

PRODUKSI PESAN RADIO SUARA IBADURRAHMAN PROGRAM ACARA SAPA NUSANTARA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA LADANG BUDAYA DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Ahmad Nurcholish¹

Abstrak

Ahmad Nurcholish, Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara. Dibawah bimbingan Bapak Drs Badruddin Natsir, M.Si dan Bapak Sabiruddin, S.Sos.I,MA.

Rumusan masalah yang diajukan adalah apa Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara?. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara. Penelitian ini mempunyai manfaat secara teoritis memberikan gambaran mengenai proses produksi pesan promosi dalam sebuah program acara radio yang sesuai dengan teori produksi pesan. Dan diharapkan mendapat wacana keilmuan dalam bidang komunikasi yang berkaitan dengan dunia broadcast dengan program acara radio. Menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Karena peneliti bermaksud untuk menentukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran yang mendalam tentang Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara. Fokus dalam penelitian ini yaitu mengacu pada teori produksi pesan yang dikemukakan oleh Littlejohn yang menjelaskan produksi pesan dan penerimaan pesan mempunyai tiga masalah psikologis, yang berfokus pada penjelasan mengenai sifat individual (trait explanation), penjelasan mengenai situasi dan keadaan (state explanation), dan penjelasan mengenai proses dan penggambaran (process explanation).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut bahwa Radio Suara Ibadurrahman di acara sapa Nusantara dalam mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kutai Kartanegara sebenarnya sudah mengacu pada produksi pesan. Namun kendala yang dialami radio dan program-program acaranya adalah berkurangnya jumlah khalayak yang berminat mendengarkan radio. Penyampaian pesannya sudah cukup mewakili konsep yang dijelaskan di produksi pesan seperti melihat dari sisi penjelasan sifat, situasi dan penyampaian pesan.

Keyword: *Produksi Pesan, Radio, Promosi, Pariwisata, Program Acara.*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Ahmadnurcholish85@gmail.com

Pendahuluan

Radio cukup memegang peranan yang sangat penting bagi kemajuan daerah, dengan melakukan pengenalan-pengenalan mengenai potensi yang ada didaerahnya bahkan dapat menjadi tempat berpromosi dan bersosialisasi program-program pemerintah daerah dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Melalui radio, masyarakat dapat mengetahui informasi, perkembangan dan peristiwa terbaru dan terhangat dari daerahnya. Hal tersebut tentu dapat menumbuhkan kepedulian masyarakat akan daerahnya, serta dapat ikut berperan aktif dalam mendukung program-program yang telah direncanakan dan dicanangkan oleh pemerintah setempat baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Perkembangan dan penyampaian informasi melalui media lokal sangatlah di butuhkan dalam penyampaian informasi tentang pariwisata untuk meningkatkan pariwisata yang ada di suatu daerah, seperti di Kalimantan Timur yang banyak memiliki potensi wisata salah satunya wisata alam yang ada di Kutai Kartanegara yaitu Ladang Budaya. Ladang Budaya merupakan salah satu obyek wisata yang ada di Kutai Kartanegara selain Masjid sultan, pulau kumala, museum Mulawarman dan lain-lain.

Namun berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, pada kenyataannya perkembangan radio tersebut tidaklah di imbangi dengan pola konsumtif dan partisipatif masyarakat akan media massa. Minimnya tingkat konsumsi masyarakat akan radio jika dibandingkan dengan media lain. Masyarakat Kutai Kartanegara umumnya masih dominan lebih memilih TV dan internet dalam hal ini media sosial sebagai sumber informasi dibandingkan dengan radio. Terlebih dalam hal pariwisata, masyarakat lebih dahulu tau dari media sosial yang mereka buka hampir setiap saat di bandingkan dengan radio yang memang sudah mulai kalah cepat dengan informasi yang datangnya dari media sosial. Hanya sebagian kecil masyarakat yang masih setia mendengarkan radio khususnya Radio Suara Ibadurrahman yakni mereka yang bekerja di tambang batubara. Itu juga Karen mereka hanya sekedar mendengarkan music sebagai hiburan menemani sambil bekerja sebagai selingan informasi yang disuguhkan oleh program acara radio.

