

MANAJEMEN MEDIA DALAM MEDIA KOMUNITAS

(Studi kasus Manajemen Media Saka FM Jogja)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

MUHAMMAD FADLAN ABDUL GHONI

13 09 05191/KOM

Dosen Pembimbing:

Lukas Deni Setiawan, M.A

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

MANAJEMEN MEDIA DALAM MEDIA KOMUNITAS

(Studi Kasus Manajemen Media di Saka FM Jogja)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.Kom Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

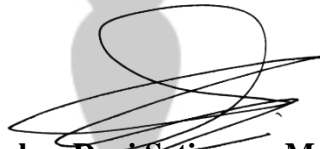
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh:

Muhammad Fadlan Abdul Ghoni

13 09 05191/KOM

Disetujui Oleh:



Lukas Deni Setiawan, M.A

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Manajemen Media Dalam Media Komunitas
(Studi Kasus Manajemen Media di Saka FM Jogja)

Penyusun : Muhammad Fadlan Abdul Ghoni

NPM :130905191

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal :Jumat, 13 November 2020

Pukul :10.00 WIB

Tempat :*Online* menggunakan Zoom.us

TIM PENGUJI

Josep Joedhi Darmawan, M.A

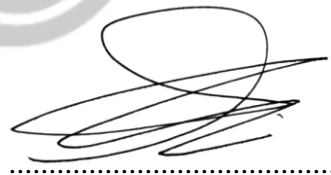
Ketua Tim Penguji



.....

Lukas Deni Setiawan, M.A

Penguji 1



.....

Irene Santika Vidiadari, M.A

Penguji 2



.....

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fadlan Abdul Ghoni

NPM : 130905191

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Manajemen Media Dalam Media Komunitas

(Studi Kasus Manajemen Media Di Radio Saka FM Jogja)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 6 November 2020

Saya yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a green rectangular stamp. The stamp contains the text 'METERAI TEMPEL', '6000 ENAM RIBU RUPIAH', and a unique identification number 'JHFGBAHF701772093'. The stamp also features the Garuda Pancasila logo and a star emblem.

Muhammad Fadlan Abdul Ghoni

Manajemen Media dalam Media Komunitas

(Studi Kasus Manajemen Media di Saka FM Jogja)

Abstraksi

Manajemen media merupakan suatu konsep untuk menjalankan organisasi media di tengah banyaknya media konvensional yang muncul. Organisasi media membutuhkan konsep tersebut dalam setiap aktivitas yang dijalankannya. Aspek-aspek dalam manajemen media harus ditelaah lebih lanjut bagi pelaku organisasi media. Media komunitas sekalipun membutuhkan konsep manajemen media, seperti halnya media komersial pada umumnya agar tetap pada jalur yang diimpikan. Radio Saka FM menjadi salah satu media komunitas yang menerapkan konsep ini. Konsep manajemen media yang diterapkan oleh Saka FM disesuaikan dengan karakter media dan nilai-nilai yang dianut oleh organisasi ini. Manajer Stasiun radio menjadi pengambil keputusan mutlak atas gagasan-gagasan yang muncul dari para anggotanya. Latar belakang komunitas menjadi alasan bagaimana Saka FM sangat menjunjung tinggi musyawarah terkait hal apapun yang menyangkut Saka FM. Sifat fleksibel dan keterbukaan dari setiap anggota di dalamnya membuat Saka FM memiliki iklim organisasi yang nyaman bagi para anggotanya. Keterlibatan pihak ketiga yaitu dewan takmir Masjid Gedhe Kauman menjadi pengawas sekaligus penasihat radio menjadi poin penting Saka FM bercermin sejauh mana laju dari organisasinya. Peran antar lini internal Saka FM dapat memengaruhi berkembangnya aktivitas media. Sebagian besar konsep manajemen media di Saka FM lebih mengarah pada aspek sumber daya manusia. Selain SDM, keuangan organisasi menjadi sumber penting bagi keberlanjutan media. Saka FM memiliki donatur tetap untuk setiap kegiatan yang dilakukan sehingga pada aspek tersebut Saka FM memiliki keunggulan dibandingkan dengan media komunitas lainnya.

Kata Kunci: Manajemen Media, Radio Komunitas, Radio Saka FM Jogja

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya. Sungguh suatu kemuliaan yang luar biasa yang peneliti rasakan atas pencapaian yang diberikan sehingga terciptanya penelitian yang berjudul **“Manajemen Media Dalam Media Komunitas, (Studi Kasus Manajemen Media di Saka FM Jogja)”** dengan baik dan lancar.

Tugas skripsi ini dapat terselesaikan tidak hanya berkat usaha peneliti sendiri, namun juga adanya keterlibatan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada para pihak yang telah membantu dan mendampingi peneliti selama mengerjakan tugas akhir skripsi ini, antara lain:

1. Keluarga peneliti yaitu bapak, ibu, dan kakak-kakak peneliti yang selalu menyertai doanya dalam setiap proses belajar peneliti di kampus UAJY, tanpa doa mereka peneliti tidak mampu berada pada tahap ini.
2. Pak Lukas Deni Setiawan selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu bersabar dan terus mendorong agar peneliti tetap menyelesaikan skripsi hingga waktu studi yang melebihi ketentuan universitas sebelumnya. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan rahmat dari Tuhan.
3. Keluarga Saka FM yang menjadi obyek penelitian ini dan para narasumber yang bersedia memberikan data yang peneliti butuhkan.

Fasilitas yang peneliti gunakan dalam proses menyusun dan pengerjaan skripsi ini hingga tahap sidang skripsi.

4. Kepada Yang Pika Suanada Annisa yang telah banyak memberikan motivasi dan dorongan agar peneliti menepti janjinya untuk menyelesaikan masa pembelajaran di universitas.
5. Kepada Bonita, Nuna, Neni, Petjah PR, Kezya yang telah mendahului peneliti dalam menghabiskan masa studi di UAJY,. Dorongan dan motivasi kalian menjadi kenangan yang tidak terlupakan selama proses belajar di universitas.
6. Kepada pihak Universitas dan Fakultas yang telah memberikan kesempatan lebih kepada peneliti untuk menyelesaikan masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 November 2020



Muhammad Fadlan Abdul Ghoni

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATAPENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	2
A. LATAR BELAKANG.....	2
B. RUMUSAN MASALAH.....	12
C. TUJUAN PENELITIAN.....	12
D. MANFAAT PENELITIAN.....	12
E. KERANGKA TEORI.....	13
1. Manajemen Media.....	13
2. AspekAspek Manajemen Media.....	15
3. Program Siaran.....	18
4. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	19
5. Manaejemen Media Radio Komunitas.....	22
F. METODOLOGI PENELITIAN.....	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Metode penelitian.....	25
3. Lokasi Penelitian.....	25

4. Narasumber.....	25
5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
6. Teknik Analisis Data.....	28
BAB 11 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	33
A. SEJARAH ORGANISASI.....	30
B. VISI DAN MISI SAKA FM JOGJA.....	35
C. MAKSUD DAN TUJUAN RADIO SAKA FM.....	36
D. STRUKTUR ORGANISASI.....	37
E. LOGO RADIO SAKA FM DAN FILOSOFINYA.....	40
F. ASPEK PROGRAM SIARAN.....	41
BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. DESKRIPSI HASIL TEMUAN DATA.....	44
1. Poses Terciptanya Aturan di Saka FM.....	45
2. Komunikasi Internal Saka FM Jogja.....	47
3. Program Siaran Radio Saka FM.....	50
4. Regenerasi Anggota Saka FM Jogja.....	55
5. Membangun Relasi Dengan Berbagai Pihak.....	59
B. PEMBAHASAN.....	61
1. Manajemen Media Penyiaran di Radio Saka FM.....	61
2. Aspek-Aspek Yang Mencakup Manajemen Media di Radio Saka FM Jogja.....	63
3. Program Siaran Saka FM.....	67
4. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	69
BAB IV PENUTUP.....	74
A. KESIMPULAN.....	72
B. SARAN.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

GLOSARIUM.....	79
LAMPIRAN GAMBAR.....	80
LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA.....	84



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1: Struktur Organisasi Saka FM.....37



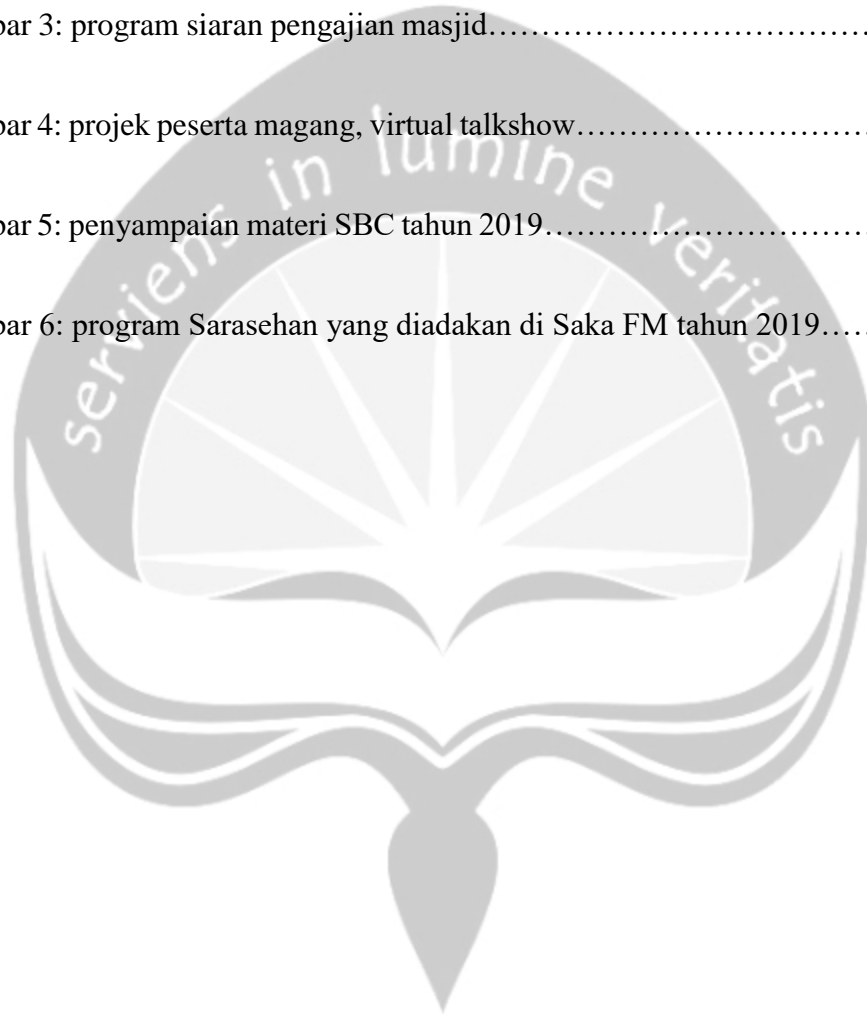
DAFTAR TABEL

Tabel 1: Daftar Kepengurusan Saka FM tahun 2020.....38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Logo Radio saka FM Jogja.....	40
Gambar 2: Acara makan bersama setelah Rapat triwulanan.....	49
Gambar 3: program siaran pengajian masjid.....	54
Gambar 4: projek peserta magang, virtual talkshow.....	57
Gambar 5: penyampaian materi SBC tahun 2019.....	58
Gambar 6: program Sarasehan yang diadakan di Saka FM tahun 2019.....	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio komunitas merupakan media yang didirikan komunitas, dikelola komunitas, untuk komunitas dan tentang komunitas itu sendiri (Suranto, Adi & Yasser, 2015). Keberagaman komunitas yang terlampaui banyak akan sulit dibedakan tanpa adanya identitas yang jelas. Tujuannya ialah agar komunitas tersebut tidak dianggap sebagai komunitas yang negatif. Di samping itu, komunitas berfungsi sebagai wadah bagi orang-orang yang memiliki kesamaan terhadap hal-hal tertentu sehingga orang-orang tersebut akan lebih percaya diri untuk melakukan apa yang mereka sukai atau yang mereka miliki.

Di Indonesia memiliki peraturan tersendiri yang mengatur penyiaran setingkat komunitas yaitu dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2005. Dalam peraturan ini menyebutkan bahwa lembaga penyiaran komunitas harus berbadan hukum, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, tidak mengandung unsur komersial, memiliki batasan mengenai jangkauan wilayah serta pancaran dan harus merujuk pada dasar kepentingan komunitas itu sendiri. Selain itu, proses tahap-tahap perizinan hingga tahap lulus uji kelayakan penyiaran juga diatur secara terperinci. Satu hal paling penting dalam subyek ini adalah komunitas. Komunitas dalam peraturan ini dikatakan sebagai sekumpulan orang yang memiliki

domisili dan berinteraksi di wilayah tertentu (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, 2006).

Ketentuan mengenai isi penyiaran diatur dalam Pasal 18 hingga 21. Secara garis besar pasal ini berbicara tentang bagaimana penyiaran komunitas harus memiliki sisi informasi, pendidikan, hiburan serta membantu negara dalam menjaga kesatuan dan mengembangkan nilai intelektual serta moral masyarakat di sekitarnya. Pasal ini juga mewajibkan lembaga penyiar untuk paling sedikit memuat 80% materi lokal (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, 2006). Lembaga penyiar harus memiliki sikap netral, bahasa siaran yang baik dan benar untuk menghindari adanya indikasi melecehkan, merendahkan dan mengabaikan nilai-nilai agama tertentu. Standar dan pedoman perilaku penyiaran dikelola oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dan wajib diikuti oleh setiap lembaga penyiaran.

