

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Rafada

Seiring dengan perkembangan iptek yang tidak lagi mengenal batas ruang dan waktu maka radio merupakan salah satu media yang dipandang efektif dan efisien sebagai media informasi yang bisa diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat dari berbagai lapisan.

Melalui siaran Radio orang dapat mengikuti bagaimana perkembangan informasi kekinian, bagaimana dunia hiburan (*entertainment*), bagaimana perkembangan kebudayaan dan peradaban. Dengan radio orang dapat mendengarkan aneka macam program siaran, yang mulai sifatnya guyonan, gosipan hingga masalah pendidikan atau ilmu pengetahuan, serta seputar persoalan keagamaan.

Persoalan keagamaan merupakan aspek yang sangat urgen untuk disiarkan melalui radio, agar perkembangan dakwah lebih optimal dimasyarakat. Hal ini ditunjang pula dengan iklim sosial kemasyarakatan orang Banjar yang agamis, sehingga Rafada turut andil dalam menyampaikan info-info ke-Islaman khususnya bagi kalangan mahasiswa UIN itu sendiri.

Radio Rafada juga memperhatikan keberadaan kebudayaan Indonesia pada khususnya kebudayaan Banjar yang semakin tidak familiar di kalangan anak muda, keberadaan media dan teknologi yang semakin canggih, beragam dan kurangnya filter mengakibatkan budaya asing sangat mudah masuk dan memengaruhi anak muda ataupun orang dewasa, keadaan tersebut juga menjadi alasan hadirnya Rafada di udara yaitu dengan adanya Rafada dapat berperan dalam mengembangkan, mensosialisasikan dan mempertahankan keberadaan kebudayaan.

Keberhasilan meraih sukses tentunya ditentukan oleh manajemen yang baik dan benar, didukung dengan sumber daya manusia yang mempunyai integritas dan kompetensi tinggi, ingin belajar dan pantang mundur. Dasar inilah yang menjadikan Rafada menginginkan selangkah lebih awal *Waja Sampai Kaputing*.

Berdasarkan hasil kajian yang mendalam, Rafada menempatkan diri di segmen lapisan masyarakat muda yang tercermin dalam format acara keagamaan dan ragam musik yang disajikan. Dasar pemikiran bahwa sasaran pendengar lebih terfokus pada segmen orang muda, yaitu:

- a. Golongan muda adalah bagian terbesar dari pendengar yang aktif, kreatif dan dinamis.

- b. Golongan muda merupakan bagian terbesar dari masyarakat dalam memakai dan menyerap produk-produk baik barang/jasa yang ditawarkan.
- c. Target sasaran pendengar Rafada adalah Para Eksekutif Mahasiswa, Mahasiswa, Pelajar, dan Masyarakat muda pada umumnya.

Dengan demikian baik pemilihan musik mengantarkan acara siaran dan teknik penyajian acara merupakan mata rantai karya profesional persembahan dari staf pelaksana siaran Rafada untuk memberikan pesona dan kepuasan yang lebih besar kepada pendengar, untuk meningkatkan mutu siaran dan prestasi, tiap personil Rafada akan mendapatkan bimbingan yang sesuai dengan tugas dan fungsinya agar dapat menyempurnakan cara kerja.

Dengan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka melahirkan Radio Fakultas Dakwah dengan nama di udara Rafada sebagai “Radionya” anak muda dengan menghadirkan program yang inovatif tanpa terlepas dari Standard Program Siaran baik program on air maupun off air dan tentunya sebagai media promosi terdepan dan media *partner* bagi lembaga-lembaga, organisasi lain baik pemerintahan maupun non pemerintahan dalam mencapai visi yang telah ditentukan.

2. Logo Rafada



Gambar 4.1

Logo rafada memiliki filosofi yang unik dan menarik. Adapun arti dan makna tersendiri pada setiap bagian dari logo Rafada tersebut, diantaranya adalah:

- a. Warna latar yang dipilih oleh Rafada adalah warna biru. Warna ini melambangkan kampus UIN Antasari Banjarmasin yang bergelar sebagai kampus biru.
- b. Pada kalimat Rafada, Bagian Huruf pertamanya yaitu “R” terdapat bentuk Lingkaran putih yang bermakna harapan Rafada untuk lebih maju dan mendunia.
- c. Garis frekuensi di bagian angka 107.7 FM adalah ciri khas frekuensi pada radio.
- d. Logo yang dibuat sederhana ini memiliki tujuan supaya mudah dalam pembuatan stempel.³⁴

³⁴ Rahmi Hartati, Announcer Radio Rafada. Wawancara, 27 Februari 2022 di Studio 107.7 FM Rafada

3. Fasilitas Studio Radio Fakultas Dakwah 107.7 FM

Di dalam ruangan studio RAFADA tentunya memiliki banyak fasilitas atau barang-barang yang digunakan untuk kepentingan siaran dan yang lainnya. Fasilitas yang berupa barang-barang di dalam studio pun dijaga dan dirawat oleh tim announcer Rafada. Adapun daftar lengkap dan kondisi barang didalam ruangan studio radio “RAFADA”, diantaranya adalah:

Tabel 4.1 (Keterangan Perlengkapan Studio RAFADA)

NO	NAMA BARANG	MERK	TAHUN DAPAT	JUMLAH UNIT	PENGUASAAN	KONDISI
1.	Radio Kecil	Panasonic	-	1 buah	Milik Sendiri	Rusak
2.	Radio Besar	Sharp	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di upgrade
3.	White Board	Mitsubishi	2021	1 buah	Milik Sendiri	Baik
4.	Stand Spanduk	-	-	2 buah	Milik Sendiri	Baik
5.	Cermin	-	2021	1 buah	Milik Sendiri	Baik
6.	Rak Sepatu	-	2021	1 buah	Milik Sendiri	Baik
7.	Dispenser	Miako	2021	1 buah	Milik Sendiri	Baik
8.	Meja Kayu Dispencer	-	-	1 buah	Milik Sendiri	Baik
9.	Telepon	Panasonic	-	1 buah	Milik Sendiri	Rusak tidak terpakai
10.	WIFI	Huawei	-	1 buah	Milik Sendiri	Rusak tidak terpakai
11.	Handphone	Realme	2021	1 buah	Milik Sendiri	Baik
12.	Laptop	Axioo	-	1 buah	Milik Sendiri	Baik
13.	Tripod Kecil	-	2021	1 buah	Milik Sendiri	Rusak
14.	Tripod besar	Takara	2021	1 buah	Milik Sendiri	Baik
15.	Headphone Mixer	Behringer	-	1 buah	Milik Sendiri	Baik
16.	Headphone	Behringer	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di upgrade
17.	Headphone	Gorsun	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di ganti
18.	Headphone	AKG	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di ganti
19.	Headphone	Sennheiser	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di ganti
20.	Headphone	-	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di ganti
21.	Stand Mic Duduk	-	-	1 buah	Milik Sendiri	Perlu di upgrade
22.	Stand Mic Siku	-	-	3 buah	Milik Sendiri	Perlu di upgrade
23.	Meja Kursi Kunjungan	-	2022	1 buah	Milik Sendiri	Baik
24.	AC	Sharp	2021	2 buah	Miliki Sendiri	Baik
25.	Meja Tulis Kaca	-	2021	3 buah	Milik Sendiri	Baik
26.	Meja Kerja Kaca	-	2021	3 buah	Milik Sendiri	Baik
27.	Meja Tamu	-	2021	2 buah	Milik Sendiri	Baik

4. Maksud dan Tujuan Rafada

Maksud pendirian untuk melaksanakan siaran radio komunitas yang berbasis sosial keagamaan dengan memperhatikan aspek pendidikan, kegamaaan, keinformasian dan hiburan.

Sedang tujuan yang ingin dicapai dengan adanya pembangunan dan peningkatan stasiun radio komunitas Fakultas Dakwah UIN Antasari Banjarmasin antara lain:

- a. Memenuhi kebutuhan sistem perkuliahan Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK)
- b. Menyediakan sarana pembelajaran sebagai wujud nyata praktikum dakwah melalui alat elektronik (televisi dan radio)
- c. Memberikan bekal keterampilan praktik khusus bagi mahasiswa
- d. Memberikan layanan informasi, ekspos program belajar mengajar dan pesan-pesan moral keagamaan pada masyarakat.³⁵

³⁵ A.Yazid Imani, Announcer Radio Rafada. Wawancara, 29 Februari 2022 di Studio 107.7 FM Rafada.

