

MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN ACARA *STREAMING* DAN ACARA *ON DEMAND* PADA WEBSITE JOGJA BELAJAR (JB) RADIO TAHUN 2017

PRODUCTION MANAGEMENT CONTENT OF EVENTS ON STREAMING AND EVENT ON DEMAND ON 2017 JOGJA LEARNING (JB) RADIO WEBSITE

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

Bibit Dermawan

20140530241

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul

MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN ACARA *STREAMING* DAN ACARA *ON DEMAND* PADA WEBSITE JOGJA BELAJAR (JB) RADIO TAHUN 2017

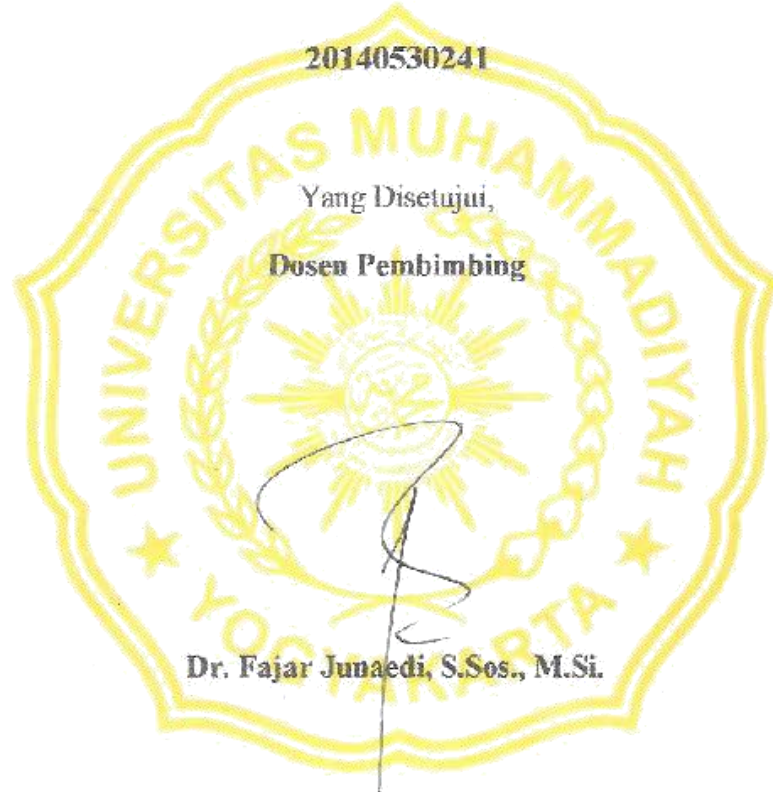
Oleh:

Bibit Dermawan

20140530241

Yang Disetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.

MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN ACARA *STREAMING* DAN ACARA *ON DEMAND* PADA WEBSITE JOGJA BELAJAR (JB) RADIO TAHUN 2017

PRODUCTION MANAGEMENT CONTENT OF EVENTS ON STREAMING AND EVENT ON DEMAND ON 2017 JOGJA LEARNING (JB) RADIO WEBSITE

Bibit Dermawan¹, Fajar Junaedi²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto

Bantul Yogyakarta

² Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto

Bantul Yogyakarta

Alamat Email : bibitdermawan88@gmail.com, fajarjun@umy.ac.id

ABSTRAK

Radio merupakan sebuah media komunikasi yang menyajikan sebuah konsep penyampaian pesan melalui audio. Sebagai media komunikasi yang sudah sangat lama radio mulai banyak ditinggal. Hal ini dikarenakan adanya media-media baru yang bermunculan. Di Indonesia radio sudah ada sejak zaman dahulu baik yang bersifat swasta atau komersial maupun radio pemerintahan. Penyajian radio yang disiarkan secara baik tentu tidak lepas dari prosesnya juga yang baik dengan manajemen yang baik juga. Dengan adanya standar operasional dan pengelolaan sebuah radio membuat stasiun radio dapat terus berjalan. Berkembangnya sebuah radio yang tidak lagi menggunakan konsep secara analog melalui sinyal FM dan berkembang ke yang lebih baru melalui konsep streaming membuat manajemen produksinya pun ikut berubah dan berkembang. JB Radio adalah salah satu stasiun radio pemerintah yang memiliki konsep siarannya secara streaming. Berkembangnya sebuah JB Radio juga melibatkan proses manajemen produksi yang harus dilalui untuk menyiarkan siarannya secara langsung dan tapping. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan ada beberapa hal yang diperlukan untuk menyiarkan sebuah media radio yaitu melalui proses manajemen produksi. Memiliki konsep baru berupa streaming tentu akan ada mempunyai perbedaan dengan konsep penyiaran yang lama berupa analog yang biasa didengarkan lewat radio konvensional. Penggunaan media baru sebagai sebuah inovasi untuk bisa menyiarkan radio dengan tampilan baru tentu sangat membantu dan membuat media radio hadir seperti media yang baru.