Tidak sedikit lembaga penyiaran yang masih salah dalam mengartikan lembaga penyiaran komunitas. Salah satu contoh kesalahan dalam mengartikan penyiaran komunitas yaitu terdapat iklan komersial yang dilakukan oleh media tersebut sehingga melanggar aturan penyiaran komunitas yang dikeluarkan oleh KPI. Pada dasarnya radio komunitas bukan sekadar bagaimana ia akan melakukan sesuatu terhadap komunitas, namun bagaimana komunitas itu melakukan sesuatu terhadap dirinya sendiri (Pavarala & Malik, 2007). Bentuk berbagai aktivitas yang sesuai dalam pemahaman lembaga penyiaran komunitas akan sangat berperan bagi masyarakat di bawah naungannya, dalam hal ini yaitu anggota komunitasnya. Di India, radio komunitas dijadikan sebagai bentuk persaingan bagi kaum termarjinalkan. Stasiun

radio di India telah dimonopoli oleh radio komersial sehingga terdapat beberapa kelompok yang tidak terwakilkan dalam menyuarakan haknya.

Polemik dalam berdirinya suatu radio ini sudah terjadi sejak perang dunia. Saat itu peran radio sangat penting dalam melakukan propaganda bagi beberapa negara dan radio menjadi media resmi yang dimiliki oleh pemerintah. Dengan kata lain, pemerintah telah mengambil satu-satunya peran dalam penyampaian suatu informasi kepada masyarakat di negaranya (Effendy, 1983). Konsep radio pun masih satu arah dengan memberikan informasi yang terus menerus agar masyarakat yang mendengar tidak sempat untuk memiliki sikap yang berbeda dari pemerintah. Konsep ini juga dianggap sebagai tindakan yang tepat untuk mempersatukan suatu bangsa ketika gejolak perang dunia sedang terjadi.

Kini radio kian hari semakin berkembang dengan baik seiring perang dunia berakhir. Sama halnya dengan media lainnya, radio mulai berbenah diri agar mendapatkan penerimaan dari masyarakat luas. Masuknya iklan-iklan komersial maupaun iklan layanan masyarakat merupakan bukti awal pembaruan dari media radio. Program-program mulai disusun oleh para stasiun radio untuk memberikan pilihan bagi masyarakat. Sistem komunikasi timbal balik dari masyarakat kepada media radio mulai diterapkan dengan alat-alat komunikasi yang efisien pada masanya.

Perkembangan media radio termasuk yang paling cepat pada akhir tahun 1970 hingga pertengahan tahun 1980. Setelah itu radio mulai tergeser oleh media lain seperti televisi dan mulai ditinggalkan oleh para pendengarnya karena televisi dianggap lebih menarik dibandingkan radio. Namun, eksistensi radio tidak berhenti sampai disitu.

Radio mulai berusaha menonjolkan ciri khas yang hanya dimiliki oleh radio yaitu sebagai media pendamping aktivitas. Berkembangnya radio diiringi juga dengan pelebaran media pembantu lain untuk menopang eksistensi radio. Sistem *streaming* di internet dapat membantu menjangkau masyarakat yang tidak terjangkau oleh frekuensi radio. Selain itu, terdapat *platform* penyimpanan radio *offline* di internet untuk mendengar program-program yang telah berlalu sehingga skala daya tarik radio ikut meluas.

Di Indonesia polemik radio komunitas masih terjadi dalam praktiknya. Salah satu penyebabnya adalah proses perizinan yang rumit dan membutuhkan waktu yang lama. Lebih spesifik, radio komunitas golongan agama tertentu memiliki polemik tersendiri. Radio dakwah merupakan salah satu tipe radio komunitas yang dijalankan oleh komunitas orang muslim di Indonesia. Setidaknya terdapat belasan radio dakwah yang tersebar disembilan kota di Indonesia seperti Jakarta, Tasikmalaya, Yogyakarta, Solo, Bogor, Lombok, Makasar, Batam dan Banjarmasin. Perbedaan radio dakwah di kota-kota tersebut terletak pada ideologi yang melatarbelakangi berdirinya radio. Setidaknya terdapat dua ideologi yang sering mengalami pergesekan yang mampu sampai ke tahap tindakan anarkis yaitu ideologi salafi wahabi dan ideologi *ahlussunah wal jamaah*.

Dua ideologi tersebut sering kali mengalami penolakan atas paham yang mereka anut. *Ahlussunah wal jamaah* (Aswaja) yang notabene dianut oleh sebagian besar masyarakat muslim di Indonesia menganggap bahwa ideologi salafisme wahabi sebagai paham yang kurang tepat. Kedua penganut ideologi ini juga memiliki radio

komunitas masing-masing. Sebagai contoh Radio Hang di Riau, radio ini dulunya merupakan radio komersil namun mengalami kebangkrutan dan beralih menjadi radio dakwah. Pendirinya memiliki fanatisme terhadap paham Wahabi sehingga terbawa ke dalam ideologi Radio Hang. Dakwah yang disebarkan melalui Radio Hang diisi oleh ustadz-ustadz bermazhab Salafi Wahabi yang sejak awal sangat keras perihal tauhid dan bidah (Wahid & Makruf, 2017).

Dalam membangun sebuah lembaga penyiaran radio komunitas membutuhkan dasar aturan untuk menjalankan organisasi tersebut. Sama halnya dengan organisasi lain, manajemen berperan untuk mengorganisasi seluruh hal yang berkaitan dengan organisasi. Konsep manajemen yang digunakan dalam organisasi penyiaran adalah manajemen media. Selain manajemen media, lembaga penyiaran harus memahami *stakeholder* dari organisasi untuk mengetahui posisi dari organisasi itu sendiri. Stern (2008) mengatakan pemetaan terhadap para *stakeholder* dari organisasi bertujuan untuk memahami apakah nantinya akan membantu ataupun menghambat organisasi tersebut. Ia juga menambahkan bahwa langkah ini akan membantu manajemen dalam melakukan tindakan agar hal buruk yang nantinya akan menimpa organisasi dapat dihindari. Bogart (1974) menekankan pentingnya kedekatan secara personal antara petinggi organisasi dengan elite politik khususnya yang memegang regulasi mengenai radio komunitas. Tujuannya agar pengelola lembaga penyiaran paham akan posisi mereka sejauh mana dalam mengikuti regulasi yang ada.

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh pengelola lembaga penyiaran adalah melakukan manajemen internal organisasi. Setidaknya ada empat fungsi yang

harus diperhatikan terlebih dahulu dalam setiap aktivitas yang dilakukan lembaga penyiaran yaitu *planning, organizing, influencing* atau *directing* dan *controlling* (Pringle & Starr, 2006). Sebagian besar kasus yang terjadi mengenai polemik radio komunitas disebabkan oleh tidak menjalankan empat fungsi tersebut secara benar. Aspek lain yang harus diperhatikan seperti melakukan manajemen sumber daya manusia, segi finansial, dan segi pembuatan program. Semua itu nantinya akan berdampak pada laju organisasi apakah akan semakin berkembang atau bahkan mengalami kebangkrutan .

Radio Saka FM Jogja merupakan salah satu radio komunitas yang ada di Yogyakarta. Didirikan atas dasar tujuan keagamaan, Radio Saka menjadi media pemancar dakwah utama bagi komunitas kaum muslim Masjid Gedhe Kauman. Pada saat didirikan tahun 2012, Radio Saka hanya sebatas digunakan untuk menyalurkan kegiatan Masjid Gedhe seperti pengajian mingguan hingga dakwah setelah salat wajib. Namun, seiring berjalannya waktu pihak takmir Masjid Gedhe memperbolehkan pengurus Radio Saka FM untuk membuat program acara tersendiri dan takmir masjid menjadi salah satu pengawas dan dewan penasihat program-program tersebut.

Saka FM berdiri di bawah naungan Masjid Gedhe Kauman dan masjid tersebut di bawah organisasi masyarakat Muhammadiyah. Akan tetapi, Muhammadiyah tidak memiliki wewenang terhadap Saka FM karena wewenang Muhammadiyah berada pada tingkat urusan keagamaan dan acara yang melibatkan Masjid Gedhe Kauman. Secara tidak langsung Saka FM merupakan sebuah radio komunitas karena didirikan atas dasar kemauan dan wilayah komunitas muslim di Kampung Kauman.

Perombakan dan regenerasi anggota internal Radio Saka menjadi titik awal Radio Saka mulai berkembang sebagai lembaga penyiaran komunitas yang memadai. Divisi-divisi dalam organisasi menjadi jelas status dan peran kerjanya. Namun, dari segi loyalitas internal terdapat beberapa kendala bagi para anggotanya. Sebagian para anggota hanya berfokus pada jadwal siaran yang telah ditetapkan. Ini menunjukkan bahwa menjadi anggota di internal Radio Saka bukan menjadi prioritas utama bagi para anggota tersebut. Salah satu faktor yang menyebabkan tidak adanya minat penuh untuk menjadi bagian dari internal radio adalah mereka memiliki kesibukkan masing-masing di luar menjadi anggota radio Saka FM.

Berdasarkan wawancara dengan tokoh Yulianto selaku kepala stasiun, Radio Saka menganut sistem kekeluargaan dalam mengelola organisasi. Sistem kekeluargaan dalam mengelola internal Radio Saka menjadi pertanyaan apakah akan menjadi efektif untuk keberlanjutan radio tersebut. Menurut Riza selaku Direktur Program Saka FM, dalam wawancara mengatakan para anggota tidak terikat dengan baik sehingga sistem tersebut tidak bisa menjadi dasar yang kuat sebagai aturan organisasi. Salah satu contohnya adalah ketika satu anggota mendapatkan jadwal siaran program radio dan anggota tersebut berhalangan hadir maka bisa digantikan oleh anggota lainnya.

Sistem kekeluargaan dalam mengelola internal Radio Saka menjadi tidak tepat ketika keterikatan anggota tidak kuat. Selain itu, dalam menerapkan sistem kekeluargaan dalam internal Radio Saka juga membutuhkan fleksibilitas. Hal ini juga berguna untuk membangun profesionalitas dalam bekerja setiap anggota Radio Saka. Saat profesionalitas kerja telah terbentuk akan berdampak kepada meningkatnya rasa

tanggung jawab dari setiap anggota. Namun, pada praktiknya rasa tanggung jawab dan profesionalitas belum sepenuhnya merata dimiliki oleh para anggota Radio Saka FM. Ini juga berdampak kepada kehadiran para anggota Radio Saka ke kantor, sebagian dari mereka mendatangi studio ketika mereka mendapatkan jadwal siaran.

Proses intensitas kehadiran dari setiap anggota ini berdampak kepada kurangnya iklim dan budaya kerja yang tercipta. Sebagian dari para anggota radio Saka tidak saling mengenal satu sama lain sehingga komunikasi menjadi terbatas ketika bertemu dalam satu waktu. Pada faktanya mereka juga terhubung di dalam sebuah grup pesan elektronik *whatsApp* akan tetapi *platform* ini tidak banyak membantu dalam hal kedekatan bagi setiap anggota Saka FM. Adanya kerja sama tim di Radio Saka sering kali dibentuk berdasarkan intensitas kehadiran. Anggota yang sering hadir di studio lebih dikenal dan terdapat kedekatan dengan anggota lain sehingga secara instan ketika mendapatkan sebuah proyek tim akan ditunjuk.

Masalah kehadiran telah ditemui sejak perekrutan anggota baru dilakukan. Radio Saka FM memiliki program SBC atau *Saka Broadcasting Class* yang ditujukan untuk merekrut dan meregenerasi anggota internal Saka. Program ini mulai dibangun pada tahun 2015 dan terdapat serangkaian kegiatan di dalamnya hingga akhirnya terdapat wisuda untuk capaian akhir program. Setiap tahun program ini dilakukan dan hingga 4 tahun berjalan rata-rata peserta yang mengikuti program ini berjumlah 15-20 orang. Jumlah tersebut belum termasuk penyusutan peserta yang tidak hadir di setiap rangkaian kegiatan sehingga ketika wisuda dilakukan rata-rata orang yang sampai tahap itu sekitar 10-12 orang.

Setelah program SBC selesai, masing-masing anggota yang telah lolos diberikan kontrak berupa pengabdian selama 6 bulan atau 24 kali siaran di Radio Saka FM. Kontrak ini berupa pengabdian siaran karena tujuan penyelenggaraan program SBC meregenerasi anggota organisasi. Di luar kontrak tersebut sikap internal radio Saka mengacu pada sukarela para anggota untuk mengabdikan selain menjadi penyiar. Sistem ini membuat para anggota baru tersebut menjadi pasif untuk menjadi bagian generasi pengelola radio Saka FM selanjutnya.

Permasalahan yang dihadapi oleh Saka FM merupakan masalah serius yang harus segera dibenahi. Pengelolaan sumber daya manusia dalam menerapkan manajemen media harus dikaji ulang. Hal ini dapat menyebabkan masalah yang lebih luas lagi dan dapat menimbulkan kekhawatiran bagi proses perkembangan Radio Saka jika tidak segera diatasi.

Penelitian mengenai radio komunitas telah ada sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Anwarudin tahun 2010, seorang mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Anwarudin melakukan penelitian mengenai strategi penyiaran radio komunitas dalam memperoleh pendengar. Subyek penelitian yang diambil adalah radio komunitas Srimartani FM di Kelurahan Srimartani Kecamatan Piyungan Yogyakarta. Anwarudin menggunakan teori strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program dan strategi daya penarik massa untuk memperoleh hasil temuan di lapangan.