5. Visi dan Misi Rafada

a. Visi

Visi dari Rafada FM adalah memberikan ide/gagasan terhadap kehidupan anak muda yang dinamis, santun, bercita-cita tinggi, mempunyai wawasan dan cara pandang yang luas ke depan tanpa kehilangan latar belakangnya.

b. Misi

Untuk mencapai misi tersebut, Rafada FM melakukan hal-hal berikut, diantaranya adalah:

- 1). Memberikan program media radio siaran yang dapat membantu dan mempersiapkan masa depan kehidupan selagi masih muda, dengan selalu mengingatkan pada dasar pijakan keagamaan dan budaya serta pada kenyataan dinamika perubahan.
- 2). Melakukan kegiatan siaran radio yang terbaik sebagai media pendidikan, budaya, informasi dan hiburan.
- 3). Dalam konteks internal Rafada FM, manajemen dikelola dengan selalu memperluas wawasan broadcaster, serta meningkatkan keterampilan masing-masing SDM dan selalu inovatif dalam mengelola radio.
- 4). Dalam konteks eksternal mengelola radio yang saling menguntungkan dan selalu menyuarakan keberadaan Rafada

FM baik dalam skala lokal, nasional maupun global serta memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada semua pihak.

6. Struktural Organisasi Rafada

Susunan Personalia Pengelola Radio Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin:

- | | |
|----------------------|-----------------------------------|
| a. Penanggung Jawab | : Dekan |
| b. Direktur Utama | : Dr. H. Mukhyar Sani, MA |
| c. General Manager | : Dr. H. Akhmad Sagir, M.Ag |
| d. Manager Program | : Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, M.Si |
| e. Manager Marketing | : Drs. Fajar Sidiq |
| f. Manager Teknik | : John Son |
| g. Manager Produksi | : Drs. H. Surianor, M.Si |
| h. Music Director | : Gusti Yaser Arafat, MA |
| i. Produser | : Dra. Hj. Mariyatul NR, M.Si |
| j. Reporter | : Samsul Rani, S.Ag, M.Si |
| k. Script Writer | : Syaipul Hadi, MA |
| l. Public Relations | : Najla Amaly, M.Med, Kom |

Adapun Nama-nama yang bersangkutan menjabat dan memiliki tugasnya masing-masing sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan, diantaranya adalah:

1. Direktur Utama, adalah Pendiri atau Pemilik Radio (owner)
2. General Manager, yakni bertanggung jawab atas keseluruhan operasional studio sehari-hari.
3. Manajer Program (Program Director), merupakan “kepala siaran” atau bos penyiar, bertugas:
 - a). Membuat Jadwal Siaran
 - b). Memantau Stasiun
 - c). Mengontrol Program untuk menjaga konsistensi dan kualitas produksi
 - d). Mengembangkan dan melaksanakan format siaran
 - e). Memperkerjakan dan Mengatur Staff siaran sesuai dengan format siaran
 - f). Mengikuti perkembangan persaingan dan tren yang mempengaruhi pemograman
 - g). Mengatur kegiatan pemberitaan dan masalah umum
 - h). Bertanggung Jawab atas kelancaran dan mengatasi masalah yang muncul dalam hal program

- i). Bertanggung Jawab atas peningkatan kualitas siaran serta kinerja dan kualitas SDM penyiar
 - j). Bekerjasama dan koordinasi dengan Manajer Marketing dalam hal iklan, sponsor.
4. Manajer Marketing, bertugas mencari “duit” (iklan). Dialah yang mengatur penjualan jam siaran komersial (air time) atau dapat dikatakan mencari iklan. Bertugas:
- a). Mengawasi Staf penjualan
 - b). Bekerjasama dengan wakil perusahaan untuk menarik pengiklan
 - c). Membuat jatah penjualan
 - d). Mengkoordinasikan penjualan promosi
 - e). Menyusun Jadwal-Jadwal penyiaran iklan dan merekap pelaporan siarannya.
5. Manajer Teknik, Bertanggung jawab atas kualitas radio yang dikonsumsi pendengar. Bertugas :
- a). Mengoperasikan atau memastikan bekerjanya semua peralatan stasiun termasuk bekerjanya semua peralatan stasiun, termasuk soal pemancar, sesuai dengan parameter teknik yang ditentukan oleh pemerintah atau lembaga yang berwenang.
 - b). Membeli, memperbaiki dan memelihara peralatan siaran
 - c). Memantau ketepatan sinyal

- d). Menyesuaikan radio untuk keperluan pemograman dan mempersiapkan operasi penyiaran jarak jauh.
- 6. Music Director (MD), bertugas menyusun daftar lagu (*play list*), menyeleksi lagu, menentukan boleh tidaknya sebuah lagu diputar diruang siaran oleh penyiar, dan berurusan langsung dengan perusahaan rekaman atau manajer penyanyi untuk urusan kaset atau lagu baru, bahkan urusan promo album atau wawancara artis.
- 7. Manajer Produksi, tugas utamanya adalah menentukan sesi rekaman, menangani spot-spot iklan dan promosi program, pengarah program bersama PD dan MD dan bersama staf teknisnya bertanggung jawab atas kualitas audio sebuah lagu, mengeditnya supaya nyaman untuk didengar dan layak disiarkan.
- 8. Produser (Pengarah Acara), bertugas menangani khusus satu atau lebih program siaran, menentukan materi siaran, penyiarnya juga menentukan narasumber atau bintang tamu jika diperlukan, berkoordinasi dengan PD sebagai atasan langsung, dan memeriksa serta memastikan kesiapan orang, (bahan dan peralatan yang diperlukan musik pendukung, daftar lagu, bekerjasama/berkoordinasi dengan pihak lain).
- 9. News Director, Bertugas menangani berita-berita atau informasi yang harus disiarkan penyiar, menyeleksi bahan-bahan berita yang ada untuk

disiarkan, dan memilih tema-tema untuk dibicarakan oleh penyiar bersama pendengar.

10. Reporter, bertugas bertanggung jawab dalam mencari, mengumpulkan menyeleksi dan mengolah materi serta pemberitaan sampai siap untuk disiarkan.
11. Script Writer (Penulis naskah siaran), tugasnya adalah mengedit naskah yang digunakan atau disiarkan oleh penyiar, dan menyiapkan berbagai bahan atau informasi yang mendukung sebuah program siaran, utamanya siaran berita atau siaran lain yang membutuhkan naskah misalnya, tips atau info ringan.
12. Public Relations, tugasnya adalah menangani proposal kerjasama dan mengkoordinasikannya dengan PD dan Manjer Marketing, menjalin hubungan baik dengan lembaga-lembaga potensial menjadi pengiklan, pendukung program siaran dan pendengar setia, serta membangun citra positif radio.

7. Akun Instagram @rafadauin

Akun Instagram @RafadaUin dibuat sejak tahun 2018 tepatnya pada tanggal 02 juli 2018 dan aktif serta terus berkembang sampai saat ini. Lika-liku perjalanan yang dilalui oleh tim pengelola akun instagram @rafadauin tentunya tidaklah mudah. Awal mula akun instagram @rafadauin berada di tahap pengenalan khalayak media Instagram. Dalam

segi postingan yang diunggah pun berbeda dengan tahun tahun sekarang tentunya dikarenakan masa dan zaman yang trend nya berubah-ubah.

Khalayak media Instagram mayoritas adalah pengguna kalangan remaja atau generasi millennial, tetapi tidak menutup kemungkinan adalah orang dewasa dan juga anak-anak. Karena transformasi media sekarang mudah dijangkau, maka semakin mudah pula dari setiap kalangan dapat menggunakan dan mengakses media Instagram. Pengikut (*follower*) dari akun Instagram @rafadauin sekarang ini sudah semakin meningkat dari hanya 300 menjadi lebih dari 900 pengikut.³⁶

Peningkatan jumlah *followers* dari akun instagram @rafadauin merupakan hal yang sangat perlu di apresiasi, mengingat ini adalah sebuah pencapaian yang sangat luar biasa karena Radio fakultas dakwah adalah radio komunitas yang jangkauannya agak sempit yakni 2,5 radius di udara dari studio rafada yang ada di fakultas dakwah dan Ilmu komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

Adapun sebagian besar pengikut *followers* akun Instagram @rafadauin adalah Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dari setiap fakultas terutama fakultas dakwah dan Ilmu komunikasi yang ikut mendukung perjalanan Radio Fakultas Dakwah selama ini dan mahasiswa

³⁶ Aida Fitriani, Announcer Radio Rafada. Wawancara, 29 Februari 2022 di Studio 107.7 FM Rafada.

di luar kampus UIN Antasari Banjarmasin yang pernah ikut berkolaborasi sebagai bintang tamu dari segmentasi program siaran rafada.