Kata kunci: Manajemen Produksi, Radio, Media Baru

ABSTRACT

Radio is a communication media that presents a concept of delivering messages through audio. As a communication medium that has been around for a long time, the radio has been left behind a lot. This is due to the emergence of new media. In Indonesia, radio has existed since ancient times, both private and commercial or radio government. Radio presentation that is broadcast well is certainly not free from the process which is also good with good management too. With the operational standards and management of a radio, radio stations can continue to run. The development of a radio that no longer uses the concept analogously through FM signals and develops to a newer one through the concept of streaming makes its production management also changes and develops. JB Radio is one of the government radio stations that has the concept of broadcasting in streaming. The development of a JB Radio also involves the production management process that must be passed to broadcast broadcasts directly and tapping. The results of this research reveal that there are several things needed to broadcast a radio media, namely through the production management process. Having a new concept in the form of streaming will certainly have a difference with the old broadcasting concept in the form of analog which is usually heard through conventional radio. The use of new media as an innovation to be able to broadcast radio with a new look is certainly very helpful and makes radio media present like new media.

Keywords: Production Management, Radio, New Media

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat serta potensi pemanfaatannya secara luas, membuka peluang bagi pengaksesan, pengelolaan, dan pendayagunaan informasi dalam volume yang besar secara cepat dan akurat, termasuk di dalam penyelenggaraan pemerintah. Perkembangan teknologi yang pesat tersebut menuntut pemerintah untuk dapat memanfaatkan teknologi informasi sebagai upaya peningkatan kinerja penyelenggaraan pemerintah, agar dapat tercapai layanan yang lebih cepat dan efisien. Salah satu bentuk implementasi dari pelaksanaan *e-government* diantaranya melalui pembuatan *website* oleh pemerintah. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Yogyakarta 2016 menunjukkan bahwa, penggunaan *internet* di Yogyakarta berada pada ranking ke 2 yaitu sekitar 35%. Dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan serta kebutuhan

masyarakat, maka visi masa depan Daerah Istimewa Yogyakarta yang didorong teknologi informasi adalah mewujudkan *Jogja Cyber Province*.

Salah satu bidang unggulan dari program *e-government* Pemerintah Yogyakarta ada pada bidang pendidikan dengan program *Jogja Learning Gateway*. Program ini merupakan sarana untuk mendukung perwujudan Yogyakarta sebagai *Cyber Province* yang terdepan dalam bidang pendidikan. *Jogja Learning Gateway* sendiri dikenal dengan nama program Jogja Belajar dengan alamat *website* jogjabelajar.org.

Berdasarkan data yang ada, pengaksesan layanan *website* jogjabelajar.org sendiri dapat dikatakan sudah cukup banyak peminatnya, walaupun memang belum mencapai target program yakni 30% dari jumlah masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan table data rata – rata pengaksesan layanan jogjabelajar.org per hari pada tahun 2017, berikut ini:

Rata – Rata Pengakses Layanan JogjaBelajar.org Per Hari Tahun 2017

Layanan JogjaBelajar.org	User/Hari
JB Media	26
JB Tube	63
JB Radio	79
JB Budaya	34
JB Class	43

Tabel 1.1

(Sumber : Balai Tekkomdik)

Oleh karena itu, di sini peneliti ingin lebih jauh mendalami mengenai proses manajemen produksi konten acara JB Radio baik yang *streaming* maupun yang berbasis

on demand yang sekiranya dapat cukup menarik minat masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga berdasarkan latar belakang ini peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian Manajemen Produksi Konten Acara *Streaming* dan Acara *On Demand* Pada *Website* Jogja Belajar (JB) Radio Tahun 2017.