Penelitian lain mengenai radio komunitas dilakukan oleh Faris Affandi pada tahun 2014, seorang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian yang diangkat adalah radio komunitas sebagai radio dakwah. Subyek penelitian yang diambil merupakan Radio Bani Adam FM yang berlokasi di Boyolali. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana eksistensi radio dakwah di Masyarakat sekitarnya apakah terdapat kesamaan perihal persepsi mengenai apa yang diharapkan oleh Radio Bani Adam FM dengan yang diterima oleh masyarakat. Penelitian ini berbentuk deskriptif di mana sampel penelitian yang diambil berjumlah 8 orang, 3 orang merupakan staf radio dan 5 orang merupakan pendengar radio tersebut.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ifa Rizty Fauzia pada tahun 2010 hingga 2011. Ifa salah seorang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Sebelas Maret. Penelitian yang diangkat adalah tentang prediksi perkembangan radio komunitas di daerah Solo dan Yogyakarta. Faktor-faktor utama yang menjadi acuan dalam penelitian ini berupa keterbatasan dana, urusan perizinan, sumber daya manusia dan perkembangan teknologi. Faktor-faktor tersebut yang nantinya dijadikan tolok ukur perkembangan dalam 5 hingga 10 tahun ke depan. Ifa menggunakan studi Delphi yaitu suatu metodologi untuk meramalkan dengan menggunakan panel para pakar. Pakar radio yang diambil berjumlah sembilan stasiun radio komunitas yang berada di Solo dan Yogyakarta.

Berbeda dengan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, penelitian ini lebih berfokus kepada pelaksanaan manajemen media yang dilakukan oleh Radio Saka FM. Pentingnya manajemen media dalam mengembangkan suatu lembaga penyiaran sangat

berpengaruh terhadap faktor-faktor pendukung lain di sekitar Radio Saka FM. Beberapa faktor yang termasuk dalam lingkup manajemen media ialah bagaimana nantinya manajemen media dapat berdampak kepada sumber daya manusia, pembuatan program siaran dan konten, daya tarik pendengar dan datangnya pendanaan hingga dapat berdampak kepada keberlanjutan radio komunitas di ruang lingkup komunitasnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana manajemen media di Saka FM Jogja sebagai media komunitas?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses manajemen media yang dilakukan Radio Saka FM Jogja dalam menjalankan dan mengembangkan sebuah media komunitas.

D. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis

Penelitian ini merupakan sarana pembelajaran dan pemahaman mengenai pentingnya melakukan manajemen media dalam mengembangkan suatu media komunitas.

b. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian yang ditemukan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan organisasi dalam melakukan tahap-tahap manajemen media yang tepat untuk meminimalkan risiko terjadinya pelanggaran terhadap aturan lembaga penyiaran komunitas.

E. Kerangka Teori

1. Manajemen Media

Manajemen media penyiaran berbeda dengan manajemen perusahaan lainnya di mana manajemen media penyiaran lebih berfokus pada mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sangat bergantung pada kualitas orang-orang yang berkerja di dalam organisasi yang menuntut “kesempurnaan” atas 3 hal yaitu teknik, program dan pemasaran (Morissan, 2008). Peran manajemen sangat diperlukan untuk mengelola dan memberikan keseimbangan atas sumber daya yang ada dalam suatu media penyiaran. Di samping itu, manajemen juga berperan secara langsung dalam memberikan keputusan agar aktivitas di media penyiaran tersebut dapat berjalan efektif dan efisien.

Manajemen media penyiaran memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi. Pringle & Starr (2006) menekankan peran manajemen ke dalam 2 sisi yang berbeda, disatu sisi manajemen harus mengikuti alur persaingan dalam memperoleh pendengar dan menjaga media penyiaran tetap hidup. Di sisi lainnya manajemen harus memberikan kepuasan terhadap komunitasnya. Dalam manajemen media penyiaran memiliki empat fungsi dasar yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan & memberikan pengaruh, dan pengawasan.

a) Perencanaan

Tahap awal dalam memulai suatu perencanaan di media penyiaran adalah dengan menetapkan tujuan. Tujuan yang jelas akan didasari oleh visi dan misi yang dimiliki oleh suatu media penyiaran. Hal ini ditujukan agar tujuan yang akan dicapai tidak bertentangan dengan visi dan misi organisasi. Selanjutnya ketika tujuan telah ditetapkan maka perencanaan mulai disusun. Perencanaan merupakan pemilihan rangkaian kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa (Morissan, 2008:138). Perencanaan yang baik harus mempertimbangkan aspek periode jangka waktu yang dibutuhkan, kapan itu semua akan dimulai dan bagaimana itu akan terjadi.

b) Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan segala proses yang dimulai dari penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan dari organisasi, sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dan lingkungan yang melingkupinya

(Morissan, 2008). Struktur organisasi akan memberikan gambaran atas tanggung jawab kerja dari masing-masing lini dari internal organisasi. Sedangkan mengukur sumber daya yang dimiliki dapat berdampak pada kemampuan yang dimiliki oleh organisasi. Dan pada akhirnya pengorganisasian akan menaruh ikatan terhadap lingkungan yang melingkupinya dalam mencapai tujuan organisasi.

c) Pengarahan dan memberikan pengaruh

Manajemen memiliki peran kuat dalam memberikan pengaruh terhadap bawahannya. Pada dasarnya manajemen juga dijadikan sebagai *role model* dari para bawahannya oleh karena itu manajemen berperan penuh atas pengaruh yang diberikan kepada setiap anggota organisasi. Selain itu, manajemen juga memiliki wewenang dalam memberikan pengarahan kepada anggota organisasi untuk memberikan yang terbaik dalam melakukan tanggung jawabnya. Motivasi diperlukan untuk merangsang antusiasme rasa tanggung jawab tersebut dan komunikasi menjadi landasan terciptanya keefektifan dalam mencapai tujuan organisasi.

d) Pengawasan

Pengawasan manajemen merupakan suatu bentuk usaha di mana tindakan nyata atas pelaksanaan perencanaan disandingkan dengan standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dalam mencapai tujuan organisasi. Pengawasan juga berarti memberikan koreksi dan membenaran atas

pelaksanaan kegiatan yang dirasa kurang efektif dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan kata lain, proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan dalam mencapai tujuan organisasi harus menemui titik efektif dan efisien.

2. Aspek-Aspek Manajemen Media

Menurut Thomas, John P. (2009:34) menjabarkan aspek-aspek manajemen media yang membuat suatu organisasi lebih kuat antara lain keuangan, administrasi, sumber daya manusia, pemasaran dan relasi. Aspek tersebut dianggap sebagai bagian dari pusat turunan operasional dan aktivitas di dalam organisasi seperti produksi, penjadwalan, pemeliharaan alat, dan promosi. Aspek ini disebut sebagai model '*hub-and-spokes*' yang diterapkan dalam organisasi penyiaran.

a. Keuangan

Keuangan merupakan roda penggerak operasional dalam suatu organisasi. Keuangan dapat menjadi modal awal dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh organisasi. Dalam organisasi penyiaran, keuangan dapat diatur sebagai sistem kendali adanya tujuan tertentu sesuai rancangan yang telah ditetapkan oleh organisasi (Thomas, 2009: 35). Keuangan organisasi penyiaran pada dasarnya diperoleh melalui muatan iklan yang ditawarkan kepada pihak yang akan mengiklankan produk/ jasa/ organisasinya serta dapat diperoleh sebagai donator atau pihak kemitraan bagi organisasi penyiaran non-profit.

b. Administrasi

Administrasi merupakan serangkaian kegiatan atau aktivitas perencanaan yang dilakukan oleh organisasi dalam mengendalikan atau mengatur standar dan prosedural organisasi. Administrasi dapat menjadi sebuah aturan atau standar dan bentuknya dapat berupa tertulis maupun tidak tertulis (Thomas, 2009: 35).

c. Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia merupakan aspek utama adanya penggerak dalam suatu organisasi. Sumber daya manusia yang kompeten dapat mengarahkan organisasi ke jalur yang lebih baik. Oleh karena itu, dibutuhkan seni dalam melakukan manajemen sumber daya manusia untuk memberikan peluang yang lebih baik bagi organisasi untuk memenangkan persaingan dengan organisasi lain. Aspek manajemen sumber daya manusia akan dijelaskan secara detail di bagian manajemen sumber daya manusia.

d. Pemasaran

Pemasaran berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan dan produknya dikenal oleh masyarakat (Thomas, 2009:36). Pentingnya pemasaran dapat dijadikan sebagai acuan untuk mendapatkan sumber keuangan bagi organisasi. Aspek ini menjadi bagian penting dari perencanaan yang dilakukan oleh manajemen organisasi sehingga pada akhirnya organisasi tidak mengalami kebangkrutan. Salah satu pemasaran yang dilakukan oleh organisasi media yaitu pemasaran produk seperti program siaran dan berita cetak. Semakin

produk diminati oleh masyarakat luas maka peluang untuk mendapatkan pengiklan juga akan semakin tinggi.

e. Relasi

Pentingnya relasi yang dilakukan oleh organisasi penyiaran adalah agar organisasi tetap ‘aman’ di tengah-tengah masyarakat. Aktivitas relasi pada dasarnya dipegang oleh divisi hubungan masyarakat dan divisi tersebut masih menjadi bagian dari manajemen perusahaan sehingga membutuhkan strategi yang tepat (Thomas, 2009:36). Adanya relasi yang baik dari pihak-pihak yang terkait oleh organisasi dapat mengakibatkan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

3. Program Siaran

Karakteristik suatu media penyiaran dapat dinilai atau diidentifikasi melalui program siarannya. Indikator keberhasilan suatu program dalam suatu media dapat memberikan dampak finansial. Program siaran yang baik akan mampu menarik minat pendengar dan pengiklan sehingga stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan. Dalam undang-undang istilah yang digunakan adalah “siaran”, akan tetapi kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran. Program merupakan segala hal ~berupa rangkaian pesan~ yang ditampilkan atau dimunculkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya (Morissan, 2008). Tanggung jawab program dipegang oleh departemen program karena tingkat kesulitannya dan membutuhkan fokus yang cukup tinggi.

3.1 Program Stasiun Radio

Program siaran radio didominasi oleh audio di mana audio yang dimunculkan harus menggambarkan segalanya tanpa ada bantuan visual. Format yang dimiliki oleh setiap stasiun radio berbeda-beda, format nantinya akan berdampak pada karakteristik program radio itu sendiri. Akan tetapi, Pringle & Starr (2006) mengategorikan program radio menjadi 3 kategori yaitu: musik, informasi dan spesialisasi.

a. Musik:

Program musik yang dimunculkan oleh stasiun radio berbeda-beda dan terkadang jenis program musik dibedakan berdasarkan jadwal siaran. Jenis musik juga disesuaikan dengan usia audien, domisili audien, hingga tipe dari stasiun radio.

b. Informasi

Informasi yang disuguhkan oleh stasiun radio kepada audiennya sangat beragam baik informasi tentang berita yang dibedakan ke dalam *soft news* dan *straight news*, *tip-tip*, *talkshow* bahkan segelintir informasi yang mengandung unsur edukasi.

c. Spesialisasi

Spesialisasi disesuaikan dengan bidang radio yang melatar belakangi. Pada dasarnya spesialisasi dapat digolongkan sesuai religi, etnis dan variasi sesuai keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing stasiun radio.

4. Manajemen Sumber Daya Manusia

Hal yang tidak kalah penting dalam melakukan manajemen media adalah dengan melakukan manajemen sumber daya manusianya. Sumber daya manusia sangat penting dalam roda organisasi, oleh karena itu pihak manajemen harus menaruh “perhatian” khusus terhadap hal tersebut. Sama halnya dengan organisasi lainnya, manajemen sumber daya manusia dibutuhkan untuk membangun, menerapkan dan mengawasi standar-standar yang sesuai dengan visi organisasi. Stasiun penyiaran yang baik adalah yang memberikan hak-hak karyawannya dan dapat membangun karyawan yang berkualitas, memberikan kompensasi secara adil kepada karyawannya, memberikan yang mereka butuhkan dan memberikan lingkungan kerja yang nyaman bagi internal organisasi (Pringle & Starr, 2006). Berikut ini merupakan aspek-aspek yang perlu diperhatikan oleh manajemen sumber manusia:

a. Kepegawaian

Kepegawaian terbagi menjadi empat fase yaitu perencanaan yang berarti menilai kebutuhan pegawai atau kebutuhan tenaga kerja yang memadai. Kedua, perekrutan yang berarti organisasi telah menarik beberapa kandidat yang telah memenuhi persyaratan organisasi. Ketiga, seleksi yang berarti tahap pemilihan lebih spesifik atas kandidat tahap perekrutan yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh organisasi. Dan yang terakhir yaitu pemecatan yang berarti pemutusan hubungan kerja dengan karyawannya karena alasan-alasan tertentu.

b. Orientasi, Pelatihan dan Pengembangan

Pada tahap ini karyawan melakukan proses di dalam organisasi. Tahap orientasi yang berarti semua karyawan yang baru bekerja harus diperkenalkan dengan lingkungan organisasi. Tahap pelatihan yang berarti karyawan harus melakukan pekerjaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh organisasi. Dan tahap pengembangan yang berarti kemampuan dari karyawan harus mengalami peningkatan untuk memenuhi kebutuhan organisasi.

c. Kompensasi.