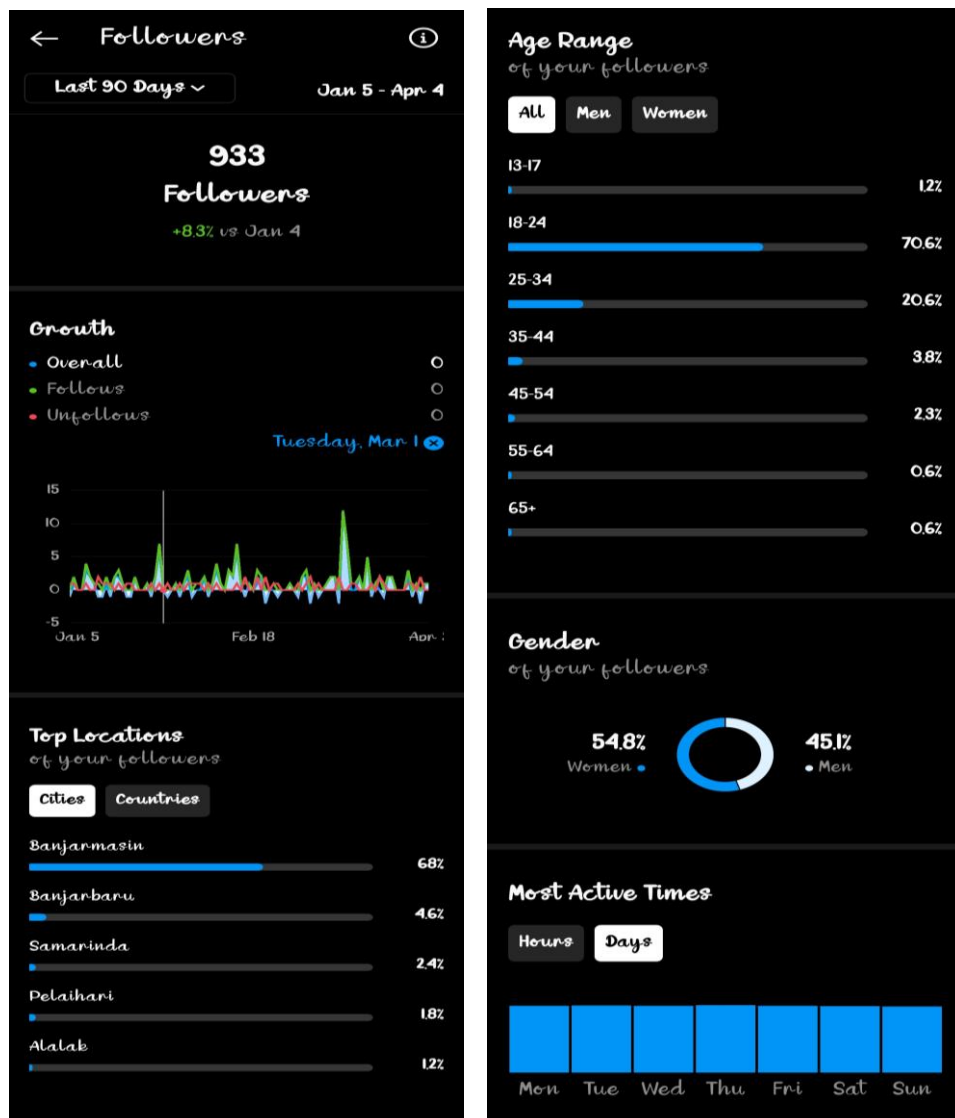
Berikut adalah gambar atau hasil tangkapan layar peneliti pada jendela profilnya akun instagram @Rafadauin:



Gambar 4.2

8. Status “Viewers” pada Media Instagram @rafadauin

Adapun bukti berupa gambar (tangkapan layar) terkait *Viewers* atau penonton yang ada pada akun media instagram @rafadauin setiap kali melakukan siaran langsung adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3

Dari gambar diatas menjadi bahan acuan yang dapat menjelaskan keterangan jumlah, usia, gender, dan lokasi penonton (*viewers*) yang masuk ke dalam siaran langsung segmentasi program acara dari Rafada. Berikut adalah penjelasan dari paparan yang terdapat pada gambar diatas:

a. Rentang Usia

Berikut adalah rentang usia dari keseluruhan penonton (*viewers*) pada saat siaran langsung segmentasi program acara rafada:

1. Usia 13-17 tahun sebanyak 12%
2. Usia 18-24 tahun sebanyak 70,6%
3. Usia 25-34 tahun sebanyak 20,6%
4. Usia 35-44 tahun sebanyak 3,8%
5. Usia 45-54 tahun sebanyak 2,3%
6. Usia 55-64 tahun sebanyak 0,6%
7. Usia 65+ tahun sebanyak 0,6%

b. Gender (Jenis Kelamin)

Adapun jumlah presentase terkait gender atau jenis kelamin *viewers* pada saat siaran langsung segmentasi program acara rafada:

1. Women (Perempuan) sebanyak 54,8%
2. Man (Laki-laki) sebanyak 45,1%

c. Lokasi Viewers (Penonton)

Adapun jumlah presentase terkait lokasi keberadaan penonton *viewers* pada saat siaran langsung segmentasi program acara rafada:

1. Banjarmasin sebanyak 68%
2. Banjarbaru sebanyak 4,6%
3. Samarinda sebanyak 2,4%
4. Pelaihari sebanyak 1,8 %
5. Alalak sebanyak 1,2 %

9. Strategi Komunikasi Rafada pada akun Instagramnya

Berikut adalah strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh admin @rafadauin:

1. Konsistensi Program Acara Harian Radio “Rafada 107.7 FM”
2. Membuat Design Pamflet dan Poster Siaran
3. Mengundang Narasumber (Bintang Tamu)
4. Mengajak Ormawa Belajar Menjadi Announcer dan Narasumber
5. Membuat Design InstaStory
6. Membuat Video Live Report ketika Siaran Langsung
7. Berkolaborasi dengan Ormawa dan Menjadi Media Partner
8. Membuat Jingle dengan ORMAWA Kampus
9. Mengunggah Video Siaran Setelah Siaran Langsung ke IG TV

10. Mengelompokkan Video dan Poster ke Highlight (Sorotan)

11. Menyesuaikan Waktu Memposting dan Mengunggah

Adapun beberapa faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan strategi komunikasi Rafada pada media akun Instagramnya @rafadauin:

1. Narasumber yang mendadak batal hadir undangan
2. Tidak adanya admin khusus yang mengelola akun @rafadauin
3. Sistem announcer “Gawi Sebumi”
4. Minimnya Fasilitas Studio Rafada
5. Jaringan yang Terbatas

B. Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Radio Fakultas Dakwah Pada Media Instagram

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti melalui wawancara dan observasi di lapangan, strategi yang digunakan tim pengelola akun Instagram (admin) @rafadauin dalam meningkatkan dan mengembangkan eksistensi maupun popularitasnya di media Instagram. Mengingat teori yang diambil oleh peneliti adalah Model teori “*Hierarchy Effect*” yang menyesuaikan dengan strategi komunikasi Rafada pada media Instagram.

Dalam praktik model dan teori *hierarchy effect* media massa atau media sosial, maka perencanaan komunikasi yang akan menjadi strategi komunikasi diawali dengan menetapkan:

- a. Apa tujuan yang ingin dicapai dengan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan?
- b. Apa yang akan disampaikan?
- c. Bagaimana menyampaikannya?
- d. Di mana disampaikan?
- e. Kapan waktu yang tepat untuk menyampaikannya?

Perumusan jawaban dari Teori Hierarchy Effect ini telah di kemas secara rapih dan runtut dalam pembahasan strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Rafada pada media akun Instagramnya.

Point “a” (Apa tujuan yang ingin dicapai dengan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan?) dari model teori *Hierarchy Effect* ini menjawab dari usaha yang dilakukan oleh tim pengelola akun instagram Rafada bahwasannya tujuan dari kegiatan komunikasi pada media akun instagram @rafadauin adalah untuk memberikan informasi dan mengajak khalayak untuk mengikuti setiap aktivitas siaran rafada di Instagram. Adapun point khususnya yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan eksistensi serta popularitas Rafada agar lebih maju.

