

**STRATEGI RADIO PERTANIAN CIAWI DALAM
PENYAJIAN PROGRAM NGOPI TANI UNTUK
MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA PENYIARAN**

SKRIPSI

DIMAS DWI DAMARA

044118167



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2022**

**STRATEGI RADIO PERTANIAN CIAWI DALAM
PENYAJIAN PROGRAM NGOPI TANI UNTUK
MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA PENYIARAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi

DIMAS DWI DAMARA

NPM : 044118167



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2022**

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI
SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Strategi Radio Pertanian Ciawi dalam penyajian program Ngopi Tani untuk Menghadapi Persaingan Media Penyiaran** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari peneliti lain telah disebutkan dalam teks yang dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, Juni 2022

Dimas Dwi Damara
NPM 044118167

**HALAMAN PERNYATAAN
ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : **Dimas Dwi Damara**
NPM : **044118167**
Tanda Tangan :
Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Dimas Dwi Damara

NPM : 044118167

Judul : Strategi Radio Pertanian Ciawi dalam Penyajian Program Ngopi Tani untuk Menghadapi Persaingan Media Penyiaran

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si

NIP/NIK : 1.0715 022 649

Pembimbing 2 : Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom

NIP/NIK : 1.0616 049 761

Pembaca : Dini Valdiani, M.Si

NIP/NIK : 1.1110 033 517

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Dr. Henny Suharyati, M.Si

NIK: 19600671990092001



Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn

NIK: 1.0113.001.607

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Skripsi ini berjudul “Strategi Radio Pertanian Ciawi dalam Penyajian Program Ngopi Tani untuk Menghadapi Persaingan Media Penyiaran” yang menjelaskan tentang strategi dari salah satu radio lokal yang ada di daerah Bogor yaitu Radio Pertanian Ciawi dalam menyiarkan program favorit yaitu Ngopi Tani agar bisa bersaing menghadapi media-media penyiaran lainnya untuk mempertahankan para pendengar.

Bogor, Juni 2022

Dimas Dwi Damara

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya sekaligus Ketua Sidang Skripsi yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun bagi peneliti.
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
3. Muslim, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
4. Dr. Sardi Duryatmo, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun bagi peneliti.
5. Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun bagi peneliti.
6. Dini Valdiani, M.Si selaku Penguji Utama yang telah memberikan masukan dan saran bagi peneliti.
7. Dede Rustandi sebagai *Key Informan* dari Radio Pertanian Ciawi, yang telah memberikan informasi selama proses wawancara.
8. Ichsan Yoga sebagai informan dari radio Agri FM, yang telah memberikan informasi selama proses wawancara.
9. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan dan dorongan kepada peneliti.
10. Amelia Pitria, Desti Abriyanti, Dinda Balqis Shanti, dan Suhardi sebagai rekan kuliah yang senantiasa berjuang bersama menggali ilmu.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

BIODATA

Nama : Dimas Dwi Damara
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 7 September 2000
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Batutulis Gang Balekambang RT/RW 07/04,
Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor
Alamat Email : dimasdwidamara33@gmail.com

Pendidikan Formal

1. SD Negeri Batutulis 2, Kota Bogor (2006-2012)
2. SMP: MTs Persatuan Umat Islam (PUI), Kota Bogor (2012-2015)
3. SMK Bina Informatika, Kota Bogor (2015-2018)
4. Perguruan Tinggi: S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor (2018-2022)

Pengalaman Organisasi

1. SinArt – SMK Bina Informatika Tahun 2017

Pengalaman Kerja

1. Praktik Kerja Lapangan di Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor Tahun 2016
2. Praktik Kerja Lapangan di Radio Pertanian Ciawi Tahun 2021
3. Usaha Kuliner Tahun 2019

ABSTRAK

DIMAS DWI DAMARA. 044118167. 2022. Strategi Radio Pertanian Ciawi Dalam Program Ngopi Tani Untuk Menghadapi Persaingan Media Penyiaran. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor, di bawah bimbingan: Sardi Duryatmo dan Intan Tri Kusumaningtias

Penelitian ini bertujuan menjelaskan tantangan yang dihadapi oleh radio, berupa persaingan antar sesama radio lokal di daerah Bogor. Tantangan serupa juga dihadapi oleh Radio Pertanian Ciawi 88,6 FM. Tujuan skripsi ini menjawab tiga pertanyaan yaitu: (1) Untuk menguraikan strategi produksi siaran program ngopi tani Radio Pertanian Ciawi. (2) Untuk mengetahui hambatan dalam produksi siaran program ngopi tani di Radio Pertanian Ciawi. (3) Untuk menjelaskan upaya untuk mengatasi hambatan dalam produksi program ngopi tani di Radio Pertanian Ciawi. Untuk mencapai tujuan itu, maka skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang terlibat dalam program ngopi tani dengan teknik pengumpulan data berupa: observasi, wawancara, dan dokumentasi. *Key Informan* yang digunakan peneliti adalah Dede Rustandi sebagai manajer program Radio Pertanian Ciawi, pendengar radio sebagai informan dan staf produksi yaitu Ichsan Yoga dari radio Agri FM sebagai Triangulasi.

Strategi manajemen program radio adalah seni, ilmu, teknik, dan proses pengelolaan program siaran radio yang disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh direktur program serta tim eksekutif radio. Strategi manajemen program radio diperlukan sebuah media radio untuk merencanakan bagaimana agar program yang disiarkan bisa menarik banyak pendengar dan iklan.

Hasil penelitian ini diperoleh dalam temuan penelitian dengan menggunakan 3 elemen strategi manajemen program menurut (Morissan) yaitu: Perencanaan Program, Produksi dan Eksekusi Program, serta Pengawasan dan Evaluasi. Pada elemen tersebut, strategi yang dilakukan oleh Radio Pertanian Ciawi dalam menyusun dan memproduksi program siaran ngopi tani antara lain adalah dengan cara mengatur agar program siaran ngopi tani mengacu pada konteks zaman yang tepat yaitu zaman dimana masyarakat harus mendapatkan informasi yang mengedukasi mengenai dunia pertanian melalui media massa radio dan internet, memperhatikan setiap detail yang terdapat pada program ngopi tani, membangun kerja sama tim produksi secara solid dan disiplin dengan mengadakan rapat redaksi, lalu pada saat produksi hal lain yang dilakukan pihak Radio Pertanian Ciawi yaitu melakukan promosi dengan cara membagikannya melalui media sosial, surat kabar, melakukan siaran langsung di platform *Youtube*, dan memasang iklan dan sponsor dalam acara resmi dari Kementerian Pertanian. Dengan cara tersebut pendengar mengetahui dan mendengarkan program-program Radio Pertanian Ciawi.

Kata Kunci: media penyiaran, ngopi tani, persaingan, radio pertanian ciawi 88,6 fm, strategi program siaran

ABSTRACT

DIMAS DWI DAMARA. 044118167. 2022 The Strategy of Radio Pertanian Ciawi in the Ngopi Tani Program to Face Broadcasting Media Competition.

Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Science Study Program, Pakuan University, under the guidance of Sardi Duryatmo and Intan Tri Kusumaningtias.

This study aims to explain the challenges faced by radio, in the form of competition between fellow local radio stations in the Bogor. A similar challenge is also faced by Radio Pertanian Ciawi 88.6 FM. The purpose of this thesis is to answer three questions, namely: (1) To describe the production strategy of the Ngopi Tani program of Radio Pertanian Ciawi. (2) To find out the obstacles in the production of ngopi tani program broadcasts at Radio Pertanian Ciawi. (3) To explain the efforts to overcome obstacles in the production of ngopi tani program at Radio Pertanian Ciawi. To achieve that goal, this thesis uses a qualitative approach, namely a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people involved in the ngopi tani program with data collection techniques in the form of: observation, interviews, and documentation. The key informants used by the author is Dede Rustandi as the program manager for Radio Pertanian Ciawi and production staff, radio listeners as informants, and namely Ichsan Yoga from Agri FM as triangulation informants.

Radio program management strategy is the art, science, technique, and process of managing radio broadcast programs prepared by the board of directors and implemented by the program director and the radio executive team. Radio program management strategy requires a radio media to plan how the broadcast program can attract a lot of listeners and advertisements.

The results of this study were obtained in research findings using 3 elements of program management strategy according to (Morissan), namely: Program Planning, Program Production and Execution, and Monitoring and Evaluation. In this element, the strategy adopted by Radio Pertanian Ciawi in compiling and producing a ngopi tani broadcast program, among others, is to arrange for the ngopi tani broadcast program to refer to the context of the right time, namely the era where people must get educational information about the world of agriculture through the media. mass radio and internet, pay attention to every detail contained in the ngopi tani program, build a solid and disciplined production team collaboration by holding editorial meetings, Then at the time of production, Radio Pertanian Ciawi did other things, namely promoting by sharing it through social media, newspapers, broadcasting *live* on the *Youtube* platform, and placing advertisements and sponsors in official events from the Ministry of Agriculture. In this way listeners know and listen to Radio Pertanian Ciawi programs.

Keywords: broadcast media, broadcast program strategy, competition, ciawi agricultural radio 88,6 fm, ngopi tani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
BIODATA	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	8
2.1.2 Tujuan Komunikasi	8
2.1.3 Fungsi Komunikasi	8
2.1.4 Unsur-unsur Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Massa	11
2.3 Media Massa	11
2.4 Radio	12
2.4.1 Karakteristik Radio	12
2.4.2 Jenis-jenis Radio	13
2.5 Media Massa Pada Era Digital	14
2.6 Strategi Produksi Siaran	14
2.7 Penelitian Terdahulu	20
2.8 Alur Berpikir	22
2.9 Definisi Konsep	22

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.4 Validitas Kredibilitas dan Dependabilitas Penelitian	28
3.5 Sumber Data	28
3.6 Key Informan dan Informan	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.8 Teknik Analisis Data	31

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Radio Pertanian Ciawi (RPC)	33
4.2 Deskripsi Program	38
4.3 Hasil Penelitian	39
Strategi Program Radio Pertanian Ciawi (RPC)	
4.3.1 Perencanaan	40
4.3.2 Produksi	47
4.3.3 Eksekusi	51
4.3.4 Pengawasan	53
4.4 Hambatan Radio Pertanian Ciawi Dalam Menyiarkan Program Ngopi Tani	56
4.5 Upaya Radio Pertanian Ciawi dalam Mengatasi Hambatan Program Ngopi Tani	58
4.6 Triangulasi	60

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran-saran	68

DAFTAR PUSTAKA	70
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	72
----------------------	-----------

TRANSKRIP WAWANCARA	74
----------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Radio Lokal Bogor.....	3
Tabel 1.2 Data Pendengar Radio Pertanian Ciawi 2017-2021.....	5
Tabel 1.3 Segmentasi Pendengar Radio Pertanian Ciawi	53
Tabel 4.1 Daftar Program Radio Pertanian Ciawi	37
Tabel 4.3.1 Rundown Materi Siaran Ngopi Tani edisi Maret 2022.....	45
Tabel 4.3.3 Jadwal Siaran Program Radio Pertanian Ciawi 2021	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Radio Pertanian Ciawi	34
Gambar 4.2 Logo Program Ngopi Tani	38
Gambar 4.3.2 Audio Mixer Yamaha MG16 XU	49
Gambar 4.3.2 Media Sosial Radio Pertanian Ciawi	50

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini mengalami kemajuan sangat signifikan. Sejak bergulirnya UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dunia penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti. Pertumbuhan penyiaran radio dan televisi di kota maupun di daerah meningkat sangat pesat. Adanya regulasi tersebut menjadi payung bagi eksistensi lembaga penyiaran swasta radio, sehingga memicu tumbuh-kembangnya radio swasta di berbagai daerah di Indonesia.

Media massa saat ini yang ikut berperan dalam menyajikan informasi kepada masyarakat luas adalah radio. Meskipun tidak lebih berpengaruh dari televisi, radio memiliki daya tarik sendiri bagi pendengar, dengan penyajiannya yang sederhana radio menjadi salah satu media yang cukup kompeten dalam menyampaikan informasi. Pada mulanya radio dikenal sebagai media hiburan bukan media informasi dan pendidikan, namun sejak bergulirnya era reformasi radio semakin bebas menyajikan berita dan informasi pada masyarakat. (Siswoyo, 2020)

Jumlah media massa di Indonesia mencapai 47.000 media dan media online mencapai 43.300, kemudian jumlah radio di Indonesia mencapai 674 stasiun. (*Jurnal Dewan Pers*, November 2018). Jika angka ini dijadikan sandaran dalam memetakan media *online* di Indonesia, maka betapa perkasanya dan sekaligus betapa rawannya media *online* ini. (Asep Setiawan, 2020)

Bila dibandingkan dengan semua media massa elektronik, radio adalah media massa elektronik yang paling murah, mudah digunakan, dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja. Radio telah menjalani proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti sekarang ini.

Dunia penyiaran terus berkembang sangat pesat tanpa mengenal batas dan wilayah berkat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi inilah arus informasi dapat berjalan sangat cepat, sehingga mampu meniadakan jarak ruang dan waktu.

Radio merupakan salah satu jenis media massa di masyarakat. Kini, radio digunakan sebagai salah satu media informasi, edukasi dan hiburan dalam masyarakat. Radio menjadi sarana informasi dan edukasi bagi masyarakat melalui berbagai berita yang disampaikan. Sebagai sarana hiburan, radio menyajikan program musik, drama, dan program hiburan lain. Radio memanjakan pendengarnya dengan memberikan variasi program. Siaran radio dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Variasi dalam program hiburan memberikan pilihan pada pendengar dan meningkatkan persaingan antara satu radio dengan radio lain.

Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio dan salah satu alat komunikasi yang sangat sederhana, murah, praktis serta dengan sifatnya yang tembus ruang memudahkan masyarakat masih tetap bisa mendengarkan walaupun dengan beraktivitas. Saat ini banyak sekali berdiri stasiun radio dengan berbagai macam program pilihan yang disuguhkan. Program acara antara lain program hiburan, musik, maupun berbagai informasi berita dan iklan komersil. Sehingga bagi seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati hiburan dan memperoleh banyak informasi dengan cepat, akurat dan mudah, tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Sehingga proses komunikasi antara radio dengan pendengar dapat dengan mudah dilakukan.

(Cicilia, 2012) mengungkapkan bahwa “Radio merupakan media massa yang menyampaikan isi pesannya berupa informasi, hiburan, berita, dan pendidikan dengan cara audio. Radio yang baik ialah radio yang keberadaannya dapat diterima oleh masyarakat dan isi siarannya banyak disukai oleh masyarakat luar pada umumnya dan beberapa pendengar tertentu yang menjadi sasarannya khususnya. Dalam melakukan siaran, seharusnya radio memiliki program acara yang sesuai selera pendengar, memiliki program unggulan, dan penyiar yang memiliki keistimewaan sendiri dalam berkomunikasi dengan pendengarnya”

Informasi yang disampaikan selintas melalui radio menjadi pengetahuan tentang suatu kejadian atau peristiwa, atau tentang pendapat seseorang, setidaknya pokok-pokoknya. Jika ingin mengetahui secara lebih luas dan lengkap, biasanya dapat diketahui melalui media cetak. Selain itu, beberapa stasiun radio sering melakukan wawancara yang mendalam dengan parah tokoh atau pakar dibidang tetentu. Informasi atau pesan yang telah

disebarluaskan tidak dapat diulang dan oleh karena itu informasi atau pesan yang disebarluaskan melalui radio lebih faktual dan akurat.

Saat ini radio sedang menghadapi tantangan persaingan di era digital. Radio bersaing dari segi konten siaran yang kreatif, inovatif dan informatif, radio juga saling berebut untuk mendapatkan iklan. Apabila radio tidak dikelola dengan baik maka dikhawatirkan lambat laun stasiun radio bisa berguguran atau bisa disebut tutup hanya karena tidak mendapat iklan maupun pendengar.

Penjelasan tersebut telah diaplikasikan pada media radio dan bisa disebut ekologi media. Seperti yang diungkapkan (Haryati, 2012) “Dalam ekologi media, media dipastikan berkompetisi dengan media lainnya, untuk mempertahankan sumber-sumber ekonomi bagi kelangsungan hidup mereka. Kompetisi juga menjadi salah satu faktor penting untuk meningkatkan kinerja media dalam meningkatkan suatu produk siaran”.

Media menurut McLuhan dikelompokkan ke dalam dua golongan temperatur, yaitu *hot media* dan *cool media*. Radio termasuk ke dalam kelompok *hot media*, dikarenakan media yang bersangkutan tidak menuntut khalayak untuk berimajinasi agar dapat memaknai suatu pesan. Radio telah menyediakan suara *background* dan pengatur *noise-level* untuk memenuhi kepuasan pendengar. (McLuhan, 2003).

Saat ini tingkat persaingan antar stasiun radio lokal khususnya di Bogor semakin ketat karena banyaknya radio yang beroperasi. Berikut beberapa radio lokal di daerah Bogor :

Tabel 1.1 Radio lokal di Bogor

No	Radio	Frekuensi
1	Radio Pertanian Ciawi (RPC)	88,6 FM
2	Radio Bogor Swaratama	87,8 FM
3	Radio Lesmana FM	100,1 FM
4	Radio Fajri FM	99,3 FM
5	Radio Elpas FM	94,1 FM

Sumber: *asianwaves.net*

Meluasnya keberadaan radio lokal di Indonesia mengindikasikan adanya situasi kompetisi yang semakin ketat antar radio siaran. Dalam situasi seperti ini

radio bisa dikatakan sebagai media yang tetap bertahan dan mampu bersaing di antara jenis media penyiaran yang ada. Maka dari itu, seorang pengelola stasiun radio dituntut untuk menyiarkan program-program acara yang menarik serta dapat diikuti oleh banyak pendengar. Pada mulanya radio merupakan suatu teknologi; setelah itu, barulah radio berperan sebagai alat pelayanan.

Berawal dari kompetitifnya persaingan dalam merebut pendengar tetap dan menjadi sumber informasi yang praktis dan terjangkau. Setiap stasiun radio memiliki khas tersendiri, sesuai dengan segmentasinya seperti Radio Pertanian Ciawi memiliki khas dalam menyajikan informasi pertanian *up to date* serta musik-musik yang menjadi favorit masyarakat pada saat ini. Karena dalam acara dan segmentasinya mengarah pada 17 sampai 30 tahun keatas dan sebagian, maka setiap stasiun radio memiliki target tersendiri dalam mengembangkan stasiun radio yang dikelolanya dengan menyesuaikan permintaan pendengarnya. Jadi Radio Pertanian Ciawi ini memiliki list program acara yang berbeda di setiap hari untuk disajikan kepada pendengar setia Sobat RPC..

Permasalahan serupa juga dihadapi oleh radio-radio yang ada di Bogor, salah satunya adalah Radio Pertanian Ciawi 88,6 FM, yang menjadi objek penelitian ini. Alasan peneliti memilih radio Pertanian Ciawi (RPC) karena sebagai salah satu radio pertanian di daerah Bogor yang berdiri di bawah naungan Departemen Pertanian tepatnya di Pusat Pelatihan Manajemen dan Kepemimpinan Pertanian (PPMKP) Ciawi. Lalu informasi mengenai dunia pertanian di daerah Bogor sangat terbatas dan hanya media tertentu, salah satunya Radio Pertanian Ciawi (RPC) ini. Lebih spesifik sebagai radio pertanian untuk memberikan informasi mengenai dunia pertanian melalui program-program yang disiarkan. Lalu alasan peneliti memilih program Ngopi Tani di Radio Pertanian Ciawi (RPC) ini adalah karena program ini menyuguhkan berbagai macam informasi dan topik pembahasan yang mengedukasi dalam dunia pertanian dengan narasumber yang bisa menginspirasi pendengarnya tentang perjalanan hidup sampai kesuksesan sebagai petani, serta tujuan dari program Ngopi Tani ini adalah untuk mengubah *mindset* pendengar terhadap para petani maupun bidang pertanian Indonesia karena, Indonesia merupakan negara agraris, tentu pertanian menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar di Indonesia.

Hal yang terjadi di setiap radio khususnya Radio Pertanian Ciawi (RPC) untuk saat ini adalah pengurangan pendengar. Jadi agar bisa kembali dalam memperebutkan pendengar, para pengelola radio harus berinovasi dalam memajemen program-program yang dimiliki stasiun radio.

Tabel 1.2 Data Pendengar Radio Pertanian Ciawi 2017-2021

No	Jumlah Pendengar	Tahun
1	894	2017
2	907	2018
3	883	2019
4	731	2020
5	546	2021

Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

Tabel 1.3 Segmentasi Pendengar Radio Pertanian Ciawi

No	Pekerjaan	Persentase
1	Petani	40%
2	Ibu Rumah Tangga	15%
3	Pelajar / Mahasiswa	30%
4	Karyawan	10%
5	Buruh	5%

Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

Sama seperti organisasi media massa lainnya, radio juga memiliki strategi dalam manajemen media yang bertugas dan bertanggung jawab atas suksesnya sebuah radio swasta. Manajemen sendiri memiliki arti suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain (Morissan, 2018). Strategi media disini memiliki fungsi perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, dan evaluasi program. Setiap media massa memiliki strategi sebagai upaya untuk mencapai target perusahaan. Strategi sendiri adalah suatu peranan aktif dan rasional untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi (Morissan, 2018).