Kompensasi ini berkaitan dengan hak finansial bagi karyawan di suatu organisasi. Gaji dan keuntungan karyawan harus bersifat transparan. Penilaian gaji karyawan ditentukan oleh jabatan, tingkat kerumitan pekerjaan dan sebagainya. Sedangkan keuntungan karyawan diberikan di luar gaji karyawan seperti tunjangan-tunjangan karyawan ataupun hak kerja lembur karyawan.

d. Keamanan dan kesehatan.

Demi kelancaran aktivitas organisasi standar perlindungan karyawan terhadap keamanan dan kesehatan karyawan dibutuhkan. Aturan untuk mendukung terciptanya keamanan dalam bekerja harus dibentuk sesuai kebutuhan organisasi. Sedangkan kesehatan karyawan juga harus diperhatikan dengan menerapkan hak cuti dan tunjangan pengobatan.

e. Hubungan dengan Pegawai.

Terciptanya komunikasi antara atasan (manajemen) dan bawahan (karyawan) sangat dibutuhkan untuk memberikan masukan dan arahan.

Proses komunikasi ini akan membantu terciptanya perkembangan laju organisasi terutama organisasi media di mana keterbukaan komunikasi sangat dibutuhkan. Dalam mencapai hubungan dengan pegawai yang baik manajemen sumberdaya manusia harus menjembatani dan memfasilitasi aktivitas tersebut (Pringle & Starr, 2006).

5. Radio sebagai Media komunitas

Organisasi media dibedakan menjadi dua jenis yaitu media komersil dan media non-komersil. Radio komunitas merupakan organisasi media yang berjenis non-komersil di mana organisasi ini mendeklarasikan sebagai media bagi komunitasnya dan aktivitas pendanaannya berasal dari komunitas itu sendiri. Secara sederhana media komunitas berarti media yang dari, oleh dan untuk komunitas. Fraser & Estrada menggolongkan istilah komunitas ke dalam dua hal, *pertama*, komunitas dalam pengertian geografisnya, *kedua*, komunitas dalam pengertian psikologis yaitu komunitas yang terbentuk atas kesamaan minat, identitas, kepentingan dan kepedulian (dalam Suranto, Adi & Yasser, 2015).

Pada prinsipnya, media komunitas menggunakan model komunikasi partisipasi dalam mengembangkannya. Hal itu juga berpengaruh pada seberapa efektif visi dan misi sebagai media komunitas dijalankan sepenuhnya. Selain komunikasi partisipasi, terdapat beberapa isu penting terkait pengaruh implementasi visi dan misi sebagai media komunitas menurut Suranto, Adi & Yasser (2015), antara lain:

1. Model kepemilikan:

Beberapa media komunitas mengaku status kepemilikan berasal dari komunitas tertentu. Namun, ada juga media komunitas yang dimiliki oleh institusi pemerintah, individu, bahkan korporat. Model kepemilikan inilah yang membatasi gerak sebagai media komunitas karena terhalang kepentingan-kepentingan tertentu dari kepemilikan media sehingga secara tidak langsung kontrol media dipegang penuh oleh pemilik media.

2. Modal pembiayaan.

Pentingnya pemilihan hak modal pembiayaan media komunitas berpengaruh terhadap orientasi dan otonomi dari media itu sendiri. Semakin besar modal pembiayaan yang diberikan, semakin besar nama pemberi modal akan sangat berpengaruh terhadap timbal balik antar keduanya. Dan pada dampaknya akan bergeser pada terhambatnya peran sebagai media komunitas.

3. Model produksi/konsumsi.

Beberapa media yang mengklaim sebagai media komunitas proses produksi media dilakukan secara keterwakilan tanpa melibatkan partisipasi komunitas. Keterwakilan ini berarti orang-orang yang dianggap tahu dan profesional. Padahal fakta ini tidak sepenuhnya mewakili persepsi komunitas dari media tersebut dan

dalam konteks ini komunitas selalu disematkan sebagai penerima pesan.

4. Pilihan bentuk media.

Dalam media komunitas, pilihan bentuk media bisa dilihat melalui konteks kebutuhan dan kemampuan komunitas. Selain itu kemudahan komunitas dalam berpartisipasi, pengambilan kebijakan komunikasi, proses produksi media dan kemudahan dalam mengakses media juga harus menjadi pertimbangan dalam proses pilihan media yang akan dilakukan.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Bogdan & Taylor dalam (Moleong, 1994) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang nantinya memperoleh hasil data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan atas fenomena yang diamati. Fenomena yang diamati sebagai titik awal atas apa yang dialami oleh subyek penelitian dan fenomena tersebut harus dijelaskan secara utuh. Karakteristik penelitian kualitatif ialah deskriptif di mana data yang terkumpul berupa penjabaran kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, selain itu penjelasan deskriptif harus memberikan nuansa bahasa konteks khusus dan alamiah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus merupakan bagian dari penelitian kualitatif yang berupaya menemukan makna tertentu, menyelidiki atas suatu proses serta untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok atau bahkan situasi tertentu (Emzir, 2010). Dalam sebuah studi kasus fenomena yang akan diteliti tidak terpaku dalam hal waktu dan keterlibatan jumlah orang. Penekanan proses dan makna yang melatar belakangi suatu peristiwa dapat memunculkan suatu gagasan yang mengarah pada kajian penelitian. Pada dasarnya penggunaan metode studi kasus harus ditinjau ulang dengan menggunakan pertanyaan mengapa metode ini dirasa tepat dalam penelitian tersebut.

3. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Radio Saka FM Jogja yang berlokasi di Gedung Kuning, Kompleks Pabongan, Halaman Utara Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta.

4. Narasumber

a) Manajemen Radio Saka FM Jogja

Narasumber utama dalam penelitian ini berasal dari tim manajemen Radio saka FM Jogja. Manajemen sebagai pusat aktivitas operasional dalam media radio. Seluruh aturan, konsep,

pengawasan, serta pengontrolan dilakukan oleh manajemen agar tetap pada jalurnya. Dalam tim manajemen yang akan peneliti ambil sebagai narasumber utama yaitu Totok Yulianto sebagai Kepala Stasiun dan Riza Pahlevi sebagai kepala Program Radio. Kepala stasiun dipilih atas dasar pusat kendali yang dipegang oleh jabatan tersebut dan secara keseluruhan Kepala Stasiun Radio memahami secara terperinci terkait saka FM Jogja. Sedangkan Kepala Program Radio peneliti ambil sebagai narasumber utama atas dasar kendali selama Januari 2020 hingga Agustus 2020 yang berpusat pada jabatan ini. Pada periode tersebut Kepala Stasiun berada di luar kota sehingga Kepala Program Radio mendapatkan arahan untuk mengambil alih *jobdesc* dari Kepala Stasiun. Selain itu, pada periode tersebut juga banyak mengalami perubahan aturan dan operasional radio karena adanya pandemic yang sedang terjadi.

b) Peserta SBC (*Saka Broadcasting Class*) tahun 2019

Peserta SBC merupakan anggota regenerasi dari Radio Saka FM. Pemilihan narasumber ini berdasarkan fakta bahwa Peserta SBC 2019 saat ini menjadi anggota aktif yang memiliki tanggung jawab untuk meneruskan semua aktivitas dari Radio Saka FM hingga satu tahun mendatang. Peserta SBC yang peneliti ambil sebagai narasumber penelitian ini yaitu Nurul Andriyani dan Nur Andini Dwi Lestari. Kedua peserta SBC tersebut pada tahun 2020 mendapatkan jabatan sebagai

Koordinator Kemitraan (*Partnership*) dan Koordinator Acara (*Event*). Koordinator Kemitraan memiliki tugas sebagai penghubung pihak eksternal radio yang ingin mengajak Kerjasama dengan Radio Saka FM. Sedangkan Koordinator Acara memiliki tugas sebagai perencanaan acara rutin yang diselenggarakan oleh Saka FM Jogja. Narasumber peserta SBC 2019 merupakan data sekunder sekaligus pembanding temuan data yang diperoleh dari data primer. Selain itu, pemilihan narasumber ini berdasarkan peran keduanya yang cukup besar dalam operasional dan keberlanjutan Radio Saka FM Jogja.

5. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara mendalam

Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam. Wawancara dapat memungkinkan peneliti memperoleh beragam data dari beragam responden dalam berbagai situasi dan konteks (Sarosa, 2017:47). Konteks jawaban yang diperoleh melalui wawancara lebih mendeskripsikan jawaban atas pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti. Dalam wawancara, peneliti dapat memberikan umpan balik dan menginterupsi secara langsung ketika terdapat ketidakjelasan dari jawaban yang diberikan oleh narasumber.

b) Observasi partisipatif

Selain wawancara, peneliti menggunakan observasi partisipatif sebagai pendukung dalam pengumpulan data. Observasi partisipatif merupakan pengambilan peran dan keikutsertaan peneliti dalam keseharian partisipan. Dengan keikutsertaan peneliti ini mampu memudahkan peneliti dalam mengamati para partisipan tanpa mengganggu dan merugikan pihak partisipan. Penggunaan teknik pengumpulan data observasi partisipatif membantu peneliti dalam menggali informasi yang tidak terungkap, terlewat atau bahkan yang disembunyikan oleh partisipan (Sarosa, 2017:61).

6. Teknik Analisis Data

a) Reduksi Data

Reduksi data mengacu pada suatu bentuk analisis di mana peneliti harus mempertajam, memilih, memokuskan, menyusun data atau bahkan membuang data dengan cara tertentu untuk memberikan gambaran dan verifikasi terhadap kesimpulan akhir (Emzir, 2010:130). Cara kerja reduksi data dimulai dari “data mentah” yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang kemudian peneliti memutuskan untuk mentransformasikan data tersebut ke beberapa cara.

b) Penyajian Data

Tahap kedua dalam teknik analisis penelitian ini adalah penyajian data. Fakta bahwa manusia memiliki keterbatasan dalam hal pemrosesan makna

yang begitu luas ke dalam fokus tertentu akan berdampak pada “melewati” bagian yang membingungkan. Penyajian data dapat memberikan jalan utama menuju analisis kualitatif yang valid (Emzir, 2010:132). Data yang telah melalui tahap reduksi dapat diubah ke dalam bentuk yang lebih praktis seperti grafik, matriks atau bahkan ke dalam sebuah angka.

c) Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir dari teknik analisis data yang digunakan ialah penarikan kesimpulan. Data yang telah tersusun secara praktis kemudian ditentukan makna yang muncul lalu mencari hubungan, persamaan dan perbedaan. Kemudian peneliti dapat melakukan perbandingan melalui interpretasi observasi partisipatif sehingga penarikan kesimpulan dapat dilakukan secara samar dan meningkat menjadi kesimpulan dasar dan sangat jelas.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen media merupakan seni dalam mengelola suatu organisasi media. Penerapan manajemen media disesuaikan dengan karakteristik organisasi. Oleh karenanya membutuhkan gagasan menarik untuk mengolah seni tersebut ke dalam bentuk tindakan nyata. Manajemen media sangat penting dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan organisasi di masa yang akan datang. Tim manajemen memiliki peran besar untuk mengerjakan konsep manajemen media. Saka FM telah menerapkan manajemen media secara baik yang disesuaikan dengan karakter medianya.

Radio Saka FM merupakan organisasi media komunitas yang memiliki ciri khas tersendiri. Hal ini mengingat bahwa Saka FM merupakan perwakilan dari komunitas muslim di Kampung Kauman. Berbagai nilai-nilai islami diterapkan dalam organisasi ini sehingga keunikan organisasi media komunitas terasa berbeda. Selain nilai-nilai islami yang diterapkan, pendanaan yang stabil dari pihak Masjid Gedhe kauman membuat beban proses manajemen media berkurang.

Sifat fleksibel dalam berbagai hal menjadi poin penting bagaimana Saka FM mampu bertahan hingga sekarang. Para anggota diberikan kebebasan untuk

menyalurkan bakat dan merealisasikan proyek tertentu. Keterbukaan komunikasi menjadi kunci penting dalam membangun iklim organisasi yang mengayomi bagi seluruh anggota Saka FM sehingga organisasi terhindar dari konflik internal.

Aspek-aspek manajemen media juga menjadi perhatian khusus bagi Saka FM. Saka FM menyadari pentingnya aspek terkecil dalam manajemen media akan memiliki dampak di masa yang akan datang. Musyawarah menjadi jalan tengah dari setiap perencanaan dan mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh Saka FM. Selain aspek manajemen media, Saka FM sangat memperhatikan manajemen sumber daya manusia.

Saka FM selalu mengevaluasi setiap program regenerasi anggota agar mendapatkan sumber daya manusia yang memadai. Pada saat pandemi ini, program magang Saka FM menjadi acuan utama untuk merekrut anggota baru yang memadai. Dalam proses program magang, terdapat seleksi wawancara yang dilakukan oleh tim manajemen Saka FM. selanjutnya ketika lolos dari tahap wawancara dan resmi melakukan proses magang, anggota magang akan diberikan tugas tertentu dalam kurun waktu magang. Di sisi lain, anggota magang juga diwajibkan menyerahkan program kegiatan selama program magang berlangsung. Hal ini yang membuat Saka FM tetap berkembang secara baik mengikuti era digital.

Bentuk mengikuti era digital yang dilakukan oleh Saka FM antara lain memaksimalkan media sosial yang dimiliki (Twitter dan Instagram),

melakukan *live streaming* di media Instagram, dan membuat konten-konten Youtube. Sebagian besar pengoptimalan media-media tersebut berasal dari gagasan para anggota magang Saka FM. Oleh karena itu, ide yang muncul berdasarkan isu-isu terkini.