Kerangka Teori

1. Manajemen Produksi Radio

a. Pengertian Manajemen

Menurut Hasibuan (1991) dalam Suprpto, manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu (Suprpto, 20019: 124).

Adapun fungsi dari manajemen yaitu:

a. Fungsi Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan fungsi pertama dalam organisasi. Di sinilah pondasi dasar diletakan dalam kegiatan manajemen. Hal ini juga berlaku melekat dalam organisasi media. Perencanaan dalam media yang berbeda tentu juga berbeda sesuai dengan karakteristik masing-masing media, namun setidaknya ada benang merah yang menyatukan fungsi perencanaan dalam manajemen media. Perencanaan dalam manajemen media menyangkut apa yang harus dilakukan di masa mendatang, bagaimana hal tersebut harus dilakukan, siapa yang harus sebenarnya melakukan hal tersebut dan kapan hal tersebut harus dilakukan di masa mendatang (Junaedi, 2014 : 38).

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Fungsi pengorganisasian dalam manajemen menempati posisi yang penting dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian dalam kegiatan manajemen bisa diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusun struktur organisasi dan sumber daya yang ada di organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Yang perlu diingat adalah bahwa dalam media ada berbagai pekerjaan yang perlu diatur dalam struktur pembagian kerja (Junaedi, 2014 : 42).

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan ini meliputi bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu-individu dalam organisasi untuk melakukan kewajiban mereka masing-masing sesuai dengan paparan pekerjaannya. Dengan pelaksanaan, visi, misi, dan tujuan organisasi berusaha dicapai dengan langkah-langkah kongkret (Junaedi, 2014 : 44).

d. Pengawasan (*controlling*)

Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi. Untuk itulah perlu adanya standard an indikator penilaian untuk menilai apakah berbagai pekerjaan dalam fungsi-fungsi manajemen berjalan dengan baik. Pengawasan dilakukan bukan hanya di akhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan (Junaedi, 2014 : 46).

b. Produksi Radio

Menurut Romli (2017 : 51-52) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio mengungkapkan bahwa manajemen produksi dan proses atau tahapan produksi dibagi beberapa bagian, yaitu:

- a) Pra-produksi : Tahapan pra-produksi yaitu tahap pencarian ide, penetapan topik, penyusunan aksi, penetapan format program (misalnya *talk show*, diskusi, drama, dokumenter), penyiapan naskah (skrip), pemilihan musik, dan latihan pengisi suara, serta penyusunan anggaran (jika diperlukan).
- b) Produksi : Tahap produksi adalah pelaksanaan konsep baik secara *live* (siaran langsung *on air*) maupun rekaman.
- c) Pasca produksi : Tahap pasca-produksi adalah penayangan atau penyiaran hasil produksi dan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan menyangkut kesesuaian hasil produksi (siaran) dengan rancangan yang disusun atau format yang dikehendaki, membahas masalah yang muncul selama proses produksi dan penyiarannya, kelemahan atau kekurangan yang terjadi, termasuk mengevaluasi respons pendengar, kualitas audio, atau kualitas siaran secara keseluruhan.