Rumusan Masalah

Apa Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Manfaat Penelitian

1. Segi Teoritis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana keilmuan dalam bidang komunikasi yang berkaitan dengan dunia broadcast dengan program Radio atau dalam mata kuliah metode penelitian komunikasi kualitatif dan publisitas serta bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.
2. Segi Praktis: Hasil penelitian ini dapat berguna bagi semua kalangan yang tertarik memperdalam tentang media penyiaran khususnya Radio, terutama dalam memproduksi pesan dalam mempromosikan pariwisata lokal yang ada di daerah sekitar.

Landasan Teori

Teori Produksi Pesan

Teori Produksi Pesan oleh Littlejohn (2002/176) menjelaskan produksi pesan dan penerimaan pesan mempunyai tiga masalah psikologis, yang berfokus pada penjelasan mengenai sifat individual (*trait explanation*), penjelasan mengenai situasi dan keadaan (*state explanation*), dan penjelasan mengenai proses dan penggambaran (*process explanation*).

“...message production and reception as psychological matters focusing on individual traits, states and process.”

Produksi pesan

Produksi pesan siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan kreatif dan pengoprasian peralatan produksi. Produk pesan siaran merupakan hasil dari suatu stasiun radio yang merupakan hasil kerja tim sehingga perlu dukungan dan kekompakan. Program siaran sangat banyak serta beragam kemasannya, diantaranya:

1. Berita informasi (*Live* dan tunda)
2. Iklan (informasi dan dorongan untuk berubah)
3. Jingle (gabungan music dan kata-kata yang menjadi identitas radio)
4. *Talk show* (seni berbicara dan wawancara)
5. *Infotainment*

Siaran radio merupakan kombinasi yang menggunakan simbol audio yang disiarkan dari stasiun pemancar radio dan diterima khalayak dari pesawat penerima. Dalam mempersiapkan acara, radio harus memperhatikan beberapa faktor yang menentukan efektifitas siaran tersebut, yaitu:

1. Situasi nasional atau lingkungan
2. Cara atau metode penyampaian
3. Materi siaran

Penyiar radio merupakan seseorang yang bertugas membawakan suatu acara. Karenanya seorang penyiar dituntut memiliki keahlian komunikatif, interaktif, serta kreatif dalam membawakan acara, agar acara yang dibawakan dapat menarik perhatian pendengar.

Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan merambat di ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Jenis-jenis Radio

Radio AM

Radio AM (Modulasi Amplitudo) bekerja dengan prinsip memodulasi gelombang radio dan gelombang audio. Kedua gelombang ini sama-sama memiliki amplitude yang konstan. Namun proses modulasi ini kemudian mengubah amplitudo gelombang penghantar (radio) sesuai dengan amplitudo gelombang audio. Awalnya penggunaan radio AM hanya untuk keperluan telegram nirkabel.

Radio FM

Radio FM (Modulasi Frekwensi) bekerja dengan prinsip serupa dengan radio AM, Hanya saja radio FM proses modulasinya menyebabkan perubahan pada frekwensi. FM menghasilkan suara jauh lebih jernih, serta tidak terganggu oleh cuaca buruk.

Radio Internet

Penemuan internet mulai mengubah transmisi sinyal analog yang digunakan oleh radio konvensional. Radio internet bekerja dengan cara mentransmisikan gelombang suara lewat internet. Prinsip kerjanya hampir sama dengan radio konvensional yang gelombang pendek (*short wave*), yaitu dengan menggunakan medium *streaming* berupa gelombang yang kontinyu.

Radio Satelit

Mentransmisikan gelombang audio menggunakan sinyal digital. Berbeda dengan sinyal analog yang menggunakan gelombang kontinyu. Sinyal ini di transmisikan ke daerah jangkauan yang jauh lebih luas karena menggunakan satelit. Hanya saja siaran radio hanya dapat diterima oleh perangkat khusus yang bisa menerjemahkan sinyanya. Dan hanya bisa diterima di tempat terbuka dimana antenna pada pesawat radio memiliki garis pandang dengan satelit pemancar. Oleh karena itu perangkat radio satelit banyak di promosikan untuk radio mobil.