B. Saran

Berdasarkan temuan yang sudah dilakukan peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai manajemen media. Penelitian mengenai manajemen media harus dikaji lebih dalam lagi sesuai karakteristik organisasi media yang menjadi obyek penelitian. Penelitian mengenai manajemen media khususnya media komunitas masih sedikit yang mengangkat sebagai topik penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menjadi titik awal kajian mengenai manajemen media komunitas dengan karakteristik media yang berbeda pula.
2. Untuk mengurangi adanya kekosongan jadwal siaran, tim manajemen lebih mengambil wewenang untuk menunjuk penyiar yang akan membawakan program siaran. Masa pandemi ini menjadi salah satu dasar untuk menunjuk anggota Saka FM yang bertempat tinggal di Yogyakarta.
3. Dari hasil temuan data, peneliti menyarankan tim manajemen Saka FM untuk memublikasi Saka FM dengan menggunakan bantuan organisasi media lainnya. Hal ini agar Saka FM dikenal oleh masyarakat luas melalui

jalur pemberitaan media koran. Sebagai contoh, Saka FM dapat mengirimkan pers rilis organisasi kepada media koran yang ada di Yogyakarta.



DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Faris. 2014. *Radio Komunitas Sebagai Radio Dakwah: Analisis Deskriptif Kualitatif Radio Bani Adam FM sebagai Radio Komunitas Dakwah di Boyolali*. Diakses pada 5 Maret 2020, dari <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/29387>
- Anawarudin. 2010. *Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar*. Diakses pada 5 Maret 2020, dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/5563/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan. 2006. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas*. Diakses pada 4 Maret 2020, dari <http://www.bpkp.go.id/uu/filedownload/4/60/900.bpkp>.
- Bogart, Leo. 1974. The Management of Mass Media: An Agenda for Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37 (4), 580-589.
- Bosch, Tanja. 2014. Social Media and Community Radio Journalism in South Africa. *Digital Journalism*, 2 (1), 29-43.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., & Broom, Gleen M. 2009. *Effective Public Relations* (ed. 9). Jakarta: Kencana.
- Dokumen. 2011. Radio Saka FM.

Effendy, Onong Uchjana. 1983. *Radio Siaran Teori dan Praktik*. Bandung: Penerbit Alumni.

Emzir. 2010. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Fauzia, Ifa R. 2011. *Prediksi Perkembangan Radio Komunitas: Studi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perkembangan Radio Komunitas di Yogyakarta dan Solo*.

Diakses pada 5 Maret 2020, dari <https://eprints.uns.ac.id/5476/1/206852111201110461.pdf>

Forster, Kati & Rohn, Ulrike. 2015. Media Management Education: Key Themes, Pedagogies, and Challenges. *Journalism & Mass Communication Educator*, 70 (4), 367-381.

Fox, Juliet. 2019. *Community Radio's Amplification of Communication for Social Change*. Melbourne: Macmillan.

Komisi Penyiaran Indonesia. 2012. *Kanal radio Komunitas Perlu Penambahan*. Diakses pada 24 Februari 2020, dari <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/30913-kanal-radio-komunitas-perlu-penambahan>

Lewis Peter M. & Booth J. 1989. *The Invisible Medium: Public, Commercial and Community Radio*. London: Macmillan.

Mhiripiri, Nhamo. 2011. Zimbabwe's Community Radio 'Initiatives': Promoting Alternative Media in Restrictive Legislative Environment. *The Radio Journal*, 9 (2), 107-126.

- Moleong, Lexy J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrison. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pavarala V. & Malik Kanchan K. 2007. *Other Voices: The Struggle for Community Radio in India*. New Delhi: Sage Publications.
- Pringle, Peter K. & Starr, Michael F. 2006. *Electronic Media Management (5th ed.)*. Burlington: Focal Press Elsevier.
- Sarosa, Samiaji. 2017. *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Jakarta: Permata Puri Media.
- Stern, Reuben J. 2008. Stakeholder Theory and Media Management: Ethical Framework for News Company Executives. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Question of Media Morality*, 23 (1), 51-65.
- Suranto H., Adi S., & Yasser N. A. 2015. *Mengelola Radio Komunitas*. Jakarta: YAKOMA-PGI.
- Thomas, John P. 2009. *Media Management Manual: A Handbook for Television and Radio Parishioners in Countries-in-Transition*. New Delhi: UNESCO.
- Wahid, D. & Makruf, J. (Ed). 2017. *Suara Salafisme: Radio Dakwah di Indonesia*. Banten: Kharisma Putra Utama.

Glosarium

Ahlussunah wal jamaah: aliran islam yang mengikuti sunah-sunah Nabi Muhammad.

Bidah: melakukan sesuatu yang tidak diajarkan oleh Nabi Muhammad (dalam hal agama).

Dakwah: penyiaran agama islam.

Huruf hija'iyah: sebutan untuk abjad dalam Bahasa Arab.

Masjid: tempat ibadah umat muslim.

Mazhab: aliran hukum fikih yang menjadi rujukan umat islam.

Salafi Wahabi: salah satu aliran islam yang dianggap kurang benar.

Shalat: aktivitas ibadah umat islam.

Sunah: kebiasaanyang dilakukan oleh Nabi Muhammad.

Takmir: orang-orang yang ditunjuk untuk mengurus masjid.

Tauhid: keesaan Allah.

Ustadz: penceramah atau orang yang memiliki ilmu agama islam.

Lampiran Gambar
(Dokumentasi peneliti)



1. Proses pembuatan video pelayanan Kantor Urusan Agama (KUA). Peneliti bergabung dalam pembuatan video pelayanan KUA. KUA mengeluarkan kompetisi mengenai pelayanan KUA di masa pandemi.



2. Proses pembuatan video *Stop-Motion*. Peneliti tergabung dalam tim pembuatan video *Stop-Motion* yang bertema perjuangan di era modern. Pembuatan video *stop-motion* bertujuan untuk mengikuti kompetisi video *stop-motion* yang diadakan oleh kampus MMTC yang bertemakan perjuangan di era modern dalam memperingati HUT RI ke-75.



3. Dokumentasi peneliti dengan narasumber Totok Yulianto yang menjabat sebagai Kepala Stasiun di Radio Saka FM Jogja.



4. Proses *live streaming* di media Instagram Saka FM Jogja dengan tema Pergimmickan Duniawi. Dalam live tersebut lebih banyak membahas tentang *content creator* pada masa pandemi dengan narasumber Instagram bernama Ithong Thongkey.



5. Dokumentasi peneliti dengan narasumber Riza Pahlevi yang menjabat sebagai Manajemen Program di Radio Saka FM Jogja.



6. Acara Bobarman (Bobok Bareng Manja) yang diadakan rutin di akhir tahun. Acara tersebut bentuknya gathering yang diikuti oleh seluruh anggota Saka FM untuk mengeratkan para anggota.



7. Acara pelantikan anggota Saka FM yang telah lulus program SBC. Pelantikan tersebut menyerupai wisuda dengan menyerahkan sertifikat kelulusan program SBC.



8. Pembuatan konten Youtube yang bertemakan kreasi anak Saka FM berbahan dasar mie instan goreng.

Lampiran Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 1

Nama: Nurul Andriyani

Posisi: Anggota Saka FM/Peserta SBC 2019/ Penyiar

Peneliti:

Bagaimana anda mengetahui program SBC? Dari siapa?

Narasumber:

Dari media sosial, jadi saya pernah *follow* Instagramnya Saka FM. Setelah mengetahui ada pembukaan program SBC saya lalu mendaftarkan diri dengan mengirimkan CV saya, setelah itu saya dipanggil dan menandatangani berkas untuk mengikuti program tersebut.

Peneliti:

Bagaimana proses SBC itu berlangsung?

Narasumber:

Jadi waktu dulu itu, satu minggu ada 2 kali pertemuan dan harinya yaitu sabtu dan minggu. Dimulai pukul 1 siang sampai 4.30 sore. Selama waktu tersebut terdapat materi dan pemateri yang setiap hari berganti dan ada tema-temanya juga. Terkadang mas Ali sebagai *Station Manager* yang menjadi pemateri, kadang kak Yafid, kadang dari luar juga. setelah diberikan materi, kita diberikan waktu untuk praktik, misalnya bagaimana kita menyampaikan *smiling voice*-nya terus nanti juga ada berbagai materi seperti *talkshow* semacam-macam itu, nah kita diberi kesempatan untuk berlatih bersama teman-teman dan disaat itu juga kita dilatih untuk *teamwork*.

Peneliti:

Alasan anda mengikuti program SBC ini itu seperti apa?

Narasumber:

Sebenarnya saya tidak memiliki *basic* di radio, tapi sejak kecil pernah punya cita-cita jadi penyiar dan kebetulan waktu di Jogja punya teman penyiar di sini (Saka FM) akhirnya saya mencari informasi, sepertinya seru nih buat belajar gitu-kan. Dan menurut saya, saya kan kuliahnya sore, nah waktu sebelum kuliah itu agak *free*, saya jadikan ini agar tidak nganggur dan punya kegiatan.

Peneliti:

Sewaktu proses SBC, anda diperkenalkan tentang Saka? Bentuknya seperti apa?

Narasumber:

Iya diperkenalkan, lebih tepatnya secara lisan disetiap forum kita belajar rutin itu. Waktu pertama kali pertemuan itu, ada satu hari yang ada tema ke-Saka-an, isinya berupa di Saka itu seperti apa, peraturan dan tata tertibnya itu seperti apa. Terus *unggah-unggahnya* Saka itu seperti apa.

Peneliti:

Setelah program SBC, apakah anda langsung menjadi penyiar? Atau ada beberapa hal yang harus dilakukan terlebih dahulu?

Narasumber:

Setelah program SBC itu pucaknya ada yang namanya wisuda, jadi kita diwisuda di Pengulon (termasuk kompleks Masjid Gedhe). Di situ ada pemateri juga dan setelah diwisuda kita bilang ke salah satu anggota Saka yang sudah senior, dia yang mengatur jadwal misalnya saya *free-nya* senin-selasa, nah ternyata ada program yang bisa kita masuki misalnya program Tahu Isi diwaktu siang. Pertama saya ditemani dulu (penyiar pendamping) gitu.

Peneliti:

Berarti pihak Saka yang menyesuaikan jadwal anda?

Narasumber:

Iya, tapi kesiapannya kita juga sih, soalnya kalau kita nggak bilang ke Saka-nya, mereka juga tidak kasih kita jadwal. Itu tergantung ke-aktif-an kita.

Peneliti:

Selama berapa bulan anda jadi penyiar pendamping? Dan selama itu pula ada kelonggaran yang diberikan oleh Saka?

Narasumber:

Selama 3 bulan, tapi waktu di-*training*-nya selama 6 bulan. Ada, yaitu ketika saya tidak bisa melakukan siaran maka saya akan digantikan oleh anggota lain, begitu pula sebaliknya, saya juga sering menggantikan anggota yang berhalangan siaran akan tetapi dengan catatan sehari sebelumnya harus menginfokan terlebih dahulu. Dan terkadang juga *slot* (siaran) tersebut malah kosong.

Peneliti:

Selama menjadi penyiar pendamping itu sering diberikan arahan/bimbingan? Bentuknya seperti apa?

Narasumber:

Ada, lebih tepatnya beliau di luar ruangan . ada evaluasi ketika jeda program seperti suara kamu kurang ada *power*-nya, suaranya kurang *smiling voice*. Pernah suatu ketika sehari sebelum siaran saya merasa semangat tapi ketika waktu siaran mendadak berubah dan tiba-tiba ada seseorang (anggota Saka) masuk dan menanyakan “kok kamu gini, yaudah ganti dulu aja penyiarnya”. Lebih banyaknya arahan diberikan dipersoalan teknis.

Peneliti:

Pernahkah anda diikutsertakan dalam pembuatan program? Bagaimana itu prosesnya?

Narasumber:

Setahu saya kalau di Saka, ada program yang tiba-tiba tidak jalan dan mas Ali bilang “hari ini mau ada narasumber nanti pukul 7 malam, nah nanti kamu yang jadi penyiarnya. Namanya enak apa?” saat itu juga saya jadi *brain storming* dan menemukan suatu nama dan akhirnya programnya berlanjut sampai sekarang.

Peneliti:

Berarti pembuatan program itu lebih sering melalui waktu yang mendadak dan tidak melalui cara yang formal?

Narasumber:

Tidak, ada dua cara yang satunya setiap 3 bulan sekali semua Balaswara (sebutan anggota Saka) dikumpulkan, lalu melakukan evaluasi mulai dari radio (program), kebersihan Saka, dll kita sering evaluasi itu.

Peneliti:

Anda sering mendapatkan informasi penting biasanya dari siapa? Melalui apa? Dan bagaimana itu terjadi?

Narasumber:

Kalau misalnya tentang kegiatan saya sering mendengar dari orang-orang ketika di Saka, kadang dari mas Ali juga. Tapi kalau untuk keanggotaan seperti ini diganti siapa, terus ini sebagai apa saya kurang tahu. Kalau mengenai hal yang besar biasanya disampaikan saat acara evaluasi. Tapi pernah mas Ali mendelegasikan seseorang, tapi tidak bisa, tanpa menunggu 3 bulan itu kadang dibicarakan melalui grup WhatsApp yang isinya orang-orang penting.

Peneliti:

Pernah menyampaikan suatu pendapat kepada atasan atas suatu hal? Bagaimana prosesnya?