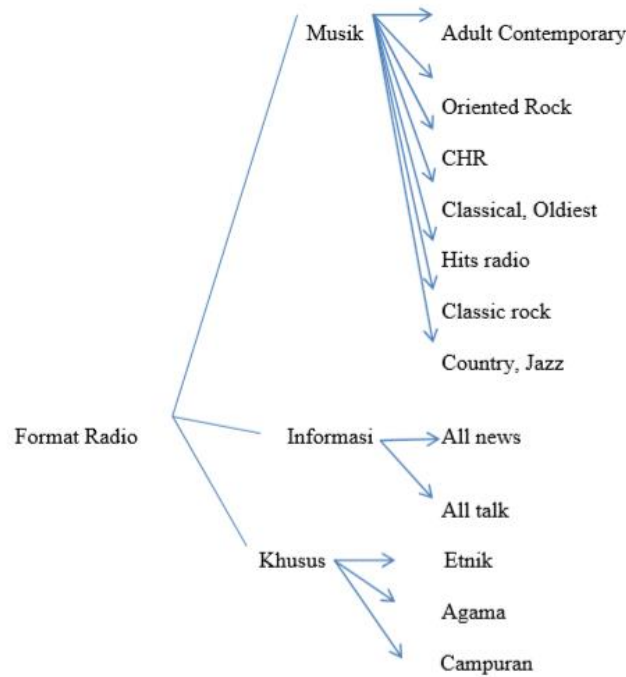
c. Formatting Radio

1) *Formatting* Radio

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audien. *Format* siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola

program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*) (Morissan, 2008:230).

Menurut Pringle-Starr-McCavitt (1991), seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu:



Gambar 1. 1

Pembagian format radio menurut Peter Pringle (Morissan, 2008 : 231-235).

2. *New Media* : Pengertian dan fungsi

a. *New Media*

New media merupakan media yang menggunakan *internet*, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008 : 13). Media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan

keuntungan, dan kebimbangan. Media yang lebih baru menciptakan sesuatu yang terlihat seperti interaksi, tetapi tidak mirip dengan interaksi tatap muka yang sebenarnya. Malahan, media yang lebih baru menciptakan interaksi dengan simulasi komputer. Ada tingkat interaksi yang tinggi, tetapi dengan computer, tidak dengan individu tertentu (Littlejohn, 2009 : 414-415).

b. Jenis-jenis *New Media*

Adapun jenis-jenis dari media baru salah satunya yaitu:

1) Situs (*Web Site*)

Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya. Penggunaan situs sebagai salah satu jenis media siber sejatinya bisa menjelaskan beragam bentuk media siber (Nasrullah, 2014 : 25).

3. Radio

Radio, tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*), merupakan salah satu jenis media massa. Radio termasuk sarana/saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*) seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah AUDITIF, yakni bersifat audio yang dikonsumsi telinga atau pendengaran. Media radio dipandang sebagai kekuatan kelima (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers/surat kabar. Disebut kekuatan kelima karena radio dianggap sebagai adiknya surat kabar (Romli, 2004 : 19).

a. *Radio Streaming*

Radio streaming merupakan salah satu bentuk *new media* yang bekerja dengan cara mentransmisikan gelombang suara lewat *internet*. Sistem kerja ini memungkinkan siaran radio terdengar ke seluruh dunia asalkan audien memiliki perangkat *internet*. Itulah sebabnya banyak masyarakat yang merantau menggunakan radio internet untuk mengobati rasa kangen pada daerah asalnya. Di Indonesia, umumnya radio *internet* dikolaborasikan dengan sistem radio analog oleh stasiun radio untuk memperluas jangkauan siarannya. Radio *internet* memiliki media *streaming* yang dapat menyediakan saluran audio terus-menerus dan tanpa batasan operasional penyiaran seperti media penyiaran tradisional pada umumnya, dengan kata lain 1x24 jam. Penggunaan radio *internet* sebenarnya cukup mudah, namun ada beberapa stasiun yang mengharuskan pengguna menginstal aplikasi *RealPlayer*, *Winamp* dan *software audio player* lainnya di komputer. Radio internet ini bisa didengarkan melalui *webcast*, *winamp*, *i-tunes*, *win media player* ataupun *mobile phone* (Tamburaka, 2013 : 57-59).

b. *Radio On Demand*

Dengan adanya tuntutan baru pendengar radio dan penawaran dari *Digital Audio Broadcasting* (DAB), bahwa layanan siaran radio tidak dapat menolak credo baru “*Anytime, Anywhere, and Personalized*”. Tuntutan ini diformulasikan Stephen Boulton Wallace, pimpinan Command Audio Coporation USA, sebagai “*On Demand Interactive Radio*” (ODIR). Konsep ini memfasilitasi pendengar untuk menyeleksi siaran yang ingin mereka dengar, kapanpun, dan dimanapun hanya dengan menekan

tombol. Pendengar ingin bebas untuk memilih acara yang sesuai jadi bukan mereka yang diatur oleh jadwal siaran radio (Santana, 2005 : 165).