Point “b” (Apa yang akan disampaikan?) dari model teori *Hierarchy Effect* ini menjawab beberapa intisari didalam segmentasi program acara yang rafada suguhkan kepada khalayak media Instagram, tak lepas dari slogan atau tag line Rafada yakni Radio Pendidikan, Informasi, Hiburan dan Keislaman 107.7 FM.

Point “c” (Bagaimana menyampaikannya?) dari model teori *Hierarchy Effect* ini menjawab bagaimana cara tim Rafada menyampaikan segmentasi program acara yang dilaksanakannya setiap hari senin sampai dengan jumat di radio dan di Instagram. Pada segmentasi program acara yang mengundang narasumber dan bintang tamu, pihak tim rafada tentunya menyambungkan siaran di Instagram juga melalui fitur *live streaming* (siaran langsung) pada akun instagram @rafadauin dan tetap siaran di radio juga yang tentunya melakukan strategi komunikasi dari Tim pengelola akun Instagram @rafadauin.

Point “d” (Di mana disampaikan?) dari model teori *Hierarchy Effect* ini menjawab objek tempat yang menjadi sasaran informasi yang dituju. objeknya adalah media Instagram sebagai tempat dan wadah Rafada dalam melaksanakan siaran program acaranya di Radio agar di ketahui oleh Khalayak media Instagram.

Point “e” (Kapan waktu yang tepat untuk menyampaikannya?) dari model teori *Hierarchy Effect* ini adalah menyesuaikan jam aktif remaja atau mayoritas pengguna media Instagram dan menyesuaikan jam setiap segmentasi program acara yang tersambung pada Instagram @rafadauin.

Berikut adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tim Pengelola akun Instagram @rafadauin di media Instagramnya:

a. Konsistensi Program Acara Harian Radio “Rafada 107.7 FM”

Dalam program acara harian “Rafada” meliputi 4 unsur media, diantaranya adalah media Radio dan media Instagram sebagai media utamanya, Facebook dan WhatsApp sebagai media penunjang yang jarang dipakai. Keempat media ini saling relevan dalam pelaksanaan program acara harian rafada.

Adapun beberapa program acara Rafada yang dilaksanakan setiap hari pada hari senin sampai dengan jumat, diantaranya adalah:

1.) Kajian Al-Islam merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari senin sampai dengan jumat tepatnya pada jam 08.00-09.00 Wita. Segmentasi program ini hanya memutarakan ceramah agama yang bersumber dari media youtube yang sudah didownload oleh announcer untuk diputarkan di Radio Rafada 107.7 FM.

2.) SAPASA (Sapa Pagi Sahabat Rafada), merupakan Program acara yang dilaksanakan setiap hari senin pagi tepatnya pada jam 09.00-10.30 Wita. Segmentasi program “SAPASA” ini membahas mengenai informasi seputar kampus dan event event yang diadakan di dalam kampus maupun luar kampus. Kendati demikian pada program acara “SAPASA” ini tentunya mengundang bintang tamu atau narasumber dari Mahasiswa, Ormawa yang bersangkutan, maupun Panitia pada event event tersebut yang ingin dibahas dalam siaran segmentasi ini menyesuaikan dengan tema.



Gambar 4.4

3.) RAFADA NEWS, merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari senin sampai dengan jumat tepatnya pada jam 10.30-11.30 WITA. Segmentasi program “RAFADA NEWS” ini membahas mengenai informasi yang sedang trending topik dan yang sifatnya tajam, jujur, teraktual, dan terpercaya seperti membahas terkait regional Kalimantan Selatan, informasi nasional maupun internasional dan berita seputar kampus UIN Antasari Banjarmasin.

4.) INTIPS (Informasi dan Tips), merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari senin sampai dengan jumat tepatnya pada jam 11.30-12.30 WITA dengan tema yang berbeda-beda setiap harinya. Segmentasi program “INTIPS” ini membahas mengenai informasi dan juga tips-tips yang bermanfaat bagi para pendengar

setia sahabat Rafada. Misalnya adalah informasi dan tips mengenai kesehatan, kecantikan, informasi seputar wisata, kebudayaan banjar dan rekomendasi bacaan atau buku.

Berikut adalah Tema Harian yang ada pada program acara “INTIPS”:

Tabel 4.2

Hari	Tema pada segmentasi “INTIPS”
Senin	INTIPS (Happy Monday) Informasi dan Tips seputar memulai hari Senin yang menyenangkan
Selasa	INTIPS (Selasa Sehat) Informasi dan Tips Kesehatan, Kecantikan, dll
Rabu 5	INTIPS (Rabu Berliterasi) Informasi dan rekomendasi bacaan/buku
Kamis .	INTIPS (Rafada Traveller) Informasi dan Tips tempat wisata kalsel, dll
Jumat	INTIPS (Budaya Banjar) Informasi Seputar budaya Banjar

Berdasarkan paparan tabel di atas, pada segmentasi program “INTIPS” memiliki tema yang berbeda pada setiap harinya. Diantaranya adalah hari Senin, tema yang diangkat adalah “Happy Monday” yang membahas informasi dan tips seputar memulai hari senin yang menyenangkan atau pembahasan yang agak luwes dan santai. Berbeda lagi dengan hari selasa, yakni tema yang diangkat adalah “Selasa Sehat” yang membahas

seputar informasi dan tips kesehatan, perawatan, pola hidup teratur dan juga kecantikan. Jika pada hari Rabu, tema yang diangkat adalah “Rabu Berliterasi” yang membahas informasi seputar rekomendasi bacaan/buku yang sedang *trending topic*. Selanjutnya pada hari Kamis, tema yang diangkat adalah “Rafada Traveller” yang membahas seputar informasi tempat wisata kalsel dan daerah lainnya yang *recommended* atau baik untuk dikunjungi. Selanjutnya, jika pada hari Jum’at, tema yang diangkat adalah “Budaya Banjar” yang membahas informasi seputar budaya banjar.

5.) BBR (Belajar bareng Rafada), merupakan Program acara yang dilaksanakan setiap hari rabu pagi tepatnya pada jam 09.30-10.30Wita. Segmentasi program “BBR” ini membahas sekaligus mengajak penonton dan pendengar untuk belajar bersama dengan narasumber yang tentunya memiliki pengalaman dan wawasan yang banyak untuk di bagikan kepada penonton serta pendengar setia sahabat rafada. Adapun narasumber yang diundang pada segmentasi program “BBR” ini adalah mahasiswa tingkat atas, alumni, dan dosen dari UIN Antasari Banjarmasin.



Gambar 4.5

- 6.) **RUANG MAHASISWA** merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari senin sampai dengan jumat pada sore hari tepatnya pada jam 14.30-16.00 WITA. Segmentasi program “RUANG MAHASISWA” ini membahas terkait kegiatan seputar organisasi kemahasiswaan. Tema yang dibahas pada segmentasi ini diserahkan oleh ormawa yang bersangkutan. Adapun bintang tamu yang diundang pada segmentasi program ini adalah mahasiswa Ormawa (Organisasi kemahasiswaan) UIN Antasari Banjarmasin. Dalam Program ini tim Rafada berkolaborasi dengan Ormawa yang bersangkutan untuk saling mendapatkan keuntungan atau sering disebut dengan istilah “*win-win solution*”. Kedua belah pihak ini nantinya akan memainkan strategi dalam

media instagram nya masing masing dengan cara memberi tanda atau (men-Tag) akun masing-masing di InstaStory nya, dari situlah followers akun instagram Ormawa tersebut dapat melihat sekaligus menonton kegiatan dan aktivitas Rafada melalui live Report bersama Ormawa tersebut pada segmentasi program acara “RUANG MAHASISWA” ini.



Gambar 4.6

7.) GEMA DAKWAH, merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari jum'at, pada pagi hari tepatnya pada jam 09.00- 10.30 WITA. Program segmentasi ini menyuguhkan berbagai penampilan Mahasiswa UIN di bidang dakwah seperti; Tilawah, taushiah, Syarhil Qur'an, habsyi, nasyid, dll. Adapun bintang tamu yang diundang pada segmentasi program “GEMA DAKWAH” ini adalah mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu

komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang berprestasi dibidang dakwah dan seni keislaman. Pada segmentasi program acara ini tentunya mengandung hiburan untuk pendengar dan penonton setia sahabat Rafada.