Narasumber:

Kalau mengenai aturan atau usulan program kegiatan Saka tidak pernah. Tapi kalau tentang kebersihan, tata letak itu sering dan saya sampaikan saat itu juga.

Peneliti:

Tapi ketika bersama manajemen tim lebih sering membicarakan tentang hal apa?

Narasumber:

Ketika mas Ali sedang berada di luar kota, beliau sering mendelegasikan para anggota Saka melalui grup WhatsApp untuk melakukan beberapa hal, arah tugasnya ke mana, beliau akan menjelaskan secara runtut. Kemudian kalau ada yang menanyakan beliau berkenan diskusi melalui kontak pribadi.

Peneliti:

Sering nggak anda berkomunikasi dengan sesama anggota Saka lainnya? Biasanya tentang hal apa?

Narasumber:

Sering, macam-macam yang diomongin, kadang-kadang film, atau suatu hal yang pernah dibahas di programnya anggota Saka lainnya. Dan kadang setelah ada yang selesai siaran ngomongin kalau materi itu pernah dibahas jadi sebaiknya cara penyampainnya dikemas dengan lebih baru lagi.

Peneliti:

Tapi kalau ngomongin tentang materi siaran pernah nggak? Atau memberikan usulan materi selipan ke anggota lain?

Narasumber:

Nggak sih, soalnya mereka udah menyiapkan materi sebelumnya dan belajar tentang materi yang akan dibawakannya. Kalau usulan selipan lebih sering ke anggota Saka yang baru yang masih menjadi penyiari pendamping.

Peneliti:

Ada nggak pendapat atau ide yang pengen anda usulkan ke pihak manajemen tapi belum sempat?

Narasumber:

Apa ya, kita di sini punya tugas masing-masing yang tidak harus dibicarakan ke semua orang, mungkin kadang-kadang ada anak Saka yang beberapa jam sebelum waktu siaran baru memberi kabar jika berhalangan dan disitu kita kebingungan untuk mencari siapa yang bisa menggantikan, dan nggak semua orang bisa, jadi itu agak merepotkan bagi orang lain dan kadang kita Cuma memutar *playlist*. Itu agak disayangkan sih soalnya seharusnya kita bisa menyampaikan suatu informasi yang bermanfaat kepada para pendengar.

Peneliti:

Pernah dapat apresiasi dari pihak manajemen? Dalam bentuk apa?

Narasumber:

Pernah waktu mau siaran dengan anggota Saka yang baru, saya memberikan arahan materi yang perlu disiapkan beberapa hari sebelum siaran. Ketika siaran telah terlaksana saya mndapatkan pujian dalam bentuk ucapan “ini siarannya sudah bagus, tolong dipertahanin dan ditingkatin lagi yaa”.

Peneliti:

Bagaimana anda mengikuti semua kegiatan Saka?

Narasumber:

Setidaknya selama memiliki jadwal siaran seminggu dua kali saya memaksimalkan itu dengan tidak langsung pulang ketika siaran selesai, pokoknya ada rasa pengen melakukan suatu hal selain siaran. Setelah siaran, di luar studio juga ada banyak orang dan ternyata ngobrol sama mereka itu juga asik, lebih kerasa kekeluargaannya. Dan ketika sedang bingung atau pengen main gitu pasti ke Saka jadi bisa cerita banyak gitu.

Peneliti:

Sejauh ini kegiatan wajib anda sebatas siaran atau ada kegiatan lain di Saka?

Narasumber:

Beberapa waktu lalu, sebelum libur pandemi ini misalnya ada dari kampus lain yang mengundang Saka menjadi media partner, nanti saya yang bantuin seperti tanda tangan, jelasin ke mereka terkait ketentuan-ketentuannya, saya juga yang mengoreksi proposal mereka pertama kali sebelum diberikan kepada mas Ali, terkadang juga mengecek emailnya Saka kalau ada yang janjiin terus nandain di kalender dan misalnya juga ada program dari kampus, saya juga menanyakan ke anggota Saka yang biasanya menyiarkan di kampus dan bilang ke mereka kalau ada yang mau siaran dengan kalian. Saya yang akan mengingatkan tamu dan penyiarnya ketika jadwalnya akan tiba.

Peneliti:

Ketika kamu melakukan itu semua, berdasarkan kemauan sendiri atau ditunjuk?

Narasumber:

Ditunjuk

Peneliti:

Menurut anda, bagaimana pendapat mengenai program SBC itu?

Narasumber:

Menurut saya bagus banget sih, soalnya nggak semua radio melakukan hal ini, memberi ilmu cuma-cuma. Dan terlebih kita di sini nggak sekedar duduk aja tapi di

sini dihargai dengan baik. Menurut aku ini bisa jadi dasar untuk mencari *the next* penyar.

Peneliti:

Menurut anda, apakah program SBC itu sudah cukup baik? Atau ada perlu sedikit perubahan di dalamnya?

Narasumber:

Sejauh ini sudah cukup baik sih, cuma yang disayangkan itu mereka-mereka yang sudah dapat ilmu dari Saka tapi malah nggak muncul lagi di Saka. Harusnya Saka itu ngasih *punishment* atau peringatan ke mereka karena melakukan itu.

Peneliti:

Apakah Saka melakukan tindakan peringatan atau memberi sanksi kepada yang melakukan hal itu?

Narasumber:

Tidak.

Peneliti:

Perubahan apa yang terjadi dalam SBC angkatan anda dan angkatan di bawah anda?

Narasumber:

Kalau materinya cuma diupdate seperti ada materi berupa pengelolaan media sosial, soalnya ketika angkatan saya tidak ada materi itu. Lalu durasinya dipadatkan jadi 7 hari penuh, sedangkan angkatan saya dulu jadwalnya seminggu 2 kali selama 3 bulan.

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 2

Nama: Riza Pahlevi

Jabatan: Program Director 2020

Peneliti:

Dalam jangka waktu berapa lama anda menjabat posisi tersebut? Bagaimana aturan mengenai durasi jabatan yang sebenarnya?

Narasumber:

Satu tahun. Sebenarnya kita cukup berubah-ubah karena di Saka ada banyak orang memiliki status mahasiswa jadi pergantannya lumayan cepat. Terkadang kita cukup cepat beradaptasi termasuk dalam hal kepengurusan dan terkadang juga ada yang sudah lulus kuliah lalu mereka pulang ke kampung halaman masing-masing. Oleh karena itu, di sini tidak bisa menjabat dalam jangka waktu yang lama dan tidak ada aturan tetap dalam hal durasi seseorang menjabat di Saka. Tapi pada dasarnya setiap *jobdesc* ada *backup*-nya, misalnya di Ramadan ini mas Ali sedang di luar kota dan itu masih bisa dipegang oleh *program director*-nya tugas-tugasnya.

Peneliti:

Bagaimana Saka membentuk berbagai aturan dan standar aktivitas di dalam organisasi?

Narasumber:

Kalau siaran kita memaki format radio keluarga dengan pendengarnya itu remaja dan dewasa muda jika dihitung usia kira-kira dari 17-45 tahun. Aturan-aturan dasarnya dinilai dari latar belakang radio yang sifatnya radio milik masjid dan radio dakwah. Kita tidak yang sepenuhnya menggunakan sistem 100% siaran islami (membahas agama) tapi lebih ke radio yang sifatnya positif / tidak memutar lagu yang memiliki lirik aneh-aneh, lagu dengan nuansa agama lain, informasi terkait agama lain, kita juga punya batasan mengenai agama misal tidak membicarakan tentang pacaran, hari raya

agama lain. Sebagai gantinya jika di radio lain mengajak mendengarkan radio dengan pacar, kita lebih mengajak pendengar dengan mengajak bersama teman, sahabat dan keluarga. Itu semua SOP siaran, tambahan lagi yaitu kita me-relay jadwal salat wajib dengan ketentuan-ketentuan tertentu sebelum dan sesudah salat wajib tersebut (memutar *asmaul husna*/ pujian sifat-sifat tuhan) dan selebihnya seperti radio lainnya. Kalau secara organisasi, kita lebih fleksibel dalam artian karena kita komunitas dan kita sadari di komunitas tidak ada yang dibayar jadi mengandalkan sukarela dari semua orang untuk mengurus segala hal di Saka secara bersama. Semuanya berdasarkan keikhlasan masing-masing, kita tidak memaksa orang untuk kerja seperti selayaknya orang dibayar tapi kerja cerdas dan setiap orang berhak punya prioritasnya masing-masing misal ketika mereka punya acara yang penting di kampusnya atau memiliki kerja sampingan, kami selalu menyesuaikan dan jangan sampai dengan adanya Saka malah menghambat orang tersebut baik saat siaran maupun saat mengurus Saka. Oleh karena itu, pemilihan jadwal siaran dan keorganisasiannya kita kembalikan kepada kesediaan setiap anggota.

Peneliti:

Bagaimana Saka mengawasi aturan-aturan tersebut agar tidak keluar dari jalurnya?

Narasumber:

Saya akan bagi jadi beberapa kategori ya. Orang yang baru masuk di Saka kita pasti kasih *briefing* yang detail tentang apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan di sini, itu semua kita jelaskan *background* dan alasannya kenapa aturan itu diciptakan termasuk adat istiadat di Saka seperti ketika sedang ada jadwal salat anggota yang akan memasuki radio menggunakan sepeda motor wajib dituntun dan dimatikan mesinnya. Seiring berjalannya waktu ada tambahan aturan baru seperti saat pandemi ini seperti kewajiban menggunakan *handsanitizer* sebelum memasuki Saka.

Peneliti:

Bagaimana Saka menetapkan sanksi terkait pelanggaran aturan-aturan tersebut?

Narasumber:

Sejauh ini kita tidak ada hal merugikan banyak pihak, paling kesalahan-kesalahan sepele yang terjadi dan itu kita hanya berikan nasihat hingga peringatan. Kalau dari segi SOP tidak ada, lebih mengarah ke evaluasi mingguan untuk menentukan sanksi atas pelanggaran yang terjadi dan itupun tidak akan mengarah ke dalam sanksi yang berat seperti denda uang atau denda kerjaan lain. Kembali lagi mengingat bahwa kita merupakan komunitas jadi kita tidak bisa mengikat seperti organisasi profit.

Peneliti:

Bagaimana proses pembuatan program siaran di Saka?

Narasumber:

Jika diruntut dari awal, kita bentuk dahulu dasar radio ini arahnya ke mana, oke kita mau radio ini radio keluarga. Radio ini pendengarnya siap, oh ternyata rata-rata usianya di bawah 17 tahun sekian persen, dibawah 25 tahun sekian persen, 40 tahun ke bawah sekian persen. Hingga akhirnya kami lebih menysasar ke dua segmentasi yaitu 17-25 tahun dan dewasa muda 25-40 tahun, itu porsi terbesar, dan anggaplah itu masing-masing memiliki 40% segmentasi. Setelah itu kita bagi dari jadwal operasional Saka yaitu jam 9 pagi sampai jam 12 malam setiap hari dalam seminggu. Kalkulasi tersebut kemudian bercabang ke dalam program siaran yang mengarah ke segmentasi tersebut. Setelah itu kita bagi lagi setiap program itu mau berapa jam durasinya, kemudian ketemu dengan segmentasi pendengar disetiap jamnya. Lalu, kita menemukan juga formatnya berupa konten setiap programnya, tema, isu, daftar lagu yang akan diputar dan informasi-informasi yang telah disesuaikan berdasarkan segmentasi tersebut. Dalam radio program itu dibagi menjadi dua yaitu program special dan program regular. Program regular itu berupa program tentang umum yang setiap hari di-relay, sedangkan program spesial lebih mengarah ke hal yang spesifik berupa tema wanita, tema lagu tempo dulu, dsb (contoh program: SiHawa, MovieShot).

Peneliti:

Dalam pembuatan program tersebut apakah ada keterlibatan dari semua pihak dalam organisasi?

Narasumber:

Sebagian besar pembuatan program dilakukan oleh *station manager, program director* dan jajaran di bawahnya. Sedangkan di luar itu kita sifatnya lebih menjangkau gagasan dari anggota Saka lain dan sekiranya kita masih ada *slot* untuk ide program itu maka kita juga akan merealisasikan ide itu tentunya dengan pertimbangan dan perincian yang lebih matang atas gagasan yang diterima.

Peneliti:

Bagaimana manajemen memberikan arahan ketika program siaran berlangsung?

Narasumber:

Iya, kita melakukan hal itu khususnya kepada penyiar yang baru. Tahap awal penyiar baru pasti ada *training* yang harus dilakukan, menjadi penyiar pendamping setelah melakukan pelatihan, dan pada akhirnya sudah mampu melakukan siaran sendiri, itu semua masih dalam tahap pantauan. Tetapi kalau penyiar yang sudah lama kita melakukan pengawasan yang secukupnya misal kita diluar studio dengan menyimak program siarannya, di situ kita akan melakukan arahan atau masukkan ketika ada kekurangan terlebih lagi dalam hal teknis seperti mic-nya kurang keras atau bahkan *noise* yang terjadi ketika sedang siaran. Lebih jauh lagi kita akan memberikan teguran ketika ada hal-hal yang tidak patut diucapkan atau memberikan referensi cara bersiaran saat siarannya dirasa kurang maksimal.

Peneliti:

Bagaimana manajemen memberikan informasi-informasi penting terkait Saka?