Manajemen produksi di Radio Pertanian Ciawi (RPC) 88,6 FM ini seperti umumnya memiliki tiga tahapan dalam strategi program yaitu, perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, dan evaluasi

program. Tahapan tersebut juga termasuk kedalam teori yang di sebutkan oleh Morissan pada manajemen media penyiaran.

Berlandaskan pada latar belakang penelitian yang sudah peneliti uraikan di atas, yaitu adanya suatu tantangan yang dihadapi oleh stasiun radio, berupa persaingan antar sesama stasiun radio di daerah perkotaan. Tantangan serupa juga dihadapi oleh salah satu stasiun radio yang ada di Bogor, yaitu Radio Pertanian Ciawi (RPC) 88,6 FM. Untuk menganalisis permasalahan tersebut, dan upaya strategis apa saja yang perlu dilakukan oleh pihak Radio Pertanian Ciawi (RPC), peneliti melakukan analisis pada manajemen penyiaran berupa strategi dalam produksi program siaran di Radio Pertanian Ciawi (RPC). Oleh karena itu, peneliti mengajukan rencana penelitian dengan judul: **“STRATEGI RADIO PERTANIAN CIAWI DALAM PENYAJIAN PROGRAM NGOPI TANI UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA PENYIARAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pokok dalam penelitian ini adalah untuk menjawab : bagaimana strategi yang diambil oleh pihak Radio Pertanian Ciawi dalam menyusun program siaran yang disiarkan atau diproduksi dalam merespon tantangan dengan media penyiaran radio yang lainnya? Adapun rumusan masalah secara khusus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi produksi program Ngopi Tani pada Radio Pertanian Ciawi khususnya di era persaingan media penyiaran?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi Radio Pertanian Ciawi dalam memproduksi program Ngopi Tani?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja Langkah-langkah yang diambil oleh pihak Radio Pertanian Ciawi dalam mengelola program Ngopi Tani yang diproduksi. Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui strategi produksi program siaran Ngopi Tani pada Radio Pertanian Ciawi khususnya di era persaingan media penyiaran.

- b. Mengetahui hambatan yang dihadapi Radio Pertanian Ciawi dalam memproduksi program siaran Ngopi Tani

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai salah satu sarana untuk mengembangkan ilmu, khususnya ilmu di dunia Penyiaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pengelola Radio Pertanian Ciawi dalam memproduksi program-program siaran.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan, informasi, dan simbol yang dilakukan oleh antarindividu. Komunikasi juga berarti penyampaian pesan melalui komunikator kepada komunikan melalui media.

Komunikasi Menurut (Mulyana, 2012) komunikasi mengartikan kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis yang berarti "sama", communico, communicato, atau communicare yang berarti "membuat sama" (to make common)*. Komunikasi dilakukan oleh dua orang yang dimana mereka membuat kesepakatan makna dalam komunikasi tersebut, dan proses komunikasi akan terus berlanjut. Jika komunikasi yang dilakukan antara dua orang memiliki kesepakatan yang sama maka komunikasi tersebut efektif.

Komunikasi Menurut Cooley dalam (Suryanto, 2015) yaitu suatu mekanisme yang menimbulkan perkembangan pengetahuan hubungan manusia, semua lambang pikiran bersama, sarana untuk menyiarkannya dalam ruang dan merekam dalam waktu. Mekanisme ini mencakup ekspresi wajah, gerak-gerik, suara, kata-kata, tulisan, percetakan, telepon, dan sebagainya yang merupakan penemuan untuk menguasai ruang dan waktu.

2.1.1 Tujuan Komunikasi

Komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu dalam berkomunikasi. Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah pendapat (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut (Robbins, 2011) "terdiri dari kontrol, motivasi, ekspresi emosional, dan informasi".

a. Kontrol

Fungsi ini menjelaskan bahwa untuk mengontrol perilaku anggota

dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak. Organisasi memiliki hierarki otoritas dan garis panduan formal yang patut ditaati oleh karyawan. Contohnya adalah ketika seorang karyawan diwajibkan untuk mengomunikasikan segala keluhan yang berkaitan dengan pekerjaan kepada atasan langsung mereka atau saat karyawan diminta untuk mematuhi segala kebijakan yang telah dibuat oleh perusahaan.

b. Motivasi

Komunikasi menjaga motivasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada anggota mengenai apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka dan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekitarnya yang dinilai kurang baik.

c. Ekspresi emosional

Fungsi komunikasi ini adalah sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial. Sebagai contoh bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka adalah sumber utama interaksi sosial yang merupakan sebuah mekanisme fundamental dimana melalui anggotanya mereka menunjukkan rasa frustrasi dan rasa puas mereka.

d. Informasi

Komunikasi mempunyai peran sebagai pemberi informasi yang dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada.

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Definisi dari Harold Lasswell *dalam* (Mulyana, 2012) yang menjelaskan tentang komunikasi adalah “*Who Says? What in? Which channel? To Whom? With What Effect?*” ini dapat dijelaskan bahwa unsur komunikasi ada 5 unsur, yaitu:

- a. *Who Says* yaitu yang berarti siapa pelaku yang menyampaikan informasi atau sumber, atau komunikator.
- b. *What in* yaitu pesan atau isi informasi yang akan disampaikan.
- c. *Which Channel* yaitu saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi.

d. *To Whom* yaitu penerima pesan atau komunikan.

e. *With What Effect* yaitu apa yang terjadi pada penerima / komunikan setelah menerima pesan atau informasi dari sumber / komunikan.

(Nurudin, 2016) memaparkan unsur komunikasi termasuk 5 unsur di atas ditambah Umpan Balik dan Lingkungan, yaitu :

1. Komunikator

Semua kegiatan komunikasi berlangsung jika ada komunikator sebagai pembuat atau penyampai pesan. Komunikator juga sering disebut dengan pengirim pesan, sumber (source), encoder, pembuat atau pengirim informasi. Dilihat dari jumlahnya, komunikator bisa terdiri dari: satu, banyak atau lebih dari satu, massa.

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah penyampaian segala sesuatu (verbal atau non verbal) yang disampaikan pembuat pesan kepada penerima pesan. Pesan juga biasa disebut message, content, informasi atau isi.

3. Media

Media adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator ke komunikan. Jadi dalam proses komunikasi seseorang bisa tanpa menggunakan media (non media communication) yang biasanya dilakukan tatap muka / komunikasi langsung atau menggunakan media (mediated communication) contohnya melalui surat kabar, email, telepon dan lain – lain.

4. Komunikan

Komunikan adalah orang yang menjadi sasaran pesan yang dikirim. Komunikan bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara. Penerima biasa disebut dengan khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut audience atau receiver.

5. Efek

Efek atau biasa disebut pengaruh adalah apa yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Perbedaan antara apa yang dirasakan, dipikirkan, dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. Jadi pengaruh terjadi bukan hanya dalam perbuatan akan tetapi bisa dalam hal pengetahuan.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah informasi yang disampaikan melalui media massa. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti konser akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang. Media yang termasuk dalam media massa yaitu media cetak dan elektronik. Contoh dari media cetak yaitu brosur, majalah, dan koran sedangkan contoh dari media elektronik yaitu radio siaran dan televisi.

Komunikasi massa menurut Gebner *dalam* (Romli, 2016) yaitu “suatu produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia. Tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi yang dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat.”

Komunikasi Massa menurut Meletzke *dalam* (Romli, 2016) “yaitu setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikasi sebagai pihak penerima pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.”

2.3 Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi dan pesan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.

McQuail *dalam* (Morissan, 2018) mengatakan bahwa “media massa memiliki sifat yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.”

Media massa menurut (Cangara, 2014) yaitu “suatu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.”

Karakteristik Media Massa

- 1) Bersifat melembaga, yaitu pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni dari mulai pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- 2) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim, dan penerima.
- 3) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.
- 4) Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan.
- 5) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.

2.4 Radio

Radio adalah salah satu media massa yang menyampaikan informasi melalui suara kepada khalayak. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan.

Radio menurut Palapah dan Syamsudin *dalam* (Robbins, 2011) “merupakan hasil dari keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari suatu stasiun radio dan dapat diterima oleh perangkat radio dari rumah, telepon seluler dan sebagainya. Di dalam radio terdiri dari musik, background, dan didukung oleh suara atau kata-kata dari penyiar radio, maka radio akan menjadi hidup agar pendengar bisa menikmatinya.”

Radio menurut Rahanatha *dalam* (Romli, 2016) mengartikan radio sebagai teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal secara modulasi dan radiasi elektromagnetik.

2.4.1 Karakteristik Radio

Radio menurut (Astuti, 2017) memiliki beberapa karakteristik yaitu:

1) Auditori

Radio adalah “suara” untuk didengarkan dan bersifat sepiantas yang

tidak dapat diulang kembali. Pendengar tidak dapat mengulangnya lagi untuk kedua kalinya, tidak seperti koran yang dapat di baca berulang kali.

2) **Transmisi**

Proses penyebarluasannya atau proses penyampaiannya kepada pendengar melalui pemancar.

3) **Mengandung gangguan**

Sewaktu-waktu dapat terjadi gangguan secara teknis.

4) ***Theatre of mind***

Radio menciptakan gambaran yang tercipta melalui imajinasi pendengar dengan kekuatan suara dan kata. Radio merupakan seni memainkan imajinasi, pendengar hanya dapat membayangkan melalui imajinasi apa yang di kemukakan oleh penyiar bahkan sosok penyiar itu sendiri.

5) **Identik dengan musik**

Radio merupakan sarana termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

2.4.2 Jenis - Jenis Radio

Ada beberapa jenis radio menurut (Fachir Yusuf, 2016) yaitu:

1. Lembaga penyiaran public, yaitu lembaga penyiaran berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.
2. Lembaga penyiaran swasta, yaitu lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Radio Pertanian Ciawi ini termasuk ke dalam radio swasta.
3. Lembaga penyiaran komunitas, adalah radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh komunitas tertentu. Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.
4. Lembaga Penyiaran Berlangganan, merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum di Indonesia, yang bidang usahanya hanya

menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Jenis radio ini masih sangat jarang di Indonesia.

2.5 Media Massa Pada Era Digital

Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai “zaman pertama” media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya “ilmu komunikasi”, perdebatan publik mengenai spesifikasi sosial yang potensial dari “media” sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa saat ini. (McQuail, 2011)

Media massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah “*New Media*” telah digunakan sejak tahun 1960 dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Menurut Denis McQuail, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktifitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Memasuki era Digital, media massa bukanlah digitalisasi konten media ke *bit*, tetapi kehidupan yang dinamis dari “*new media*” isi dan hubungan interaktif dengan konsumen media itu sendiri. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dan alat-alat elektronik. Termasuk di dalamnya adalah *web*, *blog*, *online social network*, *radio online*, dan sebagainya dengan menggunakan komputer atau alat-alat elektronik lainnya. (Suryanto, 2018).

2.6 Strategi Produksi Program

Departemen program dan manajer program stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran.

(Morissan, 2018).

Morissan (2018:273) membagi beberapa strategi program siaran yang terdiri dari:

1. Perencanaan Program

Perencanaan Program menurut Pringle Star *dalam* (Morissan, 2018) bahwa perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya.

Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan pendengar yang terdapat pada suatu segmen pendengar berdasarkan demografi tertentu. Hal ini disebabkan karena radio hanya melayani satu segmen pendengar saja sepanjang hari siarannya. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

Perencanaan program biasanya menjadi tanggung jawab manajemen puncak pada stasiun penyiaran, utamanya manajer program dengan terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan juga manajer umum. Hal ini disebabkan program merupakan unsur yang sangat penting untuk menarik perhatian pendengar.

Merencanakan dan memilih program, maka bagian program biasanya akan berkonsultasi lebih dahulu dengan bagian pemasaran (*sales-marketing*). Hal ini mutlak dilakukan karena bagian pemasaran lah yang akan memasarkan program bersangkutan kepada para pemasang iklan. Dalam hal ini bagian program dan bagian pemasaran harus bekerja sama dengan baik.

Merencanakan dan memilih program merupakan keputusan bersama antara departemen program dan departemen pemasaran. Kedua bagian ini harus bahu-membahu menyusun strategi program terbaik, sekaligus bisa memasarkan iklan sebanyak-banyaknya. Jika tidak terdapat kesepakatan antara kedua bagian ini, maka pimpinan tertinggi stasiun penyiaran harus menengahi dan bertugas mencari jalan keluar

Perencanaan program melibatkan berbagai keputusan, tidak saja mengenai program itu sendiri namun juga berbagai aspek yang terlibat seperti nama program, cara penyajian program (kemasan) dan hal-hal yang terkait dengan pelayanan kepada pendengar dan pemasang iklan. Pendengar juga akan mempertimbangkan aspek-aspek, seperti kualitas, nama, kemasan program dan bahkan perusahaan yang berada di belakang suatu program yang kesemuanya membentuk persepsi pendengar terhadap program dan media bersangkutan.

2. Produksi Program

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. Media penyiaran dikenal oleh khalayak dari berbagai program yang ditayangkannya. Rata-rata stasiun radio melakukan siaran selama 20 jam dalam satu hari.

Program bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri. Jika program dibuat pihak lain, berarti stasiun penyiaran membeli program itu. Dengan demikian, dilihat dari siapa yang memproduksi program, maka terdapat dua tipe program yaitu program yang diproduksi sendiri dan program yang diproduksi pihak lain. Banyak sedikitnya jumlah program yang dibuat sendiri dan program yang dibeli sangat bervariasi di antara berbagai stasiun penyiaran. Pada umumnya, stasiun radio membuat sendiri sebagian besar programnya namun stasiun televisi lebih banyak mengandalkan pasokan program dari pihak lain.

Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi.

Kata kunci untuk memproduksi atau membuat program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Terkadang gagasan untuk membuat program dapat berasal dari

media massa, misalnya dari siaran radio, surat kabar, dan sebagainya. Media massa memberi ide untuk membuat program.

Kegiatan produksi program radio pada departemen stasiun radio dengan format apa pun mencakup bagian-bagian sebagai berikut:

Manajer Produksi, tanggung jawab utama manajer produksi adalah memproduksi iklan lokal, iklan layanan masyarakat dan mengawasi kualitas suara stasiun radio.

Music Director, tugas dari *music director* antara lain:

- a. Menambahkan dan mengeluarkan lagu-lagu yang akan diputar
- b. Mempersiapkan daftar lagu yang akan diputar serta mengawasi pelaksanaannya
- c. Mendengarkan dan memeriksa rekaman lagu atau musik baru, berkonsultasi dengan manajer program mengenai rotasi musik.

Penyiar, memiliki tanggung jawab antara lain:

- a. Mengantar rekaman lagu dan program
- b. Membacakan iklan-iklan, dan identifikasi stasiun
- c. Menyampaikan laporan atau informasi waktu
- d. Menjalankan peralatan *control room*.

News Director, memiliki tanggung jawab antara lain:

- a. Menentukan dan melaksanakan kebijakan pemberitaan dan program layanan masyarakat
- b. Mengawasi seluruh staf pemberitaan, memutuskan apa yang akan diliput dan bagaimana meliputnya
- c. Memilih topik serta tamu untuk program kemasyarakatan.

Reporter, tanggung jawab reporter biasanya mencakup mengumpulkan, menuliskan, dan melaporkan berita-berita lokal dan membacakan berita.

Target pendengar stasiun penyiaran lokal di daerah tentu saja masyarakat lokal setempat. Di Indonesia, strategi untuk mengangkat budaya lokal masyarakat atau nilai etnik terbukti berhasil menjaring banyak masyarakat pendengar radio.

3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai

rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan. Dalam hal ini, pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang optimal.

Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan. Dalam hal ini, pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara yang sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang paling optimal

Bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai pendengar yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan pendengar yang berbeda pula. Pembagian waktu siaran dengan menentukan jadwal penayangan suatu program acara ditentukan atas dasar perilaku pendengar, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu.

Pada prinsipnya siaran radio dan televisi harus dapat menemani aktivitas apa pun. Aktivitas pendengar pada umumnya memiliki pola yang sama pada setiap bagian hari, apakah pagi, siang, atau malam hari. Secara umum *programmer* membagi siaran yaitu: *prime time*, *late fringe time*, *all other time*, *day time*, *fringe time*.

Bagian program suatu media penyiaran harus menyadari suatu prinsip dasar dalam mengelola program siarannya bahwa setiap menit dalam setiap hari waktu siaran memiliki perhitungan sendiri. Ada pendengar untuk setiap waktu siaran selama 24 jam sehari dan ada persaingan untuk merebut pendengar itu dalam setiap menitnya. Program siaran tidak hanya bersaing dengan program siaran sejenis tetapi juga dengan media lainnya. Program

siaran juga harus bersaing dengan waktu makan, membaca buku, dan kegiatan pribadi lainnya yang dilakukan pendengar di rumah atau di mana saja.

Pengelola program idealnya akan berupaya agar pendengar dapat terus-menerus menonton acara yang disiarkan oleh media penyiaran bersangkutan. Namun pada kenyataannya tidak ada media penyiaran yang seluruh acaranya disukai oleh penonton maupun pendengar. Suatu media penyiaran mungkin memiliki acara populer yang banyak disukai publik tetapi bisa jadi terdapat lebih banyak acara-acara yang kurang populer atau mungkin ada acara baru sama sekali yang belum dikenal.

Salah satu strategi agar pendengar tidak pindah saluran adalah dengan menampilkan cuplikan atau bagian dari suatu acara yang bersifat paling dramatis, mengandung ketegangan, menggoda dan memancing rasa penasaran yang hanya bisa terjawab atau terpecahkan jika tetap mengikuti saluran itu. Dengan strategi ini, pendengar diharapkan tidak akan pindah saluran jika tidak ingin berisiko kehilangan momen atau gambar yang menimbulkan rasa penasarannya itu.

4. Pengawasan Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan.

Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Jika jumlah pendengar yang tertarik dan mengikuti program stasiun penyiaran lebih rendah dari yang ditargetkan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan pengenalan terhadap masalah dan memberikan pengarahan untuk dilakukan diskusi agar mendapatkan solusi. Hasil diskusi dapat berupa perubahan rencana misalnya revisi yang lebih rendah dari ekspektasi sebelumnya atau Tindakan lain yang akan dilakukan untuk dapat mencapai

target semula.

Aktivitas ini juga dilakukan penilaian terhadap hasil-hasil produksi dibandingkan dengan *input* yang ada dan *output* yang dihasilkan, di dalam dunia penyiaran, ada dua langkah melakukan pengendalian yaitu sebelum materi disiarkan (*feedforward system*) dan setelah materi disiarkan (*feedback system*). *Feedforward system* digunakan untuk melakukan koreksi baik pada perencanaan maupun proses pelaksanaan sebelum program berjalan, sedangkan *feedback system* digunakan untuk lebih menyempurnakan langkah-langkah berikutnya agar siarannya dapat lebih baik dan kesalahan yang terjadi tidak terulang lagi.

2.7 Penelitian Terdahulu

1. Safa'atun, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan Judul: Strategi Komunikasi Radio Dais 107,9 FM Semarang Dalam Siaran *Streaming* 2015. Bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti, yaitu peneliti mengkaji mengenai Strategi Radio Pertanian Ciawi dalam penyajian Program Ngopi Tani untuk menghadapi persaingan media penyiaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas tentang strategi radio dalam siaran.