Gambar 4.7

8.) GERIMIS (Gema Irama Islami), merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari senin sampai dengan jumat tepatnya pada jam 13.30-14.30 WITA. Segmentasi program “GERIMIS” ini mempunyai makna yang artinya Gema Irama Islami yang diisi dengan lagu-lagu Islami & mood booster butiran hikmah yang disuguhkan kepada para pendengar setia sahabat Rafada.

9.) AKHI, merupakan program acara yang dilaksanakan setiap hari selasa dan kamis pada jam 09.00-10.30 WITA. Segmentasi

program “AKHI” ini memiliki arti kalimat kepanjangan yaitu “Apa Kabar Hari Ini” (highlight info terbaru) yang membahas informasi terbaru dan kabar yang sedang ramai dibicarakan oleh publik. Segmentasi program acara ini hanya disiarkan di Radio Rafada 107.7 FM.

- 10.) REQUEST TIME,** merupakan program acara yang rutin dilaksanakan setiap hari senin sampai dengan jumat tepatnya pada jam 12.30-13.30 WITA dengan tema lagu atau genre musik yang berbeda-beda setiap harinya. Segmentasi program ini hanya sebagai hiburan yang disuguhkan di sela-sela sebelum melanjutkan segmentasi program acara berikutnya dengan memberikan kesempatan kepada pendengar setia sahabat rafada untuk memberikan permintaan dalam bentuk lagu maupun titipan salam untuk seseorang yang diinginkannya.

Berikut adalah rincian program acara harian Radio Fakultas Dakwah
 UIN Antasari Banjarmasin:

Program Acara (Segmentasi) “Al-Hadarah Rafada”

HARI SENIN

Tabel 4.3

No.	Waktu	Nama Program	Isi Acara
1.	08.00-08.10	Tune Pembuka Lagu Nasional	Lagu Indonesia Raya
2.	08.10-08.20	Pengajian Al-Qur'an	Pembacaan Ayat Suci Alqur'an
3.	08.20-09.00	Kajian Al-Islam	Rekaman Ceramah Agama Islam
4.	09.00-10.30	SAPASA	“Sapa Pagi Sahabat Rafada” menghadirkan informasi event kampus UIN Antasari dan event lainnya di Kalsel
5.	10.30-11.30	Rafada News	Informasi&Berita Seputar Kampus
6.	11.30-12.30	INTIPS (Happy Monday)	Informasi dan Tips seputar memulai hari Senin yang menyenangkan
7.	12.30-13.30	Request Time	Lagu Pop Indonesia
8.	13.30-14.30	Gerimis	Gema Irama Islami (Lagu-Lagu Islami & mood booster butiran hikmah)
9.	14.30-16.00	RUANG MAHASISWA	Kegiatan di isi ORMAWA
10.	16.00-16.05	Tune Penutup Lagu Nasional	Lagu Syukur

HARI SELASA**Tabel. 4.4**

No.	Waktu	Nama Program	Isi Acara
1.	08.00-08.10	Tune Pembuka Lagu Nasional	Lagu Indonesia Raya
2.	08.10-08.20	Pengajian Al-Qur'an	Pembacaan Ayat Suci Alqur'an
3.	08.20-09.00	Kajian Al-Islam	Rekaman Ceramah Agama Islam
4.	09.00-10.30	AKHI	"Apa Kabar Hari Ini"(highlight info terbaru)
5.	10.30-11.30	Rafada News	Informasi&Berita Seputar Kampus
6.	11.30-12.30	INTIPS (Selasa Sehat)	Informasi dan Tips Kesehatan, Kecantikan, Dll
7.	12.30-13.30	Request Time	Lagu Pop Barat
8.	13.30-14.30	Gerimis	Gema Irama Islami (Lagu-Lagu Islami & mood booster butiran hikmah)
9.	14.30-16.00	RUANG MAHASISWA	Kegiatan di isi ORMAWA
10.	16.00-16.05	Tune Penutup Lagu Nasional	Lagu Syukur

HARI RABU**Tabel 4.5**

No.	Waktu	Nama Program	Isi Acara
1.	08.00-08.10	Tune Pembuka Lagu Nasional	Lagu Indonesia Raya
2.	08.10-08.20	Pengajian Al-Qur'an	Pembacaan Ayat Suci Alqur'an
3.	08.20-09.00	Kajian Al-Islam	Rekaman Ceramah Agama Islam
4.	09.00-10.30	BBR "Belajar Bareng Rafada"	Kuliah Umum bersama Dosen/Mahasiswa UIN
5.	10.30-11.30	Rafada News	Informasi&Berita Seputar Kampus
6.	11.30-12.30	INTIPS (Rabu Berliterasi)	Informasi dan rekomendasi bacaan/buku
7.	12.30-13.30	Request Time	Lagu Mancanegara
8.	13.30-14.30	Gerimis	Gema Irama Islami (Lagu-Lagu Islami & mood booster butiran hikmah)
9.	14.30-16.00	RUANG MAHASISWA	Kegiatan di isi ORMAWA
10.	16.00-16.05	Tune Penutup Lagu Nasional	Lagu Syukur

HARI KAMIS**Tabel 4.6**

No.	Waktu	Nama Program	Isi Acara
1.	08.00-08.10	Tune Pembuka Lagu Nasional	Lagu Indonesia Raya
2.	08.10-08.20	Pengajian Al-Qur'an	Pembacaan Ayat Suci Alqur'an
3.	08.20-09.00	Kajian Al-Islam	Rekaman Ceramah Agama Islam
4.	09.00-10.30	AKHI	"Apa Kabar Hari Ini"(highlight info terbaru)
5.	10.30-11.30	Rafada News	Informasi & Berita Seputar Kampus
6.	11.30-12.30	INTIPS (Rafada Traveller)	Informasi dan Tips tempat wisata kalsel, dll
7.	12.30-13.30	Request Time	Lagu Melayu
8.	13.30-14.30	Gerimis	Gema Irama Islami (Lagu-Lagu Islami & mood booster butiran hikmah)
9.	14.30-16.00	RUANG MAHASISWA	Kegiatan di isi ORMAWA
10.	16.00-16.05	Tune Penutup Lagu Nasional	Lagu Syukur

HARI JUMAT**Tabel 4.7**

No.	Waktu	Nama Program	Isi Acara
1.	08.00-08.10	Tune Pembuka Lagu Nasional	Lagu Indonesia Raya
2.	08.10-08.20	Pengajian Al-Qur'an	Pembacaan Ayat Suci Alqur'an
3.	08.20-09.00	Kajian Al-Islam	Rekaman Ceramah Agama Islam
4.	09.00-10.30	GEMA DAKWAH	Penampilan Mahasiswa UIN di bidang dakwah (Tilawah, taushiah, Syarhil Qur'an, habsyi, nasyid, dll)
5.	10.30-11.30	Rafada News	Informasi&Berita Seputar Kampus
6.	11.30-12.30	INTIPS (Budaya Banjar)	Informasi Seputar budaya Banjar
7.	12.30-13.30	Request Time	Lagu Pop Indonesia Nostalgia
8.	13.30-14.30	Gerimis	Gema Irama Islami (Lagu-Lagu Islami & mood booster butiran hikmah)
9.	14.30-16.00	RUANG MAHASISWA	Kegiatan di isi ORMAWA
10.	16.00-16.05	Tune Penutup Lagu Nasional	Lagu Syukur

Adapun sebagian dari segmentasi program acara yang tersambung dan disiarkan pada media akun instagram “@rafadauin” adalah bentuk dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh jajaran announcer sekaligus tim pengelola akun instagram “@rafadauin” untuk mendapatkan perhatian dan antusias dari pengguna media sosial yaitu media Instagram. Kendati demikian eksistensi dan popularitas dari rafada semakin berkembang dan meningkat.