Radio HD

Dikenal dengan radio digital. Bekerja dengan menggabungkan sistem analog dan digital. Dengan demikian memungkinkan dua stasiun digital dan analog berbagi frekwensi yang sama. Efisiensi ini membuat banyak konten bisa disiarkan pada posisi yang sama. Kualitas yang dihasilkan sama dengan radio satelit, tetapi layanan yang ditawarkan gratis. Namun harus punya alat khusus yang dapat menangkap sinyal digital.

Program acara

Program berasal dari bahasa Inggris berarti rencana, adalah segala hal yang ditayangkan media penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Faktor

yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh media penyiaran. Program dapat di analogikan sebagai produk siaran. Dalam sebuah persaingan radio, dibutuhkan ide-ide kreatif dalam bentuk penyajian atau pembawaan acara. Menurut Darmanto (1998/87) acara radio dibedakan menjadi dua bentuk :

On Air Adalah acara-acara yang penyampaianya melalui udara atau menggunakan stasiun radio itu sendiri sebagai medianya

Off Air Adalah acara-acara yang diselenggarakan stasiun radio melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat lapangan atau menggunakan komunikasi tatap muka antara pihak radio dengan pendengar.

Radio Suara Ibadurrahman

Suara Ibadurrahman (SIMA) adalah salah satu radio swasta yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara, yang berada dibawah naungan PT. Radio Suara Ibadurrahman, dengan tehnik siarannya menggunakan sistem frekwensi dan merupakan radio yang bersifat komersil. Suara Ibadurrahman adalah radio di Kabupaten Kutai Kartanegara yang berada di frekwensi (kanal) FM 99.8 MHz, pada tanggal 27 Mei 2010 melalui Surat Rekomendasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kutai Kartanegara No: 046/322/DISKOMINFO-SAR/V/2010.

Beralamat di Jl KH. Tsani Karim Desa Bangun Rejo Kecamatan Tenggarong Seberang Kutai Kartanegara. Radio Suara Ibadurrahman Sebagai Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia, mempunyai visi dan misi dalam berkarya untuk dapat terus ada di hati pendengarnya dan menjadi sumber informasi yang aktual dan terpercaya di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Program Sapa Nusantara

Radio Suara Ibadurrahman menjalankan fungsinya sebagai sumber pertukaran informasi melalui program acara Sapa Nusantara. Acara tersebut berupa penyampaian informasi daerah dan nasional yang setiap hari hadir pada pukul 10.00 sampai dengan pukul 12.00 WITA. Di siarkan oleh Mujiburrahman dengan gaya bahasa yang ramai dan energik dengan penuh canda dan tawa khas kedaerahan, program sapa nusantara mengulas tentang sumber daya alam, informasi penghijauan, destinasi wisata dari berbagai macam sumber baik daerah maupun nasional yang sedang hangat diperbincangkan. Di kemas dengan durasi 120 menit dengan selingan lagu daerah.

Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan *omzet* penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau

jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen.

Selain pengertian di atas, menarik juga untuk disimak pengertian promosi yang pernah diuraikan oleh beberapa ahli, diantaranya:

Menuut Stanton (1993): Promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.

Menurut Saladin (2003): Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan.

Menurut Swastha (1991): Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Zimmerer (2002): Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.

Dari beberapa pengertian promosi di atas, maka dapat kita simpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan

Pariwisata

Undang-undang nomor 9 tahun 1990 mendefinisikan pariwisata sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha yang terkait dibidang tersebut.

Sedangkan pengertian pariwisata menurut undang-undang No.10 tahun 2009 berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah (Bab 1, pasal 1, ayat 3).

Menurut Intosh (1980/27-28) pariwisata adalah sejumlah gejala dan hubungan yang timbul, mulai dari interaksi wisatawan disatu pihak, perusahaan-perusahaan yang memberi pelayanan kepada wisatawan dan pemerintah serta masyarakat yang bertindak sebagai tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan dimaksud.

Ladang Budaya

Ladang Budaya yang merupakan salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara yang baru dibuka dan dikenalkan kepada khalayak pada tanggal 6 Juni 2015. Ladang Budaya merupakan salah satu alternative objek wisata yang menyuguhkan berbagai macam objek-objek yang menarik untuk sekedar jalan-jalan santai menikmati keindahan alam dan keunikan desain

bangunannya. Atau berfoto-foto untuk mendokumentasikan kegiatan berlibur ditempat yang sejuk dan mempesona ini.

