



DIKTAT
BROADCASTING RADIO

OLEH:

ANDINI NUR BAHRI
NIP. 198706 13 2018 01 2001

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Alhamdulillah Rabbil 'Aalamin, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan modul ini. Shalawat dan salam dengan ucapan Allahumma sholli 'ala Muhammad wa 'ala ali Muhammad penulis sampaikan untuk junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.

Modul ini disusun untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan dalam menempuh mata kuliah Broadcasting Radio. Modul ini disusun dengan kualifikasi merangkum semua materi teoritis. Teknik penyajiannya dilakukan secara pertopik pertemuan sebanyak 2 sks.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa modul ini tentu punya banyak kekurangan. Untuk itu penulis dengan berlapang dada menerima masukan dan kritikan konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya di masa yang akan datang. Akhirnya kepada Allah jualah penulis bermohon semoga semua ini menjadi amal saleh bagi penulis dan bermanfaat bagi pembaca.

Medan, ... September 2019

Penulis,

Andini Nur Bahri, M.Kom.I

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
BAB I PENGERTIAN DAN SEJARAH RADIO	5
1.1. Pengertian Radio.....	5
1.2. Sejarah Radio.....	10
1.3. Sejarah Penyiaran Radio di Indonesia.....	11
1.4. Sejarah Perkembangan Penyiaran Radio di Indonesia	12
1.5. Radio Am	13
1.6. Radio FM	14
BAB II FUNGSI RADIO	15
2.1. Radio sebagai Media Massa	15
2.2. Radio sebagai Media Penyiaran.....	16
2.3. Fungsi Sosial Radio	20
2.4. Radio sebagai Sarana Pendidikan.....	22
BAB III KELEMAHAN DAN KELEBIHAN RADIO	25
3.1. Kelebihan Radio.....	25
3.2. Kelemahan Radio	27
BAB IV JENIS DAN KARAKTER RADIO	29
4.1. Jenis-Jenis Radio.....	29
4.2. Karateristik Radio	31
BAB V PROGRAM RADIO	35
5.1. Program Radio Siaran	35
5.2. Merencanakan Jadwal Siaran.....	38
BAB VI KHALAYAK PENDENGAR RADIO	39
6.1. Pendengar Radio	39
6.2. Kultur Pendengan Radio.....	40

BAB VII JURNALISTIK RADIO.....	42
7.1. Pengertian Jurnalistik Radio	42
7.2. Elemen Pemberitaan	43
7.3. Teknis Penulisan	43
7.4. Produk Jurnalistik Radio.....	44
7.5. News Program	45
7.6. Sumber-Sumber Berita Radio.....	46
BAB VIII PENYIAR RADIO.....	48
8.1. Aspek Penyiar	48
8.2. Script Writer	55
8.3. Public Relation	55
8.4. Off Air Division.....	56
8.5. Pendukung	56
BAB IX STRATEGI PROGRAM RADIO.....	57
9.1. Strategi Program Radio	57
9.2. Perencanaan program (program planning)	57
9.3. Produk program.....	58
9.4. Nama Program,.....	58
9.5. Kemasan program (packaging),.....	58
9.6. Promosi program,	59
9.7. Target Audien,	59
9.8. Strategi Penayangan.....	60
9.9. Peralatan Studio dan Fungsinya.	60
9.10. Kualifikasi SDM Radio.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64

BAB I

PENGERTIAN DAN SEJARAH RADIO

1.1. Pengertian Radio

Radio Sebagai Media Komunikasi Dalam interaksi sosial yang sering disebut dengan komunikasi perlu adanya penyalarsan pesan sehingga tidak terjadi salah persepsi atau sering dikenal dengan Miss Communication. Menurut Carl I Hovland komunikasi adalah proses dimana seseorang (Komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang – lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). Dari pemikiran Carl I Hovland bahwa lambang- lambang atau simbol yang diberikan harus dapat langsung direspon kembali untuk mencapai perubahan perilaku dan tidak terjadi miss communication atau pemahaman yang keliru. Pada era sekarang perubahan perilaku sering dilihat di media komunikasi masa. Media sering dibicarakan dan dibahas karena memiliki effect komunikasi yang langsung direspon oleh khalayak umum karena fungsi media adalah sebagai alat hubung antara komunikator dan komunikan (khalayak umum). Media secara mendasar adalah alat yang bersifat teknis atau fisik yang mengubah pesan menjadi saluran sehingga memungkinkan untuk ditransmisikan pada saluran.

Media dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena media tumbuh dan berkembang seiring dengan timbulnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi. Pertumbuhan media massa saat ini sangat cepat, hal ini juga disertai dengan kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat. Karena sebuah komunikasi tanpa melalui media dirasa kurang maksimal dikarenakan media bersifat audio dan visual. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pengangkut.¹

¹ Asep Syamsul, M. Romli, Dasar-dasar Siaran Radio (Bandung:Nuansa,2009), Hlm 21

Radio juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikan akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda. Radio adalah salah satu pilihan media hiburan dan informasi ternyata tidak kalah pamor dengan media cetak maupun elektronik, info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, berita politik, ekonomi, kriminalitas, agama bahkan gosip artis bisa didengar secara gratis dari subuh hingga tengah malam. Tentunya tidak asing lagi dengan kehadiran media radio dilingkungan sekitar, dikenalkan radio bahkan sejak kecil bahkan ada pula yang dalam kandungan sudah dikenalkan radio (musik sebagai relaksasi bayi dalam kandungan). Radio bisa menjadi teman dimana saja, kapan saja dan apapun yang sedang dilakukan dapat ditemani oleh radio. Di kamar tidur, di ruang makan atau di mobil dengan aktifitas yang bermacam-macam pula seperti tiduran, makan, belajar bahkan sedang bekerja yang membutuhkan konsentrasi bisa ditemani oleh suara radio. Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepintas lalu dan tidak dapat diulang, audience tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan oleh penyiar karena bersifat sepintas saja, karenanya informasi yang disampaikan oleh penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar².

Radio sangat terkait dengan publik dan khalayak umum peran media massa adalah mewadai sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu informasi, pendidikan dan hiburan. Tidak terpenuhinya salah satu kebutuhan tersebut akan membuat radio kehilangan fungsi sosial, kehilangan pendengar dan akhirnya akan digugat masyarakat sebab tidak memiliki fungsi bagi khalayak. Ketiga fungsi dikenal dengan konsep Radio for Society. Pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain, dengan menyebarkan informasi dengan radio misalnya pemerintah dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang bahaya dari nyamuk demam berdarah. Kedua, radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan, dengan adanya dialog interaktif melalui radio di beberapa acara, suara masyarakat bawah akan diterima oleh pihak terkait sehingga dapat ditindak lanjuti secara langsung. Ketiga, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat yang berbeda/diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Dan keempat,

² Ibid, hal. 6.

radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dan semangat kemanusiaan dan kejujuran, beberapa fungsi tersebut bisa diimplementasikan sekaligus, tetapi ada kalanya hanya salah satu saja yang digunakan tergantung program acara yang dimiliki stasiun radio, yang terpenting adalah optimasi pada satu konsep sehingga peran radio dapat dirasakan secara maksimal.³

Julian Newbi dalam bukunya *Inside Broadcasting* menyebutkan, *radio is the birth of broadcasting* (radio adalah anak pertama dunia penyiaran), radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak. Secara psikologi suara adalah sensasi yang terpersepsikan ke dalam kemasam auditori. Pada tahun 1906 seorang promotor yang bernama Lee De Forest yang menciptakan audio tube (alat yang memungkinkan transmisi suara) yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke udara (*on air*). Pada tahun tersebut seorang yang bernama Reginald Fessenden juga menyiarkan beberapa lagu natal dengan menggunakan operator nirkabel di laut lepas⁴.

Terkenalnya seorang Lee De Forest terjadi ketika dia melakukan siaran dari menara Eiffel pada tahun 1910 sebagai media hiburan, karena didukung oleh penampilan dari Enrico Caruso dari New York Metropolitan Open House.⁵ Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransmisikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dalam radio adalah sebuah kombinasi tekanan emosional, perseptual dan fisikal yang timbul dan berasal dari suatu suara yang termediasi oleh teknologi yang kemudian menimbulkan sebuah gabungan imajinatif dalam benak para pendengar. Setiap suara memiliki komponen visual yang mampu menciptakan gambaran. Dalam iklan radio misalnya sebuah musik, kata dan efek suara lainnya akan mempengaruhi emosi pendengar seolah-olah mengajak mereka berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan. Hal itu dikenal dengan istilah *the theatre of mind*⁶.

Pada era modern sekarang radio merupakan salah satu media massa yang banyak diminati dan dipilih khalayak, karena disamping sebagai alat komunikasi keberadaan radio

³ Masduki, "Jurnalistik radio: menata profesionalisme reporter dan penyiar" (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2001), hal. 3

⁴ John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), Hlm. 194

⁵ *Ibid*, Hlm. 195.

⁶ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS Yogyakarta, 2015) Hal.

juga dapat dijangkau dengan harga yang murah sehingga masyarakat menengah kebawah dapat menikmatinya. Radio juga tidak hanya sebagai media untuk menyampaikan informasi tetapi juga sebagai media hiburan yang mana suguhan dari segi konten juga tidak kalah menarik dengan media lain seperti televisi. Apa yang terjadi di waktu radio tersebut mengudara, baik dari segi programnya yang mengajak untuk berdiskusi, saling berinteraksi, karena radio itu di siarkan secara langsung dan memberikan peluang untuk penikmatnya agar ikut serta didalam acara tersebut. Radio dipandang sebagai “kekuatan kelima (the fifth estate) setelah lembaga pemerintahan (eksekutif), parlemen (legislatif), lembaga peradilan 28 (yudikatif) dan pers atau surat kabar. Hal tersebut terjadi karena sebuah radio mempunyai kekuatan yang langsung saat menyampaikan pesan atau informasi. Disisi lain radio juga memiliki ciri khas tersendiri yakni bersifat audio namun bisa mendekati visual karena pendengar menjadi terbawa dalam sebuah program acara di radio.

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

Pengertian “Radio” menurut ensiklopedi Indonesia yaitu: penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm). Sedangkan istilah “radio siaran” atau “siaran radio” berasal dari kata “radio broadcast” (Inggris) atau “radio omroep” (Belanda) artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media.

Menurut Peraturan Pemerintah No : 55 tahun 1977, Radio Siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media. Sedangkan menurut Versi Undang-undang Penyiaran no 32/2002 : kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.

Menurut definisi tersebut, terdapat lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran. Kelima syarat tersebut adalah:

1. Spektrum frekuensi radio
2. Sarana pemancaran/transmisi
3. Adanya siaran (program atau acara)
4. Adanya perangkat penerima siaran (receiver)
5. Dapat diterima secara serentak/bersamaan

Di sini yang pertama-tama dimaksud dengan istilah radio bukan hanya perbedaannya, bukan pula bentuknya, akan tetapi mencakup bentuk fisik dan kegiatan radio yang saling menjalin dan tidak terpisah satu sama lain. Radio siaran merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio siaran suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikan akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan terpencar.⁷

Etimologi dari “radio” atau “radiotelegraphy” mengungkapkan bahwa itu disebut “telegrafi nirkabel”, yang disingkat menjadi “nirkabel” di Inggris. Radio, dalam awalan pengertian transmisi nirkabel, pertama kali tercatat dalam radioconductor, kata, deskripsi yang diberikan oleh fisikawan Perancis Edouard Branly pada tahun 1897. Hal ini didasarkan pada kata kerja untuk memancarkan (dalam bahasa Latin “radius” berarti “berbicara roda, seberkas cahaya, sinar”). Kata ini juga muncul dalam sebuah artikel 1907 oleh Lee De Forest, yang diadopsi oleh Angkatan Laut Amerika Serikat pada tahun 1912, dan menjadi umum pada saat siaran komersial pertama di Amerika Serikat pada 1920-an. (Kata “penyiaran” itu sendiri berasal dari istilah pertanian, yang berarti “benih hamburan secara luas”). Istilah ini kemudian diadopsi oleh bahasa lain di Eropa dan Asia. Negara-negara Persemakmuran Inggris masih menggunakan istilah “nirkabel” sampai pertengahan abad ke-20.

⁷Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio*, LP3Y, Yogyakarta, 2001, Hal. 23

1.2. Sejarah Radio

Di sini ditekankan bahwa sejarah radio yang dimaksud adalah sejarah teknologi yang menghasilkan peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. Dasar teori dari perambatan gelombang elektromagnetik pertama kali dijelaskan pada tahun 1873 oleh James Clerk Maxwell dalam papernya di Royal Society mengenai teori dinamika medan elektromagnetik berdasarkan hasil kerja penelitian yang dikerjakan antara antara 1861 dan 1865. Untuk pertama kalinya, Heinrich Rudolf Hertz membuktikan teori Maxwell yaitu antara 1886 dan 1888, melalui eksperimen. Dan dia berhasil membuktikan bahwa radiasi gelombang radio memiliki sifat-sifat gelombang (sekarang disebut gelombang Hertzian), dan menemukan bahwa persamaan elektromagnetik dapat diformulasikan (dirumuskan) ke dalam persamaan gelombang.

