang sudah kita rekam. Biasanya kayak gitu, jadi bisa kita sampaikan. Jadi rekaman

sebelumnya, jadi walaupun news tapi itu berita itu sudah agak terlambat meskipun belum basi. Biasanya kita memilih berita bisa kita siarkan ulang juga.

### C. Tahapan Proses Produksi

#### 1. Apa saja yang dilakukan dalam kegiatan proses produksi?

Proses produksi yang dilakukan ya setelah ada informasi yang kita kumpulkan kita edit buat menjadi sebuah berita, kalau itu sifatnya informasi yang sifatnya berulang biasanya kita rekam, tetapi kalau informasi itu hanya untuk sekali siar hanya kita tulis saja dalam skrip berita. Sudah bagian pemberitaan sudah menulis sudah, hanya diletakkan saja dimeja siar

#### 2. Bagaimana format siaran program siaran hiburan musik?

Kita bisa dengan telp live atau sms live kalau memang acara pop ya kita menuruti pendengar. Tapi, setidaknya kita menyiapkan beberapa lagu untuk kita putarkan disitu

#### 3. Apa saja kendala yang ditemukan dalam tahapan produksi?

Kendala sama seperti tadi, kalau dalam produksi hanya terkait dengan peralatan yang masih minimalis itu saja, karena penyiar juga produksi. Gak kok bagian produksi ya produksi. Jadi produksi kita buat bareng bareng, jadi kalau kendala sih yang penting temen-temen penyiar tidak ada kendala secara pribadi kita tidak ada kendala, kecuali peralatan pas lagi hank atau bagaimana

#### 4. Bagaimana tahap program siaran hiburan musik?

Untuk hiburan musik tahap siarannya ya paling kita mengkoleksi dari beberapa koleksi lagu, jenis musik, sudah kita pilah sendiri sendiri. Nanti ketika disitu dalam formasi hiburan musiknya itu reagege, otomatis penyiarnya sebelumnya sudah menyiapkan lagu lagu berirama reagege, terus nanti ketika dari pendengar itu menginginkan lagu a, b atau c itu kita putarkan gitu aja tapi kita sudah siapkan sebelumnya

#### 5. Bagaimana meningkatkan kualitas program?

Cara meningkatkannya, kita mencoba untuk memutar lagu lagu itu yang berkualitas dulu. Bukan kadang kala hanya yang menyangkut lagu itu hits atau tidak, lagu itu baru trend di masyarakat atau tidak kadang kala kita harus memahami lagu itu mendidik atau tidak. Lagu itu jorok atau tidak, selain itu juga kita berusaha untuk melengkapi lagu-lagu yang jadi memang disukai pendengar, itu upaya-upaya kami untuk melengkapi koleksi. Tetapi kita harus tetap ketat terhadap lagu-lagu yang layak putar

#### D. Tahapan Proses Produksi

##### 1. Kegiatan apa saja yang dilakukan di dalam tahapan pasca produksi?

Jadi kalau hiburan musik itu kan tidak produksi kan mbak, karena itu live semua. Jadi kalau produksi itu biasanya YLM itu produksi, berita itu produksi tetapi kalau hiburan musik kan kita tinggal memutar tidak produksi. Musik kadang kala diproduksi untuk YLM atau jingle tapi kita tidak produksi untuk musik itu

##### 2. Apa saja yang dibahas dalam evaluasi program?

Kalau evaluasi biasanya menyeluruh, kalau radio komunitas itu ada evaluasi manajemen jelas, selain itu pertahun itu ada evaluasi yang melibatkan pendengar atau melibatkan komunitas. Itu evaluasinya paling berarti bagi kami, evaluasi paling puncak yang harus kita jalankan yaitu evaluasi ditingkat pendengar, kita laksanakan itu bersifat tahunan. Keluhan mereka itu apa dan lain sebagainya.

#### E. TOWS

##### 1. Apa kelebihan program Hiburan musik?

Ya, kalau saat ini sih kalau kita nuruti pendengar mereka selalu menginginkan musik tanpa penyiar, tapi toh itu radio itu bukan hanya memutar musik, radio itu menyampaikan informasi. Musik hanya sebagai hiburan. Jadi kalau ada radio yang mengedepankan hiburannya saja mestinya itu kan tidak tepat. Radio itu harusnya informasi dan musik harus berimbang. Jadi terkait dengan hiburan musik itu, sulit lah mbak untuk ini, untuk musik itu bukan utama, penting sangat penting

dalam sebuah radio tetapi itu bukanlah tujuan. Tujuannya menyampaikan informasi, musik hanyalah selingannya. Walaupun kadang nonstop bisa 2jam atau 1jam sebetulnya bukan penyampaian musik. Kita bukan memperkenalkan seorang artis atau grup band ke masyarakat, tujuannya kan bukan itu, cuman musik itu sebagai selingan. Jadi program hiburan musik kalau diangkat saya kurang setuju. Kalau program hiburan itu menjadi sebuah program unggulan dalam sebuah radio, itu agak tidak setuju. Program talk show itu jadi unggulan, program lingkungan siaran tentang apa itu jadi unggulan itu ya, tapi kalau program hiburan musik misal nonstop lagu Roma Irama itu menjadi program unggulan musik radio itu saya kurang setuju termasuk juga teman-teman disini saya kira