Dengan motto "*Berguru ngan Alam*" Ladang Budaya memunculkan semangat baru untuk berlibur dan berwisata ataupun sekedar berjalan-jalan. Dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang ada Ladang Budaya ingin mengajak wisatawan dan pengunjung kembali ke alam dengan suasana asri yang kental dengan etnik.

Definisi Konsepsional

Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara Dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya Di Kabupaten Kutai Kartanegara adalah bentuk interaksional untuk mempengaruhi maupun mengubah suatu keadaan sesuai dengan hak dan kewajiban yang dimiliki masing-masing pelaku baik pelaku dari organisasi formal maupun nonformal melalui upaya-upaya yang dilakukan secara sadar dan terencana guna peningkatan pariwisata dan pemerataan kesejahteraan dan dengan memanfaatkan objek wisata yang ada didaerah tersebut menjadi suatu nilai jual atau nilai ekonomis sehingga dapat dinikmati bersama.

Radio Suara Ibadurrahman adalah salah satu media lokal yang ada di Kutai Kartanegara sebagai penyalur informasi-informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, seperti tentang adanya pariwisata baru yang ada disekitar Kutai Kartanegara. Tanpa adanya media lokal maka proses mempublikasikan pariwisata akan sangat lambat di ketahui oleh wisatawan.

Acara khusus yang di produksi Radio Suara Ibadurrahman dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara adalah program acara Sapa Nusantara. Acara tersebut berupa penyampaian informasi daerah dan nasional yang setiap hari hadir pada pukul 10.00 sampai dengan pukul 12.00 WITA. Di siarkan oleh Mujiburrahman dengan gaya bahasa yang ramai dan energik dengan penuh canda dan tawa khas kedaerahan, program sapa nusantara mengulas tentang sumber daya alam, informasi penghijauan, destinasi wisata dari berbagai macam sumber baik daerah maupun nasional yang sedang hangat diperbincangkan. Dikemas dengan durasi 120 menit dengan selingan lagu daerah.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Karena peneliti bermaksud untuk menentukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran yang mendalam tentang Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara Dalam Mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya Di Kabupaten Kutai Kartanegara. Menurut Moleong (2007/11) mengemukakan bahwa deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, dari pendapat ini dijelaskan penelitian deskriptif untuk mendapatkan data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan memudahkan peneliti dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, yang mengacu pada teori produksi pesan maka penelitian ini difokuskan pada program acara Sapa Nusantara di Radio Suara Ibadurrahman di tinjau dari :

1. Sifat dan karakter pesan yang disampaikan
2. Situasi ketika pesan disampaikan
3. Penjelasan proses penyampaian dan penggambaran pesan

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini.

Data Primer

Yaitu data yang diperoleh melalui responden dengan cara melakukan Tanya Jawab secara langsung kepada *informan* dan *key informan* di pandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang di persiapkan oleh peneliti secara langsung.

- a. *Key Informan* (informasi kunci) adalah *informan* yang berkompeten dan berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini yang menjadi *key informan* adalah Direktur Utama PT. Radio Suara Ibadurrahman, Bapak Alfiannur.
- b. *Informan* (informasi) adalah orang yang berkompeten dalam bidang-bidang yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. *Informan* dalam penelitian ini yaitu:
 1. Direktur Radio Suara Ibadurrahman, Bapak Ahmad Muhaimin S.Pd.I.
 2. Manager Produksi, Arif Wahyudi
 3. Manager Siar dan Berita, Yuliana Farma Indrawati.
 4. Penyiar Program Sapa Nusantara, Mujiburrahman

Pemilihan *informan* didasarkan atas pertimbangan :

1. *Informan* tercatat sebagai pengelola Radio;
2. Ketersediaan *informan* untuk diwawancarai oleh penulis.
3. Kemampuan *informan* dalam memberikan informasi yang relevan dengan latar belakang penelitian.

Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Untuk menunjang penelitian ini diambil data-data berupa dokumen-dokumen yang berasal dari Radio Suara Ibadurrahman.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Rachmat Kriyantono, 2006/ 91). Adapun prosedur pengumpulan data yang diperlukan untuk mengolah data, maka digunakan beberapa teknik sebagai berikut:

- a. *Field work research*, yaitu penelitian langsung dilapangan dengan cara Observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kelapangan. Wawancara dimaksudkan sebagai upaya memperoleh informasi dari orang yang diwawancarai (*informan*). Peneliti menggunakan *in depth interview* (wawancara mendalam), adalah suatu cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Dokumentasi merupakan kegiatan pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa arsip atau dokumen, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan disini adalah analisis data sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sumber: Matthew B. Miles, A. Michael Huberman dan Saldana, (2014/14). Alasan penulis menggunakan analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman karena permasalahannya belum jelas, holistik, kompleks, dinamis dan penuh makna sehingga perlu dianalisis secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penjelasan Sifat dan karakter ketika pesan disampaikan

Salah satu fungsi radio adalah menyediakan berbagai macam informasi dan hiburan yang kemudian masyarakat menerimanya sebagai hasil kesuksesan penyampai pesan yang berkarakter. Sifat dan karakter penyampai pesan sangat penting untuk diperhatikan. Contoh sederhana ketika kita berada di masjid, kemudian ada seorang lelaki memakai celana jeans, yang sudah lusuh, berambut gondrong dan kusut memakai kalung hitam bersymbol tengkorak, dan berjaket hitam, kemudian lelaki itu melakukan khotbah, membacakan ayat – ayat suci dengan fasih, maka kita mungkin tidak akan mempercayai apa yang dikatakan orang itu. Sebaliknya apabila seseorang datang ke rumah anda mengenakan pakaian suster dan menawarkan salah satu produk susu bayi, apa pun yang dikatan perempuan berkostum suster tersebut pasti akan kita percaya sekalipun mungkin barang dagangannya berbahaya bagi bayi.

Kedua contoh ini membuktikan bahwa ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan, tetapi juga penampilan dan karakter ia sendiri. Terkadang pendengar lebih mementingkan “*what heis*” (siapa orang yang berbicara) dari pada “*what hes ay*” (apa yang ia katakan).

Apabila dilihat dari Pesan yang disampaikan Sapa Nusantara oleh penyiar Mujiburrahman di Rdio Suara Ibadurrahman ini sangat kompleks. Karena di radio

kita tidak dapat melihat karakter dari fisiknya, yang kita tahu hanyalah karakter dan sifat pesan yang dia sampaikan melalui bahasa yang penyiar ucapkan.

Penjelasan Situasi ketika pesan disampaikan

Keadaan pikiran dan perilaku manusia sangat banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, peristiwa persepsi terhadap situasi baik komunikasi dan komunikatornya. Orang juga menggunakan situasional untuk menetapkan tujuan-tujuan komunikasi mereka. Pengetahuan situasional membantu kita menentukan mengapa kita ada di sana dan apa yang ingin kita selesaikan. Jadi jelaslah, bahwa cara orang berkomunikasi tergantung pada setidaknya tujuan-tujuan yang didefinisikan dalam situasi. Dan perilaku seseorang sering dipengaruhi oleh pengetahuan situasional.

Akhirnya, dan yang mungkin paling penting orang menggunakan pengetahuannya terhadap situasi untuk memandu perilakunya. Bagaimana penyiar sapa nusantara mencoba untuk membujuk orang lain untuk berkunjung ke ladang budaya? Bagaimana penyiar melakukannya? Bagaimana penyiar bicara? Akankah dengan bahas yang biasa-biasa saja? Akankah penyiar harus menjadi jenaka dan luwes atau keras dan formal? Semua ini akan terjawab berdasarkan definisi kita terhadap situasi itu.

Penjelasan proses penyampaian dan penggambaran pesan

Penjelasan proses berupaya menjelaskan proses bagaimana membuat pesan komunikasi agar dapat berjalan secara efektif. Secara kerjasama tim sapa nusantara membahas materi apa yang akan disampaikan penyiar kepada pendengarnya. Sehingga penyampai pesan tinggal menyampaikan pesan dan menggambarkannya melalui siaran.

Dengan dasar prinsip bahasa iklan atau promosi yang menarik, seseorang yang mendengarkan iklan itu bisa tertarik dengan iklannya, mengerti maksud isi iklan dengan singkat dan mudah, kemudian merespon. Bahasa promosi yang menarik adalah sebuah pengelolaan makna dari kata-kata yang dikondisikan sesuai dengan tujuan komunikasi produk. Dengan membuat kata-kata yang ringan, mudah dimengerti, seolah-olah sedang berbicara langsung kepada pendengar.