Setelah karya Hertz tersebut dikenal umum, Guglielmo Marconi yang terkenal sebagai penemu telegraph tanpa kawat, mulai menggunakan ilmu pengetahuan itu untuk tujuan yang praktis. Marconi berumur 20 tahun ketika pada tahun 1894 membaca Experiment Hertz dalam majalah Italia. Setahun kemudian ia dapat menerima tanda-tanda tanpa kawat dalam jarak satu mil dari sumbernya, dan pada tahun 1896 jaraknya menjadi 8 mil. William Abig dalam bukunya "Modern Public Opinion" menjelaskan bahwa pada tahun 1901 cara-cara pengiriman tanda-tanda tanpa kawat itu oleh Marconi telah dapat dilakukan melintasi Samudra Atlantik. Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang continue baik melalui modulasi amplitudo (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukanlah internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio.⁸

Rata-rata pengguna awal radio adalah para maritim, yang menggunakan radio untuk mengirimkan pesan telegraf menggunakan kode morse antara kapal dan darat. Salah satu pengguna awal termasuk Angkatan Laut Jepang yang memata-matai armada Rusia saat Perang Tsushima pada tahun 1901. Salah satu penggunaan yang paling dikenang adalah saat tenggelamnya RMS Titanic pada tahun 1912, termasuk komunikasi antara operator di kapal yang tenggelam dengan kapal terdekat dan komunikasi ke stasiun darat. Radio digunakan

⁸M Tata Taufik, Etika Komunikasi Islam, Sahifa, Bandung, 2008, Hal. 75

untuk menyalurkan perintah dan komunikasi antara Angkatan Darat dan Angkatan Laut di kedua pihak pada Perang Dunia II; Jerman menggunakan komunikasi radio untuk pesan diplomatik ketika kabel bawah lautnya dipotong oleh Britania. Amerika Serikat menyampaikan Program 14 Titik Presiden Woodrow Wilson kepada Jerman melalui radio ketika perang. Siaran mulai dapat dilakukan pada 1920-an, dengan populernya pesawat radio, terutama di Eropa dan Amerika Serikat. Selain siaran, siaran titik-ke-titik, termasuk telepon dan siaran ulang program radio, menjadi populer pada 1920-an dan 1930-an. Penggunaan radio dalam masa sebelum perang adalah untuk mengembangkan pendeteksian dan pelokasian pesawat dan kapal dengan penggunaan radar. Sekarang, radio banyak bentuknya, termasuk jaringan tanpa kabel, komunikasi bergerak di segala jenis, dan juga penyiaran radio. Sebelum televisi terkenal, siaran radio komersial termasuk drama, komedi, beragam show, dan banyak hiburan lainnya; tidak hanya berita dan musik saja.

Sejarah media penyiaran dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik di Eropa dan Amerika. Sejarah media penyiaran sebagai suatu industri dimulai di Amerika.

1.3. Sejarah Penyiaran Radio di Indonesia

Perkembangan penyiaran radio di Indonesia diawali pada masa pemerintahan Hindia Belanda pada tahun 1925 oleh Prof. Komans dan Dr. De Groot yang berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Peristiwa ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Penyiaran radio di Indonesia dimulai dengan berkembangnya radio amatir yang menggunakan perangkat pemancar radio sederhana yang mudah dirakit. Tahun 1945, Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan perangkat pemancar radio sederhana buatan sendiri. Pada tahun 1966, mengudara radio Ampera yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan orde baru. Pada tanggal 11 September 1945, rapat yang dihadiri oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang sepakat mendirikan Radio Republik Indonesia (RRI). Rapat juga sepakat memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama.

Sampai tahun 1997/1998 di Indonesia tercatat 878 radio siaran swasta non pemerintah yang komersial, dengan rincian 511 berfrekwensi AM dan 367 berfrekwensi FM. Setelah era reformasi dimulai, demikian tulis Hinca IP Pandjaitan dalam makalahnya “Tinjauan dan Kritisi Aspek Hukum Dan Frekwensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya” bahwa sampai dengan tanggal 5 Maret 1999 sudah mencapai 915 buah dengan komposisi 502 berfrekwensi AM dan 413 berfrekwensi FM. Posisi ini berubah pada tanggal 27 Mei 1999 menjadi 930. Pada akhir masa jabatan Habibie (14 Oktober 1999) jumlah radio siaran di Indonesia sudah menembus angka 1070 buah dan RRI 1997/1998 memiliki 53 unit kerja dan hanya 19 buah yang menyelenggarakan siaran selama 24 jam per hari.

Jumlah stasiun radio di Indonesia pada tahun 2002 mencapai 1188 stasiun radio, 95% berupa radio siaran swasta/non pemerintah dan 5% radio pemerintah atau RRI. Sekitar 37% dari radio swasta beroperasi pada frekwensi AM dan sisanya 73% pada frekwensi FM.

Di kabupaten Kuningan misalnya pada masa ORBA hanya tercatat hanya ada empat radio siaran swasta dengan frekwensi AM. Setelah reformasi sejak 1999 jumlahnya berubah menjadi dua belas dengan peningkatan frekwensi ke FM. Demikian juga terjadi di wilayah kabupaten lain seperti Cirebon dan Indramayu. Ini menunjukkan bahwa minat pendirian radio masih cukup tinggi. Sementara di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung meningkatkan layanan siarnya dengan menggunakan teknologi satelit dan e-radio dengan tetap memelihara penyiaran konvensional.⁹

1.4. Sejarah Perkembangan Penyiaran Radio di Indonesia

Industri penyiaran radio diawali oleh David Sarnoff yang mendirikan perusahaan pembuat pesawat radio sistem AM yang bernama RCA atau Radio Corporation of America. Liputan kegiatan Pemilu pada tahun 1920 oleh Radio KDKA (USA) dianggap sebagai penyiaran berita pertama secara meluas dan teratur kepada masyarakat. Radio KDKA adalah stasiun penyiaran radio yang berizin komersial yang didirikan oleh Frank Conrad.

Perkembangan industri penyiaran radio FM dimulai ketika pertengahan tahun 1933, Edwin Howard Armstrong dari Universitas Columbia berhasil menemukan frekuensi

⁹Theo Stokkink, *The Professional Radio Presenter* terjemahan, Kanisius, Yogyakarta, 1997, Hal. 245

modulasi (FM), frekuensi yang jauh lebih tinggi dari penyiaran radio AM (yaitu dari 88 sampai 108 MHz). Armstrong kemudian mendemonstrasikan penemuannya kepada David Sarnoff. Namun RCA ternyata lebih tertarik untuk mengembangkan televisi. Armstrong kemudian menjualnya kepada beberapa perusahaan lainnya. Pengembangan radio FM sempat tertunda karena meletusnya Perang Dunia ke 2 dan kalangan industri yang lebih tertarik mengembangkan televisi.

Keuntungan FM dari AM adalah :

1. Dapat menghilangkan “interference” (gangguan, percampuran) yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik.
2. Dapat menyiarkan suara sebaik-baiknya bagi telinga yang sensitif.
3. Hasil audio yang lebih jernih, lebih dinamis dan noise yang rendah.¹⁰

Prinsip dasar penyiaran radio FM adalah proses berubahnya suara penyiar menjadi sinyal listrik dengan menggunakan mikrofon yang kemudian digabung dengan sinyal pembawa frekuensi tinggi dan disiarkan ke radio penerima. Radio penerima menyaring sinyal pembawa tersebut dan menciptakan sinyal analog elektrik original, yang diubah oleh speaker menjadi energi suara. Cakupan penyiaran FM dibatasi oleh garis pandang dari bagian puncak pemancar, maka FM lebih cocok untuk masyarakat di pusat kota daripada masyarakat di pedesaan.

1.5. Radio Am

Radio AM (modulasi amplitudo) bekerja dengan prinsip memodulasikan gelombang radio dan gelombang audio. Kedua gelombang ini sama-sama memiliki amplitudo yang konstan. Namun proses modulasi ini kemudian mengubah amplitudo gelombang penghantar (radio) sesuai dengan amplitude gelombang audio. Saat ini radio AM tidak terlalu banyak digunakan untuk siaran radio komersial karena kualitas suara yang buruk.

¹⁰Onong Uchjana Effendy., “Radio Siaran Teori dan Praktek”, Mandar Maju, Bandung, 1990, Hal. 102

1.6. Radio FM

Radio FM (modulasi frekuensi) bekerja dengan prinsip yang serupa dengan radio AM, yaitu dengan memodulasi gelombang radio (penghantar) dengan gelombang audio. Hanya saja, pada radio FM proses modulasi ini menyebabkan perubahan pada frekuensi.

BAB II

FUNGSI RADIO

2.1. Radio sebagai Media Massa

Radio dikategorikan sebagai media massa, salah satu indikatornya sebab sasaran komunikasinya menjangkau khalayak atau audiens yang jumlahnya banyak.¹¹ Dengan kata lain, menimbulkan keserempakan. Indikator lainnya sebuah media dikategorikan sebagai media massa, antara lain: komunikator melembaga, pesan bersifat umum, komunikasi bersifat heterogen, dan proses berlangsung satu arah. Istilah media massa atau komunikasi massa, pada asalnya merupakan penyederhanaan dari istilah komunikasi media massa (mass media communications).¹² Dengan begitu, radio dapat digolongkan ke dalam media komunikasi massa.

Komunikasi massa ialah komunikasi yang menggunakan media massa, dalam hal ini media massa modern yang terdiri dari surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Itu pun, kata Effendy, kalau menunjukkan ciri-ciri tertentu, yang terpenting di antaranya ialah ciri “keserempakan” (simultaneity). Disebut media massa apabila media itu menyebabkan khalayak secara serempak bersama-sama memerhatikan pesan yang sama yang dikomunikasikan media itu pada saat yang sama. Di antara media cetak hanya surat kabar dan majalah lah yang beropleh banyak yang dikategorikan media massa.¹³

Popularitas dan daya pengaruh yang kuat dari media massa hanya dapat dipertahankan melalui fungsi-fungsi pelayanannya yang signifikan. Fungsi-fungsi mana yang menjadi alasan bagi orang untuk menyertai kehadiran media massa. Fungsi yang banyak dari media massa, mungkin tidak seluruhnya dapat terangkum dalam sebuah media. Boleh jadi pula, terjadi tumpang tindih antara satu fungsi dengan fungsi yang lain. Untuk

¹¹ sini radio harus dibedakan sebagai media massa dari sebagai media komunikasi. Radio sebagai media komunikasi berjenis-jenis, tetapi hanya radio siaran (radio broadcast) yang merupakan media massa. Tidak demikian halnya dengan, misalnya radio telegrafi dan radio telefoni yang sifatnya interpersonal. Onong Uchyana Effendy, *Radio Siaran: Teori dan Praktek* (Cet. III; Bandung: Mandar Maju, 1991), 12-13.

¹² Onong Uchyana Effendy, *Radio Siaran*, 13-18.

¹³ Onong Uchyana Effendy, *Radio Siaran*, 13.

menjelaskan hal-hal ini, di bawah ini akan dikemukakan pendapat para ahli mengenai fungsi media massa.

Media massa, termasuk radio, mempunyai beberapa fungsi. Laswell sebagaimana dikutip Darmanto,¹⁴ melihat fungsi utama media massa sebagai berikut:

1. The surveillance of the environment. Artinya, media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan atau sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan kepada masyarakat luas.
2. The correlation of the parts of society in responding to the environment. Artinya, media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi dari informasi. Dalam hal ini, peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan.
3. The transmission of the social heritage from one generation to the next. Artinya, media massa sebagai sarana untuk menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain. Umumnya, secara sederhana fungsi media massa ini dimaksudkan sebagai fungsi pendidikan (educational function of mass media).

Devito mengemukakan sembilan fungsi media massa yang terpenting, yaitu: to entertain (menghibur), to reinforce (menguatkan), to change or persuade (mengubah atau meyakinkan), to educate (mendidik), to confer status (menyatakan keadaan), to activate (menggerakkan), to narcotize (membius), to create ties of union (menciptakan tali persatuan), dan to ethicize (etikasasi).¹⁵

2.2. Radio sebagai Media Penyiaran

Masduki menulis, dalam buku Julian Newby "Inside Broadcasting" disebutkan, radio is the birth of broadcasting (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Sejarah media penyiaran diawali oleh penemuan teknologi radio. Pada 1895, seorang ahli mesin Italia Guglielmo Marconi memaparkan temuan teknologi komunikasi telegraf yang sekitar 20 tahun kemudian berkembang menjadi teknologi siaran radio. Pada priode antara 1919

¹⁴ Darmanto, *Televisi sebagai Media Pendidikan*, 32-33.

¹⁵ Joseph A. Devito, *Communicology: an Introduction to Study of Communication* (Edisi II; New York: Harper & Row Inc., 1982), 526-536.

sampai dengan 1921 dimulailah eksperimen siaran radio untuk publik Eropa. Hingga 2003 radio telah berumur hampir 110 tahun dan turut mendokumentasi sekaligus memengaruhi berbagai pergeseran ideologi politik-ekonomi dan perubahan global dalam masyarakat.¹⁶

Penyiaran atau broadcasting dalam bahasa Inggris diartikan pengiriman program oleh media radio dan televisi (the sending out programmes by radio or television). Broadcasting berasal dari kata kerja to broadcast yang diartikan sebagai alat berbicara atau menampakkan diri di radio atau televisi (to speak or appear on radio or television). Dalam definisi lain, broadcasting diartikan sebagai siaran radio dan televisi atau media penyiaran. Dengan demikian, menyebut media penyiaran maka yang dimaksud adalah televisi dan radio, yaitu dua media komunikasi yang menggunakan spektrum frekuensi untuk menyampaikan program dalam bentuk gabungan suara dan gambar atau suara saja.¹⁷

Penggunaan istilah penyiaran secara makro mengacu pada media elektronik radio dan televisi. Dalam makna denotatifnya, istilah penyiaran dirumuskan sebagai “radio or television presentation”. Mengutip, Richer Weiner, Masduki menulis bahwa penyiaran atau broadcasting adalah a single radio or TV program, the transmission or duration of a program any message that is transmitted over a large area. Secara filosofis, radio dan televisi adalah mata dan telinga masyarakat.¹⁸

Radio adalah suara.¹⁹ Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak. Secara psikologis, suara adalah sensasi yang terpersepsikan ke dalam kemasannya auditif. Suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransmisikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dan lingkungannya. Suara dalam sebuah radio adalah suatu kombinasi tekanan emosional, perseptual, dan fisik yang timbul dan berasal dari suatu suara yang termediasi oleh teknologi yang kemudian menimbulkan formasi inajinasi visual tertentu di benak pendengar. Setiap suara memiliki komponen visual yang mampu menciptakan gambaran. Percampuran antara kata, music, dan efek suara lainnya akan

¹⁶ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional* (Cet. II; Yogyakarta, LKIS, 2005), 15-16. Informasi mengenai sejarah dan perkembangan radio, khususnya di Indonesia lihat juga: Darmanto, *Televisi sebagai Media Pendidikan*, 63-71; Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2005), 25-46.

¹⁷ Masduki, *Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal* (Cet. I; Yogyakarta: LKIS, 2007), 1.

¹⁸ Masduki, *Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal*, 2-3.