Berikut adalah beberapa segmentasi program acara yang disiarkan di instagram, diantaranya adalah: SAPASA, Gema Dakwah, BBR, Ruang Ormawa.

b. Membuat Design Pamflet dan Poster Siaran

Adapun tahap selanjutnya adalah mendesign pamflet dan poster untuk segmentasi program acara yang akan berlangsung. Pada tahap ini yang mengerjakan adalah para announcer yang bertugas pada segmentasi program acara tersebut. Berikut adalah contoh yang peneliti bisa ambil dari desain Pamflet yang telah diunggah oleh akun Instagram @rafadauin:



Gambar 4.8

Berdasarkan Hasil wawancara dengan tim announcer sekaligus admin akun instagram “rafadauin” dalam mendesign pamflet dan poster ada beberapa point yang harus diperhatikan, diantaranya adalah:

- 1.) **Etika dan Estetika**, merupakan perpaduan antata gaya dalam penulisan dan keindahan yang ada pada pamflet dan poster yang dibuat, misalnya dalam segi warnanya, gambarnya, peletakan foto narasumber, penulisannya, dll. Adapun etika yang dilakukan oleh tim announcer sebagai pembuat pamflet segmentasi program acara yakni dengan meletakkan foto narasumber sedikit keatas dari pada foto announcer (jika narasumber adalah dosen) dan foto narasumber akan sejajar dengan foto announcer, jika narasumber nya adalah mahasiswa.
- 2.) **Penulisan Font**, merupakan bagian dari tahap mendesign pamflet dan poster. Tahap ini yang harus diperhatikan adalah jenis dan ukuran font nya yang berbeda-beda untuk memperindah pamflet dan poster, misalnya pada bagian tema segmentasi program acaranya, jenis dan ukuran fontnya berbeda dengan tulisan yang lain, ukuran font yang ada pada tema agak sedikit besar dan di **Bold** (dipertebal). Sedangkan penulisan font pada nama narasumber dan *announcer* serta waktu siarannya agak sedikit kecil dari pada tulisan tema segmentasinya.

3.) **Background Poster** merupakan bagian dari design pamflet dan poster untuk memperindah serta melengkapi isi dari pamflet tersebut. Misalnya gambar yang dipilih sebagai latar bayangan (*background*) pada pamflet adalah gambar microphone dan sesuai tema yang dibahas.

4.) **Logo**, bagian ini biasanya diletakkan dan didesign pada bagian tengah atas poster sebelum tema dan foto narasumber serta announcernya. Logo utamanya adalah dari UIN Antasari Banjarmasin dan RAFADA. Logo pendukung acara adalah logo dari ormawa kampus yang ikut berkolaborasi pada segmentasi program acara tersebut.

c. Mengundang Narasumber (Bintang Tamu)

Beberapa program yang dilaksanakan oleh para tim pengelola (announcer) “Rafada” memiliki peraturan atau step by step sebelum memulai siaran segmentasi program acara. Berikut adalah tahapan dalam mengundang Narasumber (Bintang Tamu):

- 1.) Tim pengelola rafada (announcer) yang mengundang narasumber (bintang tamu) melalui WhatsApp official Rafada untuk dapat berhadir mengisi segmentasi acara yang akan dilaksanakan.
- 2.) Memberitahukan secara jelas kepada narasumber atau bintang tamu terkait tema yang akan dibahas, waktu segmentasi program

acaranya, dan menanyakan bersedia atau tidaknya untuk mengisi segmentasi program acara tersebut.

- 3.) Menunggu respon atau tanggapan dari bintang tamu terkait konfirmasi kesediannya mengisi segmentasi acara tersebut.
- 4.) Jika bintang tamu bersedia mengisi segmentasi program acara sesuai undangan, maka dipersilahkan bintang tamu untuk langsung datang ke studio siaran Rafada yang ada di Lt. 3 Fakultas dakwah dan langsung on air siaran segmentasi program acara.

d. Mengajak Ormawa Belajar Menjadi Announcer dan Narasumber

Selain mengundang narasumber dan bintang tamu pada segmentasi program acara rafada, rafada juga mengajak teman-teman Ormawa untuk belajar menjadi announcer dan narasumber yang baik. Pada setiap segmentasi program acara “Ruang Ormawa” yang menjadi announcer bukan lagi tim announcer rafada, melainkan dari ormawa itu sendiri yang bersangkutan sesuai jadwalnya pada setiap Ormawa. Hal ini tentunya menjadi bentuk dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim Rafada untuk mengembangkan progressnya.

Dengan demikian tim Ormawa terjun langsung untuk bisa merasakan bagaimana menjadi seorang penyiar atau announcer yang hebat pada layar media Instagram saat siaran berlangsung di akun @rafadauin. Penonton setia akun instagram @rafadauin pun dapat melihat sekaligus

mengamati siaran rafada yang banyak manfaatnya dan tentunya tidak pernah bosan melihat siaran langsung rafada karena announcer dan narasumber yang berbeda-beda pada segmentasi program acara “Ruang Ormawa” ini.

e. Membuat Design InstaStory

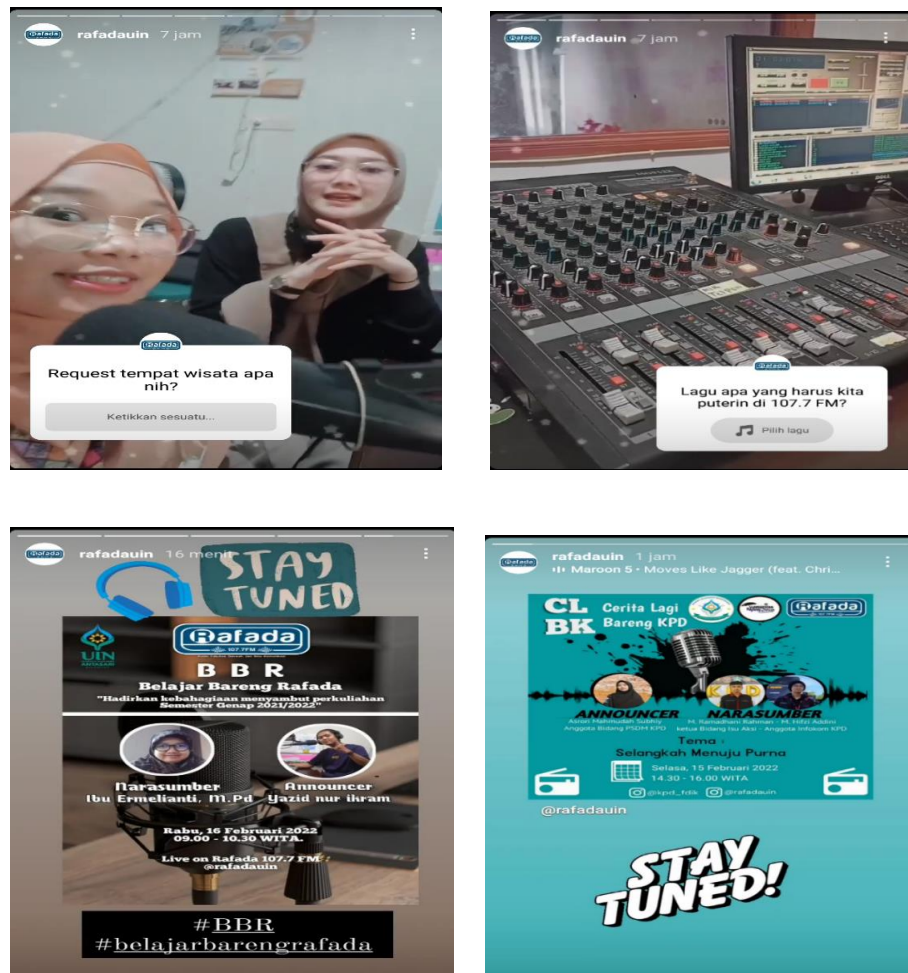
1.) Mengunggah Pamflet dan Poster

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Tim pengelola akun (admin) Instagram @rafadauin, terkait tahapan sebelum mengunggah pamflet dan poster di instastory adalah harus selalu memaksimalkan fitur-fitur yang ada didalamnya. Fitur-fitur yang sering dipakai dalam InstaStory @rafadauin, diantaranya adalah:

- a.) Question box (Kolom pertanyaan untuk penonton Story)
- b.) Sticker dan Gifts
- c.) Musik (Pilihan Lagu)
- d.) Filter atau Efek
- e.) Tulisan (Font) Jenis huruf dan warna hurufnya
- f.) Mention atau menandakan akun Instagram pengguna yang lain
- g.) Jam saat berlangsung
- h.) Pooling berisi pertanyaan dan jawaban pilihan berganda yang nantinya di jawab sesuai tanggapan penonton story.
- i.) Kuis yang berisi pertanyaan dan jawaban, yang jawabannya sudah dipilih secara benar.

j.) Boomerang, Tata Letak (untuk menempatkan foto atau gambar di beberapa kotak), Hands-Free (dengan menekan fitur ini sekali, merekam secara bebas sampai 60 detik atau sekitar satu menit dan tidak lagi harus ditekan lama.