Ada dua hal yang dapat dikaji dalam hal ini yakni tentang komunikator sebagai penyampai pesan dan komunikasi sebagai penerima pesan di tinjau dari sifat, situasi dan penyampai pesan. Dari hasil penelitian lapangan dan disesuaikan dengan penyajian data yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pada bagian ini peneliti akan kembali membahas tentang Produksi Pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara Sapa Nusantara Dalam Mempromosikan Ladang Budaya Di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Setiap pesan yang disampaikan oleh Radio harus memperhatikan ketiga hal yang dimaksudkan dari teori produksi pesan yang dikemukakan oleh Littlejohn. Bahwa produksi pesan harus mempertimbangkan sifat dan karakteristik, situasi

dan proses penyampaian dan penggambaran pesan. Ini dimaksudkan agar pendengar lebih tertarik karna sifat pesannya sesuai dengan karakter penyiarinya, situasinya cocok dengan pendengarnya juga dan penyajiannya dapat meyakinkan pendengarnya.

Salah satu sifat promosi adalah dramatis. Maka dari itu seorang penyiar harus pandai mendramatisir pesan, sebab penyiar mempunyai potensi untuk mendramatisasi Siaran atau penyampaian pesan promosi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa produksi pesan Radio Suara Ibadurrahman Program Acara *Sapa Nusantara* dalam upayanya mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya di Kabupaten Kutai Kartanegara sudah mengacu dan sesuai dengan karakter dan apa yang diperlukan dan dibutuhkan pada sifat-sifat pesan dan sifat-sifat promosi di teori produksi pesan. Dengan penggabungan kedua sifat-sifat tersebut, penyiar sapa nusantara harus bersifat professional dalam upayanya menyampaikan pesan promosi tersebut agar para pendengar dan khalayak merespon baik dengan menikmati suguhan informasi yang di ucapkan oleh penyiar sapa nusantara. karena telah mencakup langkah-langkah proses penjelasan sifat pesan pada produksi pesan. Seperti Memasyarakat (*public presentation*), Kemampuan membujuk, Ekspresif (*exprensiveness*), Impersonal. Namun pada kenyataan dilapangan masih banyak terdapat kekurangan, diantaranya walaupun acaranya dan penyiarinya memasya rakat, pandai membujuk, ekspresif dan impersonal. Namun pada kenyataannya hanya sedikit khalayak yang mendengarkan radio. Sehingga pesan promosi yang ada di radio kurang maksimal. Karena untuk mendapatkan informasi tentang Ladang Budaya masyarakat lebih memilih media sosial yang menurut mereka dapat memberikan informasi yang lebih spesifik.
2. Dalam fungsi memproduksi pesan. Radio Suara Ibadurrahman meletakkan acara Sapa Nusantara di pukul 10.00 hingga 12.00, walau masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang terjadi, dimana masih tidak mengikuti *prime timenya* radio. Karena ketika menyampaikan pesan yang bersifat mempromosikan radio sebaiknya meletakkannya di acara yang terletak di waktu *prime time*. Karena akan lebih maksimal dari segi situasi pendengar dan penyiarinya.
3. Dalam proses penyampaian dan penggambaran pesan Acara Sapa Nusantara dilihat dari Kata-kata yang disampaikan penyiar sangat menarik karena kata-kata yang menarik merupakan salah satu dari strategi berpromosi yang sangat efektif sekali dalam dunia pemasaran. Kata-kata yang menarik yang di maksudkan adalah kata yang mampu membuat pendengar tertarik untuk terus mendengarkan apa yang kita bicarakan. Akan tetapi hal tersebut masih harus didukung dengan penggambara pesan yang disampaikan. Karena radio hanya

menghasilkan audio saja, jadi penyiar sapa nusantara dalam mempromosikan Ladang Budaya harus pandai menggambarkan Wahana yang ada dan kondisi yang ada di Objek Wisata Ladang Budaya.