¹⁹ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, 16.

memengaruhi emosi pendengar serta mengajak mereka berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan. Semuanya, kata Masduki, tersimpul dalam konsep yang dikenal sebagai *the theatre of mind*.

Sebagai medium komunikasi yang makin diperlukan oleh masyarakat yang aktif bekerja, radio memiliki tiga kekuatan. Pertama, mobilitas tinggi; radio bisa membawa pendengarnya kemana-mana sambil tetap sibuk bekerja di suatu lokasi. Kedua, realitas; radio menggiring pendengar ke dalam kenyataan dengan suara-suara aktual dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan. Ketiga, kesegeraan; radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat, bahkan secara langsung pada saat kejadian. Pendengar bisa berinteraksi dengan penyiar secara mudah melalui fasilitas telepon.

Dibandingkan dengan media cetak, urai Masduki, radio adalah (1) audio; (2) media sederhana; (3) bersistem durasi; (4) santai dikonsumsi; (5) selintas, seketika; (6) harus direkam. Sedangkan media cetak adalah (1) visual-tekstual; (2) mendetil informasinya; (3) bersistem kolom; (4) memerlukan konsentrasi jika dikonsumsi, (5) harus dicetak; (6) bisa didokumentasi dan dibaca kapan saja.²⁰

Tipe-tipe radio dalam berbagai literatur amat beragam seiring dengan perkembangan teknologi, bentuk kepemilikan, dan pendanaannya. Tipe radio yang populer adalah (1) *public service station*, radio yang dimiliki dan melayani kepentingan umum secara nasional; (2) *commercial station*, radio milik pribadi untuk mencari keuntungan komersial; (3) *government station*, radio pemerintah yang digunakan untuk kepentingan umum; (4) *government owned station*, radio milik pemerintah yang sepenuhnya digunakan untuk propaganda; (5) *institutional ownership station*, radio yang dimiliki ormas, kampus, dan LSM; dan (6) *community ownership*, radio milik komunitas kecil di suatu kelurahan. Di Indonesia, sebelum 1998 hanya dikenal dua tipe radio, yaitu radio pemerintah (*government owned station*) dan radio komersial. Meskipun radio komunitas sudah mulai ada, kata Masduki, secara politik dilarang dan dicap sebagai radio gelap.²¹ Perkembangan selanjutnya, menurut UU Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, ada tiga bentuk radio

²⁰ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, 18.

²¹ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, 26-27.

yang boleh beroperasi di Indonesia: (1) radio siaran publik, yaitu RRI; (2) radio siaran komersial; dan (3) radio siaran komunitas.

Menjelaskan tiga bentuk radio di atas, Masduki mengatakan²², meskipun sudah dikenal luas di Amerika dan Eropa, istilah radio komunitas (community radio) baru populer di Indonesia sejak UU Nomor 32 tahun 2002. “Komunitas” adalah satu dari sejumlah istilah untuk radio yang berbasis lokal, yaitu:

1. Radio alternatif. Alternatif dari dua model penyiaran mainstream yang hanya melayani propaganda negara (state oriented) dan melayani kepentingan pengusaha (market oriented) melalui radio siaran komersial dan radio negara.
2. Radio pendidikan. Media belajar sosial, antitesis kecenderungan radio yang hanya memberikan informasi sepihak dan menyuguhkan hiburan semata.
3. Radio swadaya. Ciri khas radio ini mengandalkan sikap militansi, komitmen sosial, dan independensi sikap politik dari pengelolanya.

Mengenai radio komunitas, Rachmiate menulis, secara teoretis, ada beberapa kecenderungan jenis radio komunitas ditinjau berdasarkan pendekatan kepemilikan dan tujuan berdirinya. Tipologi radio komunitas, khususnya di Indonesia terdiri dari empat bentuk, yaitu:

1. Community Based (Radio berbasis komunitas). Radio yang didirikan oleh komunitas yang menempati wilayah geografis tertentu sehingga basisnya adalah komunitas yang menempati suatu daerah dengan batas-batas tertentu, seperti kecamatan, kelurahan, dan desa.
2. Issue/Sector Based (Radio berbasis masalah/sektor tertentu). Radio yang didirikan oleh komunitas yang terikat oleh kepentingan dan minat yang sama sehingga basisnya adalah komunitas yang terikat oleh kepentingan yang sama dan terorganisasi, seperti komunitas petani, buruh, dan nelayan.

²² Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, 28. Penjelasan menarik mengenai radio komunitas dapat dibaca lebih lanjut dalam buku Atie Rachmiate, *Radio Komunitas, Eskalasi Demokratisasi Komunikasi* (Cet. I; Bandung: PT Remadja Rosda Karya, 2007). Rachmiati menambahkan perbedaan Radio dan Fungsinya bagi Penguatan Pendidikan di Daerah

3. Personal Initiative Based (Radio berbasis inisiatif pribadi). Radio yang didirikan oleh perorangan karena hobi atau memiliki tujuan lainnya, seperti hiburan, informasi, dan tetap mengacu pada kepentingan warga komunitas.
4. Campus Based (Radio berbasis kampus). Radio yang didirikan oleh warga kampus perguruan tinggi dengan berbagai tujuan, termasuk sebagai sarana laboratorium dan sarana belajar mahasiswa.²³

Penjelasan dalam bagian ini, memperlihatkan pengelolaan radio siaran dengan tujuan pendidikan atau pengelolaan radio pendidikan bukanlah sesuatu yang mustahil ditinjau dari banyak segi. Dengan kata lain, terbuka peluang dan kesempatan yang luas. Perwujudannya, selanjutnya sangat tergantung kepada para penentu dan pemerhati di bidang pendidikan. Hal mana tampaknya amat tergantung pula pada visi, misi, strategi, kreativitas, dan inovasi pihak-pihak terkait.

2.3. Fungsi Sosial Radio

Di dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewakili publik adalah mewartakan sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada beberapa tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kapasitasnya sebagai media publik, atau yang dikenal dalam konsep radio for society. Sebagai berikut;

- a. Radio sebagai media penyampaian informasi satu pihak ke pihak lain
- b. Radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan
- c. Radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda/ diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan
- d. Radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.²⁴

Berbicara tentang fungsi radio siaran, tidak terlepas dari fungsi media massa itu sendiri. Dalam hal ini, Harold D. Laswell menyebutkan bahwa media massa mempunyai tiga fungsi utama, yaitu :

²³ Atie Rachmiate, *Radio Komunitas*, 83.

²⁴. *Ibid*, hlm. 2-3

- a. The Surveillance of the Environment (mengungkapkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian di suatu lingkungan dan penggarapan berita)
- b. The correlation of the Part of Society in Responding of the Environment (kegiatan yang mencakup interpretasi terhadap informasi mengenai lingkungan dalam beberapa hal ini dapat dikatakan sebagai tajuk rencana atau propaganda).
- c. The Transmission of Social Heritage from One Generation to the Next (difokuskan kepada kegiatan mengkonsumsi informasi, nilai dan norma sosial dari generasi ke generasi yang lain atau dari anggota kepada pendatang baru, ini sama dengan kegiatan pendidikan).²⁵

Pada awalnya, radio siaran hanya mempunyai tiga fungsi saja, yaitu:

- a. Sebagai sarana hiburan
- b. Sebagai sarana penerangan
- c. Sebagai sarana pendidikan.²⁶

Ketika Nazi Jerman di bawah pimpinan Adolf Hitler telah mendapat kekuatan, maka radio siaran telah berfungsi sebagai sarana propaganda. Di Indonesia, fungsi radio siaran sebagai media komunikasi massa telah diatur dalam Peraturan Pemerintah RI No.55 tahun 1970 Pasal 2 ayat 1 yang berbunyi “Radio siaran harus berfungsi sosial yaitu sebagai alat pendidikan, alat penerangan, dan alat hiburan.²⁷ Sesuai dengan fungsinya, awal radio yaitu sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan, maka dengan Peraturan Pemerintah RI No.55 Tahun 1970 tersebut, Badan Penyelenggaraan Radio Siaran berkewajiban untuk :

- a. Membela, mendukung dan menegakkan Pancasila dan UUD 1945
- b. Memperjuangkan pendapat yang dihayati oleh moral dan etika pancasila.

Namun demikian masih banyak lagi kewajiban radio siaran yang tidak dapat disebutkan.

²⁵ Onong Uchjana Effendy, Dimensi-dimensi Komunikasi, (Bandung : Mandar Maju,1986),h.13

²⁶ Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori, Filsafat dan Komunikasi, Op.Cit h.137-138

²⁷ Onong Uchjana Effendy, Radio Siaran : Teori dan Praktek,h.65

2.4. Radio sebagai Sarana Pendidikan

Perspektif baru mengenai radio menempatkannya sebagai sebuah institusi sosial. Sebab dalam pandangan ini, radio adalah sebuah institusi yang kompleks. Radio, dalam hal ini, sebagaimana media informasi komunikasi massa lainnya, tidak berada di “ruang hampa”, tetapi berada di dalam komunitas masyarakat yang heterogen dengan segala macam kompleksitas permasalahan. Dalam olah siarannya, radio memiliki material dasar berupa siaran musik dan kata. Material ini diproses melalui teknologi dan pemrograman kreatif kepada publik tanpa mengenal pretense spesifik meski ada pendengar tertentu yang dituju. Ketika melakukan proses on air, seorang penyiar pada hakikatnya berkomunikasi dengan suatu lingkungan sosial lain atas nama institusi radio. Ia tidak sendirian. Interaksi radio dengan lingkungannya bersifat antar-institusi sehingga dalam konteks itu terdapat konsekuensi etik yang harus dipatuhi bersama. Konsekuensi itu adalah tanggung jawab sosial sebagai media massa dalam ikut serta menjalin harmoni yang tinggi, tidak menciptakan kekacauan di ruang publik. Radio harus memiliki kode etik berupa sikap objektif, seimbang, informasi yang edukatif, serta pertimbangan yang selalu memerhatikan dampak positif dan negative sebuah acara sebelum dipilih untuk ditayangkan.²⁸

Sebagai institusi sosial yang berkembang dinamis, begitu banyak harapan masyarakat terhadap radio. Harapan masyarakat, kata Masduki, terutama agar materi siarannya sesuai dengan dinamika pendengar yang makin kritis dan dinamika kehidupan yang makin kompleks. Radio tidak sekadar menghibur dan menjauhkan pendengar dari realitas yang harus mereka pecahkan secepatnya. Untuk itulah, radio dianjurkan untuk tidak mengakses wacana anti sosial, tidak membentuk sikap hedonis, tidak membentuk area baru bagi konflik sosial yang tidak perlu, tidak membentuk masyarakat yang permisif, acuh tak acuh terhadap problem sosial, dan tidak membentuk figus pengkhayal, tetapi figur kreatif dan optimis. Singkat kata, radio harus menyatu dengan situasi aktual di sekitar radio itu berada, tidak membawa kultur lain yang menyebabkan dislokasi sosial atau elitism.

Selanjutnya, menurut Masduki, memahami radio sebagai institusi sosial tidak semata bahwa radio harus menyediakan ruang seperlunya bagi aktivitas nonkomersial. Yang paling penting adalah menjadikan seluruh irama siarannya bermakna bagi kehidupan sosial pasca

²⁸ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, 8-9.

keuntungan ekonomi yang diperoleh dari acara itu. Tanggung jawab mana lebih jelas dapat dipahami sebab media penyiaran radio menggunakan frekuensi sebagai milik publik. Di sini, ingin ditegaskan bahwa radio, selain sebagai institusi komersial juga sekaligus adalah institusi sosial. Karenanya, radio secara otomatis memiliki tanggung jawab sosial pula. Karena itu pula, dalam pengertian yang luas sebagai institusi sosial, peran dan fungsi maupun tujuan yang terkait dengan pengembangan dan penguatan pendidikan dapat diemban oleh radio tanpa mengabaikan aspek-aspek lainnya, seperti aspek komersial.

Dari apa yang telah disampaikan di atas, radio di samping membawa pesan pembaruan dapat juga dimanfaatkan untuk tetap mempertahankan kepribadian daerah dalam upaya mempertahankan identitasnya. Juga, selain berfungsi sebagai sumber informasi, radio juga berfungsi sebagai sarana hiburan dan pendidikan. Hanya saja, sebagai sarana hiburan lebih mudah terpuisi ketimbang sebagai media pendidikan, baik pendidikan nonformal maupun pendidikan formal.

Melalui kekuatan emosionalnya, radio lebih mudah merangsang emosi pendengarnya. Dengan demikian, radio sangat berperan dalam hal yang bersifat “sugestif”. Pidato Bung Tomo di RRI Surabaya dalam upaya membangkitkan semangat arek-arek Surabaya pada saat revolusi fisik dahulu merupakan salah satu contoh. Kelebihan yang bersifat psikologis inilah yang perlu dimanfaatkan dalam merencanakan serta memproduksi program siarannya, khususnya untuk siaran pendidikan. Dengan memberikan ilustrasi musik dan sound effect, akan lebih kuat menggerakkan emosi pendengarnya, sehingga diharapkan pendengar segan untuk meninggalkan tempatnya.²⁹

Radio dimanfaatkan sebagai media pendidikan, karena dinilai akan memperkaya pengalaman kependidikan serta dinilai mempunyai potensi dan kekuatan yang cocok sebagai media pendidikan. Dalam hal ini, Hamalik sebagaimana dikutip Darmanto mengatakan, “Radio is power full education tool, teachers can use it effectively at all education levels and in nearly all phases of education.” Dengan dimilikinya kekuatan dan kemampuan radio dalam membantu pelaksanaan pendidikan, radio benar-benar sangat bermanfaat bagi negara

²⁹ Darwanto, *Televisi sebagai Media Pendidikan*, 112. h

berkembang, sebab dengan berbagai permasalahan yang dihadapi, masalah pendidikan tetap mendapat prioritas utama.³⁰

Sejalan dengan hal tersebut di atas, Darmanto mengutip pendapat Richard Aspinal menyatakan “This use of radio is particularly well suited to developing countries where means of communication and transport are often poor and there are seldom enough teachers, public health and welfare officers, adult education and agricultural extension workers.” Ini menunjukkan bahwa terutama di negara-negara sedang berkembang, radio berperan lebih luas lagi tidak sekadar sebagai sarana pendidikan.