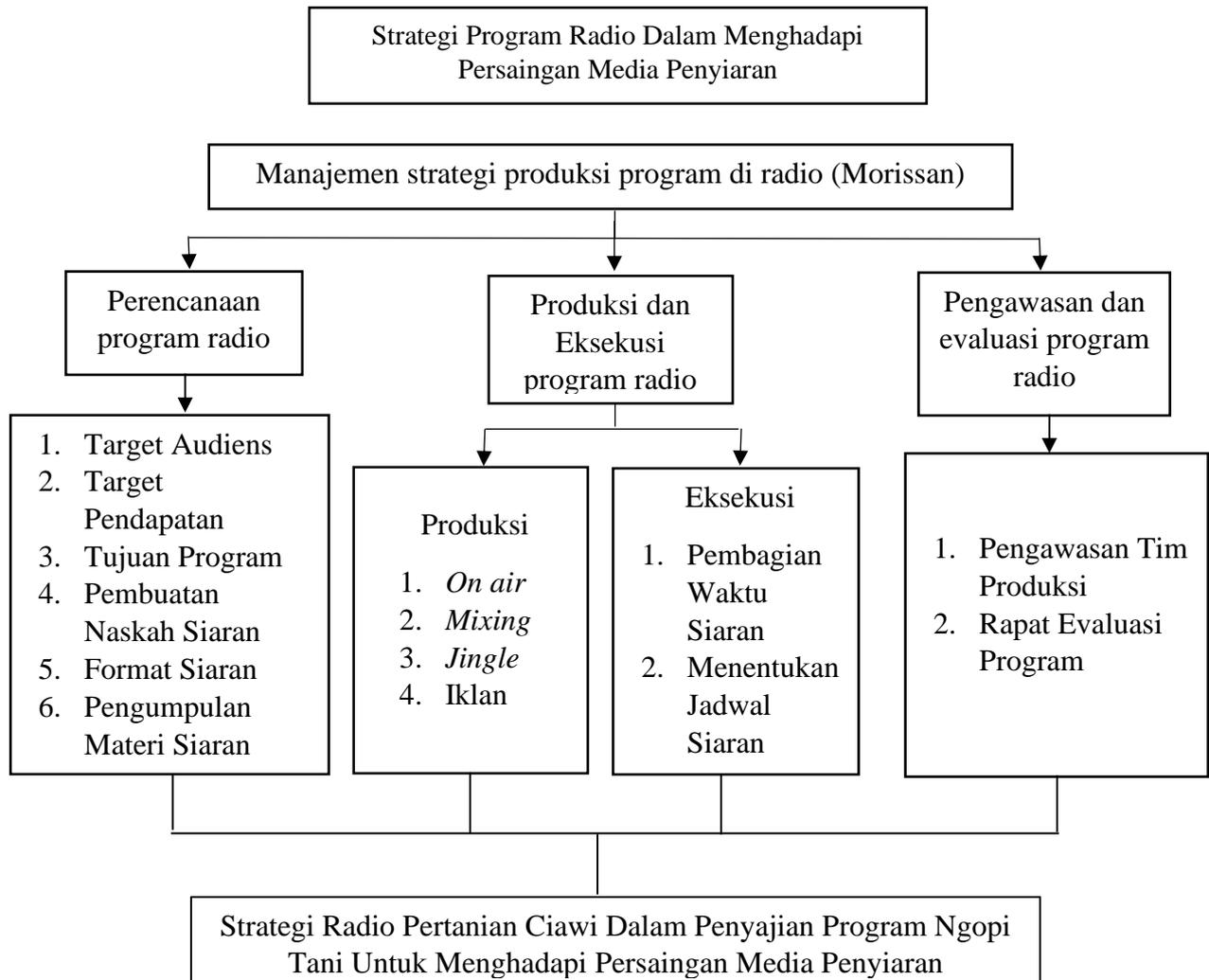
2. Firmansyah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thana Saifuddin Jambi, dengan judul : Strategi Produksi Siaran Dalam Menghadapi Persaingan Media (Studi di Radio Eldity 95,2 FM Jambi). Bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Persamaan dan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini, yaitu peneliti mengkaji tentang strategi Radio Pertanian Ciawi Dalam Penyajian Program Ngopi Tani. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai strategi radio dalam menghadapi persaingan.

3. Maulidar, Universitas Teuku Umar (UTU) Meulaboh – Aceh Barat, dengan judul: Strategi Pemograman Radio FAS 103, 7 FM Untuk Menarik Minat Pendengar (studi kompleks ADB 1, Alue Peunyareng, Aceh Barat). Bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Persamaan dan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini, yaitu peneliti mengkaji tentang Strategi Radio Pertanian Ciawi Dalam Penyajian Program Ngopi Tani Untuk Menghadapi Persaingan Media Penyiaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai strategi pemograman atau program siaran radio.

4. Khusnul Inayah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan judul: Manajemen Program Siaran Radio Swara Panrita Lopi FM Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Program Ayo Dengar Radio. Bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Persamaan dan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini, yaitu peneliti mengkaji mengenai Strategi Radio Pertanian Ciawi Dalam Penyajian Program Ngopi Tani Untuk Menghadapi Persaingan Media Penyiaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai strategi dalam suatu manajemen radio.

2.8 Alur Berpikir

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan alur berpikir yang akan dijelaskan melalui bagan di bawah ini:



Gambar 2.8 alur berpikir penelitian menggunakan teori Morissan

2.9 Definisi Konsep

Adapun definisi konsep dari alur berpikir di atas yaitu:

1. Strategi Program

Strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan program adalah program yang berisi informasi atau rangkaian pesan dalam bentuk suara dan gambar. Jadi, Strategi program merupakan suatu taktik atau perencanaan suatu program yang nantinya akan di siarkan langsung kepada pendengar.

Strategi program biasanya meliputi: Perencanaan, Produksi, Pengawasan dan Evaluasi.

2. Persaingan

Persaingan adalah suatu kompetisi yang dilakukan oleh seseorang, sekelompok orang, dan perusahaan-perusahaan komersial untuk mengembangkan produk agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif. Radio bersaing untuk bisa mendapatkan pendengar maupun iklan-iklan komersil agar radio bisa terus hidup di dunia penyiaran.

Tujuan dari adanya persaingan agar bisa mendapatkan sesuatu, tujuan dan keuntungan bagi perusahaan-perusahaan komersial.

3. Media Penyiaran

Media penyiaran adalah organisasi yang menyebarkan informasi atau rangkaian pesan yang berupa produk siaran seperti program siaran yang mempengaruhi khalayak. Media yang termasuk dalam media penyiaran yaitu, televisi dan radio.

Media Penyiaran seperti televisi dan radio, bisa dikelompokkan sebagai media yang bisa menjangkau banyak khalayak.

4. Radio

Radio adalah salah satu media massa satu arah yang berperan untuk menyampaikan informasi atau pesan berupa suara yang dikirim melalui sinyal pemancar dan diterima oleh pendengar radio.

Sampai saat ini ada beberapa jenis radio antara lain: Radio AM, Radio FM, Radio internet, Radio satelit, dan Radio Berdefinisi Tinggi (HD Radio).

5. Perencanaan Program

Perencanaan program adalah suatu kegiatan yang mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program.

Dalam perencanaan program diantaranya meliputi: pemilihan format program, isi program, sasaran pendengar, dan lain sebagainya.

6. Target Pendengar

Target pendengar adalah sekelompok orang yang menjadi sasaran untuk mendengarkan radio. Karena radio punya kepentingan untuk mendapatkan dan

menambah jumlah pendengar, maka target pendengar ini lebih kepada target pendengar yang ingin disasar untuk menjadi pendengar sebuah stasiun radio.

7. Target Pendapatan

Target pendapatan adalah sasaran pendapatan yang dihasilkan dari pemasangan iklan maupun promosi barang atau jasa melalui program-program radio yang telah disiarkan.

8. Tujuan Program

Tujuan program adalah untuk mempromosikan, memperkenalkan sebuah program-program yang diproduksi oleh stasiun radio kepada pendengar.

9. Pembuatan Naskah Siaran

Pembuatan naskah siaran radio adalah sebuah proses pembuatan naskah siaran yang dikerjakan khusus oleh *script writer* dan diberikan kepada penyiar untuk menyampaikan naskah yang telah dibuat agar siaran radio berjalan dengan lancar dan efektif.

10. Format Siaran

Format siaran adalah bentuk keseluruhan dari program-program siaran di sebuah stasiun radio yang berupa *talk* radio, radio berita, dan radio musik.

11. Pengumpulan Materi Siaran

Pengumpulan materi siaran adalah proses pengumpulan materi siaran yang sudah dibuat oleh *script writer* dan dikumpulkan kepada pimpinan program agar materi siaran diperiksa terlebih dahulu sebelum dibawakan oleh penyiar.

12. Produksi dan Eksekusi Program

Produksi program adalah sebuah proses produksi yang menghasilkan materi berbentuk audio maupun visual untuk suatu program. Materi dihasilkan oleh sekelompok orang yang sesuai dengan departemen produksi.

Eksekusi program adalah kegiatan menayangkan program sesuai dengan pembagian waktu, strategi pada saat penayangan program, dan rencana materi yang sudah ditetapkan.

13. *On Air*

On air adalah proses produksi program yang disiarkan dan dilaksanakan dalam rutinitas radio seperti siaran langsung (*live*) maupun hasil rekaman (*tapping*).

14. *Mixing*

Mixing adalah proses pembuatan, penggabungan suara, dan mengatur suara yang dihasilkan dari penyiar maupun musik dalam berlangsungnya program radio.

15. *Jingle*

Jingle adalah klip audio pendek dalam siaran radio yang digunakan untuk promosi radio.

16. Iklan

Iklan adalah salah satu media yang dipublikasikan dan bertujuan untuk mempromosikan suatu produk berupa audio yang disiarkan oleh radio.

17. Pembagian Waktu Siaran

Pembagian waktu siaran adalah proses pembagian waktu siaran pada program-program yang dimiliki oleh stasiun radio sesuai dengan waktu aktivitas pendengar.

18. Menentukan Jadwal Siaran

Menentukan jadwal siaran adalah proses menentukan jadwal program siaran dalam waktu tertentu sehingga program-program bisa terus disiarkan setiap hari.

19. Pengawasan Program dan Evaluasi

Pengawasan program adalah kegiatan produksi yang harus sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Pengawasan program biasanya meliputi: cara penyampaian informasi dari penyiar kepada pendengar.

20. Pengawasan Tim Produksi

Pengawasan tim produksi adalah proses pengawasan terhadap tim produksi yang sedang menyiarkan program guna melihat sejauh mana tim produksi sukses untuk menyiarkan program radio.

21. Rapat Evaluasi Program

Rapat evaluasi program adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh semua tim produksi untuk melihat sejauh mana program yang disiarkan.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Jane Richie *dalam* (Moleong, 2017:6), penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Menurut Denzindan Lincoln *dalam* (Moleong, 2017:5), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dari penjelasan di atas, dapat disintesis bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan pengalaman lainnya (Moleong, 2017:6).

Penelitian yang akan peneliti lakukan bersifat analisis deskriptif dengan objek penelitiannya adalah manajemen penyiaran strategi produksi program ngopi tani di Radio Pertanian Ciawi (RPC) 88,6 FM.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Radio Pertanian Ciawi (RPC) 88,6 FM tepat di Jl. Raya Puncak KM.11 Komplek Mega – PPMKP Bendungan, Ciawi-Bogor.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah tim produksi atau lebih tepatnya manajer program Radio Pertanian Ciawi (RPC) 88,6 FM sebagai stasiun radio yang menyiarkan program “Ngopi Tani”. Subjek selanjutnya adalah pendengar yang mendengarkan Radio Pertanian Ciawi. Sedangkan untuk objek Penelitian adalah Strategi Program Ngopi Tani, Radio Pertanian Ciawi (RPC) 88,6 FM.

3.4 Validitas Kredibilitas dan Dependabilitas Penelitian

Kredibilitas studi kualitatif terletak pada keberhasilannya mencapai maksud mengeksplorasi masalah atau mendeskripsikan setting, proses, kelompok, social atau pola interaksi yang kompleks. Deskripsi yang mendalam menjelaskan kemajemukan dalam aspek-aspek yang terkait dan interaksi dari berbagai aspek menjadi salah satu ukuran kredibilitas pada penelitian kualitatif (Poerwandari : 2005). Salah satu cara yang paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi.

Penelitian ini melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber. Menurut Moleong (2017:331), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi memiliki arti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian dengan cara observasi, pencatatan dan wawancara dengan informan, oleh karena itu untuk mendapatkan data yang valid dan ada kecocokan satu sama lain, peneliti mengadakan triangulasi sumber data melalui pemeriksaan terhadap sumber lainnya yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

3.5 Sumber Data

Sumber Data Menurut Lofland dan Lofland *dalam* (Moleong, 2017:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, dengan data tambahan seperti dokumen dan data lainnya. Data yang ada dalam

penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari *key* informan dan informan secara langsung serta data sekunder yang bersumber dari penelitian terdahulu.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah manajer program Radio Pertanian Ciawi (RPC) dan pendengar Radio Pertanian Ciawi (RPC).

3.6 Key Informan dan Informan

Key informan dan informan

Key informan Menurut Maudi & Susilowati *dalam* (Pramelani & Lestari, 2019) adalah Orang utama yang merupakan kunci diharapkan menjadi narasumber atau informan kunci dalam suatu penelitian.” Dan informan adalah “seseorang yang bertindak sebagai pembantu peneliti, tetapi ia berasal dari atau menjadi anggota kelompok yang diteliti.”

Key Informan

1. Manajer Program Radio Pertanian Ciawi (RPC)

Peneliti memilih manajer program Radio Pertanian Ciawi (RPC) yaitu Dede Rustandi sebagai *key* informan karena memahami betul program-program siaran di Radio Pertanian Ciawi (RPC).

Informan

1. Pendengar Radio Pertanian Ciawi (RPC)

Peneliti memilih pendengar Radio Pertanian Ciawi (RPC) sebagai informan karena mereka menerima informasi, berita dari Program Ngopi Tani yang disiarkan oleh Radio Pertanian Ciawi (RPC).

2. Kepala Staf Produksi Program Agri FM

Peneliti memilih staf produksi Agri FM yaitu Ichsan Yoga sebagai triangulasi karena sudah memahami betul mengenai semua kegiatan program Agri FM.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data di mana peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan dalam situasi alamiah atau lapangan.

Peneliti menggunakan Metode ini karena dapat menjelaskan bagaimana suatu peristiwa terjadi dan dapat menguji kualitas kebenarannya dan memperkirakan mengapa sesuatu terjadi. Metode ini digunakan dengan menyaksikan langsung proses siaran dan mencatat sesuatu yang berhubungan dengan strategi siaran program ngopi tani di Radio Pertanian Ciawi (RPC).

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara yakni sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Hal ini dilakukan untuk menggali data, alasan, opini atas sebuah peristiwa, baik yang sudah maupun yang sedang berlangsung.

Dalam teknis pelaksanaannya peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis memilih wawancara terstruktur karena bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai strategi yang dilakukan pihak Radio Pertanian Ciawi (RPC) dalam melakukan penyajian program Ngopi Tani. Kegiatan wawancara ini akan dilakukan secara terus menerus sampai data yang didapat dirasa sudah cukup untuk bahan yang diperlukan dalam penelitian ini. Data yang didapat dari hasil wawancara tersebut akan diolah oleh peneliti untuk menunjang penelitian yang dilakukan.

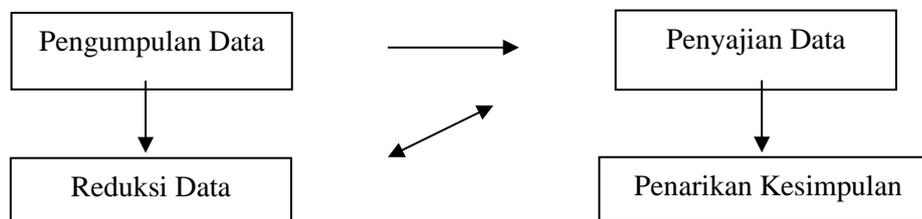
3. Dokumentasi

Teknik ini digunakan ketika mencari data dari subjek yang berupa tulisan. Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis, seperti: surat, buku, catatan harian, majalah, surat kabar, notulen rapat, daftar nilai, dan sebagainya. (Yahya, 2010: 125). Dalam teknik dokumentasi peneliti mendapatkan dokumen-dokumen tentang sejarah Radio Pertanian Ciawi, profil Radio Pertanian Ciawi, struktur organisasi dan sebagainya yang ada di Radio Pertanian Ciawi (RPC).

Penulis memilih dokumentasi karena kebutuhan peneliti akan pengetahuan mengenai penelitian berdasarkan sumber atau data-data yang sudah ada sebelumnya.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis data Model Miles dan Huberman (1986), *dalam* (Iskandar, 2013) yaitu bahwa analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang selalu disusun dalam sebuah teks yang diperluas atau yang di deskripsikan. Oleh karena penelitian tersebut bersifat kualitatif, maka dilakukan analisis data. Adapun model analisis data Miles dan Huberman sebagai berikut :



Gambar 3.7 Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman 1986

A. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Proses analisis data pertama yang dilakukan oleh peneliti ialah mencari data-data dari berbagai sumber yang berhubungan dengan manajemen redaksional pemberitaan di Radio Pertanian Ciawi (RPC). Langkah pertama yang harus dilakukan peneliti adalah menentukan tema dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Lalu peneliti memberikan surat izin meneliti objek kepada Radio Pertanian Ciawi (RPC). Setelah mendapat persetujuan, peneliti menentukan dan memilih subjek-subjek penelitian yang dapat memberikan informasi sesuai pertanyaan yang sudah disiapkan. Langkah selanjutnya peneliti akan melakukan wawancara dengan subjek informan dan mengumpulkan dokumentasi yang dapat mendukung data penelitian. Data-data yang diperlukan seperti sejarah berdirinya Radio Pertanian Ciawi (RPC), visi dan misi radio, struktur organisasi radio, data-data penyiar radio, program acara, dan segmentasi pendengar radio.

B. Reduksi data (*Data Reduction*)

Proses pemilihan, penyederhanaan, pemisahan data yang sudah diperoleh dari catatan-catatan tertulis dan wawancara dengan subjek di lapangan. Hal ini

dipisahkan sesuai dengan kebutuhan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Catatan mengenai data dapat dibuat sepanjang satu kalimat atau beberapa paragraph. Dan yang terakhir peneliti menyusun konsep serta penjelasan yang berhubungan dengan tema yang telah dipilih.

C. Penyajian Data (*Display*)

Pada langkah ini dilakukan penyusunan data yang berhubungan satu sama lain. Dalam hal ini seperti pada manajemen redaksional pemberitaan dilakukan melalui enam tahap, yaitu pencarian fakta, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan evaluasi. Disajikan dengan dukungan pernyataan dari sumber informan yang sudah diwawancarai dan dokumentasi yang sudah dikumpulkan.

D. Penarikan Kesimpulan

Langkah yang terakhir setelah dilakukan penyajian data dengan uraian yang didukung oleh pernyataan sumber informan. Peneliti masih harus konfirmasi kebenaran, ke kokohan dan kecocokan kesimpulan yang dibuat untuk sampai pada kesimpulan final mengenai Stategi Radio Pertanian Ciawi dalam program Ngopi Tani untuk menghadapi persaingan media penyiaran.

Data yang telah terkumpul dari subjek penelitian, kemudian dalam reduksi data dilakukan proses pemilihan data yang berlangsung secara terus-menerus selama penelitian. Selanjutnya pada penyajian data merancang sekumpulan informasi yang tersusun dalam bentuk padu agar selanjutnya dapat ditarik kesimpulannya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Kegiatan analisis data ini merupakan proses siklus dan interaktif sehingga berlangsung secara terus menerus selama penelitian.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Radio Pertanian Ciawi (RPC)

Sejarah Radio Pertanian Ciawi

Radio Pertanian Ciawi adalah stasiun radio yang berdiri di bawah naungan Departemen Pertanian tepatnya di lembaga Pusat Pelatihan Manajemen dan Kepemimpinan Pertanian (PPMKP) Ciawi. Radio Pertanian Ciawi berdiri pada tanggal 6 Februari 2004 dan langsung mengudara pada bulan Februari di frekuensi 88,6 FM. Awal mula ide mendirikan Radio Pertanian Ciawi muncul saat dengar pendapat di Komisi IV DPR pada tahun 2003. Berdasarkan keputusan bersama dari kegiatan tersebut, muncul lah gagasan bahwa diperlukan suatu media untuk menyebarluaskan informasi program dari Departemen Pertanian yaitu mendirikan sebuah radio penyiaran.

Saat ini Radio Pertanian Ciawi sudah mempunyai izin dari Dishub Provinsi Nomor 482/30/BPSFR/2009 April 2009 untuk AM di frekuensi 846 KHz dan mengikuti EDP (Evaluasi Dengar Pendapat) dan FRB (Forum Rapat Bersama) sehingga saat ini sudah mempunyai Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada bulan Januari 2007. Saat ini RPC sudah mendapatkan Izin Siaran Radio (ISR) dari Kemenkoinfo RI. Untuk itu perlu dibuat bahan Evaluasi Uji Coba Siaran (EUCS) untuk mendapatkan izin Prinsip Penyiaran.