Berikut adalah hasil tangkapan layar peneliti di InstaStory akun @rafadauin yang bisa dijadikan contoh terkait fitur yang sering dipakai oleh admin @rafadauin:



Gambar 4.9

f. Membuat Video Live Report ketika Siaran Langsung

Video live report saat siaran langsung dibuat dan diunggah oleh tim announcer dengan maksud agar memberitahukan kepada penonton dan pengikut akun instagram @rafadauin bahwasannya telah dilaksanakannya siaran langsung pada segmentasi program acara yang sedang berlangsung. Video live report yang dibuat merupakan video dengan durasi yang singkat, padat, namun jelas. Jika video live report ini sudah direkam dan dikemas secara rapih dan estetik, maka video live report tersebut siap untuk di unggah di InstaStory @rafadauin.

g. Berkolaborasi dengan Ormawa dan Menjadi Media Partner

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim announcer terkait seringnya berkolaborasi dengan ormawa dan komunitas luar menjadi bagian dari taktik dan strategi rafada dalam meningkatkan eksistensi dan juga popularitas dari media akun instagram @rafadauin. Kendati demikian tidak hanya sekedar berkolaborasi saja dengan pihak ormawa kampus ataupun komunitas luar, rafada juga seringkali menjadi media partner diberbagai event-event tertentu. Jadi kedua belah pihak sama-sama saling menguntungkan dan tidak ada pihak yang dirugikan atau bisa disebut dengan istilah “*win-win solution*”.

Adapun kolaborasi yang dilakukan adalah saling mempromosikan akun masing-masing dari pihak yang diajak bekerjasama. Misalnya tim Rafada mengundang pihak ormawa kampus untuk mengisi segmentasi program acara

yang telah ditentukan. Selanjutnya setelah siaran membuat video bersama dengan ormawa yang bersangkutan dalam bentuk video yang berupa ajakan kepada penonton untuk tetap selalu stay tuned (memperhatikan) dan up to date pada akun instagram rafada dan saling men-Tag (menandai) akun pihak ormawa atau komunitas tersebut, yang nantinya dapat di repost kembali.

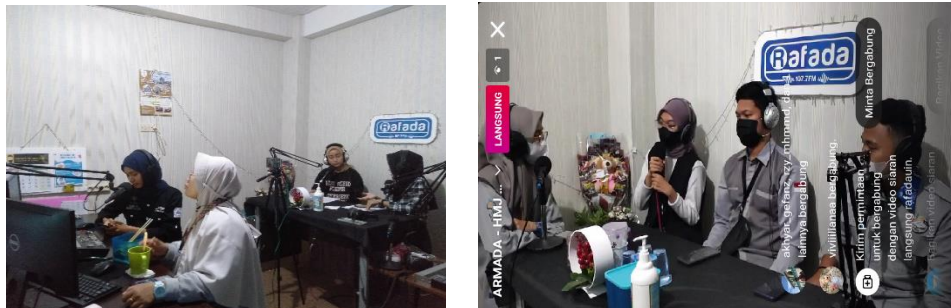
Berikut adalah beberapa Ormawa yang sering diundang dan diajak berkolaborasi diantaranya adalah:

- 1) DEMA FDIK (segmentasi program acara Ruang Ormawa; BASARUAN, “Bahas Sarana Perkuliahan”) pada hari senin.
- 2) HMJ KPI ANTASARI (segmentasi program acara Ruang Ormawa; Makna Talk) pada hari selasa bergantian dengan ormawa KPD FDIK
- 3) KPD FDIK (segmentasi program acara Ruang Ormawa; CLBK “Cerita Lagi Bareng KPD”) pada hari selasa. Bergantian dengan Ormawa HMJ KPI ANTASARI.
- 4) LPM Sukma (segmentasi program acara Ruang Ormawa;Teras sukma) pada hari kamis.
- 5) LDK As-Syifa (segmentasi program acara Ruang Ormawa; SAWAH, “Suara Muda Berdakwah”) pada hari jumat.

Selain Ormawa kampus, adapun komunitas yang berkerjasama dengan rafada yaitu pihak kampus luar dari Universitas Lambung Mangkurat yang komunitasnya bernama “SENDRA TASIK

BERKARYA”. Komunitas ini mengajak rafada untuk menjadi media partner pada event-event mereka. Selain itu, komunitas “SENDRA TASIK BERKARYA” ini diundang untuk datang dan mengisi siaran di studio rafada 107.7 FM pada segmentasi program acara “SAPASA”.

Adapun Peneliti mengamati dan mengambil gambar saat siaran bersama dengan Ormawa kampus:



Gambar 4.10

h. Membuat Jingle dengan ORMAWA Kampus

Jingle yang dimaksud disini adalah video pendek yang dibuat oleh organisasi kemahasiswaan (ORMAWA) kampus yang menjadi bintang tamu pada segmentasi program acara yang diisi. Hal ini ada memiliki unsur maksud dan tujuan tertentu yaitu untuk mempromosikan stasiun rafada 107.7 FM dan akun instagram rafada @rafadauin. Video dan audio yang sudah dibuat nantinya akan digunakan pada setiap jeda pergantian segmentasi acara. Pembuatan jingle ini merupakan salah satu strategi dari rafada yang dilakukan dengan ormawa kampus. Dengan video dan audio dari jingle ini berguna sebagai bentuk pengenalan rafada terhadap publik

sebagai pendengar setia di radio maupun penonton setia akun instagram @rafadauin.

i. Mengunggah Video Siaran Setelah Siaran Langsung ke IG TV

Tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh admin akun instagram @rafadauin sekaligus announcer rafada setelah melakukan siaran langsung di Instagram adalah mengunggah kembali video keseluruhan siaran langsung yang baru saja dilaksanakan di fitur IG TV, tujuannya adalah sebagai bahan arsip dan dokumentasi sebagai bukti bahwasannya instagram @rafadauin telah melaksanakan siaran langsung sesuai segmentasi program acara hariannya.

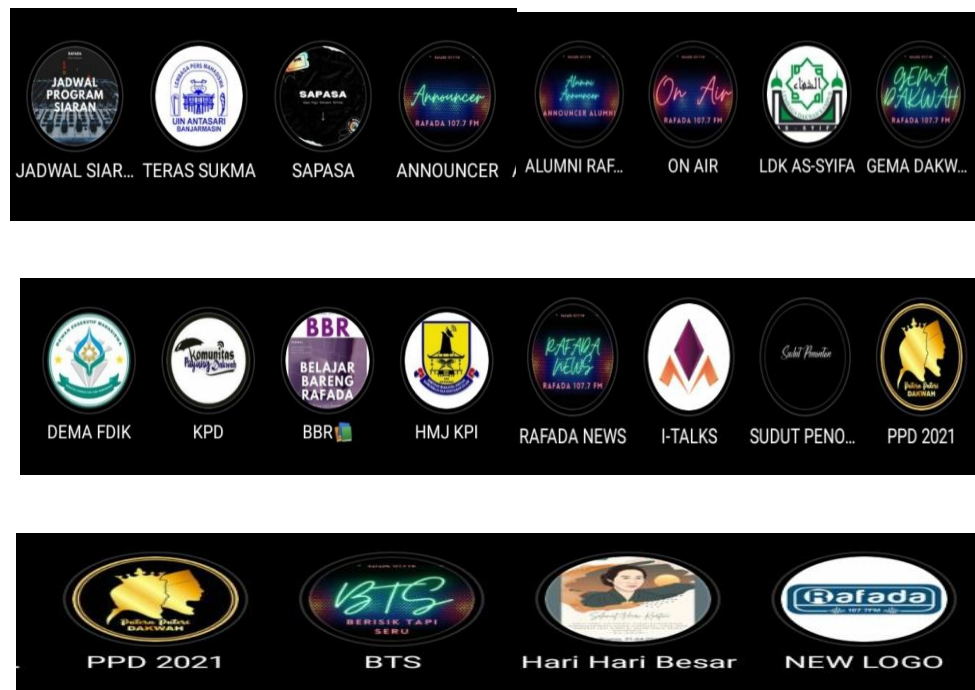
Video rekaman siaran langsung yang baru saja dilakukan langsung diunggah dan muncul pada Home page (Beranda ig) pengikut @rafadauin agar nantinya bisa ditonton kembali oleh pengikut akun instagram @rafadauin yang berguna untuk jangka lama. Tahapan ini termasuk dalam strategi yang dilakukan oleh admin akun instagram @rafadauin untuk mendapatkan perhatian dan asumsi yang baik dari publik media instagram.

j. Mengelompokkan Video dan Poster ke Highlight (Sorotan)

Tahapan akhir dari strategi yang dilaksanakan oleh announcer (admin instagram @rafadauin) adalah mengelompokkan pamflet, poster, live report, maupun video yang masih berkaitan dengan segmentasi program acara yang disiarkan di akun instagram @rafadauin. Dengan

begitu, penonton dan pengikut akun instagram @rafadauin dapat melihat dan memantau kembali aktivitas dari rafada yang sudah terlaksana.