Pesawat radio yang kecil dengan harga yang relatif murah, telah dapat dinikmati siarannya oleh masyarakat luas, pendengarnya tetap melakukan pekerjaan atau dengan santai, sambil mendengarkan siaran hiburan, pendidikan, dan penerangan. Kemungkinan kemudahannya, tampak pula pada perkembangan teknologi hand phone (HP) dewasa ini, yang semakin kaya dengan fitur, termasuk tersedianya radio.

Siaran pendidikan melalui radio maksudnya ialah siaran-siaran yang isi dan tujuannya bersifat pendidikan massa. Pada umumnya ditujukan ke massa abstrak yang heterogen, berupa pendidikan umum. Untuk kepentingan pengajaran, diatur juga sasaran massa konkrit yang homogen, misalnya siaran sekolah untuk murid-murid dalam kelas yang telah diorganisasikan oleh pendengar sendiri. Golongan siaran pendidikan, terdiri atas: siaran kanak-kanak, siaran remaja, siaran sekolah, siaran pedesaan, siaran keluarga berencana, siaran agama, ruang wanita, dan pengetahuan umum. Dalam hal ini, siaran pendidikan dapat dikelompokkan ke dalam dua klasifikasi, yaitu siaran pendidikan sekolah yang mengacu pada kurikulum sekolah dan siaran pendidikan sepanjang masa, yang isinya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

³⁰ Darwanto, *Televisi sebagai Media Pendidikan*, 113. h

BAB III

KELEMAHAN DAN KELEBIHAN RADIO

3.1. Kelebihan Radio

Sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Jelas berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat mekanik optic. Dengan televisi, kalau pun ada persamaannya dalam sifatnya yang elektronik, terdapat perbedaan, yakni radio sifatnya audio, televisi audiovisual.

Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan; walaupun ada lambang-lambang nirverbal, yang digunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda waktu pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Keuntungan radio siaran bagi komunikasi adalah sifatnya yang santai. Orang bisa menikmati acara siaran radio sambil makan, sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil. Tidak demikian dengan media massa lainnya.

Karena sifatnya auditori, untuk didengarkan, lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk cara yang menarik. Bandingkan dengan media massa lainnya, umpamanya televisi, kalau kita ingin menyampaikan pesan dalam bentuk drama. Sebuah kisah di hutan, di dasar laut, ataupun di neraka lebih mudah disajikan dibanding kalau disampaikan melalui surat kabar, televisi atau film. Penyajian hal yang menarik dalam rangka penyampaian suatu pesan, adalah penting, karena publik sifatnya selektif. Begitu banyak pilihan di antara sekian banyak media komunikasi, dan begitu banyak pula pilihan acara dari setiap media. Dalam hubungan ini musik memegang peranan sangat penting. Siapa orangnya tidak tertarik oleh musik? Di antara acara-acara musik yang memukau itulah pesan-pesan disampaikan kepada pendengar. Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampai berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga propaganda politik dan ideologi.

Bagi pendengarnya radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, dan pemberi informasi.³¹

Daya pikat untuk melancarkan pesan ini penting, artinya dalam proses komunikasi, terutama melalui media massa, disebabkan sifatnya yang satu arah (one way traffic communication). Komunikasi hanya dari komunikator kepada komunikan. Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan. Kelemahan ini bagi radio ditambah lagi dengan sifatnya yang lain, yakni “sekilas dengar”. Pesan yang sampai pada khalayak hanya sekilas saja, begitu terdengar begitu hilang. Arus balik (feedback) tidak mungkin pada saat itu. Pendengar yang tidak mengerti atau ingin memperoleh penjelasan lebih jauh, tak mungkin meminta kepada penyiar untuk mengulang lagi. Karena kelemahan itulah, maka radio siaran banyak dipelajari dan diteliti untuk mencari teknik-teknik yang dapat mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut sehingga komunikasi melalui radio siaran lebih efektif.

Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Radio siaran dijuluki sebagai kekuasaan ke-5 (the fifth estate), setelah lembaga eksekutif, legislatif, eksekutif dan pers di dalam suatu negara. Radio sebagai kekuasaan ke-5 memiliki karakteristik fungsional. Menurut Effendy pada awalnya, radio siaran hanya mempunyai fungsi yaitu (1) sarana hiburan, (2) sarana penerangan, (3) sarana pendidikan. Namun, sejak zaman Nazi Hitler fungsi radio siaran bertambah menjadi sarana propaganda. Mulai saat itu, akhirnya kekuatan radio sebagai media massa tak diragukan.

Menurut Effendy, radio memiliki kekuasaan yang sangat hebat disebabkan oleh tiga faktor, sebagai berikut :

1. Radio siaran bersifat langsung, ini artinya program yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Berita, informasi, atau pesan yang disampaikan oleh penyiar dapat diterima pendengar secara langsung pada waktu itu juga.
2. Radio siaran menembus jarak dan rintangan, artinya bahwa radio siaran dapat menembus jarak yang jauh walau dirintangi oleh gunung, lembah, padang

³¹Masduki, "Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar", LkiS Yogyakarta, Yogyakarta, 2001, Hal.89

pasir, maupun lautan. Jarak tidak menjadi soal dan rintangan dapat ditembus.

3. Radio siaran mengandung daya tarik, artinya adalah radio siaran memiliki sifat serba hidup karena unsur yang menjadi daya tariknya, yaitu musik, kata-kata atau suara dan efek suara.

Dan Salah satu kelebihan media radio dibanding dengan media lainnya, ialah cepat dan mudah dibawa kemana-mana. Radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain, seperti memasak, menulis, menjahit, dan sebagainya. Suatu hal yang tidak mungkin terjadi pada media lain seperti TV, film, dan surat kabar.

Kehadiran media TV ternyata tidak mampu menggeser penggemar radio. Hasil penelitian membuktikan bahkan para remaja di Amerika Serikat rata-rata lebih banyak waktunya untuk mendengar radio dibanding dengan menonton TV. Ini dibuktikan dengan makin banyaknya stasiun radio yang didirikan di Amerika, disamping pertumbuhan stasiun TV.

Mengenai siaran radio luar negeri, banyak pendengar senang mengikutinya, karena selain disiarkan dalam berbagai bahasa, juga berita dan komentarnya menarik, cepat dalam penyajian berita dan tidak kena sensor. Karena itu dalam hal-hal tertentu, siaran radio luar negeri lebih disenangi dari pada radio dalam negeri.

Seperti halnya dengan media televisi, radio pemerintahan lebih banyak menyiarkan kegiatan-kegiatan pembangunan, radio swasta niaga umumnya memiliki program siaran untuk bisnis dan hiburan, sedangkan radio pemerintah daerah, siarannya lebih banyak bersifat lokal untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat setempat.³²

3.2. Kelemahan Radio

Setiap media pasti memiliki kelemahan, begitu pula dengan radio siaran. Radio hanya bisa didengar, pesannya terbatas dan sekilas dengar, sehingga informasi radio tidak bisa detail. Informasi yang terlanjur disampaikan secara siaran langsung tidak bisa

³² Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), Hlm. 124-125

diulang, atau dalam kata lain radio tidak mengenal ralat. Untuk itu pula idealnya, awak program produksi program radio perlu melakukan cek dan cek ulang tentang apapun informasi maupun berita yang akan disampaikan ke publik agar terhindar dari kesalahan yang fatal. Secara lebih rincinya, kelemahan radio siaran dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Durasi program radio terbatas, radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu. Setiap programnya memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya durasi maksimal program selama 240 menit atau 4 jam, yang dibagi-bagi dalam segmen acara.
2. Sekilas dengar, sifat radio siaran adalah auditori, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ke telinga pendengar hanya sekilas dan sepiintas lalu saja. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar. Pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan, ini artinya pesan yang telah lalu tetaplah berlalu.
3. Mengandung gangguan, setiap penyampaian komunikasi dengan menggunakan bahasa lisan/ucap melalui media mengalami gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan utama radio siaran adalah suara atau bunyi, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal suara terdengar menghilang, atau suara menjadi tidak jelas. Karena sedemikian populernya, radio kadang-kadang bisa juga mengganggu. Banyak orang menyukai suara radio sembari bekerja sehingga ia tetap membunyikan radionya di kala bekerja. Baginya mungkin menarik, tapi belum tentu bagi rekan-rekan yang ada disekitarnya. Selain merupakan pemborosan energi, kebiasaan seperti itu juga mengganggu dan menjadi sumber polusi suara³³.

³³ Effendi Uchjana Onong, Radio siaran teori dan Praktek, Bandung : 1990 hlm 77.

BAB IV

JENIS DAN KARAKTER RADIO

4.1. Jenis-Jenis Radio

Di Indonesia banyak sekali jenis-jenis stasiun penyiaran yang tersebar diberbagai tempat di Indonesia, stasiun penyiaran ini dapat di kelompokkan menjadi empat, yaitu:³⁴

a. Radio Publik

Radio publik ini biasanya disebut sebagai radio pemerintahan, karena radio ini dipegang penuh oleh badan pemerintahan yang pengelolanya adalah salah satu departemen di badan pemerintahan yang sudah disetujui dan diatur dalam perundang-undangan. Sehingga, dapat dikatakan bahwa secara penuh dan secara tegas, bahwa radio publik ini dipimpin dan diolah oleh pemerintahan.³⁵ Stasiun publik terbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, daerah atau wilayah, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Stasiun penyiaran publik terdiri dari Radio Republik Indonesia (RRI) Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) sebagai otonomi daerah.

b. Radio Swasta

Berbeda halnya dengan radio publik yang sepenuhnya dipegang oleh pemerintahan. Bahwa radio swasta ini merupakan radio yang dimiliki oleh perorangan yang sifatnya komersial. Sehingga, sumber penghasilan untuk operasional radio swasta ini sepenuhnya berasal dari iklan. Walaupun demikian, radio swasta masih berada di bawah perundang-undangan mengenai penyiaran yang disepakati melalui lisensi pemerintahan. Stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang dibidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan televisi yang bersifat komersial, artinya

³⁴ Morissan, Manajemen Media Penyiaran, (Jakarta:Kencana,2008), Hlm. 80.

³⁵ Effendi Uchjana Onong, Radio siaran teori dan Praktek, Bandung :1990 hlm 86

hanya berorientasi dengan keuntungan yang banyak dari penayangan iklan dan juga usaha lain yang berkaitan dengan penyelenggaraan penyiaran yang lainnya.³⁶

c. Radio Komunitas

Jika radio publik dipegang pemerintahan dan radio swasta dipegang perseorangan, berbeda dengan radio komunitas yang dipegang bersama-sama tapi non-pemerintahan. Ini artinya, radio komunitas ini dibangun dalam tanggung jawab bersama oleh beberapa orang yang tergabung dalam suatu komunitas yang dapat dimanfaatkan sumber dayanya.

d. Radio Berlangganan

Stasiun penyiaran komunitas harus dibentuk oleh badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu bersifat independen dan tidak komersial dengan daya pancar rendah, luas jangkauannya terbatas dan melayani kepentingan komunitasnya sendiri. Komunitas merupakan sekumpulan orang yang bertempat tinggal atau berdomisili dan berinteraksi di wilayah tertentu. Dengan kata lain stasiun ini didirikan tidak untuk mencari keuntungan semata. Lembaga Penyiaran Berlangganan ini dapat memancarluaskan dan menyebarkan siaran kepada masyarakat dari radio yang berlangganan.³⁷

Penyajian bahasa radio adalah keterampilan untuk memadukan kata-kata dengan imaji (citra) agar pendengar dapat segera dan tepat membayangkan apa-apa yang dibicarakan penyiar. Akurasi bahasa yang ringkas, efisien, teratur adalah hal penting yang ada dalam bahasa “teks” penyiar. Karenanya bahasa radio disusun agar tidak hambar, tidak usang, namun tetap memperhatikan bahasa yang dikenali masyarakatnya.

³⁶ Pasal 16 dalam Undang – Undang Penyiaran No.32 Tahun 2002.

³⁷ Asep Syamsul, Ibid, Hlm 17.

4.2. Karakteristik Radio

Media radio memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Auditori. Radio adalah suara untuk didengar karenanya isi siaran bersifat sepiintas lalu dan tidak dapat diulang.
- b. Transmisi. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
- c. Theatre of mind. Radio mencipta gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara.
- d. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.³⁸

Disisi lain radio juga memiliki ciri khas tersendiri yakni bersifat audio namun bisa mendekati visual karena pendengar menjadi terbawa dalam sebuah program acara di radio. Komunikasi yang terdapat dalam radio sama halnya dengan komunikasi massa yang lain karena radio merupakan salah satu media massa, oleh karena itu radio juga memiliki beberapa sifat dari media massa, yakni meliputi ³⁹:

- a. Publisitas, disebarakan kepada publik, khalayak umum dan orang banyak, tidak adanya batasan yang ingin mendengarkan radio, semuanya tinggal audience yang menentukan sikapnya sendiri apakah akan mendengarkan atau tidak ada unsur pemaksaan.
- b. Universal, yang bersifat umum yang membahas tentang aspek-aspek kehidupan yang dialami oleh masyarakat umum, baik yang berkenaan dengan dunia bisnis, hubungan sosial, mengenai pesona hayati dan lain sebagainya.
- c. Periodisitas, yakni radio bersifat berskala atau tetap, misalkan Jawa Pos harian atau mingguan, disebuah media radio pesan disampaikan hanya pada saat radio mengudara (OnAir).
- d. Kontinuitas, keseimbangan atau terus-menerus sesuai dengan jadwal mengudaranya suatu radio, dan juga sebuah program siaran dari sebuah radio di

³⁸Stokkink Theo, *The Profesioanal Radio Presenter*, Yogyakarta: 1997 hlm 111

³⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung:PT. Citra Aditya Bakti,2003), Hlm.79

setiap harinya. Walaupun ada sebuah yang baru tapi program tersebut juga akan diulang sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

- e. Aktualitas, selalu berisi hal yang baru, seperti halnya sebuah informasi atau laporan dari sebuah peristiwa yang terbaru, tips-tips baru dengan berbagai macam bidang dan juga sebagainya. Disisi lain aktualitas juga mencapai titik kecepatan dari penyampaian sebuah informasi kepada khalayak luas.