Visi dan Misi Radio Pertanian Ciawi (RPC)

Visi

“Menjadi Suara Hati Masyarakat Pertanian”

Misi

1. Mengembangkan kualitas Sumber Daya Manusia dalam bidang pertanian
2. Membangun jejering kerja masyarakat pertanian
3. Menyuarakan aspirasi petani dan masyarakat secara objektif
4. Menginformasikan atau mensosialisasikan kebijakan pemerintah dalam bidang pembangunan pertanian secara efektif
5. Menjadi Mitra Usaha terpercaya bagi para pelaku agribisnis
6. Menjadi media hiburan bagi pendengar

Logo Radio Pertanian Ciawi (RPC)



Gambar 4.1 Logo Radio Pertanian Ciawi

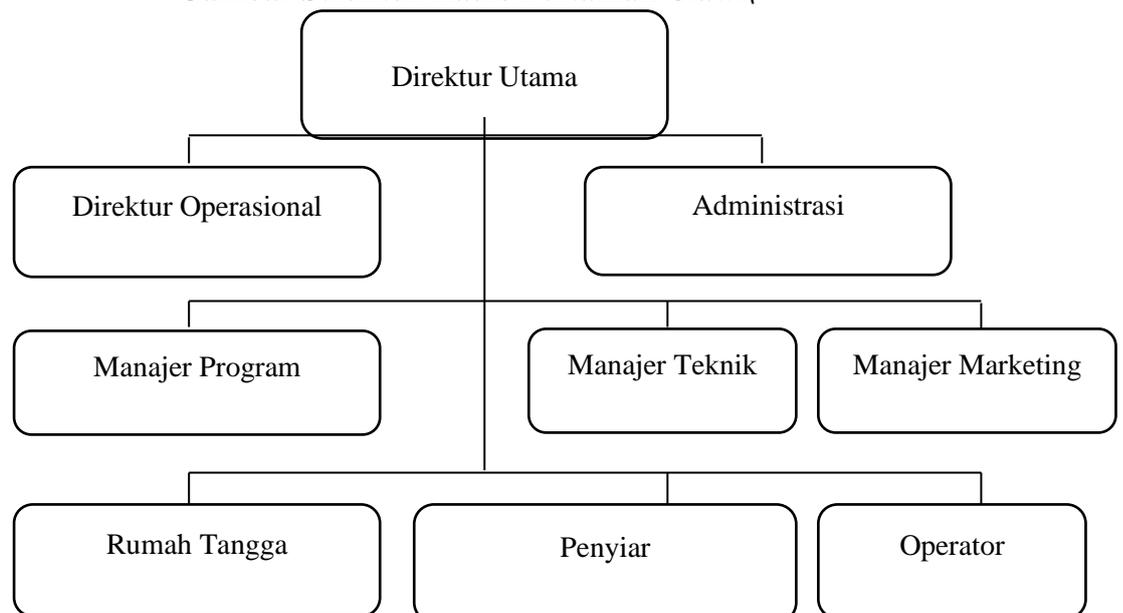
Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

Dalam sebuah instansi radio maupun televisi pasti memiliki logo sebagai identitas dari instansi tersebut, di setiap logo instansi memiliki makna tersendiri bagi instansi tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Manajer Program, Dede Rustandi mengenai makna dalam logo Radio Pertanian Ciawi, yaitu:

“Makna dalam logo Radio Pertanian Ciawi terdiri dari 3 huruf, salah satunya huruf “R” yang berwarna hijau dan berbentuk daun. Huruf “R” tersebut memiliki makna pertanian dikarenakan memang ciri khas dari Radio Pertanian Ciawi.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Gambar Struktur Radio Pertanian Ciawi



Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

Deskripsi Struktur Organisasi Radio Pertanian Ciawi :

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Direktur Utama | : Warih Kusumo |
| 2. Direktur Operasional | : Yudi Ilyasa |
| 3. Administrasi | : Nia Mauldini |
| 4. Manajer Program | : Dede Rustandi |
| 5. Manajer Marketing | : Tati Nurhayati |
| 6. Manajer Teknik | : Yaser Yusral |
| 7. Penyiar | : 1. Riki Irawan
2. Deri Hendrawan
3. Tia
4. Viera R. Adia |
| 8. Operator | : Hilman Muladi |
| 9. Rumah Tangga | : Andriansyah |

Deskripsi Pembagian Kerja

1. Direktur Utama

Direktur utama dalam organisasi stasiun radio adalah orang yang menentukan kebijakan tertinggi perusahaan, merencanakan kebijakan dan strategi dalam rangka untuk mencapai tujuan perusahaan yang ditentukan, serta bertanggung jawab dalam memimpin dan membina perusahaan secara efektif dan efisien.

2. Direktur Operasional

Direktur Operasional dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas penting. Memiliki tugas utama atas seluruh aktivitas operasional radio, mulai dari pembuatan rencana produksi, pembuatan rencana pemakaian system dan anggaran produksi, serta memastikan kualitas program yang dihasilkan sesuai dengan standar perusahaan hingga pengelolaan suasana kerja agar SDM mampu bekerja secara optimal.

3. Administrasi

Administrasi dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas untuk menerima dan mengerjakan serta mengawasi semua keperluan administrasi

baik dari manajer, pimpinan produksi siaran, maupun personel lainnya seperti penawaran, proposal, permohonan, dan sebagainya.

4. Manajer Program

Manajer Program dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas untuk membuat *playlist* harian dengan mengacu kepada jadwal program siaran yang telah disepakati, mengatur dan mengoordinasikan seluruh program acara yang diputar di radio, mengarahkan penyiar agar menjalankan kegiatan siaran sesuai dengan jadwal yang telah disepakati, serta membimbing bawahan agar bekerja lebih efisien dan menaati peraturan yang telah ditentukan perusahaan.

5. Manajer Marketing

Manajer marketing dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas untuk mempromosikan dan menjual produk radio dalam bentuk iklan, menyusun dan memeriksa data iklan, khususnya data siaran iklan yang menyangkut jam-jam tayang iklan.

6. Manajer Teknik

Manajer Teknik dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas yang sangat berat yaitu bertanggung jawab mengecek semua peralatan siaran, serta memperbaiki peralatan siaran apabila mengalami masalah atau gangguan pada saat *on air*.

7. Operator

Operator dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas untuk bertanggung jawab mempersiapkan serta mengoperasikan keseluruhan peralatan radio dan *playlist* lagu yang diputar pada saat *on air*.

8. Penyiar

Penyiar dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas untuk bertanggung jawab memberikan sajian mengenai sebuah materi dalam suatu program agar pendengar bisa menikmati dalam mendengarkan radio.

9. Rumah Tangga

Rumah tangga dalam organisasi stasiun radio memiliki tugas untuk menyelenggarakan fungsi rumah tangga yang meliputi perencanaan,

pemeliharaan, perawatan untuk menjaga operasional perusahaan agar selalu siap dalam memberikan pelayanan kepada inisiatif kerja lain.

Struktur organisasi di atas sangatlah penting bagi Radio Pertanian Ciawi, karena struktur organisasi berfungsi untuk mengatur dan menetapkan tugas serta tanggung jawab kepada orang-orang yang berada di divisi radio. Manfaat dengan adanya struktur organisasi di dalam Radio Pertanian Ciawi antara lain:

1. Membantu mencapai target yang ditetapkan Radio Pertanian Ciawi
2. Membantu dalam membuat *job description* karyawan Radio Pertanian Ciawi
3. Membantu dalam pembagian tugas atau tanggung jawab menjadi lebih mudah dan jelas
4. Membantu meningkatkan moral dan motivasi kerja karyawan Radio Pertanian Ciawi

Hingga saat ini Radio Pertanian Ciawi hanya fokus untuk menyiarkan informasi melalui Radio dan tidak menyiarkan melalui media penyiaran lain seperti Televisi. Untuk jangkauan sinyal dari Radio Pertanian Ciawi sudah memasuki hampir seluruh daerah Jawa Barat. Hingga saat ini Radio Pertanian Ciawi memiliki 10 penyiar termasuk pegawai-pegawai di PPMKP Ciawi.

Untuk program-program yang dimiliki Radio Pertanian Ciawi memang mayoritas bertemakan pertanian namun tidak semua, ada beberapa program lain yang bertemakan musik, dan hiburan. Berikut Program-program yang dimiliki oleh Radio Pertanian Ciawi, yaitu:

Tabel 4.1. Daftar Program Radio Pertanian Ciawi

No	Program Radio	Hari	Jam Siar
1	Cahaya Pagi	Senin-Minggu	05.00-06.00
2	Lagu Cofee Morning	Senin-Minggu	06.00-07.00
3	Agri Info Pagi	Senin-Jumat	07.00-09.00
4	Rona Wisata	Sabtu	07.00-09.00
5	Jelita	Senin-Kamis	09.00-10.00
6	Agri Muslim	Jumat	09.00-10.00
7	Musik Asik	Sabtu	09.00-10.00
8	Ngopi Tani	Senin-Kamis	10.00-12.00
9	Mimbar Jumat	Jumat	10.00-12.00
10	Sabtu Ceria	Sabtu	10.00-12.00
11	Musik Weekend	Minggu	10.00-12.00
12	Putar Donk	Senin-Jumat	12.00-14.00

13	Double Date	Sabtu	12.00-14.00
14	Karaoke Udara	Minggu	12.00-14.00
15	Saung Tani	Senin-Kamis	14.00-16.00
16	Historia Islam	Jumat	14.00-16.00
17	Swara Andika	Sabtu	14.00-16.00
18	3S – Sore - Sore Seru	Senin-Sabtu	16.00-18.00
19	Musik Sore	Minggu	16.00-18.00
20	Cahaya Senja	Senin-Minggu	18.00-19.00
21	Sundain	Senin	19.00-22.00
22	Dangdut	Selasa	19.00-22.00
23	Classic Rock	Rabu	19.00-22.00
24	Kisah Misteri	Kamis	19.00-22.00
25	Indie Live	Jumat	19.00-22.00
26	Broming	Sabtu	19.00-22.00
27	Tembang Kenangan	Minggu	19.00-22.00
28	Pop Sunda	Senin	22.00-24.00
29	SKA Reggae	Selasa	22.00-24.00
30	Keroncong	Rabu	22.00-24.00
31	Wayang Kulir	Kamis	22.00-24.00
32	Kawih Sunda	Jumat	22.00-24.00
33	Romansa	Sabtu	22.00-24.00
34	Pop Mancanegara	Minggu	22.00-24.00

Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

Radio Pertanian Ciawi saat ini memiliki program unggulan yaitu, Ngopi Tani (Ngobrol Pintar Petani). Program ini dibuat pada awal tahun 2021 dengan durasi 120 menit, termasuk pergantian segmen masing-masing berdurasi 5 sampai 6 menit yang terdiri dari musik dan iklan.

4.2 Deskripsi Program

Gambar 4.2 Logo Program Ngopi Tani



Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi (RPC)

Ngopi Tani merupakan singkatan dari “Ngobrol Pintar Petani” dibungkus dalam format *talk* radio antara para penyiar dan dihadiri oleh narasumber. Program ini disiarkan hari senin sampai kamis dengan durasi 120 menit dalam 4 segmen.

Materi yang dibahas dalam program ini yaitu membahas tentang beragam informasi, pengetahuan dan pendidikan dengan solusi terkait bidang pertanian khususnya para petani yang berperan penting dalam perkembangan dari segi produksi pertanian.

4.3 Hasil Penelitian

Penelitian ini terdiri atas dua rumusan masalah yakni bagaimana strategi redaksi dalam penyampaian program Ngopi Tani dan hambatan yang dialami dalam penyajian program Ngopi Tani. Peneliti akan menjawab rumusan masalah itu satu per satu dengan hasil dari penelitian ini yang diperoleh dengan teknik observasi, wawancara secara langsung kepada key informan dan informan sebagai bentuk pencarian dan dokumentasi langsung di lapangan.

Harold D Lasswell memberikan teori dalam proses komunikasi yang sebenarnya menjawab pertanyaan meliputi: *Who says what in which channel to whom with what effect* (siapa mengatakan apa kepada siapa melalui saluran apa dan efek apa).

Berikut ini adalah penjelasan penelitiain ini yang berkaitan dengan teori Harold D Lasswell:

1. *Who* (siapa komunikatornya)

Pada dasarnya komunikator harus menyesuaikan ucapannya dan bersifat bijaksana dan menghibur. Seorang komunikator harus berpikir secara konseptual dan bertindak secara sistematis. Komunikator dalam penelitian ini yaitu seorang penyiar Radio Pertanian Ciawi.

2. *Says What* (pesan apa yang disampaikan)

Saat berkomunikasi pesan adalah komponen penting dalam komunikasi, sebuah komunikasi tidak berjalan dengan baik bila salah satu komponen didalamnya kurang. Dalam hal ini pesan adalah sesuatu yang penting disamping komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan oleh penyiar Radio Pertanian Ciawi adalah tentang dunia pertanian Indonesia.

3. *In which channel* (saluran apa yang digunakan)

Kata media berasal dari bahasa latin *Medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara, atau pengantar sebagai benda yang dapat

dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrumen yang dipergunakan dengan baik dalam kegiatan apapun dan dapat mempengaruhi efektifitas suatu program. Dalam strategi yang digunakan Radio Pertanian Ciawi, media yang digunakan tentu saja saluran radio.

4. *To Whom* (siapa komunikannya)

Dalam komunikasi, komunikan merupakan komponen yang paling banyak meminta perhatian. Disebabkan karena jumlah komunikan biasanya banyak dan bersifat *heterogen*, sedangkan merekan harus dapat dicapai dalam menerima setiap pesan. Komunikan pada strategi Radio Pertanian Ciawi ini adalah para pendengar radio di daerah Bogor dan sekitarnya.

5. *With what effect* (efek apa yang diharapkan)

Efek dari pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator akan timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Efek yang diharapkan oleh Radio Pertanian Ciawi adalah terciptanya informasi pertanian yang diberikan kepada pendengar radio dan para petani di daerah Bogor.

4.3.1 PERENCANAAN

1. Target Pendengar

Setiap stasiun radio pasti sudah menentukan siapa saja yang dijadikan target pendengar untuk program-program yang dimilikinya. Seorang produser dan manajer program harus mengkaji secara teliti tentang target pendengar, yaitu program yang disajikan adalah faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh stasiun radio.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Target pendengar dalam program Ngopi Tani tidak hanya petani dan karyawan PPMKP Ciawi saja melainkan anak-anak muda dan masyarakat umum, karena program-program yang ada di Radio Pertanian Ciawi sangat banyak dan bermacam-macam. Untuk Gambaran demografis pendengar Radio Pertanian Ciawi dari bidang Pertanian (para petani) dengan usia 30-55 tahun, sedangkan

pendengar dari masyarakat umum yaitu dari usia 17-65 tahun.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Program Ngopi Tani juga menyasar ke anak-anak muda atau istilahnya petani milenial. Karena program ini sering juga memberikan informasi melalui talk show dengan petani milenial sukses yang bisa menjadi motivasi bagi para pendengar, khususnya anak-anak muda.

Persentase pendengar anak-anak muda sejauh ini baru berada di kisaran 50% ke bawah. Kalau dikaitkan dengan petani milenial banyak juga persentasenya bisa melebihi persentase anak-anak muda walaupun hanya berbeda beberapa persen saja.

2. Target Pendapatan

Suatu program radio pasti menerima iklan atau sponsor untuk ditayangkan atau dinformasikan kepada pendengar agar program tersebut bisa mendapatkan pemasukan dari iklan atau sponsor yang telah ditayangkan oleh pihak radio. Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Dalam program Ngopi Tani di dalamnya tentu saja menerima iklan atau sponsor. Rata-rata iklan per program yaitu berjumlah 1 sampai 3 iklan untuk dibawakan pada saat siaran berlangsung. Target pasar dari iklan untuk semua baik perusahaan, ataupun pendengar petani atau umum tentunya yang mempunyai minimal untuk dipublikasikan dan yang mempunyai usaha mikro lainnya.”

“Target pendapatan iklan atau sponsor pada program Ngopi Tani ataupun program lainnya tidak terlalu di kejar dikarenakan iklan atau sponsor di Radio Pertanian Ciawi lebih banyak dari Pertanian sendiri dan rata-rata iklan atau sponsor adalah layanan masyarakat.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Untuk target pendapatan di Radio Pertanian Ciawi ini tidak ada dikarenakan lebih banyak iklan atau sponsor layanan masyarakat yang merupakan ide dari Kementerian Pertanian sendiri. Untuk jenis iklan yang disiarkan yaitu produk-produk hasil dari pertanian seperti teh, kopi dan jamu herbal. Biaya dalam

pemasangan iklan di program Ngopi Tani ini tidak dikenakan biaya karena Radio Pertanian Ciawi sendiri mendukung produk-produk umkm dari hasil pertanian.

3. Tujuan Program

Dalam pembuatan program-program siaran radio tentu produser dan manajer program harus berdiskusi untuk menetapkan tujuan terlebih dahulu sesuai dengan latar belakang dibuatnya program, agar program-program radio bisa dibuat sesuai tujuan yang sudah ditetapkan oleh produser maupun manajer program. Berikut merupakan pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Latar belakang dibuatnya program Ngopi Tani para petani tetap harus mengetahui karena untuk merubah mindset para petani sangat susah, setidaknya mereka bisa mendapatkan ilmu atau pengetahuan yang bisa menjadikan pertanian lebih baik lagi. Program Ngopi Tani ini dicetuskan oleh Direktur Radio Pertanian Ciawi.”

“Tujuan program Ngopi Tani memang sesuai dengan arti dari kata Ngopi Tani yaitu “Ngobrol Pintar Petani” untuk memberikan masukan-masukan dan informasi yang terbaik kepada pendengar terutama para petani.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Untuk tujuan dari Program Ngopi Tani adalah memberikan informasi ataupun masukan-masukan yang di bungkus dalam format *talk show* dari penyiar dan narasumber kepada pendengar. Hingga saat ini tujuan ini cukup tercapai untuk menyiarkan program Ngopi Tani di radio maupun *live streaming* di internet.

4. Pembuatan Naskah Siaran

Pembuatan naskah siaran merupakan hal yang sangat penting dalam kelancaran untuk menyiarkan suatu program radio. Biasanya banyak hal-hal penting dalam pembuatan naskah siaran khususnya tema dan isi program. Apabila naskah siaran tidak dibuat dengan baik maka siaran program radio menjadi terganggu.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Dalam pembuatan naskah orang-orang yang terlibat apabila ada narasumber kemudian bagian penulis dalam program Ngopi Tani harus berdiskusi juga dengan

narasumber untuk penulisan naskah, menentukan tema, menentukan judul sesuai dengan latar belakang dari narasumber yang akan hadir di program Ngopi Tani. Penulis harus bisa membuat naskah secara terperinci mengenai isi dari program Ngopi Tani. Materi yang diambil dalam pembuatan naskah siaran tergantung narasumber dan bisa juga melalui internet atau surat kabar yang terbaru. Untuk hambatan dalam pembuatan naskah siaran tergantung komunikasi dengan narasumber.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Untuk pembuatan naskah siaran program Ngopi Tani harus dirancang dengan berdiskusi langsung dengan narasumber untuk menentukan pembahasan apa saja yang akan dibahas pada saat siaran berlangsung. Orang yang terlibat dalam diskusi dengan narasumber yaitu penulis naskah. Seorang penulis naskah sangat penting dalam berdiskusi dengan narasumber karena isi pembahasan harus ditentukan sesuai dengan latar belakang narasumber.

5. Format Siaran

Program radio memiliki berbagai jenis format siaran sesuai dengan nama program radio, hal ini dilakukan oleh produser dan manajer program agar pendengar bisa mendengarkan dan menikmati program-program radio yang sesuai dengan keinginan pendengar.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Semua program di Radio Pertanian Ciawi memiliki beberapa format siaran yang berbeda-beda yaitu talkshow, monolog, interaktif dan lain-lain. Untuk program Ngopi Tani memiliki format talkshow karena sesuai dengan nama program yaitu Ngopi Tani “Ngobrol Pintar Petani” yang isinya berupa obrolan-obrolan antar penyiar dan narasumber. Hingga saat ini program Ngopi Tani belum mengganti format siaran dan tetap di format talkshow.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Pengaruh terhadap melonjaknya pendengar radio berusia muda yaitu khususnya dalam menyiarkan program harus meningkatkan konten yang lebih mengedukasi dan menghibur.

Dengan format ini, program Ngopi Tani berperan penting untuk menyebarkan pesan-pesan kepada para petani muda dan pendengar lainnya karena pesan-pesan yang diberikan oleh Radio Pertanian Ciawi sendiri lebih mengacu kepada semua aktivitas untuk melakukan agribisnis ataupun usaha lainnya. Karena dengan cara seperti ini pendengar bisa mendengarkan lebih banyak lagi informasi atau ilmu-ilmu yang disampaikan oleh penyiar dan narasumber melalui siaran radio maupun *live streaming* melalui *Youtube*.

6. Pengumpulan Materi Siaran

Pengumpulan materi siaran dalam radio sama seperti di stasiun televisi yaitu, pengumpulan materi yang sudah dibuat oleh tim penulis kepada produser untuk di periksa apakah materi siaran tersebut siap dipakai siaran atau tidak. Jika sesuai dan siap dipakai siaran maka tim penulis biasanya menghubungi penyiar agar penyiar tersebut memahami materi yang siap dipakai .

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Materi siaran yang sudah selesai dibuat sebelum disiarkan harus di berikan kepada pimpinan produksi untuk diperiksa dan materi siaran harus dibuat hardcopy untuk diarsipkan. Batasan waktu dalam dalam pengumpulan materi siaran paling lama sebelum siaran dimulai dan pada saat siaran dimulai materi harus dipersiapkan lebih awal karena walaupun materi sudah ada dipikiran penyiar tapi materi harus tetap ada pada saat siaran. Naskah yang sudah selesai harus dikumpulkan oleh penyiar karena naskah itulah yang harus dibawakan oleh penyiar pada saat siaran dimulai. Setelah materi siaran dikumpulkan oleh penyiar, maka setelah itu bisa langsung digunakan untuk siaran.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Pengumpulan materi siaran di Radio Pertanian Ciawi harus dikumpulkan terlebih dahulu untuk diperiksa kembali oleh pimpinan produksi sebelum siaran dimulai. Naskah siaran tersebut nantinya dibawa oleh penyiar untuk langsung dipakai untuk membawakan acara. Materi siaran untuk program Ngopi Tani tidak hanya mengenai tentang bidang pertanian, melainkan mengenai peternakan dikarenakan dalam bidang tersebut materi siaran dapat saling berhubungan dengan bidang pertanian. Proses seleksi materi siaran didapatkan pada saat berita-berita

terbaru dari kementerian pertanian sudah diterbitkan melalui surat kabar yang langsung diterima Radio Pertanian Ciawi.