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian. Selain menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti juga akan menggunakan metode penelitian studi kasus serta teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan juga dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang tidak berpedoman kepada metode statistik, pengukuran, maupun computer. Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan juga aturan berpikir yang digunakan dalam penelitian untuk selanjutnya diterapkan secara sistematis dalam pengumpulan dan juga pengolahan data dalam rangka memberikan penjelasan dan juga argumentasi (Hariwijaya, 2007: 46).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Dalam teknik ini peneliti melakukan kegiatan wawancara secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari informan (Hariwijaya, 2007: 89). Dalam hal ini nantinya peneliti akan menggunakan proses wawancara intensive interviews, dimana peneliti akan menggali informasi secara terus menerus dari informan yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti yakni, program director dan teknisi dari JB Radio. Selain wawancara mendalam, peneliti juga akan melakukan teknik pengumpulan data melalui data observasi.

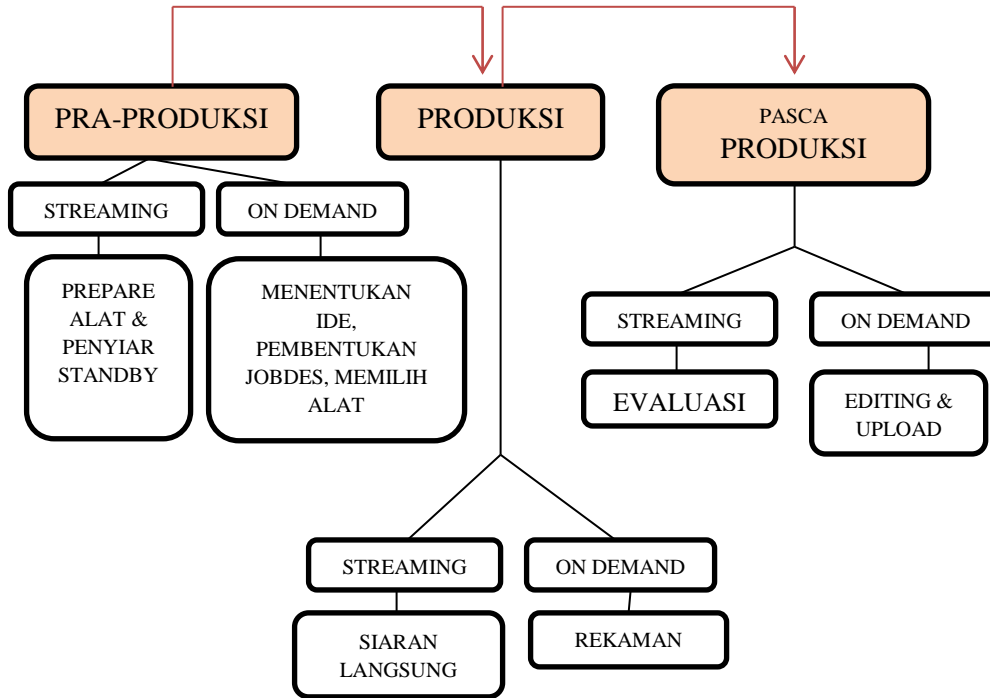
Observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subyek yang diriset, sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk interaksi dan percakapan. Observasi di sini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan obyek tersebut, serta didukung oleh data-data seperti *rundown*, hasil liputan,

daftar pertanyaan, *daily rundown*, jadwal teknis tugas, dan evaluasi paska-produksi (Yin, 2005: 114).

Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik analisis interaktif yang merupakan model analisis data dari Miles dan Huberman. Analisis interaktif merupakan suatu proses analisis yang terdiri dari tiga tahapan kegiatan yang terjadi secara bersamaan yakni: reduksi data, penyajian data, dan juga penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman dalam Prastowo, 2012: 241).

Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan diuraikan secara rinci mengenai analisis manajemen produksi di JB Radio, apakah dalam proses manajemen produksi radio sudah menerapkan prosedur dengan maksimal. Selain itu, penulis juga akan menghubungkan dan mengkaitkan dari penerapan manajemen produksi yang dilakukan JB Radio dengan hal-hal yang bersifat teoritis, yang menyangkut proses pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi pada konten *streaming* dan konten *on demand* JB Radio. Peneliti juga akan membahas dan menghubungkan beberapa hal yang mempengaruhi proses didalam suatu produksi radio khususnya di JB Radio dengan hal yang bersifat teoritis. Beberapa hal yang juga mempengaruhi proses manajemen produksi radio yaitu adanya manajemen yang baik yang menjalankan keseluruhan fungsi-fungsinya dengan baik. Untuk lebih mudah dalam memahami proses manajemen produksi JB Radio, berikut alur dari proses manajemen produksi yang ada di JB Radio:



Gambar 1
Alur Proses Manajemen Produksi JB Radio

1. Pra-produksi

Pra-produksi atau tahap awal sebuah radio melakukan siaran adalah tahap dimana keseluruhan yang akan dilakukan harus dipersiapkan. JB Radio mempunyai sebuah program yang banyak dan setiap tahunnya di evaluasi baik yang radio *streaming* maupun yang konten *on demand*. Untuk tahapan awal JB Radio tidak jauh berbeda dengan radio lain yaitu seperti membuat naskah, memilih tema, menentukan konten yang akan ditayangkan untuk konten on demand, pemilihan editor untuk proses *editing* konten *on demand*, persiapan penyiar sebelum siaran seperti menyiapkan mixer, mic, memilih seseorang untuk mengisi *voice over*, memilih perekam suara untuk konten on demand.

Tahapan pra-produksi yaitu tahap pencarian ide, penetapan topik, penyusunan aksi, penetapan format program (misalnya *talk show*, diskusi, drama, dokumenter), persiapan

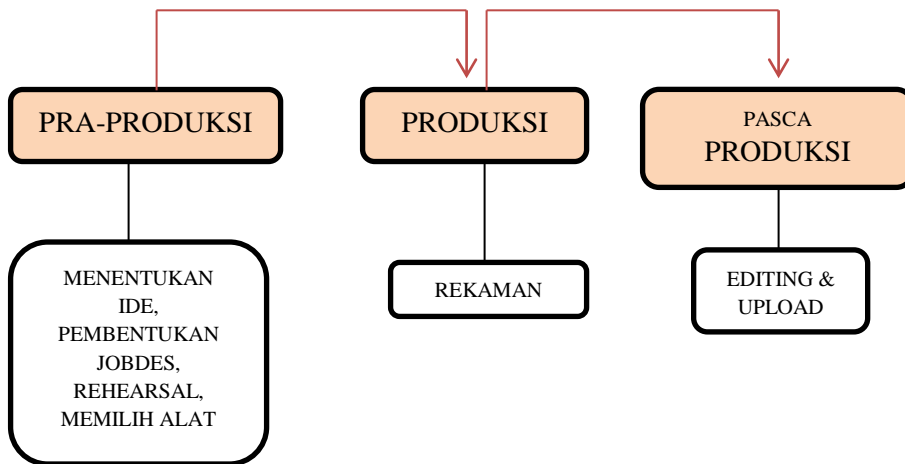
naskah (skrip), pemilihan musik, dan latihan pengisi suara, serta penyusunan anggaran (jika diperlukan) (Romli, 2017 : 51-52).

JB Radio untuk segala biaya yang sudah dianggarkan akan ditanggung semua oleh pemerintah. Sehingga dalam tahap pra-produksi JB Radio hanya fokus ke konten dan persiapan lainnya. Sedangkan pada tahap pra-produksi yang lainnya ada beberapa hal seperti menyiapkan naskah, pencarian ide, latihan pengisi suara.