Sebuah radio juga memiliki karakteristik yang menjadi ciri khas⁴⁰, diantaranya :

- a. Auditori, Sound Only, Auditif. Radio adalah “suara” untuk didengarkan oleh khalayak, dikonsumsi atau dirasakan dengan hati dan panca indra, ini mempunyai arti bahwasanya apapun yang disampaikan melalui radio harus berupa suara yang mampu ditangkap oleh indra pendengaran, sehingga penerimaan pesan kepada khalayak dapat diterima dengan baik.
- b. Transmisi, proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan (pendengar) melalui pemancar yang jangkauannya sangat luas, sehingga penyebaran informasi juga ditentukan dengan daya dari pemancar yang digunakan oleh station radio.
- c. Mengandung gangguan, ini dimaksudkan karena radio menggunakan gelombang sebagai perantara sinyal, maka tentunya gelombang yang merambat lewat udara ini juga memiliki gangguan, jika kondisi alam baik maka penerimaan sinyal akan baik juga, sehingga sebuah radio dari sinyal radio kondisinya tidak menentu semuanya tergantung dengan kondisi alam (cuaca). Selain itu juga ada faktor lain yang biasanya mengganggu siaran dalam radio yakni gangguan teknis.
- d. Theatre Of Mind, sebuah ruang bioskop yang berada dalam fikiran imajinasi pendengar, sebuah radio dalam harus mampu menciptakan imajinasi atau khayalan kepada pendengar, dengan kekuatan kata dan juga suara dari penyiar, musik-musik dan bunyi-bunyi yang lainnya.
- e. Identik dengan musik, pada umumnya orang mendengarkan radio ntuk mendengarkan sebuah lagu atau musik tertentu untuk mencari hiburan saja, ini merupakan sara untuk pendengar yang sangat menyukai musik yang

⁴⁰ *Ibid*, Hlm.19

beraneka ragam, tentunya dalam sebuah radio memiliki strategi khusus untuk menyajikan program musik dalam sebuah radio tersebut di setiap harinya (segmentasi musik). Tidak jarang juga sebuah radio itu menyajikan beraneka ragam musik dalam satu program acara sekaligus (radio all segment), dan juga radio akan menentukan satu jalur musik yang akan di bagi menjadi beberapa jalur dalam satu jenis musik (radio one segment).

Dalam menyiarkan informasi, musik dan lain sebagainya, yang semuanya itu adalah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh media massa, adapun antara lain⁴¹:

- a. Cepat dan langsung, berbeda dengan media massa yang lainya seperti televisi, koran yang membutuhkan proses yang rumit, radio hanya membutuhkan telephone untuk memberitakan berita kepada pendengar dari seorang reporter yang sedang live di tempat kejadian perkara.
- b. Akrab. Radio merupakan media massa yang sangat dekat dengan pendengarnya, karena pengguna radio mengakses radio hampir setiap hari tanpa mengenal batasan aktifitas dan waktu. Pendengar bisa mendengarkan siaran radio ketika bekerja, belajar, santai bahkan sambil tidur. Bahkan radio dijadikan teman beraktifitas oleh pendengarnya.
- c. Personal. Radio mampu menjadi teman denan menyentuh pribadi khalayak. Dengan mendengarkan siaran lewat suara kepada pendengar seolah-olah penyiar hadir ditengah-tengah pendengarnya dengan melakukan hubungan komunikasi dengan menyentuh hati dibenak pendengarnya. Disamping itu pula ada beberapa penyiar yang menggunakan event tertentu untuk berjumpa, bertemu dengan pendengarnya dengan harapan kedekatan itu bisa terjalin mesra nantinya.
- d. Hangat. Seorang penyiar dengan suaranya yang dapat mengirimkan kehangatan kepada pendengar, dengan memberikan sentuhan musik efek yang dapat memberikan imajinasi bahwa penyiar merupakan teman dekat dan sosok yang sangat bersahabat bahkan seolah dapat menjadi keluarga terbaik bagi pendengar.
- e. Murah. Tentunya dari media massa yang lain, radio adalah media massa yang paling murah dan paling sederhana tanpa memerlukan proses yang rumit di banding dengan yang lain.

⁴¹ *Ibid, Hlm 19*

- f. Sederhana, radio adalah media masa yang sederhana tanpa menggunakan banyak alat bagi pendengarnya, simpel dan dapat dibawa kemana-mana.
- g. Tanpa batas. Radio dapat menjangkau semua khalayak dimanapun berada, selama jangkauan frekuensinya dapat diterima oleh pendengar, tidak membedakan aspek geografis, demografis, suku, ras, golongan dan kelas sosial semua bisa menikmati siaran radio tanpa ada batasan.
- h. Fleksibel. Artinya siaran radio dapat dinikmati oleh pendengar dimanapun dan kapanpun tanpa mengganggu pekerjaan, aktifitas pendengar.
- i. Mudah dicerna. Radio menjadi sarana komunikasi dan informatif yang diminati oleh banyak orang karena mudah diterima dan dicermati oleh masyarakat umum. Didukung dengan pembawaan penyiar yang komunikatif mampu mengajak para pendengar untuk bisa merasakan dan mencerna apa yang disampaikan oleh penyiar seakan terlibat langsung dalam sebuah perkumpulan dan saling bertatap muka.⁴²

⁴² Asep Syamsul M. Romli, *Dasar-dasar Siaran Radio* Hlm 21.

BAB V

PROGRAM RADIO

5.1. Program Radio Siaran

Wahyudi menyebutkan bahwa program siaran radio ditelaah dari karakteristiknya dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu⁴³:

- a. Siaran karya Artistik: siaran yang diproduksi melalui pendekatan artistik, yaitu proses produksinya mengutamakan segi keindahan. Karya artistik dapat dijabarkan berdasarkan jenis masing – masing program tersebut sebagai berikut :
 1. Program Musik, suatu program yang materi siarannya mengutamakan aspek atau yang berkaitan dengan musik dan lagu penyajian siarannya. Misalnya acara tangga lagu, Profil artis musik, program jenis musik, Request song, nonstop music dj style.
 2. Program drama radio, suatu program yang menyajikan secara audio pola pelakonan/dramatisasi para tokoh atau karakternya dalam suatu tema cerita tertentu yang dibawakan naratif, monolog, dialog yang diselingi dengan suara musik, lagu, serta efek suara seperlunya.
 3. Program kuis radio, suatu program yang materi siarannya didasarkan pada pertanyaan-pertanyaan, teka-teki, permainan/games bersifat auditif yang ditujukan kepada pendengar, agar menanggapi sebagai suatu bentuk partisipasinya atau interaktif, yang dikompensasikan dengan suatu hadiah
 4. Program variety show, suatu program sajian yang terdiri dari sejumlah kombinasi dari beragam format acara, yang dikemas secara dinamis dan menarik dengan diselingi musik dan efek suara. Isi program variety show terdiri dari beberapa segmen.

⁴³ A. Ius, Yudo Triartanto, *BroadcastingRadio : Panduan Teori dan Praktek* (Yogyakarta : Pustaka Book Publisher, 2010), Hal. 144-145X

5. Program komedi/humor, suatu program yang menyajikan unsur-unsur yang menggelitik dan mengundang kelucuan secara auditif sehingga merangsang pendengar tersenyum atau tertawa.
 6. Program sponsor, suatu program yang isi siarannya dimuati oleh informasi dan data produk tertentu yang disajikan dengan gaya perbincangan atau wawancara.
 7. Program cerita dongeng atau legenda, bentuk penyajian program yang disajikan secara dramatisasi atau naratif berdasarkan kisah-kisah dongeng dengan cerita legenda yang sudah dikenal luas.
- b. Siaran karya jurnalistik : siaran yang diproduksi melalui pendekatan jurnalistik yaitu suatu proses produksi yang mengutamakan segi kecepatan, termasuk dalam proses penyajian kepada khalayak. Karya jurnalistik dibagi menjadi beberapa program, sebagai berikut :
1. Program Buletin berita, suatu sajian beragam berita aktual yang dikemas dalam tingkatan gradasi sangat penting, penting dan kurang penting yang perlu diketahui masyarakat.
 2. Program dokumenter, program yang didasarkan pada peristiwa penting yang telah berlalu dan memiliki relevansi aktualitas kekinian.
 3. Program majalah udara, program adopsi dari majalah cetak yang disajikan dalam bentuk versi auditif yang berisi aneka ragam topik, tema, serta peristiwa yang perlu diketahui masyarakat.
 4. Program feature, merupakan program informasi yang membahas suatu topik persoalan melalui berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, dan mengkritik, yang disajikan dalam berbagai format.
 5. Program talk show, program yang mengutamakan sajian perbincangan atau obrolan yang didasari penentuan tema, topik, serta bahasan yang dikemas secara dinamis dan aktual, faktual juga menghibur.

Tabel. 5.1. Format stasiun radio siaran

No	Format	Kategori Format	Deskripsi
1	News/berita	Informasi	Format penyajian siarannya porsi dominannya adalah berita dan program – program interview.
2	Talk/ bincang-bincang	Informasi	Format yang memfokuskan mengenai topik atau isu-isu aktual untuk diperbincangkan.
3	Adult temporary	Musik	Format ini berisi lagu – lagu yang dikhususkan kepada pendengar dewasa dengan kisaran usia 25 tahun hingga 45 tahun, yang diselingi info politik, ekonomi, dan budaya.
4	Top 40	Musik	Format yang dikhususkan untuk pendengar muda dengan rentang usia 12 sampai 21 tahun. Kriteria lagunya pop terbaru atau new entry yang terdaftar dalam 40 tangga lagu.
5	Album orienter Rock	Musik	Format didasarkan dari album-album bergenre rock.
6	Dangdut	Musik	Format musiknya full dangdut dan melayu.
7	Pop Indonesia	Musik	Materi siarannya mengenai lagu-lagu pop Indonesia.
8	Humor	Khusus	Materi siarannya cenderung humor dan mengandung unsur lucu.

(sumber “Menjadi broadcaster Profesional” Hal. 138 -139. 2004)

5.2. Merencanakan Jadwal Siaran

a. Program Harian

Untuk mengoperasikan sebuah stasiun setiap hari maka biasanya dibuat program acara harian, dimana crew sudah menyiapkan nama acara berikut slot iklan dan lagu jika diperlukan. Berikut ini contoh program harian sebuah stasiun radio.

b. Program Mingguan

Program mingguan adalah program siaran yang harus dijalankan rutin tiap minggu, wujud penjabarannya dilakukan pada program harian.

BAB VI

KHALAYAK PENDENGAR RADIO

6.1. Pendengar Radio

Radio adalah media suara. Pendengar sebagai penerima pesanlah yang menentukan pilihan program yang disiarkan. Mereka biasanya aktif mengikuti siaran. Kalau programnya disenangi, akan diikuti terus. Sebaliknya, radio akan dimaikan kalau acara yang disajikan tidak menarik.

Sifat pendengar radio Heterogen. Berbeda dalam usia, pendidikan, jenis kelamin, dan status kehidupan. Jadi, kekuatan radio sama sekali belum menjamin bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh reporter dapat diterima dan dimengerti oleh khalayak. Karena itu, konsep-konsep pesan dalam penyajian suatu acara harus diupayakan ringkas dengan membatasi fakta, karena pikiran pendengar tidak dapat menyimpan informasi yang jumlahnya banyak.

Radio merupakan komunikasi satu arah, sehingga pemahaman pada pendengaran pertama diupayakan berupa struktur bahasa yang sederhana. Karena makna suatu pesan disampaikan melalui suara, reporter harus tau kapan saat memberi penekanan pada kata-kata, suku kata, maupun perubahan pola penuturan bahasa yang berhubungan dengan keras-lemahnya suara. Upayakan berbicara dengan pendengar secara pribadi (individual), sekalipun aktivitas ini ditunjukkan kepada orang banyak.⁴⁴

Sedangkan sifat pendengar radio itu meliputi ; kesukaan, kegemaran, kebiasaan, minat, serta keinginannya. Untuk itu ciri-cirinya dapat dirinci sebagai berikut :

- a. Heterogen (beragam): Pendengar radio sangat beragam. Maka dari itu, ada sejumlah radio siaran mencoba membatasi sasaran pendengarnya agar lebih homogen, meski pada kenyataannya tidak ada pendengar yang satu dengan yang lain adalah sama, pasti selalu ada perbedaan. Namun, agar

⁴⁴ Helena Ollie, Reportase Radio (Jakarta: Indeks, 2006),Hlm.17-18

sasaran menjadi lebih fokus maka dibuatlah pembatasan sasaran berdasarkan faktor: demografis (usia, pendidikan, jenis kelamin), letak geografis (perkotaan, pedesaan, pesisir), Psikografis (kesukaan, kebiasaan, hobi, gaya hidup). Hal tersebut dimaksudkan, agar program yang disajikan dapat dipahami oleh sasaran yang dituju dan pesan-pesan programnya memuat hal-hal yang berkaitan dengan minat dan keinginannya

- b. Personal (pribadi): penyampaian pesan atau bahasa lisan radio siaran melalui penyiar bersifat personal (pribadi) sesuai dengan situasi dan kondisi pendengar ketika ia mendengarkan siaran radio.
- c. Aktif : teori awal komunikasi menganggap khalayak adalah sekumpulan orang yang pasif ketika diterpa pesan media massa. Namun penelitian lanjutan telah membuktikan bahwa khalayak tidaklah pasif seperti yang dianggap. Semenjak teknologi telekomunikasi semakin berkembang pesat, khalayak semakin aktif terlibat dan menanggapi di dalam proses penyampaian komunikasi massa yaitu telepon genggam yang dimiliki oleh masing-masing khalayak.
- d. Selektif (pemilih): Khalayak radio siaran cenderung dalam memilih program atau pesan yang menerpa dirinya. Pendengar akan memilih program yang disukai atau memenuhi kebutuhan rohaniyah dirinya. Ini bisa disebabkan kondisi psikis, ruang (spesial), lingkungan sosialnya sehingga si pendengar bisa tergerak untuk memilih program.