Tabel 4.3.1 Rundown Materi Siaran Ngopi Tani Edisi Maret 2022

HARI SELASA, 29 MARET 2022
10.00 – 12.00 WIB

Musik Pengantar	Lagu Jazz Soul Indonesia
Standar	<p>Tema : PETANI KOPI TEPA MEGAMENDUNG BOGOR</p> <p>Mengajak sobat RPC untuk mengetahui kilas balik seorang petani kopi asal Megamendung Bogor yang bisa dibidang sukses dalam membudidaya kopi bisa menginspirasi sobat RPC semua. Serta mengajak pendengar juga untuk mengetahui bagaimana proses budidaya kopi yang baik dan benar.</p> <p>Narasumber : Muhammad Syarif Abadi</p> <p>Presenter : Yudi Ilyasa</p>
Materi Segmen 1	<p>15' awal : Opening dari presenter Memperkenalkan narasumber yang bernama Syarif yang merupakan petani kopi dari poduk Tapa Cofee asal Megamendung Bogor.</p> <p>Pengertian sederhana nya Kopi adalah tanaman tahunan yang dapat mencapai usia produktif hingga 20 tahun. Kopi merupakan komoditas tanaman perkebunan yang paling banyak di perdagangan, jadi tak heran jika kopi banyak ditanam atau dibudidayakan. Pusat budidaya kopi ini terdapat di Amerika latin, Asia-Pasifik, Amerika tengah dan juga Afrika. Sedangkan untuk konsumen kopi terbesar berada di negara-negara di benua Eropa dan juga Amerika utara.</p> <p>Biji kopi yang tumbuh di Indonesia, pada dasarnya hanya terdiri atas tiga macam, yaitu biji kopi arabika, biji kopi robusta, dan biji kopi liberika. Kopi di Indonesia memiliki sejarah panjang dan memiliki peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat di Indonesia. Indonesia diberkati dengan letak geografisnya yang sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi. Letak Indonesia sangat ideal bagi iklim mikro untuk pertumbuhan dan produksi kopi.</p> <p>Pendahuluan</p>

	<p>Profil dan latar belakang dari pak Syarif</p> <p>Inti</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana awal mula menjadi petani kopi? 2. Mulai dari tahun berapa? 3. Dimana lokasi tepatnya kebun kopi? 4. Varietas apa yang ditanam?
Materi Segmen 2	<p>Perawatan Kopi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara perawatan kopi? 2. Apa saja unsur dan mineral yang dibutuhkan untuk tanaman kopi? 3. Apakah dalam pemupukan tanaman kopi sama seperti tanaman-tanaman lain? 4. Kendala apa saja dalam perawatan kopi? <p>Proses Panen Kopi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana hal yang dilakukan dalam proses panen kopi? 2. Bagaimana tingkat kematangan ideal buah kopi? 3. Bagaimana pengolahan buah kopi sampai menjadi biji kopi? 4. Bagaimana tekstur kopi yang siap untuk dipanen?
Materi Segmen 3	<p>Produksi produk Tega Cofee</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Omset umum 2. Bagaimana pemasarannya? 3. Pemasarannya sudah sampai daerah mana saja? 4. Bagaimana respon pasar terhadap produk Tega Cofee ini? 5. Bagaimana permintaan pasar terhadap produk Tega Cofee ini? 6. Omset saat pandemi bagaimana? 7. Strategi market produk Tega Cofee ini bagaimana?
Materi Segmen 4	<p>Rangkuman</p> <p>Penutup</p> <p>Harapan Narasumber Mengenai Website DIGITA dan Para Pengguna Dari Website DIGITA</p> <p>Quotes untuk para petani milenial khususnya yang berkecimpung di dunia kopi</p>

Closing Remark	<p>Terimakasih Kepada Sobat RPC, Terimakasih Kepada Narasumber, Jangan Lupa Like, Comment, and Subscribe Kanal RPC Di Youtube : RPC 886fm Dan Akun Sosial Media Kami di :</p> <p>Facebook : Sobat Rpc Instagram : Sobatrpc Stay Tune Di RPC 88.6 FM</p> <p>Terimakasih Kepada Crew : Tim Kreatif : Nita, Juna, Riki Operator : Andri Erick Produser Acara : Osi Wida Rosita Supervisor : Warih Kusumo</p>
Closing	Jingle

Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

4.3.2 PRODUKSI

1. *On Air*

Dalam kegiatan bersifat *on air* seperti acara yang dilakukan di dalam rutinitas radio seperti program yang sedang tayang, baik dalam bentuk siaran langsung (*live*) maupun hasil rekaman (*tapping*). Bisa juga berbagai kegiatan yang diadakan di dalam radio ataupun berhubungan dengan siaran radio.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, 14 Maret 2022, yaitu:

“Program Ngopi Tani lebih disiarkan secara on air daripada off air. Yang terlibat pada saat on air yaitu kru-kru radio seperti penyiar, operator dan teknisi. Tidak hanya disiarkan melalui siaran di radio saja, program-program talkshow di Radio Pertanian Ciawi sering disiarkan melalui live streaming di Youtube. Untuk peralatan yang digunakan saat on air di Radio Pertanian Ciawi menggunakan 3 komputer yang masing-masing digunakan untuk memutar lagu, operator Youtube dan penyiar. Untuk kendala pada saat on air yaitu kendala di jaringan yang mengakibatkan siaran menjadi terganggu, serta cara mengatasi kendala di jaringan pada saat on air yaitu langsung menggantikan ke jaringan lain yang kompatibel untuk digunakan siaran.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Untuk program Ngopi Tani lebih sering disiarkan secara *on air* daripada *off air* karena materi-materi dari program Ngopi Tani tidak seperti program-program

lain yang lebih bebas dan non formal, namun materi program Ngopi Tani lebih khusus untuk memberikan pendidikan kepada pendengarnya. Dalam *on air* di program Ngopi Tani melibatkan penyiar, narasumber, operator, teknisi, hingga kru-kru lainnya dengan komunikasi yang baik untuk membantu kelancaran *on air* dan bisa meminimalisir kendala.

2. *Mixing*

Mixing merupakan proses penggabungan dua atau lebih instrumen suara agar lebih seimbang dengan menggunakan alat khusus yang harus dipakai oleh seorang yang berpengalaman di bidang perekaman suara ataupun operator siaran radio.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Jenis alat yang digunakan untuk mixing suara dari musik, penyiar, maupun narasumber yaitu audio mixer dan mikrofon. Fungsi penting terutama Audio Mixer yang merupakan alat terpenting dalam mixing karena saat siaran berlangsung semua suara yang muncul itu diatur oleh AudioMixer baik mengatur tinggi rendahnya volume suara musik, penyiar, narasumber agar tidak pecah, maupun mengatur suara yang dikeluarkan oleh radio ke pendengar. Tipe dari audio mixer yang digunakan yaitu Yamaha MG16 XU. Alat mixing ini hanya bisa dioperasikan oleh orang-orang yang sudah ahli dalam siaran seperti operator dan penyiar, apabila dioperasikan oleh orang yang kurang menguasai alat tersebut pasti akan bingung juga dikarenakan Audio Mixer memiliki banyak tombol. Sejauh ini permasalahan atau masalah yang muncul di audio mixer ini tidak ada, kalau ada juga paling hanya suara yang noise. Untuk mengatasi masalah yang terjadi di Audio Mixer harus dengan yang ahlinya agar bisa kembali normal.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Radio Pertanian Ciawi memiliki alat *mixing* untuk mengatur suara yang dikeluarkan oleh penyiar maupun lagu, iklan, dan *jingle*. Alat *mixing* tersebut yaitu *audio mixer*. *Audio Mixer* bertipe *Yamaha MG16 XU* yang memiliki fungsi sama seperti *Audio Mixer* sejenis lainnya, namun ada kelebihan dari *Audio Mixer* seperti ini yaitu *simple* dan praktis untuk digunakan.

Gambar 4.3.2 Audio Mixer Radio Pertanian Ciawi



3. Jingle

Jingle dalam radio merupakan suatu komponen yang sangat penting karena *jingle* merupakan suatu identitas stasiun radio yang dibungkus dalam satu klip suara dengan menggabungkan music, suara, dan efek suara yang menyebutkan nama udara radio (*station id*) dan frekuensinya.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Jingle yang dimiliki Radio Pertanian Ciawi yaitu 4 jingle yang sering dipakai siaran. Jingle diproduksi sendiri oleh kru-kru kreatif yang membuat naskah jingle dan paling penting yaitu penyiar yang dibuat dengan cara rekaman dan mixing backsound untuk disatukan dalam 1 jingle. Tidak ada hambatan dalam proses pembuatan jingle.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Radio Pertanian Ciawi memiliki *jingle* berjumlah 4 untuk dipakai saat siaran berlangsung. Dalam memproduksi *jingle* ini semua kru-kru kreatif dan penyiar bekerja dalam studio radio untuk rekaman dan *mixing backsound* jingle.

4. Iklan

Saat ini, iklan radio masih dianggap sebagai salah satu metode komunikasi yang tepat. Iklan yang baik harus dirancang dengan kreatif oleh produser dan manajer program agar iklan tersebut berisi mengenai suatu informasi yang menarik untuk disampaikan kepada pendengar.

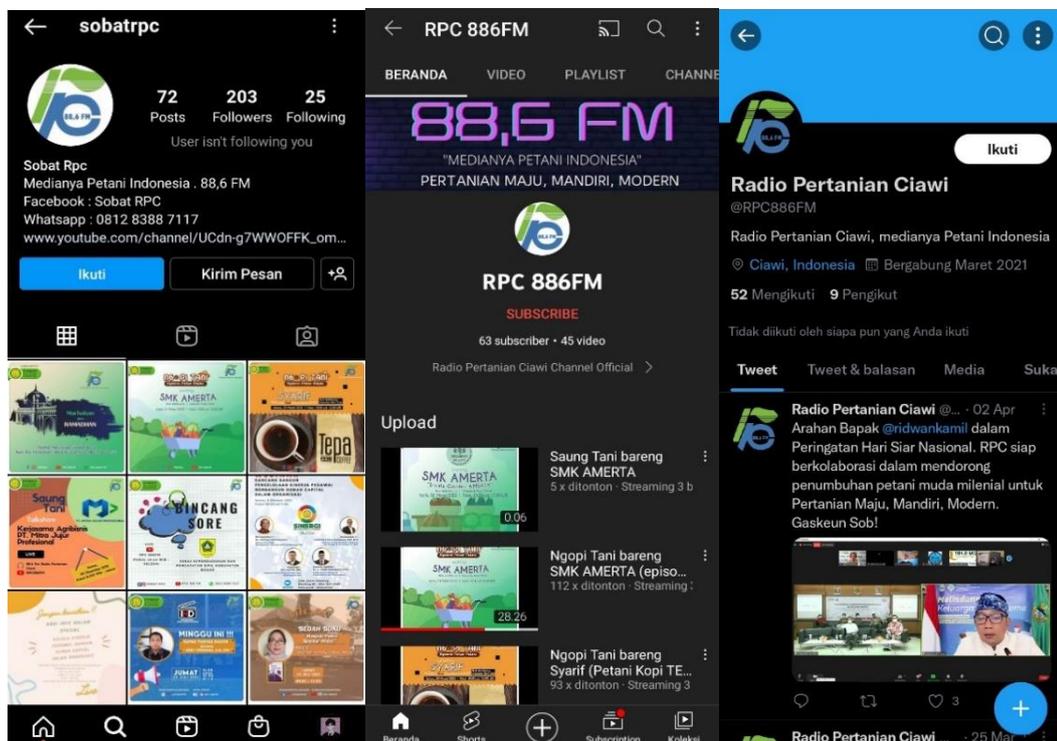
Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Iklan yang digunakan Radio Pertanian Ciawi ada berbagai jenis yang yaitu iklan layanan masyarakat, iklan produk, dan iklan informasi. Semua iklan-iklan yang disiarkan tidak hanya iklan mengenai pertanian, hanya saja memang lebih banyak iklan pertanian. Sama seperti jingle, iklan juga diproduksi sendiri oleh kru-kru kreatif yang membuat naskah iklan, dan rekaman yang dilakukan oleh penyiar yang nantinya di satukan dengan backsound yang sudah di mixing. Tidak ada hambatan dalam proses pembuatan iklan.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Cara yang dilakukan Radio Pertanian Ciawi dalam membagikan ataupun mempromosikan program Ngopi Tani ataupun program-program lainnya yaitu dengan cara membagikan melalui media sosial, surat kabar, melakukan siaran langsung di platform *Youtube*, dan memasang iklan dan sponsor dalam acara resmi dari Kementerian Pertanian. Dengan cara tersebut orang-orang atau pendengar bisa mengetahui dan mendengarkan program Ngopi Tani.

Gambar 4.3.2 Media Sosial Radio Pertanian Ciawi



Sumber: Media sosial Radio Pertanian Ciawi

4.3.3 EKSEKUSI

1. Pembagian Waktu Siaran

Produser dan manajer program harus melakukan pembagian waktu penayangan atau siaran untuk program-program yang dimiliki oleh stasiun radio berdasarkan siklus aktivitas pendengar mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Program pertama yang disiarkan dimulai pada pukul 05.00 pagi dengan program Cahaya Pagi yang berisi tentang pembahasan keagamaan. Program Ngopi Tani di siarkan pada pukul 10.00 sampai pukul 12.00. Di jam tersebut pendengar program Ngopi Tani lumayan banyak yang mendengarkan karena sebelumnya ada perbandingan dengan program-program lain mengenai jumlah pendengar yang mendengarkan radio.”

“Waktu siaran di Radio Pertanian Ciawi dari program pertama hingga program akhir tidak sampai 24 jam dan batas maksimal siaran sampai pukul 00.00 dini hari. Setiap program di Radio Pertanian Ciawi tidak memiliki durasi yang sama. Ada yang 1 jam dan ada yang 2 jam, untuk durasi 2 jam dikhususkan pada program Talkshow pertanian dan program monolog pertanian. Sedangkan untuk durasi 1 jam untuk program-program umum.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Pembagian waktu siaran di Radio Pertanian Ciawi dari program pertama hingga program terakhir dalam sehari ada 19 jam dan terbagi dari beberapa program yang memiliki durasi 120 menit dan 60 menit. Dalam pembagian waktu siaran dikoordinasi oleh produser dan manajer program untuk menyesuaikan dengan waktu aktivitas pendengar.

2. Menentukan Jadwal Siaran

Setelah pembagian waktu siaran dari semua program sesuai dengan siklus aktivitas pendengar, produser dan manajer program maupun penyiar harus menentukan jadwal program-program dalam 1 minggu. Karena penyiar sangatlah penting dalam menentukan jadwal siaran, dia yang akan menjadi pembawa acara

program yang ada di stasiun radio. Tentunya keseluruhan program acara bisa berjalan dengan lancar kedepannya.

Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Dalam menentukan jadwal siaran, semua didiskusikan dari atasan sampai penyiar-penyiar juga karena jadwal itu di liat atau dicocokkan dengan penyiar yang ada di Radio Pertanian Ciawi. Untuk jadwal siaran program Ngopi Tani sebelum ada pandemi COVID-19 setiap hari disiarkan, sedangkan saat ini dikarenakan masih berada di masa pandemi COVID-19 untuk jadwal siaran program Ngopi Tani tidak sampai setiap hari melainkan dalam seminggu hanya 3 sampai 4 kali saja. Sedangkan untuk program lain disiarkan full dalam seminggu. Untuk menentukan jadwal siaran menurut pihak Radio Pertanian Ciawi sudah sesuai dengan waktu aktivitas pendengar.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Tabel 4.3.3 Jadwal Program Radio Pertanian Ciawi 2021

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Ahad
Cahaya Pagi 05.00 - 06.00						
Lagu Cofee Morning 06.00 - 07.00						
Agri Info Pagi 07.00 - 09.00	Rona Wisata 07.00 - 09.00					
JELITA 09.00 - 10.00	JELITA 09.00 - 10.00	JELITA 09.00 - 10.00	JELITA 09.00 - 10.00	Agri Muslim 09.00 - 10.00	Musik Asik 09.00 - 10.00	
Ngopi Tani 10.00 - 12.00	Mimbar Jumat 10.00 - 12.00	Sabtu Ceria 10.00 - 12.00	Musik Weekend 10.00 - 12.00			

Putar Donk 12.00 - 14.00	Putar Donk 12.00 - 14.00	Double Date 12.00 - 14.00	Karaoke Udara 12.00 - 14.00			
Saung Tani 14.00 - 16.00	Historia Islam 14.00 - 16.00	Swara Andika 14.00 - 16.00				
Sore-Sore Seru 16.00 - 18.00	Sore-Sore Seru 16.00 - 18.00	Sore-Sore Seru 16.00 - 18.00	Musik Sore 16.00 - 18.00			
Cahaya Senja 18.00 - 19.00	Cahaya Senja 18.00 - 19.00	Cahaya Senja 18.00 - 19.00	Cahaya Senja 18.00 - 19.00			
Sundain 19.00 - 22.00	Dangdut 19.00 - 22.00	Classic Rock 19.00 - 22.00	Kismis - Kisah Misteri 19.00 - 22.00	Indie Live 19.00 - 22.00	Broming-Ngobrol Malam Minggu 19.00 - 22.00	Nostalgia Tembang Kenangan 19.00 - 22.00
Pop Sunda 22.00 - 24.00	Ska Reggae 22.00 - 24.00	Ke roncong 22.00 - 24.00	Wayang Kulit 22.00 - 24.00	Kawih Sunda 22.00 - 24.00	Romansa 22.00 - 24.00	Pop Manca Negara 22.00 - 24.00

Sumber: Arsip Radio Pertanian Ciawi

4.3.4 PENGAWASAN

1. Pengawasan Tim Produksi

Setelah semua proses siaran selesai dilaksanakan, maka tahapan yang selanjutnya adalah tahap pengawasan. Pengawasan dilakukan oleh manajer program dengan memonitori jalannya siaran yang dilakukan oleh tim produksi khususnya penyiar, kemudian mengoreksi apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam proses siaran. Berikut pernyataan dari manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Ketika On Air pengawasan harus dilakukan dan diperhatikan khususnya tim produksi dan penyiar. Semua

kru ketika on air, mereka pribadi masing-masing harus menjaga agar tidak terjadi kesalahan dalam on air. Hal lain yang harus diawasi khususnya naskah dan isi program tetap harus ada analisis terlebih dahulu agar on air berjalan lancar. Yang dilakukan pihak Radio Pertanian Ciawi apabila ada salah satu tim produksi melakukan kesalahan baik itu dari teknis maupun perkataan dari penyiar yaitu pada saat pergantian segmen radio, dengan cara memberi tahu kepada tim produksi agar bisa lebih hati-hati lagi.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Untuk pengawasan di Radio Pertanian Ciawi ketika sedang *on air* tetap dilakukan dan diperhatikan dengan serius khususnya tim produksi dan penyiar harus bisa terkontrol dalam menyiarkan program yang dilaksanakan bisa berjalan semestinya.

2. Rapat Evaluasi

Rapat evaluasi berlaku pada semua program radio yang sudah selesai disiarkan. Pada tahap ini semua tim produksi yang bersangkutan membicarakan masalah teknis maupun non teknis untuk mendapatkan keperluan siaran. Tujuan nya tentu saja untuk melihat sejauh mana kesuksesan dari sebuah program yang disiarkan. Seperti pernyataan yang diberikan oleh manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi, yaitu:

“Rapat evaluasi dilakukan 1-2 kali dalam sebulan yang didalamnya terlibat langsung beberapa orang semua tim produksi atau yang bersangkutan dibidangnya terutama di program talkshow yaitu penyiar nya. Dalam rapat evaluasi hal yang dibahas ada beberapa hal yaitu kinerja program, permasalahan teknis dan non teknis, kemajuan program dan peningkatan kinerja di bidang siaran baik itu penyiar, maupun tim produksi agar bisa lebih baik lagi kedepannya.”

(Wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi, Dede Rustandi pada hari Senin, 14 Maret 2022 pukul 17.00).

Dalam rapat evaluasi di Radio Pertanian Ciawi dilakukan oleh tim produksi dan manajer program yang dilaksanakan 1-2 kali dalam sebulan untuk membahas beberapa hal yaitu kinerja program, kinerja tim produksi, permasalahan teknis dan non teknis, kemajuan program dan peningkatan kinerja di bidang siaran baik itu penyiar maupun tim produksi.

Tanggapan pendengar terhadap program Ngopi Tani ini lumayan sangat baik tidak ada respon yang kurang baik. Faktor pendukung dari program Ngopi Tani tetap dari atasan-atasan di Radio Pertanian Ciawi, semua staf dan tim, serta yang bersangkutan pada Radio Pertanian Ciawi yaitu departemen pertanian (PPMKP) Ciawi. Sementara faktor penghambat dalam program Ngopi Tani ini ada di narasumber yang jauh terutama untuk sekarang belum banyak *live*, hanya ada *live* youtube dan *zoom* terutama *live zoom* yang sinyalnya susah karena pendengar *zoom* rata-rata jauh dari kota.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama *key informan* yaitu manajer program Radio Pertanian Ciawi bahwa penyusunan program Ngopi Tani yang disiarkan ternyata juga berdampak terhadap rating pendengar Radio Pertanian Ciawi. Konsistennya para pendengar Radio Pertanian Ciawi ini diketahui karena berdasarkan temuan di lapangan, ada beberapa hal yang menunjukkan alasan-alasan mengapa program Ngopi Tani ini semakin banyak didengar oleh pendengarnya. Peneliti menanyakan mengenai pendapat pendengar terhadap program Ngopi Tani yang disiarkan melalui Radio Pertanian Ciawi di frekuensi 88,6 FM. Tanggapan tersebut dijelaskan melalui keterangannya di bawah ini:

Pendengar yang bernama Popi memberikan pendapatnya:

“Kalau untuk mendengarkan acara Ngopi Tani itu sering ya, apalagi memang saya suka memelihara tanaman hias. Untuk informasi yang saya dapatkan ya tentang cara menanam tanaman dari ahlinya langsung. Pendapat saya untuk acara Ngopi Tani sih memang bagus ya dan selalu memberikan informasi yang bermanfaat serta mengedukasi kita sebagai pendengar” (Wawancara pendengar pada hari Kamis, 17 Maret 2022, pukul 13.45).