Narasumber:

Kalau dalam kondisi normal (tidak dalam kondisi pandemi) kita setiap hari kamis atau satu minggu sekali kita ada rapat pleno untuk membicarakan *update* yang terjadi, dalam

bentuk *planning* atau evaluasi. Kalau di luar itu, jika ada informasi kecil kita hanya sampaikan melalui grup WhatsApp. Dan disaat seperti ini (kondisi pandemi) kita lebih mengukur kemampuan ketika akan berinovasi dengan SDM yang terbatas di Saka misalnya kita lebih banyak melakukan *live streaming* dan tetap diinformasikan melalui grup WhatsApp.

Peneliti:

Bagaimana Saka memberikan kebebasan dalam hal pendapat kepada seluruh anggota di dalamnya?

Narasumber:

Dalam hal apa dan siapa saja sebenarnya tidak dilarang, tapi kembali lagi kita harus menjaring usulan tersebut dapat diterapkan atau tidak, apakah murni kita terapkan sama persis dengan usulan tersebut atau perlu adanya modifikasi, itu semua yang harus disadari oleh semua orang (di Saka). Akan tetapi, beberapa orang tidak dia bisa berpendapat atau tidak dan akhirnya ia biasa-biasa saja. Kedua, mungkin ia terlalu bersemangat karena merasa semua pendapat didengarkan jadi ia langsung mengubah macam-macam tanpa berkomunikasi, itu juga bisa menjadi repot semua orang dan itu menyalahi SOP yang ada karena berurusan dengan banyak hal. Yang perlu diingat ketika berpendapat harus melalui protokolernya, misal pendapat mengenai program berarti harus melalui *program director*.

Peneliti:

Pernahkah manajemen memberikan apresiasi atau reward kepada para anggotanya? Bagaimana itu terjadi?

Narasumber:

Kalau yang reward sesungguhnya pernah direncanakan tapi belum terealisasi misalnya memberi hadiah kecil-kecilan. Tapi apresiasi bentuk lain, seperti kita memuji, fasilitas yang kita berikan (konsumsi saat rapat, ketersediaan minuman instan) itu kita anggap sebagai apresiasi dalam hal membuat para penyair nyaman di Saka. dan dalam skala

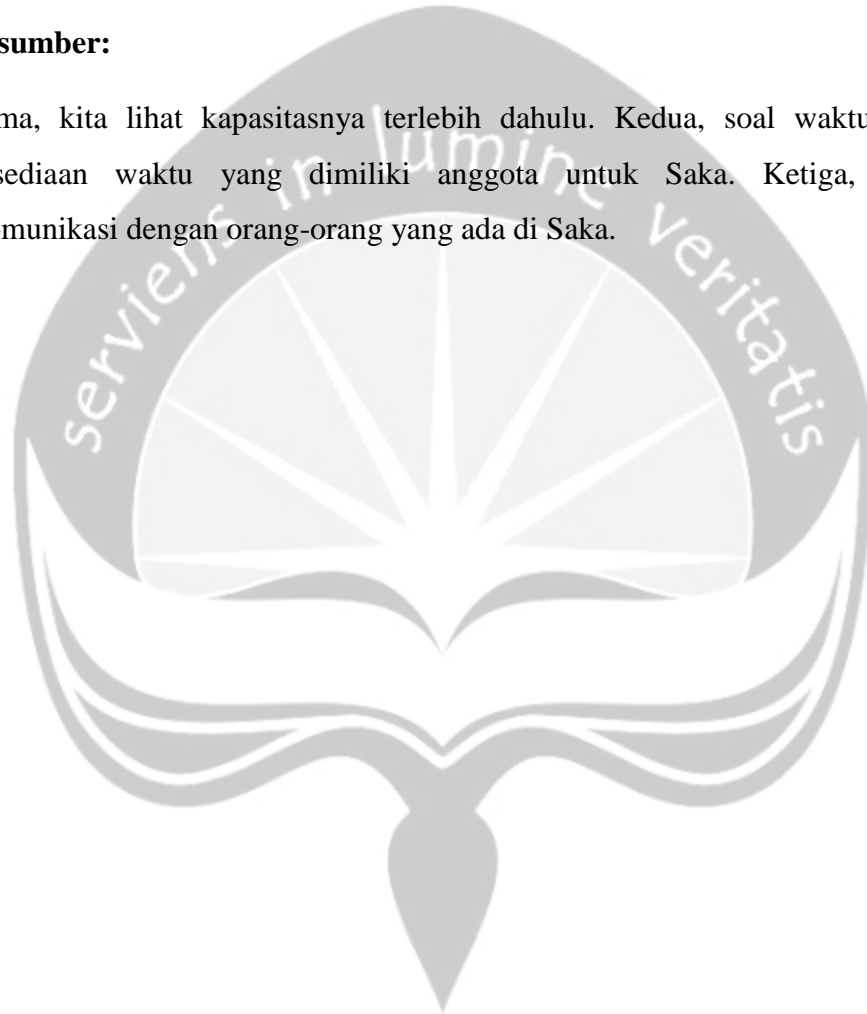
besar, kita memiliki acara mirip makrab di villa pada akhir tahun selama dua hari, di situ kegiatannya *full* dengan senang-senang dan main bareng sebagai bentuk apresiasi bersama.

Peneliti:

Bagaimana Saka menentukan leader dari setiap kegiatan di Saka?

Narasumber:

Pertama, kita lihat kapasitasnya terlebih dahulu. Kedua, soal waktu dalam arti ketersediaan waktu yang dimiliki anggota untuk Saka. Ketiga, kemudahan berkomunikasi dengan orang-orang yang ada di Saka.



Transkrip Wawancara dengan Narasumber 3

Nama: Totok Yulianto

Jabatan: Kepala Stasiun/*Station Manager*

Peneliti:

Bagaimana Radio Saka membentuk semua aturan dan standar aktivitas di dalam organisasi?

Narasumber:

Jadi dalam membentuk aturan dan standar aktivitas di radio Saka, sifatnya adalah generic. Pada dasarnya Saka adalah radio komunitas, tidak ada target komersial yang kita raih, lebih kepada kebersamaan dan kuantitas dari komunitas itu sendiri. Sehingga kita lebih banyak ‘mendengarkan’ dari teman-teman di komunitas akan seperti apa semuanya berjalan tetapi dalam sebuah komunitas ada sebuah *leader* dan sekaligus sebagai inspirator atau pemegang kendali. Jadi dari aspirasi teman-teman di komunitas kemudian diputuskan bersama pelaksanaannya selanjutnya *leader* yang akan mengawasi sekaligus mengendalikan berjalannya aturan dan aktivitas di radio.

Peneliti:

Dari aturan yang telah tersepakati tersebut, bagaimana caranya Saka mengawasi aturan dan standar tetap berjalan? Dan bagaimana ketika aturan dan aktivitas tersebut tidak dipatuhi?

Narasumber:

Dalam komunitas ada struktur walaupun sifatnya tidak hirarki. Struktur tersebut berfungsi sebagai manajemen dan terdapat peran pengawasan baik melalui diskusi dalam grup manajemen ataupun pada saat kita ada pertemuan-pertemuan rutin komunitas seperti rapat pleno setiap 3 bulan sekali, makan bareng di hari kamis (mabar kamisan). Namanya komunitas berarti lebih banyak melakukan aktivitas kumpul-

kumpul dan pada saat itu kita bisa melihat teman-teman memberi masukan jika mengalami kekurangan terkait Saka. Kalau sanksi, sejauh ini tidak ada hal yang sangat *urgent* yang mengharuskan ‘harus diseperti apa-kan’, tetapi ketika tidak terlalu nyambung dengan komunitas biasanya otomatis ‘tersingkir’ dari pergaulan komunitas. Dengan kata lain kita mengambil sisi natural dalam proses pergaulan karena lagi-lagi komunitas tidak terlalu terstruktur (aturan dan sanksinya).

Peneliti:

Bagaimana proses terbentuknya sebuah program siaran di Saka FM?

Narasumber:

Untuk menentukan program siaran, pertama kita mengerti dulu format radio kita dan Radio Saka formatnya radio dakwah dengan konten edukasi, informasi dan hiburan. *Air personality* atau kepribadian dari radio yang dibentuk Saka adalah muslim, secara posisinya ada di pusat dari kebudayaan Jawa yaitu dekat dengan Kraton, maka kita juga memiliki kepribadian yang berbudaya. Selain itu, kita memiliki unsur kepribadian dari Kauman sebagai pusat Muhammadiyah. Hal tersebut yang kemudian muncul dalam representasi program sesuai dengan kepribadiannya. Ada program Pelataran misalnya, di situ menyajikan berita-berita aktual, hangat tapi dibawakannya dengan cara yang santai. Kemudian siang hari ada program Tahu Isi (berita, hiburan dan istirahat siang) yang berisi lebih kepada berita-berita ringan dipadukan dengan musik-musik yang menghibur dan program-program lainnya. Jika dilihat dari nama programnya saja banyak yang diambil dari kata-kata dalam Bahasa Jawa. Jadi semua itu melalui analisis format dan *air personality* terlebih dahulu kemudian diturunkan menjadi program siaran. Tentu itu juga atas masukan atau rekomendasi dari teman-teman dan juga dari takmir masjid (penasihat radio) lalu disepakati bersama dan diputuskan oleh *station manager*.

Peneliti:

Bagaimana manajemen memberikan pengawasan dan arahan terhadap program-program siaran tersebut?

Narasumber:

Dalam pengawasan program ada yang namanya *Program Director*, yang mengurusinya program termasuk juga para penyiarnya, tapi ini kita bicarakan di luar kondisi pandemi saat ini. Karena pada saat kondisi pandemi saat ini terdapat penyesuaian khusus di mana pengawasan dan arahan di-*handle* oleh teman-teman yang berada di Kauman. Di luar pandemi, biasanya kepala stasiun menge-*check* setiap hari jadwal siaran dan mengingatkan penyiar untuk siaran. Untuk secara kualitas siaran, biasanya melalui *back station*, kepala stasiun dan direktur program akan langsung memberi arahan. Kalau dari sisi konten, para pendengar dan takmir ikut andil dan memberikan masukan atau arahan yang disampaikan secara langsung atau melalui jaringan pesan dan telfon. Jadi kita melibatkan seluruh komunitas karena segmentasi utama dari radio ini adalah komunitas dan dari komunitas kita mendapatkan *feedback*.

Peneliti:

Bagaimana manajemen memberikan berbagi informasi kepada seluruh anggota Saka FM?

Narasumber:

Untuk jalur informasi ke teman-teman komunitas, biasanya kita menyampaikan melalui grup WhatsApp. Tapi kalau sekiranya butuh hal yang personal kita juga bersedia menyampaikan ke kontak pribadi. Atau ketika bertemu kita akan menyampaikan kepada anggota yang hadir. Secara umum informasi disampaikan melalui grup dan kontak pribadi di WhatsApp.

Peneliti:

Bagaimana manajemen memberi kebebasan berpendapat bagi seluruh anggota Saka FM? Dan bagaimana manajemen memproses pendapat-pendapat tersebut?

Narasumber:

Kita memberikan kebebasan berpendapat dengan tidak membatasi atau batasan-batasan untuk para anggota berbicara melalui saluran-saluran media yang kita gunakan. Akan tetapi, apakah pendapat itu bernilai atau sesuatu yang akan mengubah situasi di komunitas, kita akan sesuaikan dengan nilai-nilai yang ada di radio. Jika pendapat itu bagus dan dapat diaplikasikan sesuai dengan kepribadian radio maka dapat dijalankan. Namun, jika hanya sekadar masukkan atau pemikiran dari teman-teman kita akan menampungnya. Tentu di dalam manajemen akan mengkaji ulang tentang apa yang baiknya diterapkan dan ini juga tidak terlepas dari pertimbangan dari takmir. Jika sifatnya adalah hal-hal strategis yang besar, kita akan meminta pertimbangan dari takmir untuk menerapkan sesuatu di Saka.

Peneliti:

Bagaimana Saka FM memberika apresiasi kepada para anggota di dalamnya? Dalam bentuk apa biasanya apresiasi tersebut diberikan?

Narasumber:

Karena Radio Saka ini organisasi nirlaba atau non komersial maka Radio Saka tidak memberikan apresiasi berupa gaji kepada teman-teman komunitas (penyiar dan pengurus radio). Kita lebih memberikan apresiasi berupa fasilitas seperti minum, wifi untuk mengerjakan tugas, komputer yang bebas digunakan, printer, dsb itu merupakan bentuk apresiasi bagi teman-teman yang memiliki keinginan berkegiatan di Saka. Di luar fasilitas, kita sering memberikan apresiasi berupa kebebasan beraktivitas yang menyenangkan di radio.