6.2. Kultur Pendengaran Radio

Hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh Zogby International yang diterbitkan pada tanggal 3 Oktober 2003 menunjukkan bahwa orang-orang Amerika sangat menyenangi dan menghargai stasiun penyiaran publik lokal di daerahnya. Lebih dari tiga perempat penduduk Amerika (76%) sangat menyenangi siaran radio lokal yang menyuguhkan acara berita, informasi dan hiburan. Jajak pendapat mencari informasi dari responden tentang berapa besar manfaat siaran radio lokal ketika terjadi keadaan darurat seperti bencana alam, adanya serangan teroris, cuaca buruk, badai dll. Sembilan dari sepuluh orang (93%) menjawab bahwa radio merupakan sumber informasi yang sangat penting bila dalam keadaan darurat. Bahkan diantara orang-orang yang mengaku tidak pernah mendengarkan radio, 70% diantaranya bila dalam keadaan darurat atau keadaan-keadaan tertentu selalu mengandalkan

informasi dari radio, dan peran radio menjadi sangat penting. Jajak pendapat juga bertanya kepada responden berapa sering stasiun radio lokal menyiarkan musik yang mereka sukai? Dari pertanyaan tadi diperoleh hasil bahwa stasiun penyiaran radio lokal sangat memuaskan pendengarnya. Sementara siaran radio lokal juga memenuhi keinginan sub kelompok demografis masyarakat. Anak-anak remaja usia 18 tahun s/d. 19 tahun memberikan rating yang sangat kuat (84%) dan musik yang didengarkan melalui radio mendominasi siaran radio (74%) menyatakan bahwa radio lokal selalu dan sebagian besar waktu siarannya memperdengarkan musik yang mereka inginkan.

Bila terjadi kemacetan lalu lintas, pendengar radio di mobil selalu mencari informasi lebih banyak tentang keadaan lalu lintas dari radio, dan radio digital dapat memberikan informasi lebih banyak lagi bagi pendengar yang segmentasinya lebih bervariasi dan lebih banyak lagi. Radio merupakan suatu industri yang sehat dalam industri iklan. Radio merupakan segmen media yang membantu percepatan ekonomi paling cepat selama tahun 1997 s/d. 2002, sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merchant Bank Veronis Suhler Stevenson. Selain dari kontribusi ekonomi di bidang iklan, biaya untuk mengubah sistem penyiaran analog ke digital juga memerlukan investasi yang besar. Beberapa stasiun penyiaran radio yang tidak siap akan menolak atau setidaknya menunda untuk beralih dari sistem penyiaran analog ke digital. Beberapa diantaranya masih menunggu dan melihat kecenderungan penyiaran digital dengan harapan agar pesawat penerima radio digital segera diproduksi massal dan harganya turun dan terjangkau oleh masyarakat, sejalan dengan rencana migrasi dari teknologi penyiaran analog ke digital.

BAB VII

JURNALISTIK RADIO

7.1. Pengertian Jurnalistik Radio

Jurnalistik radio (radio journalism, broadcast journalism) adalah proses produksi berita dan penyebarluasannya melalui media radio siaran. Jurnalistik radio adalah “bercerita” (storytelling), yakni menceritakan atau menuturkan sebuah peristiwa atau masalah, dengan gaya percakapan (conversational).

Karakteristik :

1. Auditif. untuk didengarkan, untuk telinga, untuk dibacakan atau disuarakan.
2. Spoken Language. Menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam obrolan sehari-hari (spoken words). Kata-kata yang dipilih mesti sama dengan kosakata pendengar biar langsung dimengerti.
3. Sekilas. Tidak bisa diulang. Karenanya harus jelas, sederhana, dan sekali ucap langsung dimengerti.
4. Global. Tidak detail, tidak rumit. Angka-angka dibulatkan, fakta-fakta diringkaskan.

Prinsip Penulisan :

1. ELF - Easy Listening Formula. Susunan kalimat yang jika diucapkan enak didengar dan mudah dimengerti pada pendengaran pertama.
2. KISS - Keep It Simple and Short. Hemat kata, tidak mengumbar kata. Menggunakan kalimat-kalimat pendek dan tidak rumit. Gunakan sesedikit mungkin kata sifat dan anak kalimat (adjectives).
3. WTYT - Write The Way You Talk. Tuliskan sebagaimana diucapkan. Menulis untuk “disuarakan”, bukan untuk dibaca.
4. Satu Kalimat Satu Nafas. Upayakan tidak ada anak kalimat. Sedapat mungkin tiap kalimat bisa disampaikan dalam satu nafas.

7.2. Elemen Pemberitaan

1. News Gathering – pengumpulan bahan berita atau peliputan. Teknik reportase: wawancara, studi literatur, pengamatan langsung.
2. News Production – penyusunan naskah, penentuan “kutipan wawancara” (sound bite), backsound, efek suara, dll.
3. News Presentation – penyajian berita.
4. News Order – urutan berita.

7.3. Teknis Penulisan

a. Pilihan Kata (Spoken Words).

Pilih kata-kata yang biasa diucapkan sehari-hari (spoken words), e.g. jam empat sore (16.00 WIB), 15-ribu rupiah (Rp 15.000), dll.

1. Sign-Posting. Sebutkan jabatan, gelar, atau keterangan sebelum nama orang. Atribusi/predikat selalu mendahului nama, e.g. Ketua DPR –Agung Laksono— mengatakan...
2. Stay away from quotes. Jangan gunakan kutipan langsung. Ubah kalimat langsung menjadi kalimat tidak langsung, e.g. Ia mengatakan siap memimpin demo (“ Saya siap memimpin demo,” katanya).
3. Avoid abbreviation. Hindari singkatan atau akronim, tanpa menjelaskan kepanjangannya lebih dulu, e.g. Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Negeri –BEM UIN— Bandung menggelar... (Ketua BEM UIN Bandung –Fulan— mengatakan...).
4. Subtle repetition. Ulangi secara halus fakta-fakta penting seperti pelaku atau nama untuk memudahkan pendengar memahami dan mengikuti alur cerita, e.g. Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono mengatakan... Menurut Presiden.... Kepala Negara juga menegaskan....
5. Present Tense. Gunakan perspektif hari ini. Untuk unsur waktu gunakan kata-kata “kemarin”, “hari ini”, “besok”, “lusa”, bukan nama-nama hari (Senin s.d. Minggu). Mahasiswa UIN Bandung melakukan aksi demo hari ini... Besok mereka akan melanjutkan aksi protesnya...

6. Angka. Satu angka (1-9) ditulis pengucapannya. Angka 1 ditulis “satu” dst. Lebih dari satu angka, ditulis angkanya. Angka 25 atau 345 jangan ditulis: duapuluh lima, tigaratus empatpuluh lima. Angka ratusan, ribuan, jutaan, dan milyaran, sebaiknya jangan gunakan nol, tapi ditulis: lima ratus, depalan ribu, 15-juta, 145-milyar.
 7. Mata uang. Ditulis pengucapannya di belakang angka, e.g. 600-ribu rupiah (Rp 600.000), 500-ribu dolar Amerika Serikat (US\$ 50.000)
- b. Tanda Baca Khusus
1. Dash. tanda garis pisah (–) untuk sebelum nama atau kata penting atau butuh penekanan.
 2. Punctuation. Tanda Sengkang, yaitu tanda-tanda pemenggalan (-) untuk memudahkan pengucapan singkatan kata yang dieja. M-U-I, B-A-P, W-H-O, P-U-I, dsb.
 3. Garis Miring. Jika perlu, gunakan garis miring satu (/) sebagai pengganti koma atau sebagai tanda jeda untuk ambil nafas, garis miring dua (//) untuk ganti titik, dan garis miring tiga (///) untuk akhir naskah.

Contoh:

Menjelang Pemilu 2009/sedikitnya sudah 54 partai politik/mendaftarkan diri ke Departemen Hukum dan HAM//Mereka akan diverifikasi untuk ikut Pemilu. Menurut pengamat politik - Arby Sanit/banyaknya parpol itu menunjukkan animo elite untuk berkuasa masih tinggi///

7.4. Produk Jurnalistik Radio

1. Copy – Berita pendek, durasi 15-20 detik. Biasanya berita penting, harus cepat diberitakan, disampaikan di sela-sela siaran (breaking news) atau program reguler insert berita (news insert) tiap menit 00 tiap jam misalnya. Berupa Straight News.
2. Voicer – Laporan Reporter. Terdiri dari pengantar (cue) penyiar di studio dan laporan reporter di tempat kejadian, termasuk sound bite dan/atau live interview.
3. Paket. Panjangnya 2-8 menit. Isinya paduan naskah berita, petikan wawancara (soundbite).

4. Feature. Durasi 10-30 menit. Paduan antara berita, wawancara, ulasan redaksi, musik pendukung, dan rekaman suasana (wild tracking). Membahas tema tertentu yang mengandung unsur human interest. Bisa pula berupa dokumenter (documentary).
5. Vox Pop. Singkatan dari vox populi (suara rakyat). Berisi rekaman suara opini masyarakat awam tentang suatu masalah atau peristiwa.
6. Cue: Menjelang Pemilu 2009, sedikitnya sudah 54 partai politik mendaftarkan diri ke Departemen Hukum dan HAM, guna diverifikasi sehingga bisa ikut Pemilu. Bagaimana tanggapan masyarakat tentang banyaknya parpol tersebut, berikut ini petikan wawancara kami dengan beberapa warga masyarakat:
7. Sound Bite : 1. “Bagus lah, biar banyak pilihan...” 2. “Saya sih mau golput aja, gak ada partai yang bagus sih menurut saya mah...” 3. “Saya akan setia pada parpol pilihan saya, tidak akan terpengaruh oleh parpol baru, belum tentu lebih bagus kan...” dst.

7.5. News Program

1. Buletin (Paket berita) – Berisi rangkaian berita-berita terkini (copy, straight news) –bidang ekonomi, politik, sosial, olahraga, dan sebagainya; lokal, regional, nasional, ataupun internasional. Durasi 30 menit atau lebih. Durasi bisa lebih lama jika diselingi lagu dan “basa-basi” siaran seperti biasa.
2. News Insert – insert berita. Berisi info aktual berupa Straight News atau Voicer. Durasi 2-5 menit bergantung panjang-pendek dan banyak-tidaknya berita yang disajikan. Biasanya disajikan setiap jam tertentu. Bisa berupa breaking news, disampaikan penyiar secara khusus di sela-sela siaran non-berita.
3. Majalah Udara — Berisi straight news, wawancara, dialog interaktif, feature pendek, dokumenter, dan sebagainya.
4. Talkshow – Dialog interaktif atau wawancara langsung (live interview) di studio dengan narasumber, atau melalui telepon.

7.6. Sumber-Sumber Berita Radio

Secara umum, sumber berita dapat dibagi menjadi dua:

1. Primer/langsung (getting), dengan mnerjukkan reporter untuk meliputi sebuah peristiwa dilapangan. Penggalan berita dilakukan dengan cara wawancara atau laporan pandangan mata.
2. Sekunder/tidak langsung (news room), antara lain dapat dikutip dari:
 - a. Media Cetak (koran, tabloid, majalah)
 - b. Media Elektronik (televisi, internet)
 - c. Siaran pers pemerintah/swasta
 - d. Network/jaringan dengan kantor berita
 - e. Pendengar.⁴⁵
 - f. Siaran karya jurnalistik

Siaran yang diproduksi melalui pendekatan jurnalistik yaitu suatu proses produksi yang mengutamakan segi kecepatan, termasuk dalam proses penyajian kepada khalayak. Karya jurnalistik dibagi menjadi beberapa program, sebagai berikut :

- a. Program Buletin berita, suatu sajian beragam berita aktual yang dikemas dalam tingkatan gradasi sangat penting, penting dan kurang penting yang perlu diketahui masyarakat.
- b. Program dokumenter, program yang didasarkan pada peristiwa penting yang telah berlalu dan memiliki relevansi aktualitas kekinian.
- c. Program majalah udara, program adopsi dari majalah cetak yang disajikan dalam bentuk versi auditif yang berisi aneka ragam topik, tema, serta peristiwa yang perlu diketahui masyarakat.
- d. Program feature, merupakan program informasi yang membahas suatu topik persoalan melalui berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, dan mengkritik, yang disajikan dalam berbagai format.

⁴⁵ Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: LkiS), Hlm. 21

- e. Program talk show, program yang mengutamakan sajian perbincangan atau obrolan yang didasari penentuan tema, topik, serta bahasan yang dikemas secara dinamis dan aktual, faktual juga menghibur.⁴⁶

⁴⁶ Ius, Yudo Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher (Hal. 144-145).

BAB VIII

PENYIAR RADIO

8.1. Aspek Penyiar

Untuk menjadi penyiar yang handal perlu melatih diri terutama suara/vokal di samping itu juga kemampuan fisik karena dituntut untuk kerja keras. Oleh karena itu lakukanlah tip berikut ini untuk menemukan suara yang terbaik sebagai berikut :

RADIO adalah suara (sound) Media yang hanya bisa didengar (auditif). Suara (voice) pula yang jadi aset terpenting seorang penyiar –sebagai ujung tombak, front liner, sebuah radio yang berinteraksi langsung dengan pendengar.

Banyak orang terlahir dengan memiliki suara indah. Namun, kebanyakan dari kita harus bekerja keras untuk menjadi penyiar profesional. Lagi pula, jadi penyiar profesional tidak cukup bermodal suara emas (golden voice), tapi juga perlu modal lainnya, seperti wawasan, sense of music, dan sense of humor.

Wawasan. Penyiar harus berwawasan agar siarannya hidup, dinamis, berisi, dan tidak monoton. Kosakata, varietas kata, improvisasi, hanya bisa dilakukan oleh penyiar yang berwawasan luas. Karena itu, banyak baca, jadilah orang yang haus pengetahuan! Dijamin, jika Anda berwawasan luas, takkan kehabisan kata-kata untuk berbicara.

Sense Of Music Penyiar harus memiliki sense of music yang tinggi. Soalnya, tugas penyiar bukan hanya mutar lagu- lagu, tapi mesti paham juga tentang jenis musik, alat musik, dan artisnya.

Sense Of Humor. Penyiar juga harus humoris, punya bakat menghibur. Bakat itu diperlukan karena profesi penyiar radio dituntut mampu menghibur pendengar. Lagi pula, radio identik dengan hiburan (entertainment).

a) Bahasa Tuter.