Dari keterangan tersebut, diketahui bahwa pendengar Radio Pertanian Ciawi tersebut sering mendengar dan menyukai program Ngopi Tani karena adanya informasi yang bermanfaat bagi kalangan petani dan rumah tangga.

Pendengar lainnya yang bernama Yusup memberikan pendapatnya:

“Beberapa kali saya mendengarkan acara Ngopi Tani mas, banyak informasi yang mendidik terutama bagi kaum-kaum yang suka pertanian apalagi kan negara Indonesia itu negara agraris yaa mas, jadi ilmu-ilmu tentang pertanian yang up to date terus disiarkan. Pendapat saya untuk program ini bagus ya cuma harus

lebih banyak lagi gitu dan menggairahkan untuk anak muda, soalnya kan ini bagus juga wawasan buat anak muda yang mungkin sedang bergelut di bidang pertanian, karena ilmu-ilmu pertanian tidak selalu tentang padi, banyak juga tentang budidaya pepohonan yang bisa menghasilkan komersil juga mas” (Wawancara pendengar pada hari Senin, 21 Maret 2022, pukul 12.28).

Dari keterangan diatas, bahwa pendengar ke 2 Radio Pertanian Ciawi diatas hanya beberapa kali mendengarkan program Ngopi Tani tetapi juga menyukai program Ngopi Tani, karena program ini memberikan informasi yang mendidik dan bagus untuk wawasan anak muda untuk bisa menghasilkan komersil dari pertanian.

Pendengar lainnya yang bernama Alam memberikan pendapatnya:

“Buat mendengarkan pernah sih mas, Cuma gak setiap hari juga. Kalau untuk informasi yang saya dapat sih ada macam-macam sih mas, apalagi cerita orang sukses sebagai petani gitu sih mas. Pendapat saya buat acara ini sih memang acara yang baik dan beraneka informasi gitu sih, khususnya dengan pembahasan yang bermacam-macam dengan bintang tamunya, jadi seru buat didengar” (Wawancara pendengar pada hari Selasa, 29 Maret 2022, pukul 19.29)

Dari keterangan diatas, bahwa pendengar ke 3 Radio Pertanian Ciawi diatas pernah mendengarkan program Ngopi Tani, tetapi tidak setiap hari. Namun informasi yang didapatkan ada berbagai macam khususnya cerita orang-orang sukses sebagai petani dan dibawa dengan peambahasan yang bermacam-macam Dengan bintang tamu atau narasumber.

4.4 Hambatan Radio Pertanian Ciawi Dalam Produksi Program Ngopi Tani

Adapun beberapa hambatan yang ditemui Radio Pertanian Ciawi dalam produksi program Ngopi Tani adalah sebagai berikut:

A. Hambatan dalam proses Perencanaan Program

Pembuatan materi siaran

Hambatan dalam pembuatan materi siaran terdapat pada saat *script writer* mencari referensi berita pertanian dan informasi mengenai narasumber yang susah untuk dicari. Berita pertanian tidak setiap hari *update*, jadi *script writer* harus berdiskusi dengan narasumber dalam menyusun sebuah materi siaran sesuai dengan latar belakang narasumber dan tema yang akan dibahas.

B. Hambatan dalam proses Produksi Program

1. Koneksi Internet Tidak Cukup Memadai

Menyiarkan suatu program radio tidak hanya melalui saluran pemancar yang dimiliki oleh stasiun radio saja, melainkan koneksi internet yang menjadi hal yang penting untuk menyiarkan program radio melalui internet. Hal itu dilakukan oleh Radio Pertanian Ciawi dalam menyiarkan program Ngopi Tani melalui saluran pemancar radio dan koneksi internet untuk menyiarkan secara langsung melalui *Youtube*.

Koneksi internet yang tidak cukup memadai menjadi hambatan Radio Pertanian Ciawi dalam menyiarkan program Ngopi Tani, dikarenakan perangkat jaringan internet tidak cukup menjangkau lokasi dan sering mengalami gangguan pada saat siaran berlangsung. Pada siaran langsung program Ngopi Tani melalui *youtube*, tanggal 31 Maret 2022 koneksi internet mengalami gangguan dan tidak stabil yang mengakibatkan suara dan video dari dalam studio menjadi terputus-putus.

2. Peralatan Siaran Mengalami Gangguan

Banyak peralatan yang dibutuhkan dalam menyiarkan suatu program radio agar bisa berjalan dengan lancar, khususnya alat-alat yang menjadi elemen penting seperti *audio* mixer, komputer operator, kabel-kabel, dan mikrofon. Hal itu menjadi hambatan yang dihadapi Radio Pertanian Ciawi saat menyiarkan program Ngopi Tani. Komputer operator sering mengalami kendala dalam memproses *software* radio untuk memutar sebuah lagu-lagu dan iklan yang telah disiapkan oleh operator. Hal itu terjadi dikarenakan banyaknya virus-virus dan sampah yang ada di dalam komputer. Contoh lainnya dalam gangguan peralatan siaran pada saat produksi yaitu kabel mikrofon yang rusak dan menyebabkan suara dari mikrofon yang dipakai oleh penyiar maupun narasumber mati dan tidak masuk ke radio.

3. Ketidakhadiran Narasumber

Narasumber dalam program radio khususnya program talk show merupakan orang yang sangat berperan penting dalam keberlangsungan program tersebut dikarenakan narasumber berfungsi sebagai pemberi

informasi dan memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Ketidakhadiran narasumber menjadi hambatan yang dihadapi Radio Pertanian Ciawi dalam menyiarkan program Ngopi Tani. Khususnya dalam tim produksi yang harus mengubah naskah dan mencari pengganti narasumber lain agar program Ngopi Tani bisa disiarkan seperti biasa. Pada siaran program Ngopi Tani tanggal 19 Juli 2021, Fany Irawan seorang pengusaha tanaman hias sebagai narasumber yang tidak bisa hadir dikarenakan pada saat itu, pemerintah memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat. Meskipun narasumber tidak bisa hadir, pihak Radio Pertanian Ciawi tetap menyiarkan program Ngopi Tani secara langsung melalui aplikasi *zoom meeting*.

C. Hambatan dalam proses Eksekusi Program

Menentukan Jadwal Siaran

Hambatan dalam menentukan jadwal siaran program Ngopi Tani terdapat pada para penyiar yang tidak sesuai dengan jadwal siaran dikarenakan penyiar-penyiar Radio Pertanian Ciawi merupakan pegawai dari departemen pertanian tepatnya di Pusat Pelatihan Manajemen dan Kepemimpinan Pertanian (PPMKP) Ciawi. Apabila penyiar tidak bisa mengisi program Ngopi Tani, maka akan digantikan oleh penyiar yang bisa hadir untuk mengisi program tersebut.

4.5 Upaya Radio Pertanian Ciawi dalam Mengatasi Hambatan Program Ngopi Tani

Memproduksi sebuah program acara harus dipersiapkan dengan baik dan matang. Bila ada kesalahan sedikit saja baik teknis maupun non teknis dapat menghasilkan produk siaran yang kurang baik sehingga dapat mengurangi kualitas siaran. Berikut upaya yang peneliti temukan di Radio Pertanian Ciawi adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan Fasilitas Koneksi Internet Lain Yang Lebih Kompatibel

Menggunakan koneksi internet lain yang lebih kompatibel merupakan upaya yang dilakukan agar program Ngopi Tani bisa disiarkan secara langsung melalui internet seperti *Youtube*.

2. Mengontrol Materi Produksi Siaran

Materi siaran program Ngopi Tani dibuat dalam bentuk *rundown* dan setelah itu dikumpulkan kepada pimpinan produksi untuk di periksa lagi mengenai tema yang akan dibawakan agar sesuai dengan format program dan mencapai tujuan yang diharapkan.

3. Melakukan Observasi Kepada Narasumber

Narasumber dalam program Ngopi Tani berperan sangat penting dalam kesuksesan program berformat *talkshow*, karena narasumber merupakan seseorang yang bisa menghidupkan program dengan saling bertukar informasi dengan penyiar. Tim kreatif melakukan observasi kepada narasumber dengan cara menghubungkan melalui telepon maupun bertemu langsung ke kediaman narasumber untuk berdiskusi bersama membahas mengenai tema apa yang akan dibahas dalam program Ngopi Tani sesuai dengan latar belakang narasumber tersebut.

4. Memeriksa Alat-Alat untuk Produksi Siaran

Ada beberapa sarana atau beberapa peralatan yang dibutuhkan sebagai alat produksi siaran di Radio Pertanian Ciawi. Seperti mikrofon, *earphone*, komputer, *audio mixer* dan alat pemancar radio. Alat-alat tersebut harus selalu diperiksa secara rutin agar produksi dapat berjalan lancar tanpa ada lagi gangguan.

5. Mengontrol Kinerja Tim

Ini merupakan tahap akhir dari produksi suatu program siaran, setelah produksi berakhir, produser dan tim produksi berkumpul diruang rapat untuk melakukan rapat evaluasi. Tujuannya tentu saja untuk melihat sejauh mana kesuksesan sebuah program yang disiarkan. Tidak hanya program Ngopi Tani saja yang dievaluasi, melainkan semua program. Adapun bahasan dalam evaluasi ini antara lain:

- a. Kinerja program
- b. Permasalahan teknis dan non teknis
- c. Kinerja penyiar
- d. Kinerja tim produksi

6. Melakukan Pelatihan Rutin Penyiar

Program pelatihan dan pengembangan harus dilakukan secara rutin dalam rangka meningkatkan ketrampilan penyiar Radio Pertanian Ciawi yang sebelumnya belum memiliki kesesuaian kompetensi pendidikan sebagai penyiar, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk siaran yang dihasilkan sesuai dengan latar belakang Radio Pertanian Ciawi.

4.6 Triangulasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu data yang diperoleh dari seorang informan melalui waktu dan cara yang berbeda. (Moleong, 2017:169).

Informan dalam triangulasi pada penelitian ini adalah Ichsan Yoga selaku staf produksi radio Agri FM dengan pemilihan program unggulan mengenai pertanian yaitu *Green Mind*, alasan dipilihnya Ichsan Yoga selaku staf produksi radio Agri FM yaitu:

- a. Keberadaan radio Agri FM sebagai radio pertanian daerah Bogor.
- b. Program *Green Mind* Agri FM memiliki materi siaran yang hampir menyerupai program Ngopi Tani.
- c. Sebagai salah satu radio pertanian, Agri FM harus memiliki strategi dalam menarik pendengar guna mempertahankan keberlangsungan program siarannya.
- d. Agri FM tentunya mempunyai strategi dalam perencanaan, produksi, eksekusi, pengawasan program *Green Mind* Agri FM.

Sebelumnya perlu diketahui, dari hasil kutipan wawancara bersama salah satu staf produksi dari program *Green Mind* Agri FM yaitu Ichsan Yoga, beliau adalah orang yang bertugas dalam merencanakan siaran suatu program sampai program itu sendiri berjalan dengan baik.

Dalam mempertahankan eksistensi dan mempertahankan para pendengar dalam sebuah program acara setiap manajer program, kepala produksi dan staf-staf produksi memiliki strateginya masing-masing agar program siarannya tersebut bisa tetap mengudara di radio. Penerapan strategi ini nantinya akan mempengaruhi banyak atau tidaknya pendengar yang menyukai dan mendengarkan program radio tersebut. Perbandingan strategi dalam merencanakan program radio mencakup

pekerjaan tim produksi untuk mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan radio untuk mendapat tujuan program dan tujuan keuangannya.

Perencanaan Program

Dalam merencanakan program mencakup di dalamnya yaitu pemilihan target pendengar, target pendapatan, tujuan program, menentukan format siaran, dan pembuatan sampai pengumpulan naskah siaran. Seperti yang diungkapkan triangulasi dari staf produksi program *Green Mind*, Ichsan Yoga yaitu:

1. Target Pendengar

“Target pendengar untuk program green mind ini ada beberapa yaitu ada mahasiswa, dosen, staf dari IPB, serta para petani dan masyarakat umum. Kalau untuk gambaran demografis tuh pendengar rata rata di usia 18-45 tahun. Memang dalam program ini menasar ke anak-anak muda khususnya mahasiswa disini yang memang tertarik dalam dunia pertanian. Persentase pendengar dari anak-anak muda berada dikisaran 50% lebih.”

Target pendengar dalam perencanaan program *Green Mind Agri FM* memang lebih banyak menargetkan kepada para mahasiswa dan anak-anak muda lainnya yang memang tertarik dalam dunia pendidikan pertanian.

2. Target Pendapatan

“Tentu saja program ini menerima iklan dan sponsor, Biasanya sih rata-rata iklan per program bisa mencapai 4 iklan yang di siarkan. Untuk target pasar dari iklan maupun sponsor semua pendengar dari kalangan mana saja yang mempunyai produk atau usaha kecil-kecilan. Target pendapatan iklan atau sponsor dalam harian untuk program ini mencapai Rp.3.000.000 karena masuk ke dalam waktu prime time.”

Target Pendapatan dalam perencanaan program *Green Mind Agri FM* dapat dikatakan berhasil dari hasil menyiarkan iklan-iklan dan sponsor di jam *Prime Time* dimana para pendengar banyak mendengarkan radio di jam tersebut.

3. Tujuan Program

“Latar belakang dibuatnya program ini memang untuk mengubah pemahaman para mahasiswa, masyarakat umum hingga petani mengenai lingkungan dari dalam dan luar dunia pertanian ini. program ini dicetuskan oleh petinggi-petinggi terdahulu. Tujuan dibuatnya program ini adalah untuk memberikan informasi ataupun

masuk-masukan dalam dunia pertanian ini kepada pendengar yaitu mahasiswa, dosen, petani dan masyarakat umum. Sampai saat ini Alhamdulillah tercapai Ya, karena memang pendengar program ini sangat banyak pendengar.”

Latar belakang dalam perencanaan program ini bisa meyakinkan pendengar-pendengar bahwa program ini merupakan salah satu program yang bisa memberikan pemahaman mengenai pendidikan pertanian.

4. Format Siaran

“Program-program Agri FM ini memiliki berbagai jenis format siaran yang berbeda-beda. Untuk program Green Mind ini memiliki format siaran sebagai program berita yang dibawakan oleh 1-2 orang penyiar. Menurut saya program ini sangat efektif karena pendengar bisa mendengarkan sebuah program yang sangat informatif dalam pembawaannya yang santai.”

Format program dalam perencanaan program ini harus dipikirkan seorang manajer program untuk menyiarkan program-programnya menggunakan berbagai macam format siaran, rata-rata hampir semua radio mempunyai banyak program yang berbeda-beda juga formatnya tujuannya agar pendengar tidak bosan untuk mendengarkan radio.

5. Pembuatan Naskah Siaran

“Dalam pembuatan naskah siaran memang banyak orang yang terlibat, khususnya scriptnya writer yang harus bekerja lebih keras untuk menulis naskah, menentukan judul, tema yang akan dibahas pada saat siaran berlangsung. Tidak juga, karena orang yang terlibat dalam produksi sudah ada jobnya masing-masing. Untuk materi yang diambil lebih banyak melalui internet dan informasi terbaru.”

6. Pengumpulan Naskah Siaran

“Materi yang sudah dibuat diberikan kepada kepala produksi untuk diperiksa kembali agar apabila ada kesalahan bisa langsung diperbaiki. Sudah pasti yang mengumpulkan materi itu script writer kepada penyiar untuk dipahami isi dari naskah tersebut dan di bawakan pada saat siaran berlangsung.”

Pembuatan dan pengumpulan naskah siaran dalam perencanaan program ini memang dilakukan sebelum program radio disiarkan secara langsung, dikarenakan

naskah ini lah yang menjadi isi penting sebuah program agar berjalan dengan lancar dan bisa disampaikan kepada pendengar.

Produksi Porgram

Dalam memproduksi program siaran mencakup di dalamnya yaitu *on air*, *mixing*, *jingle*, dan iklan. Seperti yang diungkapkan triangulasi dari staf produksi program *Green Mind*, Ichsan Yoga yaitu:

1. On Air

“Program ini disiarkan bergantian tapi lebih sering disiarkan secara on air, yang terlibat saat on air tentu saja para staf-staf produksi, karena memang sudah menjadi tanggung jawab bagi mereka dalam menyiarkan program radio agar berjalan dengan lancar. Tidak hanya radio saja melainkan via radio yang ada di internet. Di dalam studio ada 2 komputer yang digunakan dalam menjalankan siaran radio dan alhamdulillah sejauh ini tidak pernah mengalami gangguan sih pada saat on air.”

On air dalam proses produksi ini menjadi keberhasilan sebuah program *Green Mind*, dengan kerja sama sebuah tim produksi radio untuk menyampaikan isi dari program kepada pendengar radio.

2. Mixing

“Ada beberapa alat yang digunakan untuk mixing suara dari musik dan penyiar yairu ada audio mixer dan mikrofon. Tipe dari audio mixer nya sendiri itu ada Behringer UB1832. Untuk fungsinya sama saja seperti mixer lainnya yaitu untuk mengatur suara yang berasal dari penyiar maupun musik dari komputer. Audio mixer harus dioperasikan dengan orang yang berpengalaman dalam mengoperasikannya seperti operator yang memang sudah setiap hari menggunakan audio mixer.”

Mixing dalam proses produksi ini juga menjadi sebuah keberhasilan program *Green Mind* dan program-program radio lainnya dalam mengatur suara penyiar dan suara musik-musik yang diputarkan oleh operator.

3. Jingle

“Disini kita ada lebih dari 4 jingle. Semua jingle disini diproduksi sendiri sama seperti pembuatan naskah, yang terlibat dalam pembuatan jingle ini yaitu staf-staf produksi disini. Untuk pembuatan jingle sih lebih sering dilakukan dengan rekaman langsung.”

4. Iklan

“Untuk iklan ada beberapa iklan yang digunakan disini yang pertama iklan layanan masyarakat terus ada iklan produk juga. Semua iklan disini tidak hanya iklan tentang pertanian, masih banyak iklan yang disiarkan seperti iklan layanan masyarakat tentang lingkungan dan masih banyak lagi. basicnya sama sih untuk pembuatan iklan sama dan pembuatan jingle dengan proses pembuatan rekaman secara langsung.”

Jingle dan iklan dalam proses produksi ini merupakan hal yang penting oleh radio Agri FM dan radio lainnya karena *jingle* merupakan sebuah identitas. Sedangkan iklan merupakan bagian strategi Agri FM untuk bisa mendapatkan pendapatan yang sudah ditargetkan stasiun radio.

Eksekusi Program

Dalam eksekusi program mencakup di dalamnya yaitu pembagian waktu siaran dan menentukan jadwal siaran. Seperti yang diungkapkan triangulasi dari staf produksi program *Green Mind*, Ichsan Yoga yaitu:

1. Pembagian Waktu Siaran

*“Program pertama disiarkan mulai dari jam 3 sore dengan program agri sunset. Untuk program *Green Mind* ini disiarkan dari jam 7 malam sampai jam 9 malam, karena di jam tersebut termasuk prime time yaitu dimana masyarakat banyak bersantai dan beristirahat setelah seharian melakukan aktivitas. sebelumnya juga kita telah melakukan perbandingan terhadap program-program lain sih. Agri FM disini disiarkan selama 24 jam non-stop. Untuk durasi setiap program kebanyakan memiliki durasi waktu 2 jam dalam melakukan siaran.”*

Pembagian waktu siaran dalam proses eksekusi dilakukan karena persaingan radio swasta yang ketat membuat program *Green Mind* ikut bersaing dengan memberikan siaran sama dan pada jam yang sama sebelum atau sesudahnya.

2. Menentukan Jadwal Siaran

“Semua orang terlibat dalam menentukan jadwal siaran disini dari atasan sampai dengan penyiar-penyiar semua didiskusikan mengenai penentuan jadwal siaran. Untuk program ini tidak setiap hari juga melainkan setiap hari Kamis. Menurut kita sudah sangat sesuai, karena

kebanyakan pendengar lebih mempunyai waktu luang di sore hingga malam hari.”

Menentukan waktu siaran dalam proses eksekusi dilakukan karena sebelumnya semua program harus dilakukan perbandingan antara program-program yang dimiliki radio lain agar sesuai dengan waktu aktivitas pendengar.