2. Apa saja kekurangan dalam program Hiburan musik?

Dari mulai koleksi juga ya terbatas, koleksi musik dan lagunya, kalau kita harus menyiarkan semua jenis musik kita juga belum ada kemampuan. Paling kita ya, kalau lagu pop, pop baru, pop lama, campur sari, dangdut, reagege ada tapi kalau selain itu kita belum. Masih banyak yang belum terputarkan atau tersampaikan di sini.

3. Strategi apa saja yang dilakukan tim produksi dalam mengatasi kelemahan program Hiburan musik?

Kita berupaya untuk kita ambil segmen tersendiri, segmen yang kita sasar. Dari orang yang suka dangdut, orang yang suka campursari, ya dari situ. Jadi kita berupaya untuk mendekatkan ke masing-masing pendengar dari segmen usia, kita mengatasinya dari sisi lagu-lagu yang sedang hits, untuk mendekatkan dengan pendengar.

4. Peluang apa saja yang dimiliki program Hiburan musik?

Ya tentunya dengan musik kita bisa menyisipkan informasi

5. Tantangan apa yang dimiliki dalam memproduksi program Hiburan musik?

Tantangannya sih dari diri kita sendiri, dari visi misi dari sebuah radio. Jadi program hiburan musik bukan menjadi sesuatu yang posisinya

berada diatas, kalau kami seperti itu. Posisinya itu tidak kita pertimbangkan, posisinya itu bagaimana kita bisa menyampaikan informasi dan musik mengiringi informasi tersebut sehingga orang jadi enjoy disitu, orang jadi mendengarkan

6. Program apa yang menjadi saingan Hiburan musik?

Kalau musik di radio itu saya kira hampir tidak ada yang bisa mampu menyaingi ya mbak ya, program apapun itu. karena itu mendominasi di radio, kalau kita tidak bisa menyampaikan itu program hiburan musik bukan seperti itu tapi musik selalu ada dalam sebuah setiap tayangan. Paling kita dalam setiap minggunya selain musik kita kasih hiburan yang lain kayak wayang, ketoprak, biar selain hiburan musik ada hiburan-hiburan yang lain tetap masyarakat bisa mengkonsumsi

7. Strategi apa yang dilakukan dalam menghadapi program pesaing?

Justru kalau seperti itu kita bisa meliputi dari masyarakat misalkan acara yang lain misal, ketoprak, campur sari kadang kala live dari luar, biar orang mau juga mau mendengarkan kesenian jawa, budaya, biar musik itu tidak mendominasi mereka terus menerus mereka harus diperkenalkan ketoprak, karena tidak pasti laku kita harus berusaha mendekati pendengar dengan siaran-siaran langsung

8. Berapa banyak pendengar yang mendengarkan program Hiburan musik?

Secara spesifik kita tidak pernah studi lapangan, tapi kita hanya bisa melihatnya dari sms-sms yang masuk, jadi kalau dalam durasi 1 jam siaran itu ya kita hanya terbatas hanya 15-20 request lagu saja

9. Bagaimana strategi produksi program Hiburan musik di radio online dalam usaha meningkatkan jumlah listener (pendengar)??

Kita masih fokus disini, walaupun kita juga sering streaming, tetapi kita masih bersaing di analognya, karena ya memang memacu sebuah radio online itu sulit, karena internet itu bukan untuk mendengarkan. Jadi rata-rata dikonsumsi oleh masyarakat untuk dilihat, dibaca tidak untuk didengarkan, didengarkan pun harus dengan sambil melihat.

Jarang orang manjer internet terus didengarkan. Kita tidak perlu bersaing di internet online terkait dengan pendengar tadi dan saya lihat teman-teman radio yang lain juga seperti itu. Mereka mengesampingkan terkait online, yang penting tetap ada streaming, masalah itu mau didengarkan orang atau tidak. Tapi kadang kala kan Kalau radio swasta kan toh misal iklan itu, iklan kan tidak dari sini, misal sipemasang iklan memantaunya dari Jakarta, kita siarannya di Jogja. Jadi online itu hanya digunakan untuk hal-hal spesifik, tidak untuk meraih banyak pendengar

10. Bagaimana pengaruh program Hiburan musik terhadap program lainnya?

Program musik itu memang harus ada, karena program musik itu menjadi kayak identitas radio kalau kita tidak ada musik, ya otomatis radio itu tidak ada yang mau, mendengarkan. Memang sangat berpengaruh untuk musik itu sendiri