Adapun gambar hasil tangkapan layar (screenshot) yang sudah peneliti ambil dari profil akun instagram @rafadauin.



Gambar 4.11

k. Menyesuaikan Waktu Memposting dan Mengunggah

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, waktu memposting dan mengunggah gambar, berupa foto maupun video setelah siaran langsung adalah menyesuaikan jam aktif kalangan millennial atau remaja serta pengguna media Instagram yang paling dominan. Segmentasi program acara yang biasa dilaksanakan juga termasuk ke dalam waktu atau jam aktif

pengguna media Instagram, dominannya adalah Mahasiswa dan generasi millennial lainnya.

Peneliti mengutip sebuah artikel yang membuktikan bahwasannya jam tayang utama atau *Prime time* adalah rentang waktu yang mana penggunanya sedang aktif menggunakan media Instagram tersebut.

Dengan mempertimbangkan jam tayang utama atau *prime time*, hal tersebut bisa menarik perhatian pengguna dalam jumlah yang cukup besar serta meningkatkan *engagement* hingga konversi.

Sprout Social merekomendasikan waktu yang terbaik adalah jam 10.00-11.00 AM (siang), waktu makan siang atau istirahat. Selanjutnya disambung yaitu pada jam 12.00-04.00 AM (Sore) ketika khalayak menyelesaikan semua aktivitasnya. Waktu terbaik untuk memposting di Instagram sesuai dengan program segmentasi acara yang diadakan oleh tim Rafada setiap melakukan siaran langsung yang terhubung di media Instagramnya.

2. Kendala dalam Menjalankan Strategi Komunikasi RAFADA

Berdasarkan Hasil wawancara peneliti dengan Tim *announcer* (admin akun instagram @rafadauin) menanggapi bahwasannya ada beberapa faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan strategi komunikasi Rafada termasuk pada media akun instagram @rafadauin yang bergerak dan mulai berkembang sekarang ini. Adapun beberapa faktor yang memengaruhi atau menjadi kendala dalam terlaksananya strategi komunikasi Rafada pada media akun instagramnya, diantaranya adalah:

a. Narasumber yang Mendadak Batal Hadir Undangan

Narasumber yang mendadak batal hadir dalam undangan ini kerap terjadi, karena terjadinya miskom (kurangnya koordinasi) antara si narasumber dengan announcer yang bertanggungjawab pada segmentasi program acara yang akan berlangsung. Kerugian dari kendala ini adalah pamflet atau poster yang sudah dibuat dan disebar di akun instagram @rafadauin baik di postingan maupun di InstaStory.

Hal ini menimbulkan potensi kekecewaan publik yang sudah menanti informasi dari narasumber tersebut. Dan pada akhirnya announcer yang bertanggung jawab atas hadirnya narasumber pada segmentasi program acara tersebut harus menggantikan topik dan tema yang lain agar tidak terlalu membuat kecewa penonton dan pendengar setia rafada di radio dan di akun instagram @rafadauin.

b. Tidak Adanya Admin Khusus yang Mengelola Akun @rafadauin

Admin yang bertanggung jawab atas akun instagram @rafadauin adalah tim announcer yang membagi dirinya sebagai penyiar dan pengelola akun instagram rafada. Tim Pengelola akun instagram @rafadauin disini memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan strategi komunikasi pada media instagram @rafadauin.

Namun, sangat disayangkan tidak adanya admin akun instagram @rafadauin yang dikhususkan untuk mengelola akun tersebut, sehingga titik fokus dalam pengelolaan pada profil akun instagram @rafadauin kurang sedikit tertata rapih. Seperti hal yang sangat sederhana namun tetap menjadi pengamatan publik media instagram adalah tata peletakan postingan dan estetikanya.

c. Sistem Announcer “Gawi Sebumi”

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola sistem Rafada mengharuskan tim announcer untuk saling bekerjasama dalam menjalankan semuanya termasuk mengelola akun instagram @rafadauin yang baru akhir-akhir ini mulai berkembang dan semakin maju dari tahun sebelumnya. Mengingat eksistensi dan popularitas yang dilihat dari jumlah pengikut akun instagram @rafadauin semakin bertambah angka pengikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara, tim announcer mengeluhkan terkait dirinya yang membagi fokusnya antara siaran di radio dan mengelola

akun instagram @rafadaauin. “Untuk sekarang ini belum ada orang khusus yang mengelola akun instagram @rafadauin (admin), jadi masih kita yang mengatur profil akun instagramnya sekaligus menjadi penyiar pada segmentasi program acara tertentu” (ucap seorang announcer rafada ketika diwawancarai).

Jadi, bisa dikatakan tim *announcer* masih merasa kesulitan dalam mengatur postingan berupa informasi yang selalu update setiap saat pada akun instagram @rafadaauin. Belum lagi tim announcer diberi tanggung jawab untuk mengundang narasumber dan bintang tamu. Kemudian, membuat Poster dan pamflet juga di kerjakan oleh tim announcer, mereka sering menyebutnya dengan istilah kata “*Gawi Sebumi*” yang artinya semua pekerjaan di kerjakan secara bersama-sama apapun itu yang menyangkut Rafada.

d. Minimnya Fasilitas Studio Rafada

Maksud dari Minimnya fasilitas studio Rafada adalah semua perangkat atau peralatan yang ada didalam studio rafada sudah cukup tua. Seperti CPU yang terhubung dengan komputer, dan lain-lain. Untuk Pengelolaan akun Instagram @rafadauin hanya ada satu buah handphone saja, sedangkan untuk admin yang mengelola akun @rafadauin sekarang jumlahnya ada tiga orang (tim announcer).

Kendati demikian, Jika salah satu announcer yang memegang handphone tersebut ada udzur atau kesibukan dilain, maka announcer

yang lain bingung dan terpaksa memakai handphone milik pribadi untuk kepentingan akun instagram @rafadauin. Point dalam hal ini adalah bagian penting dalam menjalankan strategi komunikasi pada media akun instagram @rafadauin. Tim announcer memiliki harapan besar untuk pembaharuan peralatan fasilitas studio, demi kelancaran dan kemajuan Radio Rafada 107.7 FM.

e. Jaringan yang Terbatas

Setiap siaran yang akan berlangsung di media instagram tentunya sangat membutuhkan jaringan yang kuat dan stabil agar siaran dapat berjalan dengan lancar dan maksimal dalam memberikan yang terbaik kepada penonton sekaligus pengikut akun @rafadauin di instagram. Yang menjadi titik masalah atau kendala adalah rafada masih memakai dan bergantung pada fasilitas Wifi kampus atau di lantai 3 fakultas dakwah dan ilmu komunikasi.

Kendati demikian pihak announcer rafada tidak bisa menjamin kelancaran pada saat siaran langsung di akun instagram rafada, dikarenakan Wifi yang dihubungkan pasti banyak yang memakai, misalnya dari pihak tenaga pengajar (dosen) maupun mahasiswa yang sedang berada di sekitar lantai 3 fakultas dakwah dan ilmu komunikasi tersebut.

Perlu diketahui, karena hal ini penonton dan pengikut akun instagram @rafadauin menjadi kurang puas dalam melihat siaran langsung program acara yang dilaksanakan oleh rafada. Terkadang saat siaran langsung ada beberapa penonton yang mencetus pada kolom komentar siaran langsung terkait gambar yang ditampilkan pada saat siaran kurang jelas atau tidak jernih dan suara yang tersendat antara announcer dan narasumber yang putus-putus saat siaran berlangsung.