Siaran harus menggunakan bahasa tutur, bahasa percakapan (conversational language), demikian juga naskah berita atau iklan. Bahasa tutur yaitu bahasa yang dipakai dalam pergaulan sehari-hari yang mempunyai ciri khas:

- (a) kalimatnya sederhana, singkat, kurang lengkap, tidak banyak menggunakan kata penghubung; dan
- (b) menggunakan kata-kata yang lazim dipakai sehari-hari (spoken words). Didalam bahasa tutur, lagu kalimat (infleksi, inflection) memegang peranan penting. Tanpa bantuan lagu kalimat, sering orang mengalami kesukaran dalam memahami bahasa tutur. Sama pentingnya adalah artikulasi atau pronunciation (pengucapan kata), intonasi (nada suara atau irama bicara), aksentuasi (logat, dialek, stressing), dan speed (kecepatan berbicara, tempo).

b) Tampilkan Suara Terbaik dengan Rileks.

Penyiar adalah “pemain sandiwara” (performer) dan menghadapi tantangan yang sama dengan penyanyi atau aktor. Begitu di atas pentas, di depan kamera, atau di belakang microphone, Anda tidak akan dapat memberikan penampilan terbaik kecuali jika Anda santai (relax). Tenggorokan tercekik (tight throat), leher tegang, dan pundak yang kaku, akan membuat Anda tidak dapat mengeluarkan suara terbaik. Bagaimana biar rileks? Bukan dengan mengatakan pada diri Anda, “Relax, fool, relax!” Relaksasi bukanlah soal psikologis, tapi soal fisik. Ia tidak dimulai di otak, tapi di badan. Relaksasi diperoleh melalui sebuah proses fisik berupa peregangan dan pernafasan. Jika tubuh Anda rileks, emosi Anda akan mengikuti.

c) Atur Nafas.

Mati lemas atau kekurangan nafas (suffocation) adalah penyebab kematian nomor satu di kalangan penyiar. Banyak penyiar biasa terus menahan nafas selama bertutur. Nafas megap-megap tidak akan menghasilkan siaran yang bagus. Bernafas secara tepat adalah dasar siaran profesional. Naskah siaran harus memberi kesempatan untuk bernafas. Ketika Anda membaca naskah, buatlah tanda di mana Anda akan mengambil nafas. Ikuti instruksi Anda sendiri dan bernafaslah saat Anda melihat tanda itu. Sikap badan yang baik dan dukungan dari diafragma Anda, akan membuat tiap nafas bekerja lebih lama bagi Anda.

Anda bisa latih hal itu dengan cara meratakan jari tangan dan tekan diafragma (rongga antara dada dan perut). Ketika Anda mulai dengan suara rendah, tekan diafragma Anda dengan tangan. Teknik ini akan memberi Anda kekuatan ekstra. Jauhkan mulut Anda dari microphone saat menarik nafas. Jangan sampai tarikan nafas Anda mengudara.

d) Visualisasi.

Penyiar radio berbicara kepada pendengar yang tidak terlihat. Secara simultan (bersamaan), sebagai penyiar Anda berbicara kepada tidak seorang pun (talk to no one) – karena tidak satu orang pendengar pun yang hadir secara fisik di depan Anda— dan kepada setiap orang (talk to everyone), mungkin ribuan pendengar. Talk to one one and eveyone! Penyiar radio juga sering sendirian di ruang siaran, tidak ada lawan bicara, hanya ditemani sejumlah “benda mati” – komputer, mixer, dan sebagainya. Membentuk “mental image” tentang pendengar Anda sangat penting untuk siaran terbaik. Berbicara kepada benda mati bukan saja tidak membangkitkan semangat (uninspiring), tapi juga tidak realistis. Karenanya, saat siaran, bayangkan Anda sedang berbicara pada seorang teman, atau sekelompok kecil orang. Membayangkan adanya seorang pendengar di depan Anda, akan membantu Anda berkomunikasi secara alamiah, gaya ngobrol (conversational way).

e) Tentukan Pilihan

Kata. Di radio, penyiar punya satu kesempatan untuk membuat pendengar Anda mengerti yang Anda kemukakan. Di media cetak, pembaca akan mengulang bacaan pada bagian yang mereka tidak pahami. Di televisi, ada bantuan visual untuk memperjelas berita. Tapi di radio, yang dimiliki pendengar hanya suara Anda. Karena itu, saat menyampaikan sebuah informasi, putuskan kata-kata mana yang menjadi kata kunci (key words) dan garis bawah. Tiap kata memiliki nilai berbeda. Putuskan apa yang akan Anda tekankan, di mana lagu kalimat (inflection) Anda akan menaik dan menurun, dan di mana Anda akan bernafas. Biasanya, infleksi menaik kalau akan bersambung dan menurun jika akan berhenti.

f) Konsentrasi.

Tidak ada pilot otomatis dalam siaran. Jika Anda tidak mendengar apa yang Anda katakan, tidak ada orang lain yang akan mendengar. Siaran yang baik membutuhkan konsentrasi tingkat tinggi. Tidak mudah untuk mengatur nafas Anda, memvisualkan

pendengar Anda, dan melaporkan cerita pada saat yang sama. Karena itu, relaksasi adalah kunci konsentrasi.

g) Latihan.

Best voice requires experimentation. Seorang penyiar harus menemukan suara terbaiknya dan ini butuh eksperimen. Jika Anda punya pilihan mikrofon, cobalah satu per satu untuk menemukan mike paling sesuai bagi Anda. Beberapa mike dibuat untuk mendorong tinggi-rendah suara Anda, dan Anda bisa menyelaraskannya sesuai dengan kebutuhan Anda. Mintalah bantuan teknisi. Cobalah dengan merekam suara Anda dalam sikap tubuh yang berbeda, kedekatan yang berbeda dengan mike, dan tingkat proyeksi (pengerasan) yang berbeda. Bayangkan ragam pendengar dan lihatlah bagaimana “mental image” ini mempengaruhi penyampaian Anda.

h) Bicara kepada satu orang.

Bayangkan, pendengar itu satu orang! Orang yang baru pertama kali berbicara di radio, sering secara salah memvisualkan pendengarnya – membayangkan bahwa pendengar itu ribuan. Padahal, orang yang mendengarkan itu dalam kelompok berjumlah satu orang (in group of one). Ya, bayangkan pendengar itu satu orang!

i) Teman Akrab.

Berbicaralah layaknya kepada teman akrab (intimate friend). Lihat wajah teman Anda itu dalam “pikiran mata” (mind’s eye) Anda.

j) Smile.

Senyumlah, meski pendengar tidak melihat Anda. Berbicara dengan senyum, akan terasa hangat, ramah, friendly, di telinga pendengar.

k) Kontak Mata.

Lakukan kontak mata! Pandanglah ia sekali-sekali untuk melakukan kontak mata (eye contact), meskipun hanya ada satu orang di ruangan –Anda sendiri!

l) Gesture.

Gunakan gerakan tubuh (gesture), meskipun tidak ada orang yang melihat Anda. Anda adalah aktor. Saat berbicara di depan umum (public speaking), jika Anda punya mike portable (mudah dibawa), bergeraklah mengitari panggung. Bayangkan Anda adalah seorang aktor yang sedang “mentas” di televisi.

m) Jeda.

Jedalah untuk beberapa detik untuk membiarkan pesan Anda sampai ke pendengar. Saat jeda, buatlah kontak mata. Anda juga bisa jeda jika mencari gagasan berikutnya.

n) Infleksi.

Pelajarilah cara orang berbicara saat ngobrol dan gunakan pola pembicaraan itu ketika memn baca naskah. “Intiplah” pembicaraan orang di restoran. Perhatikan bagaimana dinamika vokal mereka berfluktuasi: lebih keras, lebih lembut. Juga perhatikan obrolan itu berubah-ubah arah dan bagaimana tingkat lagu kalimat (range of inflection) mereka melebar.

o) Mengatasi Gugup.

Mulut Anda kering, jantung berdebar, dan lutut bergetar. Anda pun panik! Ya, Anda gugup (nervous). Lantas harus bagaimana?

- a. Tarik nafas yang dalam (deep breath) – penuh tubuh Anda dengan oksigen. Ini akan membantu otak Anda bekerja.
- b. Gerakkan badan Anda (bluff). Berdiri tegak, layaknya tentara berbaris dengan bahu dan dada yang tegap. Lalu tersenyumlah! Meskipun Anda tidak merasa bahagia atau percaya diri, lakukanlah. Anda akan tampak percaya diri dan tubuh Anda akan “mengelabui” otak Anda untuk berpikir bahwa ini adalah percaya diri. Bluff - body and smile
- c. Jaga agar mulut dan tenggorokan Anda tetap basah. Siapkan selalu air mineral, jangan sampia mulut dan tenggorokan Anda kering.
- d. Lancarkan aliran darah dengan memijat dahi.
- e. Pastikan Anda sudah siap. Siapkan bahan pembicaraan, pahami tema atau naskah.

p) Teknik Vokal.

Penyiar harus lancar bicara dengan kualitas vokal yang baik. Teknik vokal yang diperlukan antara lain kontrol suara (voice control) selama siaran, meliputi pola titinada (pitch), kerasnya suara (loudness), tempo (time), dan kadar suara (quality).

q) Diafragma.

Kualitas suara yang diperlukan seorang penyiar adalah “suara perut”, suara yang keluar dari rongga badan antara dada dan perut –dikenal dengan sebutan “suara diafragma”. Jenis suara ini akan lebih bertenaga (powerfull), bulat, terdengar jelas, dan keras tanpa harus berteriak. Untuk bisa mengeluarkan suara diafragma, menurut para ahli vokal, bisa dilakukan dengan latihan pernafasan, antara lain:

- a. Ucapkan huruf vocal A, I, U, E, O dengan panjang-panjang. Contoh: tarik nafas, lalu suarakan AAAAAaaaaaaaaaaaa... (dengan bulat), terus, sampai habis nafas. Dilanjutkan lagi untuk huruf lainnya. Suarakan AAAAAaaaaaaa... dari nada rendah, lalu naik sampai AAAAAaaaaaaa... nada tinggi.
- b. Ambil napas pelan-pelan. Ketika diafragma dirasa udah penuh, buang pelan-pelan. Untuk menambah power, buang nafas itu, hela dengan cara berdesis: ss... ss... ss... (putus- putus), seperti memompa isi udara keluar. Akan tampak diafragma Anda bergerak.
- c. Saat mengambil napas, bahu jangan sampai terangkat. Kalau terangkat, berarti Anda bernapas dengan paru-paru. Contoh: ketika orang sedang ambil napas mendadak karena kaget, ia akan mengambil napas dengan paru-paru. Makanya, orang kaget suka memegang dada.

r) Intonasi.

Intonasi (intonation) adalah nada suara, irama bicara, atau alunan nada dalam melafalkan kata-kata, sehingga tidak datar atau tidak monoton. Intonasi menentukan ada tidaknya antusiasme dan emosi dalam berbicara. Misalnya, mengucapkan “Bagus ya!” dengan tersenyum dan semangat, akan berbeda dengan mengucapkannya dalam ekspresi wajah datar, bahkan nada sinis. Latihan intonasi bisa dengan mengucapkan kata “Aduh” dengan berbagai ekspresi –sedih, kaget, sakit, riang, dan seterusnya.

s) Aksentuasi.

Aksentuasi (accentuation) adalah logat atau dialek. Lakukan penekanan (stressing) pada kata-kata tertentu yang dianggap penting. Misal, “Saat sakit, tindakan terbaik adalah dengan minum obat”; atau “Saat sakit, tindakan terbaik adalah dengan minum obat”; “Saat sakit, tindakan terbaik adalah dengan minum obat”. Aksentuasi dapat dilatih dengan cara menggunakan “konsep suku kata” -dan, yang, di (satu suku kata); minggu, jadi, siap, Bandung (dua suku kata); bendera, pendekar, perhatian (tiga suku kata); dan sebagainya. Ucapkan sesuai penggalan atau suku katanya!

t) Speed.

Gunakan kecepatan (speed) dan kelambatan berbicara secara bervariasi. Kecepatan berpengaruh pada kejelasan (clarity), juga durasi. Kalo waktu siaran sudah mepet, kecepatan diperlukan.

u) Artikulasi

Artikulasi (articulation), yaitu kejelasan pengucapan kata-kata. Disebut juga pelafalan kata (pronunciation). Setiap kata yang diucapkan harus jelas, misalkan harus beda antara ekstrem dengan eksim. Seringkali, dijumpai kata atau istilah yang pengucapannya berbeda dengan penulisannya, utamanya kata-kata asing seperti “grand prix” (grong pri), atau nama- nama orang Barat — -”Tom Cruise” (Tom Cruz), George Bush (Jos Bus), dan banyak lagi.

v) Be Yourself.

Keaslian (naturalness) suara harus keliar. Bicara jangan dibuat-buat. Anda harus menjadi diri sendiri, be yourself, tidak meniru orang lain.

w) Ceria.

Kelincahan (vitality) dalam berbicara sehingga dinamis dan penuh semangat, cheerful! Anda harus ceria selalu. Jangan lemas, lunglai, nanti terkesan tidak mood, apalagi ”judes”! Ingat, penyiar adalah penghibur, entertainer!

x) Hangat.

Keramahtamahan (friendliness) sangat penting. Anda harus sopan, hangat, dan akrab. Penyiar profesional menjadi teman dekat bagi pendengar.

8.2. Script Writer

Sebagai bawahan News Director, Script Writer (Penulis Naskah) bertugas mengedit naskah yang akan digunakan oleh penyiar dan menyiapkan naskah-naskah pendukung yang barangkali diperlukan dalam siaran (misalnya sebagai selingan saat jeda pemutaran lagu). Oleh karena itu SDM penulis naskah harus mampu membuat/menulis, membaca, menganalisis, mengevaluasi serta mengedit naskah. Pengetahuan yang diperlukan untuk mencapai kemampuan tersebut telah dibicarakan pada bab jurnalistik penyiaran.

8.3. Public Relation

Public Relation (Humas) bertugas menjembatani antara pihak radio dan pihak luar, misalnya ada proposal kerjasama dengan pihak luar maka ia yang mengkoordinasikannya dengan Program Director dan Marketing Manager. Selain itu ia berkewajiban membangun citra positif stasiun radionya. Oleh karena itu SDM bagian humas harus memiliki kemampuan berkomunikasi dengan masyarakat secara personal maupun secara kelompok, untuk mendukung pelaksanaan tugas kehumasan.