Pengawasan Program

Dalam pengawasan program mencakup di dalamnya yaitu pengawasan tim produksi dan rapat evaluasi. Seperti yang diungkapkan triangulasi dari staf produksi program *Green Mind*, Ichsan Yoga yaitu:

1. Pengawasan Tim Produksi

“Hal yang harus diperhatikan atau diawasi pertama-tama yaitu isi dari naskah yang dibawakan oleh penyiar, meskipun sudah diperiksa sebelumnya tetapi harus juga diawasi pada saat siaran berlangsung. Selanjutnya ada penyiar yang harus diperhatikan khususnya dari ucapan-ucapan yang dikeluarkan agar nantinya apabila penyiar melakukan kesalahan dalam pengucapan dan pembawaan, kita bisa langsung memberi tahu kepada penyiar pada saat pergantian segmen. Untuk isi program juga harus diperhatikan secara detail. Yang dilakukan kita adalah dengan cara memberi tahu penyiar dan staf-staf lainnya pada saat jeda pergantian segmen.”

Pengawasan tim produksi di khususkan kepada para penyiar dalam penyampaiannya terhadap isi dari program yang sebelumnya sudah di periksa oleh kepala produksi.

2. Rapat Evaluasi

“Rapat evaluasi dilakukan 1-2 kali dalam seminggu. Nah di dalam rapat evaluasi biasanya semua staf produksi maupun penyiar turut mengikuti rapat evaluasi, khususnya yang bersangkutan dengan program sebelumnya. Hal yang biasanya kita bahas yaitu kinerja dari program sih, baik dari staf produksi maupun jalannya on air. Hal lain yang dibahas yaitu peralatan yang bisa dibilang banyak kekurangan pada saat berlangsung.”

Rapat evaluasi dilakukan apabila semua program telah disiarkan seluruhnya dengan semua divisi-divisi yang terlibat langsung dalam program-program yang telah disiarkan sebelumnya.

Beberapa strategi di atas yang dilakukan pihak Agri FM dalam program *Green Mind* memiliki persamaan dengan program Ngopi Tani dari Radio Pertanian Ciawi, yaitu melakukan perencanaan program, produksi program, eksekusi program, dan pengawasan program, serta kedua radio diatas memiliki keterbukaan antara penyiar dan pendengar dalam berjalannya program.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan beberapa hal penting berdasarkan uraian di atas adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan Radio Pertanian Ciawi dalam menyusun program siaran Ngopi Tani antara lain dengan beberapa tahap yaitu perencanaan, produksi, eksekusi, pengawasan dan evaluasi. Selain itu, strategi lain untuk mengatur agar program siaran Ngopi Tani mengacu pada konteks zaman yang tepat yaitu zaman dimana masyarakat harus mendapatkan informasi yang mengedukasi mengenai dunia pertanian melalui media massa radio dan internet, memperhatikan setiap detail yang terdapat pada program Ngopi Tani, membangun kerja sama tim produksi secara solid dan disiplin dengan mengadakan rapat redaksi, dan membuat program Ngopi Tani sekreatif mungkin agar bisa dinikmati oleh pendengar radio.
2. Yang dilakukan oleh pihak Radio Pertanian Ciawi dalam meningkatkan jumlah pendengar dalam proses produksi yaitu dengan membagikan ataupun mempromosikan program Ngopi Tani ataupun program-program lainnya dengan cara melakukan promosi dan melakukan *update-update* mengenai aktivitas Radio Pertanian Ciawi melalui media sosial, melakukan siaran langsung di platform *Youtube*, dan memasang iklan dan sponsor dalam acara resmi dari Kementerian Pertanian. Dengan cara tersebut orang-orang atau pendengar bisa mengetahui dan mendengarkan program Ngopi Tani ataupun program-program lainnya.
3. Dari semua strategi di atas, hambatan yang dihadapi oleh Radio Pertanian Ciawi dalam memproduksi program siaran Ngopi Tani cukup beragam, yaitu: Koneksi internet yang ada di Radio Pertanian Ciawi tidak stabil, peralatan untuk siaran mengalami gangguan teknis, dan ketidakhadiran narasumber secara tiba-tiba sehingga semua tim produksi melakukan cara lain agar program Ngopi Tani bisa dilaksanakan dengan baik.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti merumuskan adanya beberapa saran-saran kepada Radio Pertanian Ciawi dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Bagi para penyiar, agar selalu meningkatkan kualitas dalam membawakan materi program secara baik dalam siaran berlangsung seperti penggunaan kata-kata harus diucapkan dengan baik. Lalu agar selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik terhadap para pendengarnya dengan melakukan dialog interaktif dengan pendengar radio.
2. Untuk melakukan perencanaan, hendaklah pertimbangkan tema yang lebih menarik, seperti mengadakan *quiz* ataupun mengajak pendengar untuk memberikan pertanyaan kepada narasumber secara beragam, serta mencari dan mengundang narasumber yang kompeten dalam hal penyampaian topik.
3. Dari segi pengorganisasian kru, harus dibuat jadwal yang tersusun, meskipun masing-masing kru sudah mengetahui tugasnya, tetapi setidaknya harus ada pegangan di setiap orang, hal ini supaya menghindari tumpang tindihnya pekerjaan seseorang.
4. Untuk mengenai hal penggerakkan, lebih diperhatikan lagi jalannya siaran dan membenahi kerja sama antar masing-masing kru sehingga bisa menciptakan siaran yang berkualitas.
5. Radio Pertanian Ciawi harus lebih aktif lagi dalam mempromosikan program-program melalui sosial media ataupun melalui program yang dilaksanakan oleh pihak-pihak kementerian agar menarik para pendengar.
6. Untuk menyiarkan program-programnya, Radio Pertanian Ciawi harus lebih sering melakukan *live streaming Youtube*, karena saat ini banyak radio-radio lain yang menggunakan *Youtube* karena mereka memahami bahwa banyaknya masyarakat ataupun pendengar menggunakan *Youtube* sebagai sumber informasi dan hiburan.
7. Radio Pertanian Ciawi harus bisa menjaga kualitas terbaiknya dalam menyiarkan program-program unggulannya kepada para pendengar, seperti pembawaan materi dari penyiar, interaksi penyiar dengan pendengar, dan

pemutaran musik yang sesuai dengan segmen program unggulan, karena produk utama dari stasiun radio adalah musik.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Iskandar. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aplikasi untuk penelitian pendidikan, hukum, ekonomi dan manajemen, sosial, humaniora, politik, agama dan filsafat*. Gaung Persada Press.
- Lexy J. Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- McLuhan. (2003). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Routledge.
- McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi : Edisi Revisi*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S. P. dan T. A. J. (2011). *Perilaku Komunikasi*. Salemba Empat.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. PT. Grasindo.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia.

JURNAL:

- Asep Setiawan. (2020). Media Online Perlu Berbenah. *Medcom.Id*.
- Astuti, S. I. (2017). *Jurnalisme Radio Teori Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Cicilia, R. (2012). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Argososro FM di Wonosari Gunung Kidul Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta*.
- Fachir Yusuf. (2016). Analisis Proses Produksi Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *EJournal IlmuKomunikasi*.

Haryati. (2012). *Ekologi Media di Era Konvergensi*. Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (BPPKI) Bandung, 10.

Siswoyo, E. F. (2020). *Proses Produksi Program Siaran Berita Daerah Di Radio Republik Indonesia Pekanbaru* (Issue 3882). <http://repository.uin-suska.ac.id/25720/>

LAMPIRAN

Foto Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi sesudah wawancara dengan manajer program Radio Pertanian Ciawi



Dokumentasi sesudah wawancara dengan pendengar Radio Pertanian Ciawi



Dokumentasi sesudah wawancara dengan triangulasi Staf Produksi Agri FM



Dokumentasi studio siaran Radio Pertanian Ciawi sebelum program Ngopi Tani
on air

TRANSKRIP WAWANCARA

A. Key Informan

Nama : Dede Rustandi

Jabatan : Manajer Program Radio Pertanian Ciawi

Waktu : 14 Maret 2022, Pukul 17.00 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama Radio Pertanian Ciawi ini berdiri?	Radio Pertanian Ciawi ini berdiri dari tahun 2004, jadi sudah ada 18 tahun berdiri.
	Bagaimana sejarah terbentuknya Radio Pertanian Ciawi ini?	Radio Pertanian Ciawi ini dibentuk oleh PPMKP Ciawi karena memang segala sesuatu yang ada disini itu dari PPMKP sendiri.
	Apakah ada makna dibalik Logo Radio Pertanian Ciawi ini?	Makna dalam logo Radio Pertanian Ciawi terdiri dari 3 huruf, salah satunya huruf "R" yang berwarna hijau dan berbentuk daun. Huruf "R" tersebut memiliki makna pertanian dikarenakan memang ciri khas dari Radio Pertanian Ciawi.
	Berapa Frekuensi Radio Pertanian Ciawi ini?	Frekuensi Radio Pertanian Ciawi yaitu 88,6 FM.
	Selain siaran di radio apakah Radio Pertanian Ciawi memiliki media penyiaran lain seperti televisi?	Sejauh ini belum ada.
	Ada berapa total penyiar Radio Pertanian Ciawi ini?	Kurang lebih ada 10 penyiar.
	Apakah semua program Radio Pertanian Ciawi bertemakan tentang pertanian?	Tidak juga, cuman memang mayoritas pertanian tetapi ada program lain juga untuk hiburan.
	Apa saja program acara yang dimiliki oleh Radio Pertanian Ciawi?	Ngopi Tani, Saung Tani, Agri Info Pagi, dan masih banyak lagi.

	<p>Berapa lama durasi program Ngopi Tani?</p> <p>Berapa lama durasi pada saat pergantian segmen?</p>	<p>Untuk durasi program Ngopi Tani yaitu 2 Jam.</p> <p>Ada 5 menit untuk diputarkan musik atau iklan.</p>
Perencanaan program		
2	<p>Siapa yang menjadi target pendengar dalam program ini?</p> <p>Apakah ada gambaran demografis pendengar?</p> <p>Anak muda yang terjun di bidang pertanian sangat minim. Petani Indonesia kebanyakan berusia tua (62%). Apakah program Ngopi Tani menasar ke anak-anak muda?</p> <p>Berapa presentasi pendengar Ngopi Tani anak muda?</p>	<p>Targetnya tentu saja petani selain itu pendengar lain juga termasuk pegawai PPMKP dan masyarakat umum.</p> <p>Gambaran demografis tentu saja petani-petani dan masyarakat dengan berbagai kalangan.</p> <p>Ngopi Tani juga termasuk program yang menyiarkan kepada anak-anak muda yang saat ini ada istilahnya yaitu petani milenial.</p> <p>Kalau dilihat dari data baru mencapai 40% lebih dan dibawah 50%..</p>
3	<p>Apakah program Ngopi Tani menerima iklan dan sponsor?</p> <p>Berapa jumlah iklan rata-rata per program?</p> <p>Siapa target pasar untuk pemasang iklan/sponsor?</p> <p>Berapa target pendapatan pada program Ngopi Tani?</p>	<p>Tentu saja menerima iklan dan sponsor.</p> <p>Lebih dari 1 dan maksimal 3 iklan per program.</p> <p>Target pasar untuk iklan ini tentunya untuk semuanya baik dari perusahaan ataupun pendengar biasa yang punya usaha atau mikro untuk dipublikasikan.</p> <p>Target pendapatan di Radio Pertanian Ciawi sejauh ini tidak terlalu dikejar ya, kebanyakan iklan layanan masyarakat.</p>

4	<p>Adakah latar belakang dibuatnya program Ngopi Tani?</p> <p>Siapa yang mencetuskan Program Ngopi Tani ini?</p> <p>Apa tujuan program Ngopi Tani?</p> <p>Hingga saat ini apakah tujuan itu tercapai?</p>	<p>Para petani tetap harus mengetahui untuk mindset para petani itu susah , setidaknya kalau ada sedikit dari kita ngopi tani ataupun saung tani mereka itu ada sedikit ilmu dan pengetahuan yang bisa menjadikan pertanian menjadi lebih baik lagi.</p> <p>Yang mencetuskan program ngopi tani yaitu direktur radio.</p> <p>Tujuannya tetap untuk memberikan masukan-masukan untuk memberikan informasi yang terbaik kepada para pendengar terutama para petani.</p> <p>Sampai saat ini bisa dibilang tercapai sih dalam menyiarkan program ini sampai se jawa barat.</p>
5	<p>Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan naskah siaran?</p> <p>Apakah orang yang terlibat dalam produksi harus bisa membuat naskah?</p> <p>Darimana saja materi yang diambil dalam pembuatan naskah siaran?</p> <p>Hambatan apa saja yang terjadi dalam pembuatan naskah siaran?</p>	<p>Dalam pembuatan naskah orang-orang yang terlibat apabila ada narasumber kemudian bagian penulis dalam program Ngopi Tani harus berdiskusi juga dengan narasumber untuk penulisan naskah, menentukan tema, menentukan judul sesuai dengan latar belakang dari narasumber yang akan hadir di program Ngopi Tani.</p> <p>Penulis harus bisa membuat naskah secara terperinci mengenai isi dari program Ngopi Tani.</p> <p>Materi yang diambil dalam pembuatan naskah siaran tergantung narasumber dan bisa juga melalui internet atau surat kabar yang terbaru.</p> <p>Untuk hambatan dalam pembuatan naskah siaran tergantung komunikasi dengan narasumber.</p>
6	Apakah semua program Radio Pertanian Ciawi	Beda-beda, ada acara talkshow, monolog, dan hiburan.

	<p>memiliki format siaran yang sama?</p> <p>Seperti apa format siaran program Ngopi Tani ini?</p> <p>Apakah program Ngopi Tani pernah mengganti format siaran?</p> <p>Apakah dengan format ini program Ngopi Tani bisa efektif dalam penyampaian informasi?</p>	<p>Format program ngopi tani itu talk show antara narasumber dan penyiar.</p> <p>Untuk saat ini belum pernah sih jadi tetap <i>talk show</i>.</p> <p>Tentu saja efektif juga karena emang dengan cara seperti ini juga kan kita menyiarkan melalui <i>live streaming</i> dan makin luas jangkauan terhadap pendengar.</p>
7	<p>Apakah materi siaran yang telah selesai dikumpulkan kepada pimpinan produksi?</p> <p>Apakah ada batasan waktu dalam pengumpulan materi siaran?</p> <p>Siapa yang biasanya mengumpulkan materi siaran?</p> <p>Setelah materi siaran dikumpulkan, apakah materi siaran tersebut langsung digunakan untuk siaran?</p>	<p>Materi siaran yang sudah selesai dibuat sebelum disiarkan harus di berikan kepada pimpinan produksi untuk diperiksa dan materi siaran harus dibuat <i>hardcopy</i> untuk diarsipkan.</p> <p>Batasan waktu dalam dalam pengumpulan materi siaran paling lama sebelum siaran dimulai dan pada saat siaran dimulai materi harus dipersiapkan lebih awal karena walaupun materi sudah ada dipikiran penyiar tapi materi harus tetap ada pada saat siaran.</p> <p>Naskah yang sudah selesai harus dikumpulkan oleh penyiar karena naskah itulah yang harus dibawakan oleh penyiar pada saat siaran dimulai.</p> <p>Setelah materi siaran dikumpulkan oleh penyiar, maka setelah itu bisa langsung digunakan untuk siaran.</p>
Produksi Program		

8	<p>Apakah program Ngopi Tani lebih sering disiarkan secara <i>on air</i> atau <i>off air</i>?</p> <p>Siapa saja yang terlibat pada saat <i>on air</i>?</p> <p>Apakah pada saat <i>on air</i> hanya disiarkan melalui radio? Atau ada platform lain di internet?</p> <p>Ada berapa <i>device</i> atau komputer yang dipakai pada saat <i>on air</i>?</p> <p>Sampai saat ini, apakah sering terjadi masalah atau gangguan pada saat <i>on air</i>?</p>	<p>Program Ngopi Tani lebih disiarkan secara <i>on air</i> daripada <i>off air</i>.</p> <p>Yang terlibat pada saat <i>on air</i> yaitu kru-kru radio seperti penyiar, operator dan teknisi.</p> <p>Tidak hanya disiarkan melalui siaran di radio saja, program-program talkshow di Radio Pertanian Ciawi sering disiarkan melalui live streaming di Youtube.</p> <p>Untuk peralatan yang digunakan saat <i>on air</i> di Radio Pertanian Ciawi menggunakan 3 komputer yang masing-masing digunakan untuk memutar lagu, operator <i>Youtube</i> dan penyiar.</p> <p>Untuk kendala pada saat <i>on air</i> yaitu kendala di jaringan yang mengakibatkan siaran menjadi terganggu, serta cara mengatasi kendala di jaringan pada saat <i>on air</i> yaitu langsung menggantikan ke jaringan lain yang kompatibel untuk digunakan siaran</p>
9	<p>Jenis alat apa yang digunakan untuk <i>mixing</i> suara dari musik, penyiar maupun bintang tamu pada saat <i>on air</i>?</p> <p>Apa tipe dari alat <i>mixing</i> yang digunakan Radio Pertanian Ciawi?</p> <p>Apa fungsi dari alat <i>mixing</i> itu sendiri ?</p> <p>Apakah alat <i>mixing</i> ini bisa di operasikan oleh siapa saja? Atau hanya orang yang sudah ahlinya?</p>	<p>Peralatan ada <i>Audio Mixer</i>, komputer dan mikrofon.</p> <p><i>Yamaha MG16XU</i>.</p> <p>Untuk menjalankan siaran dan mengatur suara penyiar dan musik.</p> <p>Khusus diperasikan untuk teknisi, operator dan penyiar.</p>

	<p>Sejauh ini apakah alat <i>mixing</i> ini ada masalah pada saat <i>on air</i>?</p>	Alhamdulillah tidak ada.
10	<p>Ada berapa <i>jingle</i> yang dimiliki Radio Pertanian Ciawi ini?</p> <p>Apakah <i>jingle</i> yang dimiliki Radio Pertanian Ciawi ini di produksi sendiri?</p> <p>Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan <i>jingle</i> radio ini?</p> <p>Bagaimana cara pembuatan <i>jingle</i> radio? Apakah melalui rekaman langsung atau ada cara lain?</p> <p>Apa saja hambatan dalam pembuatan <i>jingle</i> radio?</p>	<p>Ada 4 <i>jingle</i> yang dimiliki Radio Pertanian Ciawi.</p> <p>Iya tentu saja diproduksi sendiri.</p> <p>Ada penyiar dan kru-kru produksi yang biasa menyiarkan program radio</p> <p>Pembuatan <i>jingle</i> dengan metode rekaman langsung yang nantinya disatukan dengan <i>background</i>.</p> <p>Alhamdulillah tidak ada.</p>
11	<p>Iklan apa saja yang digunakan Radio Pertanian Ciawi? Iklan produk, Iklan Informasi atau Iklan Layanan Masyarakat?</p> <p>Apakah semua iklan-iklan di Radio Pertanian Ciawi itu iklan pertanian?</p> <p>Bagaimana cara pembuatan iklan radio? Apakah sama dengan pembuatan <i>jingle</i> radio?</p> <p>Apakah semua iklan-iklan selalu dipakai pada saat <i>on air</i>? Atau hanya ada <i>event-event</i> tertentu?</p> <p>Apa saja hambatan dalam pembuatan iklan radio?</p>	<p>Semuanya dipakai seperti iklan produk ataupun iklan layanan masyarakat.</p> <p>Tidak juga, untuk iklan-iklan tidak harus pertanian cuman banyaknya tentang pertanian.</p> <p>Tetap sama yaitu dengan metode rekaman langsung.</p> <p>Tergantung waktu dan perjanjian-perjanjian dengan atasan. Apa saja iklan-iklan yang harus diputarkan di jam segini.</p> <p>Sejauh ini tidak ada sih.</p>

	Eksekusi	Program
12	<p>Dimulai dari jam berapa program pertama disiarkan?</p> <p>Jam berapa Program Ngopi Tani disiarkan?</p> <p>Kenapa Program Ngopi Tani disiarkan di jam tersebut? Apakah di jam tersebut memang banyak yang mendengarkan radio?</p> <p>Apakah waktu siaran di Radio Pertanian Ciawi 24 Jam?</p> <p>Apakah semua program durasi siarannya sama?</p>	<p>Dimulai dari jam 05.00 dengan program cahaya pagi.</p> <p>Ngopi tani disiarkan pada jam 10.00 sampai jam 12.00 siang.</p> <p>Di jam tersebut pendengar program ngopi tani lumayan banyak yang lumayan banyak yang mendengarkan karena sebelumnya ada perbandingan dengan program-program lain mengenai jumlah pendengar yang mendengarkan radio.</p> <p>Tidak sampai 24 jam dan batas akhir ada di jam 00.00 dini hari.</p> <p>Rata-rata hampir sama cuman untuk program pertanian waktu siaran sampai 2 jam.</p>
13	<p>Siapa yang terlibat dalam menentukan jadwal program Radio Pertanian Ciawi ini?</p> <p>Jadwal siaran Program Ngopi Tani berapa kali dalam seminggu? Apakah rutin setiap hari?</p> <p>Apakah jadwal semua program Radio Pertanian Ciawi full dalam seminggu?</p> <p>Apakah pembagian jadwal ini sudah sesuai dengan waktu aktivitas pendengar selama sehari?</p>	<p>Yang terlibat itu tetap pertama dari atasan-atasan sampai penyiar-penyiar juga karena jadwal itu dilihat dengan pencocokan para penyiar.</p> <p>Karena sebelumnya ada di masa pandemi <i>Covid - 19</i> untuk jadwal siaran program ngopi tani tidak sampai setiap hari melainkan dalam seminggu hanya 3 sampai 4 kali saja.</p> <p>Sedangkan untuk program lain disiarkan full dalam seminggu.</p> <p>Untuk menentukan jadwal siaran menurut pihak radio pertanian ciawi sudah sesuai dengan waktu aktivitas pendengar.</p>
	Pengawasan	Program