Saran

1. Produksi pesan yang di jalankan oleh Radio Suara Ibadurrahman di Program Acara Sapa Nusantara dalam kaitannya mempromosikan Pariwisata Ladang Budaya butuh ekstra kerja keras dalam menarik pendengar untuk mendengarkan siaran radio kembali. Dengan upaya memproduksi acara-acara yang menarik dan segment yang sesuai dengan khalayak, ini secara otomatis akan mendongkrak khalayak untuk mendengarkan kembali siaran radio. Walaupun media sosial lebih cepat dan jelas memberikan informasi, namun ketika radio suara ibadurrahman di acara sapa nusantara mampu melihat sifat pesan yang disampaikan dan sifat khalayaknya, maka bukan tidak mungkin acara sapa nusantara menjadi acara yang menarik bagi khalayak.
2. Memproduksi pesan promosi sebaiknya mengikuti *prime timenya* sebuah media. Karena ketika menyampaikan sebuah pesan saat orang sedang istirahat santai lebih efektif daripada pesan itu dihadirkan ketika orang lagi sibuk dan cuek dengan apa yang ada disekelilingnya.
3. Dalam menyampaikan pesan, penyiar sapa nusantara harus mampu membujuk pendengar untuk dapat mempertimbangkan kunjungannya ke objek wisata tersebut. Sehingga penggambaran pesan dan penyampaiannya oleh penyiar lebih mengena.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineke Cipta. Jakarta.
- Asep Syamsul M Romli, 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*, Nuansa, Bandung.
- Buku Juklak dan Juknis PT. Radio Suara Ibadurrahman.
- Effendy, Onong Uchjana, 1990. *Radio Siaran dan Teori Praktek*, Mandar Maju. Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti.
- Ensiklopedi Umum. 1973. Penerbitan Yayasan Kanisius. Jogjakarta.
- Fandi Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, ANDI. Yogyakarta.
- Gilang, Omar Abidin, 1996. *Media Komunikasi Radio*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, 2011. *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi dan Radio*. Laskar Aksara, Bekasi.
- Indra Astuti Santi, 2008. *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Intosh, Rebert A. Mc. 1980. *Prinsip Pariwisata dan Filosofi*. Pustaka Pelajar, Jakarta.

- Marpaung Happy, 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Alfabeta, Bandung.
- Miles B, Matthew dan Huberman 2007, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode-metode baru*, Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Miles, M.B, Huberman, A.M dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook Edition 3*. USA : Sage Publication.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosda Karya Offset, Bandung.
- Nawawi, Hadari. 2003. *Metodologi Penelitian*. PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Oka A. Yoeti, 1985. *Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, G. Putu, 2005. *Sosiologi Pariwisata*, ANDI, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis kasus Integrated Marketing*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Pustaka Setia, Bandung
- Sunarwinadi, Ilya. 1993. *Komunikasi Antar Budaya*. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumadiria, 2005. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature : Panduan Praktis Jurnalistik Professional*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

Sumber dari Internet

Definisi Promosi

<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-definisi-tujuan.html> akses 11 April 2016

Jalan-jalan ke Ladaya, Wisata Alam yang Tak Merusak Lahan.

<http://kaltimpost.net/berita/detail/237225-jalan-jalan-ke-ladaya-wisata-yang-tak-merusak-lahan.html>. akses 20 agustus 2015

Jam Tayang Utama

Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas akses 10 Mei 2016

Komunikasi Virtual vs Komunikasi Klasik

Refinasari.blogspot.com akses 1 Mei 2016

Komunikator Sumber Komunikasi

<https://husadaindah.wordpress.com/2012/02/15/komunikator-sumber-komunikasi/> akses 11 Mei 2016

Manfaat dan Keuntungan Iklan Radio

<http://www.nagaswarafm.com/iklan-radio-manfaat-dan-keuntungan.php>
akses 10 Mei 2016

Pentingnya bahasa promosi yang 'Kena' dalam Iklan

<http://klopidea.com/pentingnya-bahasa-promosi-yang-kena-dalam-iklan/> akses 11 April 2016

Profil Yayasan Lanjong.

<http://www.lanjongartfoundation.org/>. Akses 20 Agustus 2015

Teori Produksi Pesan

<https://komunitaspr.wordpress.com/2009/06/03/teori-teori-produksi-pesan/> akses 10 Mei 2016