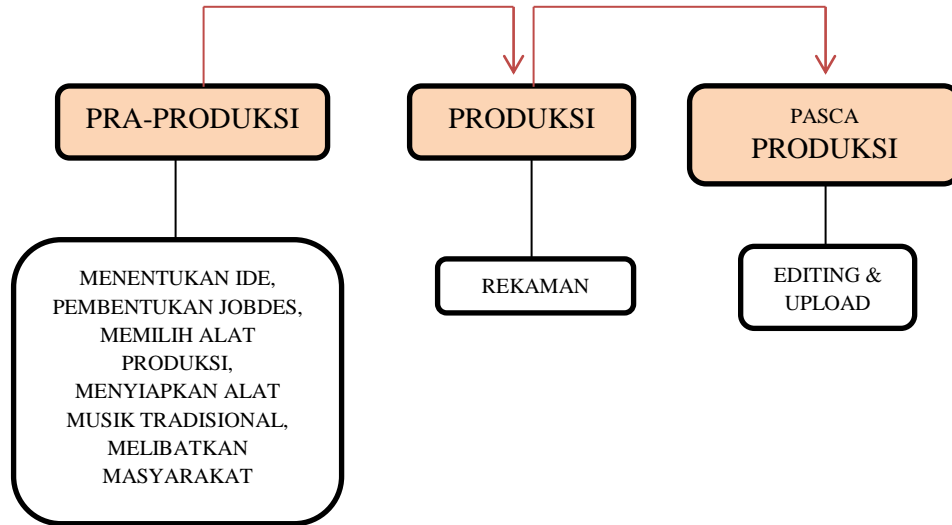
2. Produksi

Setelah semua proses pra-produksi dan semua kegiatan preparasi sudah selesai dilaksanakan, maka tahap selanjutnya yaitu ketahap produksi yaitu melakukan siaran langsung untuk radio *streaming* dan melakukan produksi *take vocal* untuk konten *on demand*.

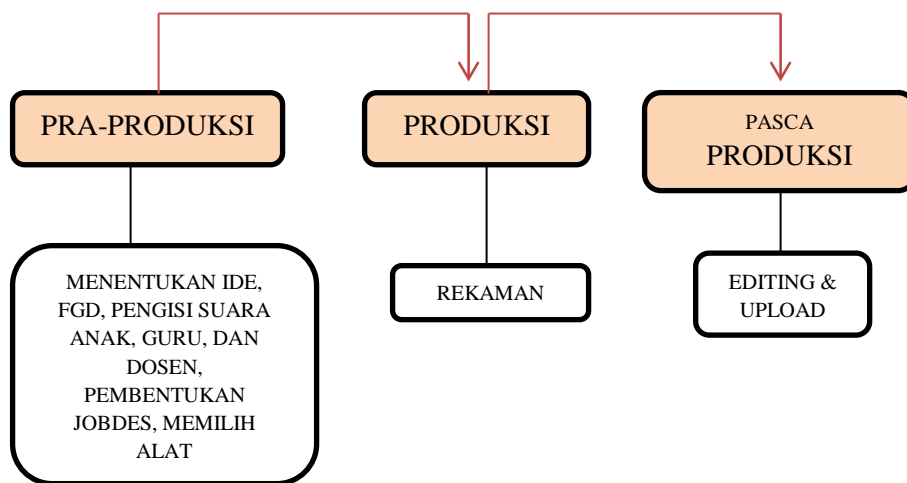
Produksi : Tahap produksi adalah pelaksanaan konsep baik secara *live* (siaran langsung *on air*) maupun rekaman (Romli, 2017 : 51-52).



Gambar 2
Alur Manajemen Produksi *On Demand* program Dialog Interaktif JB Radio



Gambar 3
Alur Manajemen Produksi *On Demand* program Permainan Tradisional JB Radio



Gambar 4
Alur Manajemen Produksi *On Demand* program Dongeng Anak JB Radio

JB Radio merupakan radio *streaming* yang memiliki dua konten sekaligus yaitu *streaming* dan konten *on demand*. Dalam pelaksanaan produksinya memiliki perbedaan yaitu untuk radio *streaming* hanya melakukan siaran pada umumnya setiap radio. Namun untuk konten *on demand* harus memasuki tahap produksi rekaman. Di produksi rekaman *on demand* ini semua bahan yang sudah disiapkan di pra-produksi akan dibuat dan direkam. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari *program director* yang

menyampaikan bahwa pada proses produksi yang dilakukan oleh JB Radio adalah pelaksanaan siaran yang dilakukan secara langsung untuk konten *streaming* dan juga melakukan proses rekaman untuk konten *on demand*.