14	<p>Bagaimana hal yang harus diperhatikan pada saat pengawasan tim produksi? Apakah kegiatan pada saat <i>on air</i> semua tim produksi termasuk penyiar harus diawasi?</p> <p>Selain tim produksi, apakah ada hal lain yang harus diawasi? Seperti isi dari program radio?</p> <p>Jika ada tim produksi yang melakukan kesalahan apa yg dilakukan anda?</p>	<p>Ketika <i>on air</i> pengawasan harus dilakukan dan diperhatikan khususnya tim produksi dan penyiar. Semua kru ketika <i>on air</i>, mereka pribadi masing-masing harus menjaga agar tidak terjadi kesalahan dalam <i>on air</i>.</p> <p>Hal lain yang harus diawasi khususnya naskah dan isi program tetap harus ada analisis terlebih dahulu agar <i>on air</i> berjalan lancar.</p> <p>Yang dilakukan pihak Radio Pertanian Ciawi apabila ada salah satu tim produksi melakukan kesalahan baik itu dari teknis maupun perkataan dari penyiar yaitu pada saat pergantian segmen radio, dengan cara memberi tahu kepada tim produksi agar bisa lebih hati-hati lagi.</p>
15	<p>Apakah rapat evaluasi rutin dilakukan? Berapa kali?</p> <p>Siapa saja yang terlibat dalam rapat evaluasi? Semua tim produksi atau perwakilan produksi saja?</p> <p>Biasanya apa saja hal yang didiskusikan pada saat rapat evaluasi? Apakah kinerja dari tim produksi, penyiar, atau isi program?</p>	<p>Rapat evaluasi dilakukan 1-2 kali dalam sebulan.</p> <p>Didalamnya terlibat langsung beberapa orang semua tim produksi atau yang bersangkutan dibidangnya terutama di program talkshow yaitu penyiarnya.</p> <p>Dalam rapat evaluasi hal yang dibahas ada beberapa hal yaitu kinerja program, permasalahan teknis dan non teknis, kemajuan program dan peningkatan kinerja di bidang siaran baik itu penyiar, maupun tim produksi agar bisa lebih baik lagi kedepannya.</p>

B. Informan (Pendengar Radio Pertanian Ciawi)

Nama : Popi Nurlita

Pekerjaan : Penjual Tanaman Hias

Waktu : 17 Maret 2022, Pukul 13.45 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah ibu tau program Ngopi Tani di Radio Pertanian Ciawi?	Iya saya tau acara Ngopi Tani di Radio Pertanian Ciawi.
2	Apakah ibu pernah mendengarkan program Ngoopi Tani?	Kalau untuk mendengarkan sih sering ya, apalagi memang saya suka memelihara tanaman hias jadi buat mendengarkan acara Ngopi Tani itu sering .
3	Informasi apa saja yang ibu dapat pada saat mendengarkan program Ngopi Tani?	Informasi yang saya dapatkan ya tentang bagaimana cara menanam, merawat, dan budidaya tanaman hias dari ahlinya langsung dan bukan itu saja tapi masih banyak lagi pembahasannya mengenai dunia pertanian.
4	Bagaimana pendapat ibu sebagai pendengar Radio Pertanian Ciawi terhadap program Ngopi Tani?	Untuk acara Ngopi Tani sih memang bagus yaa dan selalu memberikan informasi mengenai pertanian yang bermanfaat serta mengedukasi kita para pendengarnya.
5	Bagaimana sikap penyiar pada saat siaran Ngopi Tani berlangsung?	Untuk pendengarnya terdengar sangat santai sih dan informasi yang dibawakan oleh penyiar tuh bisa dicerna dengan baik.
6	Adakah pesan dari ibu untuk Radio Pertanian Ciawi terhadap program Ngopi Tani ?	Pesannya sih semoga Radio Pertanian Ciawi lebih baik lagi kedepannya dan untuk program Ngopi Tani semoga lebih kreatif lagi agar pendengar bisa lebih banyak untuk menikmatinya.

Pendengar Radio 2

Nama : Yusup

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu : 21 Maret 2022, Pukul 12.28 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah mas tahu mengenai program Ngopi Tani di Radio Pertanian Ciawi?	Saya cukup tahu itu seperti jenis program podcast tentang pertanian gitu kan mas ya.
2	Apakah mas pernah mendengarkan program Ngopi Tani?	Beberapa kali saya sering mendengarkan tentang acara itu mas.

3	Informasi apa saja yang diperoleh saat mendengarkan program Ngopi Tani?	Banyak sih, banyak informasi yang mendidik sekali ya terutama bagi kaum-kaum yang suka pertanian apalagi kan negara Indonesia itu negara agraris ya mas. Jadi butuh ilmu-ilmu tentang pertanian yang <i>up to date</i> gitu dan harus sering disiarkan agar lebih bagus.
4	Bagaimana pendapat mas sebagai pendengar Radio Pertanian Ciawi terhadap program Ngopi Tani?	Sebenarnya program ini bagus ya cuman harus lebih banyak lagi gitu lebih menggairahkan untuk anak muda, soalnya kan ini bagus juga wawasan untuk anak muda yang mungkin sedang bergelut tentang pertanian, karena ilmu-ilmu tidak hanya tentang pertanian seperti padi kopi, dll. Banyak juga budidaya mengenai pepohonan dan sayur-sayuran yang bisa menghasilkan komersil juga kan mas.
5	Bagaimana sikap penyiar pada saat siaran Ngopi Tani berlangsung?	Ya saya cukup terkesan juga sama penyiarinya dengan memberikan informasi yang tepat sih, tapi terkadang ada informasi yang terlewat mungkin karena terkendala sinyal jua kali ya. Ya pokoknya informasinya tepat dan bagus cuman ya itu terkadang sinyal yang kurang bagus aja gitu sih.
6	Adakah pesan untuk Radio Pertanian Ciawi terhadap program Ngopi Tani?	Semoga program-program seperti ini harus lebih banyak lagi khusus bagi pendengar yang suka tentang pertanian. Kapan lagi kita bisa mendengarkan informasi pertanian secara gratis dari ahli-ahli yang telah berbicara.

Pendengar Radio 3

Nama : Alam

Pekerjaan : Pekebun

Waktu : 29 Maret 2022, Pukul 19.29 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	---------

1	Apakah mas tahu mengenai program Ngopi Tani di Radio Pertanian Ciawi?	Oh yang itu yaa, tau sih mas.
2	Apakah mas pernah mendengarkan program Ngopi Tani?	Kalau untuk mendengarkan pernah sih mas cuman gak setiap hari juga.
3	Informasi apa saja yang diperoleh saat mendengarkan program Ngopi Tani?	Kalau untuk informasi yang saya dapat pada saat mendengarkan acara ngopi tani sih macam-macam sih mas ada yang membahas tentang tanaman, budidaya, cerita orang sukses sebagai petani gitu sih mas.
4	Bagaimana pendapat mas sebagai pendengar Radio Pertanian Ciawi terhadap program Ngopi Tani?	Pendapat saya acara ngopi tani memang acara yang baik dan beraneka informasi gitu sih, khususnya dengan pembahasan yang bermacam-macam dengan bintang tamu nya jadi seru buat di dengar.
5	Bagaimana sikap penyiar pada saat siaran Ngopi Tani berlangsung?	Jadi sikap penyiar cukup santai juga dalam ngebawain acara itu dan untuk komunikasinya sama bintang tamu sangat baik dan nyambung. Keren.
6	Adakah pesan untuk Radio Pertanian Ciawi terhadap program Ngopi Tani?	Pesan dari saya semoga Radio Pertanian Ciawi khususnya pada program ngopi tani sukses selalu, tetap berjalan dan lebih baik lagi kedepannya untuk memberikan informasinya kepada pendengar.

C. Triangulasi

Nama : Ichsan Yoga

Jabatan : Staf Produksi Agri FM

Waktu : 07 Juni 2022, Pukul 17.00 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
PERENCANAAN		PROGRAM
1	Siapa yang menjadi target pendengar dalam program ini?	Target pendengar untuk program green mind ini ada beberapa yaitu ada mahasiswa, dosen, staf dari IPB, serta para petani dan masyarakat umum.

	<p>Apakah ada gambaran demografis pendengar?</p> <p>Anak muda yang terjun di bidang pertanian sangat minim. Petani Indonesia kebanyakan berusia tua (62%). Apakah program <i>Green Mind</i> ini menysasar ke anak-anak muda?</p> <p>Berapa presentasi pendengar <i>Green Mind</i> anak muda?</p>	<p>Kalau untuk gambaran demografis tuh pendengar rata rata di usia 18-45 tahun.</p> <p>Memang dalam program ini menysasar ke anak-anak muda khususnya mahasiswa disini yang memang tertarik dalam dunia pertanian.</p> <p>Persentase pendengar dari anak-anak muda berada dikisaran 50% lebih.</p>
2	<p>Apakah program <i>Green Mind</i> menerima iklan dan sponsor?</p> <p>Berapa jumlah iklan rata-rata per program?</p> <p>Siapa target pasar untuk pemasang iklan/sponsor?</p> <p>Berapa target pendapatan pada program <i>Green Mind</i>?</p>	<p>Tentu saja program ini menerima iklan dan sponsor.</p> <p>Biasanya sih rata-rata iklan per program bisa mencapai 4 iklan yang di siarkan.</p> <p>Target pasar dari iklan maupun sponsor semua pendengar dari kalangan mana saja yang mempunyai produk atau usaha kecil-kecilan.</p> <p>target pendapatan iklan atau sponsor dalam harian untuk program ini mencapai rp.3.000.000 karena masuk ke dalam waktu prime time.</p>
3	<p>Adakah latar belakang dibuatnya program <i>Green Mind</i>?</p> <p>Siapa yang mencetuskan Program <i>Green Mind</i> ini?</p> <p>Apa tujuan program <i>Green Mind</i> ini?</p>	<p>Latar belakang dibuatnya program ini memang untuk mengubah pemahaman para mahasiswa, masyarakat umum hingga petani mengenai lingkungan dari dalam dan luar dunia pertanian ini.</p> <p>Program ini dicetuskan oleh petinggi-petinggi terdahulu.</p> <p>Tujuan dibuatnya program ini adalah untuk memberikan informasi ataupun masukan-masukan dalam</p>

	Hingga saat ini apakah tujuan itu tercapai?	dunia pertanian ini kepada pendengar.. Sampai saat ini Alhamdulillah tercapai Ya, karena memang pendengar program ini sangat banyak pendengar.
4	Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan naskah siaran? Apakah orang yang terlibat dalam produksi harus bisa membuat naskah? Darimana saja materi yang diambil dalam pembuatan naskah siaran?	Dalam pembuatan naskah siaran memang banyak orang yang terlibat, khususnya scriptnya writer yang harus bekerja lebih keras untuk menulis naskah, menentukan judul, tema yang akan dibahas pada saat siaran berlangsung. Tidak juga, karena orang yang terlibat dalam produksi sudah ada jobnya masing-masing. Kalo materi yang diambil lebih banyak melalui internet dan informasi terbaru.
5	Apakah semua program Agri FM memiliki format siaran yang sama? Seperti apa format siaran program <i>Green Mind</i> ini? Apakah dengan format ini program <i>Green Mind</i> ini bisa efektif dalam penyampaian informasi?	Program-program agri FM ini memiliki berbagai jenis program dan format yang berbeda-beda. Format green mind ini memiliki format siaran sebagai radio berita yang dibawakan oleh 1-2 penyiar. Menurut saya program ini sangat efektif karena pendengar bisa mendengarkan sebuah program radio yang sangat informatif dalam pembawaan isi berita dan informasinya.
6	Apakah materi siaran yang telah selesai dikumpulkan kepada pimpinan produksi?	Materi siara yang sudah dibuat harus diberikan kepada kepala produksi atau pimpinannya untuk diperiksa kembali agar apabila ada kesalahan apapun itu di dalam naskahnya bisa langsung diperbaiki oleh <i>script writer</i> . Untuk batasan waktu pengumpulan ada 1 hari sebelum siaran.

	<p>Apakah ada batasan waktu dalam pengumpulan materi siaran?</p> <p>Siapa yang biasanya mengumpulkan materi siaran?</p>	<p>Sudah pasti yang mengumpulkan materi itu <i>script writer</i> kepada penyiar untuk dipahami mengenai isi dari naskah tersebut dan dibawakan pada saat siaran berlangsung.</p>
PRODUKSI PROGRAM		
7	<p>Apakah program <i>Green Mind</i> lebih sering disiarkan secara On air atau Off air?</p> <p>Siapa saja yang terlibat pada saat On air?</p> <p>Apakah pada saat <i>on air</i> hanya disiarkan melalui radio? Atau ada platform lain di internet?</p> <p>Ada berapa <i>device</i> atau komputer yang dipakai pada saat <i>on air</i>?</p> <p>Sampai saat ini, apakah sering terjadi masalah atau gangguan pada saat <i>on air</i>?</p>	<p>Program ini disiarkan bergantian tepi lebih sering disiarkan secara on air.</p> <p>Yang terlibat saat on air tentu saja para staf-staf produksi, karena memang sudah menjadi tanggung jawab bagi mereka dalam menyiarkan program radio agar berjalan dengan lancar.</p> <p>Tidak hanya radio saja melainkan via radio <i>online</i> yang ada di internet.</p> <p>Di studio ada 2 komputer yang digunakan dalam menjalankan siaran radio.</p> <p>Alhamdulillah sejauh ini tidak pernah mengalami gangguan sih pada saat on air.</p>
8	<p>Jenis alat apa yang digunakan untuk <i>mixing</i> suara dari musik, penyiar maupun bintang tamu pada saat <i>on air</i>?</p> <p>Apa tipe dari alat <i>mixing</i> yang digunakan Agri FM?</p> <p>Apa fungsi dari alat <i>mixing</i> itu sendiri ?</p>	<p>Ada beberapa alat yang digunakan untuk <i>mixing</i> suara dari musik dan penyiar yairu ada <i>audio mixer</i> dan mikrofon.</p> <p>Untuk tipe dari <i>audio mixer</i> nya sendiri itu ada <i>Behringer UB1832</i>.</p> <p>Untuk fungsinya sama saja seperti <i>mixer</i> lainnya yaitu untuk mengatur</p>

	<p>Apakah alat <i>mixing</i> ini bisa di operasikan oleh siapa saja? Atau hanya orang yang sudah ahlinya?</p> <p>Sejauh ini apakah alat <i>mixing</i> ini ada masalah pada saat <i>on air</i>?</p>	<p>suara yang berasal dari penyiar maupun musik dari komputer.</p> <p><i>Audio mixer</i> harus dioperasikan dengan orang yang berpengalaman dalam mengoperasikannya, seperti operator radio yang memang sudah setiap hari menggunakan <i>audio mixer</i>.</p> <p>Sejauh ini Alhamdulillah tidak ada masalah sih.</p>
9	<p>Ada berapa <i>jingle</i> yang dimiliki Agri FM ini?</p> <p>Apakah <i>jingle</i> yang dimiliki Agri FM ini di produksi sendiri?</p> <p>Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan <i>jingle</i> radio ini?</p> <p>Bagaimana cara pembuatan <i>jingle</i> radio? Apakah melalui rekaman langsung atau ada cara lain?</p> <p>Apa saja hambatan dalam pembuatan <i>jingle</i> radio?</p>	<p>Disini kalau ada lebih dari 4 <i>jingle</i>.</p> <p>Betul, semua <i>jingle</i> disini diproduksi sendiri.</p> <p>Sama seperti pembuatan naskah, yang terlibat dalam pembuatan <i>jingle</i> ini yaitu staf-staf produksi disini.</p> <p>Untuk pembuatan <i>jingle</i> sih lebih sering dilakukan dengan rekaman langsung.</p> <p>Tidak ada hambatan Alhamdulillah.</p>
10	<p>Iklan apa saja yang digunakan Agri FM? Iklan produk, Iklan Informasi atau Iklan Layanan Masyarakat?</p> <p>Apakah semua iklan-iklan di Agri FM itu iklan pertanian?</p> <p>Bagaimana cara pembuatan iklan radio? Apakah sama dengan pembuatan <i>jingle</i> radio?</p>	<p>Ada beberapa iklan yang digunakan disini yang pertama ilm terus ada iklan produk juga.</p> <p>Semua iklan disini tidak hanya iklan tentang pertanian, masih banyak iklan yang disiarkan seperti iklan layanan masyarakat tentang lingkungan dan masih banyak lagi.</p> <p>Basicnya sama sih untuk pembuatan iklan sama dan pembuatan <i>jingle</i> dengan proses pembuatan rekaman secara langsung.</p>

EKSEKUSI PROGRAM		
11	<p>Dimulai dari jam berapa program pertama disiarkan?</p> <p>Jam berapa Program <i>Green Mind</i> ini disiarkan?</p> <p>Kenapa Program <i>Green Mind</i> ini disiarkan di jam tersebut? Apakah di jam tersebut memang banyak yang mendengarkan radio?</p> <p>Apakah waktu siaran di Agri FM 24 Jam?</p> <p>Apakah semua program durasi Siaran nya sama?</p>	<p>Program pertama disiarkan mulai dari jam 3 sore dengan program agri sunset.</p> <p>Jam 7 malam sampai jam 9 malam.</p> <p>Karena di jam tersebut termasuk prime time yaitu dimana masyarakat banyak bersantai dan beristirahat setelah seharian melakukan aktivitas. sebelumnya juga kita telah melakukan perbandingan terhadap program-program lain sih.</p> <p>Benarr disini disiarkan selama 24 jam.</p> <p>Tidak juga, tapi kebanyakan program-program formal memiliki durasi waktu 2 jam dalam melakukan siaran.</p>
12	<p>Siapa yang terlibat dalam menentukan jadwal program Agri FM ini?</p> <p>Jadwal siaran Program <i>Green Mind</i> berapa kali dalam seminggu? Apakah rutin setiap hari?</p> <p>Apakah jadwal semua program Agri FM full dalam seminggu?</p> <p>Apakah pembagian jadwal ini sudah sesuai dengan waktu aktivitas pendengar selama sehari?</p>	<p>Semua orang terlibat dalam menentukan jadwal siaran disini dadi atasan sampai dengan penyiar-penyiar semua didiskusikan mengenai penentuan jadwal siaran.</p> <p>Tidak setiap hari juga melainkan setiap hari Kamis.</p> <p>Untuk semua program dalam seminggu disiarkan 1 hari saja.</p> <p>Menurut kita sudah sangat sesuai, karena kebanyakan pendengar lebih mempunyai waktu luang di sore hingga malam hari.</p>
PENGAWASAN PROGRAM		
13	<p>Bagaimana hal yang harus diperhatikan pada saat</p>	<p>Hal yang harus diperhatikan atau diawasi pertama-tama yaitu isi dari</p>

	<p>pengawasan tim produksi? Apakah kegiatan pada saat <i>on air</i> semua tim produksi termasuk penyiar harus diawasi?</p> <p>Selain tim produksi, apakah ada hal lain yang harus diawasi? Seperti isi dari program radio?</p> <p>Jika ada tim produksi yang melakukan kesalahan apa yg dilakukan anda?</p>	<p>naskah yang dibawakan oleh penyiar, meskipun sudah diperiksa sebelumnya tetapi harus juga diawasi pada saat siaran berlangsung. Selanjutnya ada penyiar yang harus diperhatikan khususnya dari ucapan-ucapan yang dikeluarkan agar nantinya apabila penyiar melakukan kesalahan dalam pengucapan dan pembawaan, kita bisa langsung memberi tahu kepada penyiar pada saat pergantian segmen.</p> <p>Ya isi program juga harus diperhatikan secara detail.</p> <p>Ya itu yang dilakukan kita adalah dengan cara memberi tahu penyiar dan staf-staf lainnya pada saat jeda pergantian segmen.</p>
14	<p>Apakah rapat evaluasi rutin dilakukan? Berapa kali?</p> <p>Siapa saja yang terlibat dalam rapat evaluasi? Semua tim produksi atau perwakilan produksi saja?</p> <p>Biasanya apa saja hal yang didiskusikan pada saat rapat evaluasi? Apakah kinerja dari tim produksi, penyiar, atau isi program?</p>	<p>Rapat evaluasi dilakukan 1-2 kali dalam seminggu.</p> <p>Nah di dalam rapat evaluasi biasanya semua staf produksi maupun penyiar turut mengikuti rapat evaluasi, khususnya yang bersangkutan dengan program sebelumnya.</p> <p>Hal yang biasanya kita bahas yaitu kinerja dari program sih, baik dari staf produksi maupun jalannya <i>on air</i>. Hal lain yang dibahas yaitu peralatan yang bisa dibidang banyak kekurangan pada saat berlangsung.</p>