Bidang tugas kehumasan adalah melaksanakan sosialisasi dan mengkomunikasikan segala yang ada/dimiliki oleh lembaga/perusahaan kepada masyarakat. Dengan demikian SDM humas merupakan sumber informasi bagi masyarakat tentang perusahaan tersebut misalnya visi, misi, potensi, program dan produk yang dimiliki.

Guna mendukung kompetensi yang diharapkan, SDM humas harus memahami teknik komunikasi yang etis dengan sesama orang (human relation) maupun kepada masyarakat luas (public relation). Memahami etika komunikasi antar manusia sangat mendukung kemampuan komunikasi publik. Keterampilan berkomunikasi yang baik telah banyak dibahas pada bab III, diantaranya tentang presentation skills.

8.4. Off Air Division

Bagian ini bertanggungjawab atas penyelenggaraan acara-acara off air, pengoperasian On Board Van dan Mobile Stage serta menangani Branding (Promosi dan pembentukan citra positif stasiun radio).

8.5. Pendukung

Bagian pendukung ini biasanya tidak terlibat langsung dengan proses siaran akan tetapi dibutuhkan oleh perusahaan pemilik stasiun radio, misalnya administrasi, keuangan, keamanan, dsb.

BAB IX

STRATEGI PROGRAM RADIO

9.1. Strategi Program Radio

Strategi program siaran radio atau yang sering disebut dengan strategi manajemen program siaran radio adalah seni, ilmu, teknik dan proses pengelolaan program siaran radio di tingkat tertinggi. Strategi manajemen program siaran radio diperlukan oleh sebuah media radio untuk merencanakan bagaimana agar program yang disiarkan bisa menarik banyak pendengar dan pengiklan.

9.2. Perencanaan program (program planning)

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun radio, perencanaan mencakup pemilihan format, dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

a. Analisis dan strategi program

Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan pada audiens. Dengan demikian, audien atau pendengar adalah pasar karenanya setiap media penyiaran termasuk radio yang ingin berhasil terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategis yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki.

Analisis peluang merupakan hal pertama yang harus dilakukan dalam perencanaan program, dimana analisis ini berguna untuk mengetahui peluang program siaran dapat diterima penonton dan pendengar. Analisis pasar program adalah wilayah

dimana terdapat kecenderungan permintaan terhadap program tertentu yang menguntungkan.

b. Bauran Program

Bauran program atau yang sering disebut dengan bauran pemasaran (Marketing mix) merupakan konsep pemasaran penting yang harus dipahami oleh pengelola media penyiaran, yang terdiri dari product, price, place, dan promotion (atau disingkat 4P).

9.3. Produk program

Yaitu program itu sendiri, yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien. Ditinjau dari jenisnya program yang ditawarkan terdiri dari dua yaitu program informasi dan hiburan. Perencanaan program tidak hanya mengenai program itu sendiri, namun juga berbagai aspek seperti nama program, penyajian program (kemasan), dan hal-hal lain yang terkait dengan pelayanan terhadap audien dan pemasang iklan.

9.4. Nama Program,

Memilih suatu nama bagi suatu program merupakan kegiatan penting ditinjau dari perspektif promosi karena nama program berfungsi menyampaikan atribut dan makna. Dalam memilih nama pengelola program harus memilih nama yang dapat mewakili konsep program dan dapat membantu menempatkan program di memori otak audien. Suatu nama program harus dapat menyampaikan manfaat yang diperoleh audien jika mereka mendengarkan program bersangkutan dan pada saat yang sama juga menciptakan image bagi program itu.

9.5. Kemasan program (packaging),

Yaitu aspek lain yang dewasa ini memiliki peran penting. Kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk menarik audien melalui penampilan (appearance) suatu program. Kemasan program dipandang sebagai cara penting untuk berkomunikasi dengan audien dan untuk menciptakan kesan terhadap program di memori audien. Kemasan dapat digunakan sebagai cara untuk menunjukkan citra dan identitas program.

9.6. Promosi program,

Dewasa ini stasiun penyiaran menggunakan berbagai instrumen promosi untuk menciptakan kesadaran dan ketertarikan audien.

9.7. Target Audien,

Perencanaan program radio difokuskan pada pemilihan format siaran dan program siaran yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan demografi audien tertentu. Pengelola program siaran yang baik harus mengetahui apa yang menarik untuk kelompok – kelompok yang berbeda – beda di kalangan masyarakat.

a. Tujuan Program

Selain analisis perencanaan program juga harus menyeleksi dengan cermat audien yang menjadi targetnya, agar nantinya segala yang sudah dipersiapkan baik informasi maupun hiburan dapat diterima oleh audien. Tujuan program juga menjadi salah satu yang harus dipersiapkan dalam perencanaan program, karena jika program dibuat tanpa tujuan nantinya program tidak memiliki identitas yang jelas.

b. Faktor Program

Faktor program membahas tentang hal – hal yang harus diketahui atau dipahami terlebih dahulu oleh pengelola program sebelum membuat keputusan perencanaan program. Persaingan,

Hal pertama yang perlu diketahui adalah kekuatan dan kelemahan stasiun saingan. Ketersediaan Audien,

Hal yang kedua yang perlu diketahui adalah ketertarikan audien. Audien yang ada atau tersedia pada setiap bagi setiap waktu siaran menjadi faktor menentukan yang harus dipertimbangkan secara cermat oleh pengelola program.⁴⁷

⁴⁷ Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana (Hal. 274-360)

9.8. Strategi Penayangan

Bagian program dalam suatu media penyiaran harus menyadari suatu prinsip dasar bahwa setiap menit dalam setiap hari waktu siaran memiliki perhitungan sendiri. Program siaran tidak hanya bersaing dengan program sejenis tetapi juga dengan media lainnya. Program siaran juga harus bersaing dengan waktu makan, membaca buku, dan kegiatan pribadi lainnya yang dilakukan audien di rumah atau dimana saja.

Penataan acara menurut Prayudha merujuk dari pembagian segmen berdasarkan stasiun radio Amerika yaitu :

- | | | |
|---|-----------------|---------------------------------------|
| 1 | Morning Drive | jam 05.30 – 10.00 |
| 2 | Daytime | jam 10.00 – 15.00 |
| 3 | Afternoon Drive | jam 15.00 -19.00 atau 20.00 |
| 4 | Night time | jam 19.00 – 20.00 hingga tengah malam |
| 5 | Overnight | malam hari atau dini hari |

Pembagian waktu tersebut mengacu pada pola perilaku audien dalam meluangkan waktu mendengarkan radio, perilaku audien terkait dengan pertama jumlah audien, pada radio jumlah audien lebih banyak pada pagi hari atau sore hari (Drive time hours) yaitu pada saat orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan menuju ke kantor dan pulang kerumah. Kedua, audien konstan yaitu pada umumnya orang cenderung bertahan pada satu stasiun sampai menyaksikan suatu program yang menurutnya tidak menarik maka perilaku audien akan memilih program yang menarik.⁴⁸

9.9. Peralatan Studio dan Fungsinya.

Biasanya terdapat 2 studio dalam sebuah stasiun radio, yaitu studio siaran dan studio produksi. Studio siaran digunakan untuk menyiarkan materi-materi siaran, tempat penyiar berbicara, memutar lagu dan iklan. Studio produksi digunakan untuk mempersiapkan dan membuat materi-materi siaran, seperti bikin spot iklan, tes vokal calon penyiar, editing lagu, dsb. Peralatan yang terdapat di kedua studio prinsipnya sama maka jika studio siaran ada masalah penyiar bisa menggunakan studio produksi. Secara umum peralatan yang ada di

⁴⁸ Onong uchjana Effendy. 1991. *Radio siaran teori dan praktek*. Bandung : Mandar Maju (Hal,44)

studio adalah: komputer, audio console (mixer), audio input, speaker monitor, monitor studio, headphone, microphone dan telephone. Sedangkan pesawat pemancarnya biasanya berada di ruang tersendiri.

Mixer adalah peralatan paling penting dalam sebuah studio, fungsi alat ini adalah mencampur semua masukan suara (audio input) yang tersedia dan menjadikannya satu output untuk disiarkan. Sehingga bisa mendengar suara penyiar, lagu atau background sekaligus.

Audio input. Adalah sumber audio yang terdiri dari mikropon, tape recorder, pick up atau piringan hitam, CD (compact Disk), Komputer. Sumber audio tersebut berfungsi sebagai player untuk menghasilkan sinyal audio. Yang selanjutnya disalurkan ke mixer untuk dipilih mana yang akan di siarkan melalui pesawat pemancar radio.

Speaker monitor, monitor studio dan head phone adalah merupakan alat pendengar/speaker yang berfungsi sebagai display untuk memonitor suara baik itu suara dari sumber suara ataupun suara yang telah/akan dipancarkan.

Telepon. Adalah peralatan komunikasi yang digunakan untuk program interaktif dari pendengar radio dengan penyiar. Catu daya listrik. Adalah sumber tenaga listrik yang dipakai untuk mencatu daya listrik bagi semua peralatan elektronik agar dapat bekerja. Catu daya listrik dapat menggunakan sumber listrik dari PLN, Generator set maupun bateray atau aki. Peralatan ini harus selalu dalam keadaan siap pakai, karena tanpa catu daya semua peralatan elektronik tidak akan bekerja. Oleh karena perawatan peralatan catu daya sangat mutlak diperlukan untuk menjaga kelangsungan kerja. Misalnya selalu menjaga dalam keadaan bersih, selalu control tegangan dan arus yang tersimpan, mengisi cairan air accu, mengisi accu dan sebagainya.



Gambar 54. Peralatan stasiun pemancar radio

9.10. Kualifikasi SDM Radio

a) Direksi

Dalam jajaran direksi dipimpin oleh seorang Direktur Utama, yaitu pemilik atau orang yang ditunjuk oleh pemilik. Di bawahnya terdapat General Manager (GM) yang bertanggungjawab atas keseluruhan operasional sehari-hari. Selanjutnya di bawahnya terdapat para manajer, yaitu Manajer Produksi, Manajer Marketing dan Manajer Teknik. Manajer Produksi bertugas menentukan sesi perekaman, menangani spot iklan, mengarahkan program siaran bersama dengan PD dan MD. Manajer produksi adalah orang yang paling bertanggungjawab atas kualitas audio sebuah lagu agar enak didengar. Manajer Marketing bertugas meningkatkan pendapatan stasiun radio dengan mengatur penjualan jam siaran komersial (Air Time) atau mencari iklan. Manajer Teknik bertanggung jawab atas bekerjanya semua peralatan stasiun (radio tools), termasuk saat siaran jarak jauh.

b) Program Director

Tanggung jawab Program Director adalah membuat jadwal siaran, mengatur format siaran, pengatur staff penyiar sesuai dengan program dan jadwal yang dibuat, memantau siaran, mengontrol kualitas program siaran.

c) Music Director

Bertanggung jawab atas boleh tidaknya sebuah lagu diputar oleh penyiar, promo album dari sebuah perusahaan rekaman dan berkoordinasi dengan PD selaku atasannya.

d) News Director

Bertugas menangani berita atau informasi yang harus disampaikan oleh penyiar dan memilih tema-tema yang akan dibicarakan antara penyiar dan pendengar.

e) Producer

Producer atau pengarah acara adalah orang yang khusus menangani suatu program siaran, dia yang menentukan materi siaran, siapa penyiarnya, siapa narasumbernya (jika perlu) dan memastikan kesiapan orang, bahan, peralatan, daftar lagu yang akan diputar saat siaran. Producer berkewajiban menggali ide-ide kreatif untuk mengembangkan program siaran yang menjadi tanggungjawabnya dan ia bertanggungjawab kepada Program Director selaku atasan langsungnya.

f) Reporter/Penyiar

Reporter sering juga disebut penyiar. Berdasarkan tugasnya juga sering disebut announcer. Seorang reporter juga memiliki tugas sebagai seorang jurnalis yaitu mencari, mengolah dan menyiarkan berita. Bagaimana menjadi jurnalis radio dan bagaimana kemampuan yang diharapkan. Berikut ini bahan kutipan untuk memberi pengetahuan jurnalistik radio sebagai berikut.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darmanto. 2011. Televisi sebagai Media Pendidikan. Banjarmasin: Pustaka Pelajar.
- Darwanto. 2005. Televisi sebagai Media Pendidikan. Jakarta: Kencana, Cet. I.
- Devito, J. A. 1982. Communicology: an Introduction to Study of Communication. Edisi II; New York: Harper & Row Inc.
- Effendy, O. U. 1986. Dimensi-dimensi Komunikasi. Bandung : Mandar Maju.
- Effendy, O. U. 1990. Radio siaran teori dan Praktek. Bandung: Mandar Maju
- Effendy, O. U. 1991. Radio siaran teori dan praktek. Bandung : Mandar Maju.
- Effendy, O. U. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ius, A dan Triartanto, A. 2010. Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.
- Masduki. 2001. Jurnalistik radio: menata profesionalisme reporter dan penyiar. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Masduki. 2001. Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Masduki. 2005. Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta: LKIS, Cet. II.
- Masduki. 2007. Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal. Yogyakarta: LKIS, Cet. I.
- Masduki. 2015. Menjadi Broadcater Profesional. Yogyakarta: Pustaka Popular LKIS Yogyakarta.
- Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Kencana.
- Mufid, M. 2005. Komunikasi dan Regulasi Penyiaran. Jakarta: Kencana, Cet. I.
- Olii, H. 2006. Reportase Radio. Jakarta: Indeks.
- Pasal 16 dalam Undang – Undang Penyiaran No.32 Tahun 2002.
- Rachmiatie, A. 2007. Radio Komunitas, Eskalasi Demokratisasi Komunikasi. Bandung: PT Remadja Rosda Karya.

Siregar, A. 2001. Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio. Yogyakarta: LP3Y.

Syamsul, A dan Romli, M. 2009. Dasar-dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.

Taufik, M. T. 2008. Etika Komunikasi Islam. Bandung: Sahifa.

Theo, S. 1997. The Profesional Radio Presenter. Yogyakarta: Kanisius.

Vivian, J. 2008. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Kencana.