3. Post Produksi

Dalam tahap terakhir adalah pasca produksi atau setelah melakukan produksi. Semua yang sudah dikerjakan akan berpindah ke proses selanjutnya yaitu pasca produksi. Didalam tahap ini JB Radio memiliki dua tahap yang berbeda antara yang *streaming* dengan konten *on demand*.

Pasca produksi : Tahap pasca-produksi adalah penayangan atau penyiaran hasil produksi dan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan menyangkut kesesuaian hasil produksi (siaran) dengan rancangan yang disusun atau format yang dikehendaki, membahas masalah yang muncul selama proses produksi dan penyiarnya, kelemahan atau kekurangan yang terjadi, termasuk mengevaluasi respons pendengar, kualitas audio, atau kualitas siaran secara keseluruhan (Romli, 2017 : 51-52).

Dalam prakteknya JB Radio memiliki dua proses pasca produksi yaitu untuk *streaming* dan *on demand*. Seperti data yang sudah ada untuk proses pasca produksinya JB Radio melakukan evaluasi rutin setiap minggunya. Evaluasi ini di tujukan untuk mengetahui apa saja hambatan selama proses produksi untuk siaran streamingnya. Namun, untuk bagian *on demand* proses pasca produksinya adalah melakukan editing pada audio yang sudah direkam. Proses *mastering* hingga file audio selesai dan di *upload* ke *website* JB Radio. Tidak seperti JB Radio *streaming* yang selalu melakukan evaluasi setiap minggunya, untuk konten *on demand* di lakukan hanya setelah melakukan proses produksi konten *on demand* nya di lakukan tidak setiap bulan.

4. Formatting

Menentukan format radio yang tepat menjadikan sebuah media radio tersebut menjadi sebuah pilihan bagi para pendengarnya. JB Radio yang dikemas berbeda menyajikan format *edutainment*, edukasi dan entertainment. Yang dimana lebih detailnya format yang ditawarkan dari JB Radio hampir keseluruhannya ada, mulai dari format musik, format informasi, sampai ke format khusus. Meskipun JB Radio merupakan sebuah radio edukasi namun didalam formatnya memiliki format seperti radio swasta pada umumnya.

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*) (Morissan, 2008:230).

Adanya beberapa format untuk radio edukasi ini ditujukan untuk menarik pendengar lain selain pelajar. Namun tetap pada prinsipnya yang menjadi mayoritas format di JB Radio adalah format yang lebih edukatif. Ini dikarenakan memang pada awalnya radio ini dibentuk untuk pelajar dan untuk mendidik. Beberapa format lain seperti musik hanyalah format tambahan yang fungsikan untuk menutupi jam siaran yang kurang diminati para pelajar khususnya pada jam sekolah.

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi dari JB Radio yang merupakan sebuah radio streaming yang mempunyai konten-konten edukasi

dengan cara mengaksesnya melalui website jogjabelajar.org setiap hari. Hal ini dapat diketahui dari beberapa proses tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca produksi yang merupakan tahapan-tahapan dari proses manajemen produksi suatu program radio. Berdasarkan pembahasan data yang telah dijelaskan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun JB Radio sudah mengudara dari tahun 2010 dan memiliki tim produksi yang sudah sesuai dalam bidang radio masih memiliki beberapa kekurangan yaitu terutama pada pra-produksi konten streamingnya masih belum menerapkan proses manajemen produksi secara maksimal. Adanya support langsung dari pemerintah belum dimaksimalkan secara keseluruhan untuk melakukan proses manajemen produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Hariwijaya, M (2007). *Metodologi dan Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Junaedi, Fajar (2014). *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta : Buku Litera.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss (2009). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan M.A (2008). *Manajemen media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang : Penerbit Ramdina Prakarsa.
- Nasrullah, Dr. Rulli, M. Si (2014). *Media Siber (Cyber Media)*. Jakarta : Kencana
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Romli, Asep Syamsul M (2017). *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung : Nuansa
- Santana, Septiawan K (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Tamburaka, Apriadi (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Yin, Prof. Dr. Robert K. (2005). *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.