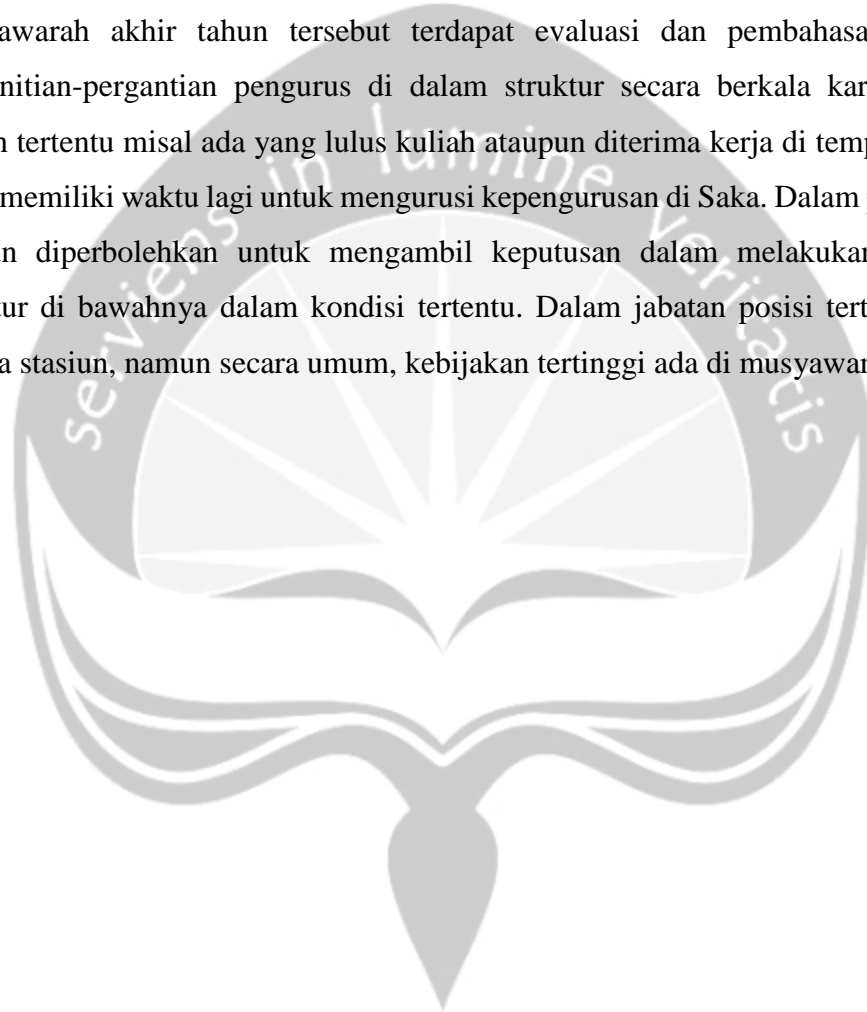
Peneliti:

Bagaimana Saka FM atau manajemen memberikan kesempatan para anggota untuk menjadi *leader* dalam suatu kegiatan?

Narasumber:

Ketika telah menjadi anggota komunitas, telah diberikan pelatihan dan memiliki program siaran sendiri, maka dia akan otomatis menjadi produser bagi program

siarannya walaupun ada Direktur Program yang mengatur programnya, akan tetapi dia sendiri yang akan menjadi produsernya/ yang bertanggung jawab atas berjalannya program tersebut, itu level yang paling kecil. Kemudian posisi yang lain misalnya teknisi, pimpinan *event* tertentu itu disepakati saat rapat pleno. Adapun jika masuk ke dalam struktur organisasi, itu akan dibahas di dalam musyawarah besar di akhir tahun ataupun pada saat pergantian pimpinan stasiun radio yaitu 3 tahun sekali. Pada musyawarah akhir tahun tersebut terdapat evaluasi dan pembahasan mengenai pergantian-pergantian pengurus di dalam struktur secara berkala karena beberapa alasan tertentu misal ada yang lulus kuliah ataupun diterima kerja di tempat lain yang tidak memiliki waktu lagi untuk mengurus kepengurusan di Saka. Dalam posisi kepala stasiun diperbolehkan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pergantian struktur di bawahnya dalam kondisi tertentu. Dalam jabatan posisi tertinggi adalah kepala stasiun, namun secara umum, kebijakan tertinggi ada di musyawarah.



Transkrip Wawancara dengan Narasumber 4

Nama: Nur Andini Dwi Lestari

Jabatan: Anggota Saka FM/Peserta SBC 2019/ Penyiar

Peneliti:

Bagaimana anda mengetahui program SBC yang dilaksanakan oleh Saka FM? Apakah anda memiliki dasar mengenai penyiar radio?

Narasumber:

Untuk program SBC, saya mengetahuinya dari media sosial Instagram. Akan tetapi, untuk keberadaan Saka FM saya mengetahui melalui beberapa kakak tingkat di kampus yang menjadi penyiar di radio ini kemudian saya kepo-in Instagramnya Saka FM. Untuk dasar menjadi penyiar radio saya tidak memiliki dasar sama sekali.

Peneliti:

Mengapa anda mengikuti program SBC yang diadakan oleh Saka FM?

Narasumber:

Target utama saya mengikuti program itu adalah memiliki kesempatan untuk melakukan siaran di radio. Walaupun saya berkuliah di MMTC, dan mengambil mata kuliah penyiaran radio, ada keterbatasan mengenai praktik siaran di radio, oleh karenanya saya ingin mewujudkan keinginan saya di tempat lain yaitu di Radio Saka.

Peneliti:

Bagaimana proses program SBC itu dilaksanakan? Dan bagaimana anda dapat diterima menjadi anggota Saka FM?

Narasumber:

Pada saat itu saya mencari informasi mengenai program SBC lewat kontak yang tertera di poster di Instagram. Setelah mendapatkan informasi, syarat yang harus saya siapkan adalah memberikan CV kepada pihak Saka FM sekaligus menunggu kabar dari pihak Saka. Setelah mendapatkan kabar terdapat tanggal teknis *meeting* yang dihadiri oleh seluruh peserta yang mendaftar program SBC dan yang paling saya ingat adalah dalam kegiatan tersebut kita mendapatkan konsumsi (makan) dari pihak Saka. Kenapa saya mengingat hal tersebut? Karena itu adalah hal yang jarang ditemukan di radio lain di mana suatu radio komunitas dapat memberikan fasilitas konsumsi pada saat program utama belum berlangsung, itu di luar ekspektasi saya saja. Pada saat angkatan saya (2019) terdapat 40an peserta yang mendaftar program SBC, termasuk banyak kalau menurutku. Kemudian jumlah tersebut berkurang dengan sendirinya/ 'seleksi alam' karena beberapa alasan seperti sibuk kuliah, nggak bisa bagi waktu, dsb. Lalu, peserta yang tersaring menjadi 15-20 orang dan yang aktif hingga sekarang dapat dihitung dengan jari.

Setiap program SBC ternyata berbeda-beda rangkaian kegiatannya, kalau angkatan saya yaitu rutin materi. Rutin materi itu berupa dasar penyiaran dengan jangka waktu beberapa minggu hingga sampai ke tahap praktik siaran, bertepatan ulang tahun Saka yang ke-7 kita juga mengikuti kegiatan yang diadakan Saka dalam acara tersebut berupa *Running Saka Wisata* (jalan-jalan memasuki beberapa tempat wisata di daerah Kauman) yang diiringi dengan pemberian misi tertentu dalam perjalanan tersebut.

Peneliti:

Dalam waktu berapa lama program SBC itu berlangsung dari awal hingga akhir?

Narasumber:

Jangka waktunya yaitu selama 2 bulan dan pertemuan kegiatannya yaitu seminggu 2 kali. Jadwal pertemuan kegiatan disesuaikan dengan jadwal dari para peserta, dengan kata lain hari pertemuan tidak ditetapkan secara sepihak.

Peneliti:

Bagaimana anda diperkenalkan mengenai Saka FM secara keseluruhan?

Narasumber:

Kita diperkenalkan Saka FM dalam kegiatan SBC yaitu yang bertema ke-Saka-an dan terdapat beberapa sisipan di seluruh kegiatan SBC mengenai hal tersebut. Hal yang paling ditekankan dalam ke-Saka-an adalah Radio Saka yang berdiri di bawah nama Masjid Gedhe Kauman dan pembiayaan operasional Saka FM berasal dari Masjid Gedhe. Jadi peraturan dan segala aktivitas yang ada di Saka FM disesuaikan berdasarkan hal yang tidak menyalahi 'nama' Masjid Gedhe.

Peneliti:

Bagaimana proses penerimaan secara resmi menjadi anggota Saka FM?

Narasumber:

Jadi ketika kita dinyatakan lulus program SBC, kita diwisuda pada acara puncaknya. Kemudian setelah itu kita yang menentukan jadwal siaran dan program apa yang ingin dibawakan selama siaran. Ada dua opsi ketika kita ingin siaran yaitu dengan melalui menjadi penyiar pendamping terlebih dahulu dan langsung menjadi penyiar tunggal. Pihak Saka FM lebih senang ketika ada anggota yang memilih untuk langsung menjadi penyiar tunggal karena dianggap sebagai melatih kepercayaan diri sehingga kemandirian dituntut dari awal.

Peneliti:

Bagaimana anda mengikuti seluruh kegiatan yang ada di Saka FM?

Narasumber:

Aku mengikuti kegiatan Saka kalau aku sempat dalam artian ketika kegiatan Saka tidak bentrok dengan kegiatan di luar Saka maka aku akan mengikuti kegiatan Saka. Akan tetapi, ketika tidak dapat mengikuti kegiatan Saka yang mengharuskan kehadiran saya termasuk jadwal siaran saya maka saya akan meminta izin terlebih dahulu. Intinya di

Saka memiliki sifat fleksibel dalam mengatur para anggotanya, karena Radio Saka merupakan radio komunitas.

Peneliti:

Bagaimana anda mendapatkan arahan atau kritik ketika melakukan siaran?

Narasumber:

Pernah mendapatkan kritik ketika salah menyebutkan sapaan pendengar yang harusnya Sahabat Sejati tapi malah menyebut Sobat Niskala yang merupakan sebutan pendengar di radio kampus saya. Teguran yang diberikan dilakukan ketika siaran telah selesai. Selain itu pernah mendapatkan teguran ketika lupa mengucapkan salam di awal program siaran berlangsung. Hal tersebut sedikit menyalahi aturan karena dasar radio ini adalah radio muslim jadi ada kewajiban mengucapkan salam di awal program siaran. Di luar itu arahan dan teguran diberikan mengenai hal-hal teknis saja seperti *mic*-nya tidak nyala, ada gangguan suara ketika siaran, dsb. Arahan dan teguran lebih sering diberikan oleh mas Ali, karena ia sering berada di radio dan selalu menyimak program siaran yang sedang berlangsung.

Peneliti:

Pernahkan anda mendapatkan kesempatan dalam pembuatan program siaran? Bagaimana anda terlibat?

Narasumber:

Kalau diikutsertakan dalam proses pembuatan program siaran, saya tidak pernah, karena program siaran dibentuk oleh para anggota yang berada di manajemen.

Peneliti:

Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai berbagai hal yang ada di Saka FM?

Narasumber:

Kalau ada informasi akan segera disampaikan saat itu juga di radio dan biasanya disampaikan oleh mas Ali terlebih lagi ketika informasi tersebut terdapat hal yang menyangkut diriku pasti akan segera disampaikan secara personal. Di luar itu, informasi diberikan melalui grup WhatsApp dan bila memungkinkan informasi mengandung sisi personal akan diberikan secara personal juga. Esensi pemberian informasi melalui grup WhatsApp untuk memberikan keterikatan terhadap Saka sehingga secara tidak langsung menuntut kesadaran dalam hal berbagi informasi dan memberikan pendapat.

Peneliti:

Bagaimana anda memberikan pendapat mengenai suatu hal yang penting di Saka?

Narasumber:

Tidak sering aku lakuin, tapi pernah saya menanyakan dan memberikan usulan mengenai produksi iklan sendiri dari Saka FM. Mereka merespon dengan memberikan alasan mengapa kita tidak banyak memiliki produksi iklan sendiri karena keterbatasan SDM. Pada akhirnya mereka memberikan wewenang kepada saya untuk membuat iklan tersebut akan tetapi saya sendiri belum mampu/sempat mewujudkannya sampai sekarang.

Peneliti:

Bagaimana anda melakukan komunikasi terhadap seluruh anggota yang ada di Saka?

Narasumber:

Saya melakukan komunikasi seperlunya saja melihat kehadiran di Saka yang jarang. Tapi kalau di grup WhatsApp lebih sering membahas hal-hal konyol jadi lebih banyak bercanda.

Peneliti:

Bagaimana anda mendapatkan apresiasi dari Saka? Dalam bentuk apa dan mengapa anda mendapatkan apresiasi tersebut?

Narasumber:

Sebenarnya untuk apresiasi khusus nggak pernah. Akan tetapi ketersediaan fasilitas yang ada di Saka itu sudah saya anggap bentuk apresiasi dari Saka kepada saya misalnya wifi, minum, printer dan bahkan *mixing master* secara gratis. Kalau apresiasi lewat lisan saya ingat dulu pernah grogi pada awal siaran dan ketika siaran selesai mas Ali memberikan pernyataan bahwa ‘kamu udah bagus kok suaranya, tinggal dilatih aja’.

Peneliti:

Bagaimana tanggapan kamu mengenai program SBC yang telah berlangsung hingga sekarang?

Narasumber:

Menurutku program SBC sudah cukup dalam menentukan perekrutan anggota baru di Saka dengan kriteria dan rangkaian kegiatannya. Bagiku Saka sudah melakukan hal yang sangat baik untuk mengembangkan radionya dengan latar belakang radio komunitas. Sistem kekeluargaan yang dianut Saka memiliki ciri khas tersendiri, jadi kalau ada seleksi alam terhadap anggotanya itu merupakan hal yang berasal dari diri mereka masing-masing dan bukan dari sistem yang dianut Saka. Kalau boleh saya bandingkan dengan radio yang ada di kampus saya yang notabeneanya sama-sama radio komunitas itu lebih aneh. Radio di kampus saya lebih menuntut untuk paham lagu-lagu Korea terbaru, lagu Indonesia terhits dan itu ada tesnya karena kalau kamu nggak lolos kamu nggak bakal jadi penyiar radio itu. Sedangkan di Saka hanya mengikuti *workshop* kalau kamu bertahan ya kamu akan jadi penyiar Saka.