

TUGAS AKHIR
LAPORAN AKTIVITAS MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)

PROSES PENYIARAN PROGRAM
INDONESIA TREN MUSIK DI RADIO
FAJAR 89,3 FM



INDARI MASTUTI RESMIATI
1810121018

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

**PROSES PENYIARAN PROGRAM INDONESIA
TREN MUSIK DI RADIO FAJAR 89,3 FM**



Diajukan Sebagai Laporan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM)
pada RADIO FAJAR 89,3 FM Tahun 2022

**INDARI MASTUTI RESMIATI
1810121018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

TUGAS AKHIR
PROSES PENYIARAN PROGRAM INDONESIA TREN MUSIK DI RADIO
FAJAR 89,3 FM

Disusun dan Diajukan Oleh

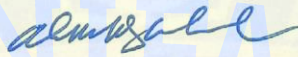
INDARI MASTUTI RESMIATI

1810121018

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 26 Februari 2022

Pembimbing



Dr. Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial

Universitas Fajar

Makassar



Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

TUGAS AKHIR

PROSES PENYIARAN PROGRAM INDONESIA TREN MUSIK DI RADIO FAJAR 89,3 FM

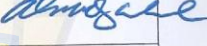
Disusun dan diajukan oleh

INDARI MASTUTI RESMIATI

1810121018

Telah dipertahankan dalam sidang ujian MBKM Akhir / Skripsi
Pada tanggal 26 Februari 2022 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

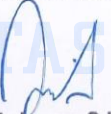
Menyetujui,
Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Ketua	
2	Dr. Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom	Sekretaris	
3	Drs. Ibnu Qayyim Na'iem, M.Si	Anggota	
4	Akbar Abu Thalib, S.I.Kom., M.I.Kom	Anggota	

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial

Universitas Fajar


Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

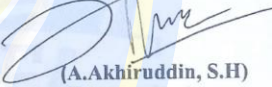
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Indari Mastuti Resmiati
Nomor Stambuk : 1810121018
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Konsentrasi : Program S1 / Broadcasting
Universitas : Universitas Fajar Makassar
Judul Laporan KKL
Musik : **Proses Penyiaran Program Indonesia Tren
di Radio Fajar 89,3 FM**

Penanggung Jawab MBKM

Pembimbing Lapangan MBKM


(Dr. Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom)


(A. Akhiruddin, S.H)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Fajar

Makassar


UNIVERSITAS FAJAR
DEKAN FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
(Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom)

LEMBAR PENILAIAN

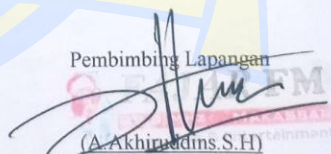
Nama : Indari Mastuti Resmiati
 Nomor Stambuk : 1810121018
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Jenjang Konsentrasi : Program S1 / Broadcasting

No	Jenis Penilaian	Hasil		Keterangan
		Angka	Huruf	
1.	Wawasan	98	A	
2.	Kompetensi Keilmuan	98	A	
3.	Inisiatif	98	A	
4.	Disiplin	95	A	
5.	Tanggung Jawab	99	A	
6.	Tata Krama dan Hubungan Internal Sesama Income	99	A	
7.	Kehadiran	95	A	
Rata-rata		97	A	

Keterangan Nilai :

85 <= A 81-84 = A- 80-76 = B+
 71-75 = B 70-66 = B- 65-61 = C+
 60-51 = C 50-46 = D <45 = E

Pembimbing Lapangan


 (A. Akhmad S.H.)

UNIVERSITAS FAJAR

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indari Mastuti Resmiati

Nim : 1810121018

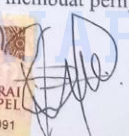
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir MBKM yang berjudul **PROSES PENYIARAN PROGRAM INDONESIA TREN MUSIK DI RADIO FAJAR 89,3 FM** adalah murni karya ilmiah saya, dan sepanjang pengetahuan saya di dalam tugas akhir MBKM ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perusahaan tinggi, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam tugas akhir MBKM ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiaris, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 26 Februari 2022

Yang membuat pernyataan


Indari Mastuti Resmiati



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan laporan magang program MBKM ini dengan tepat waktu. Adapun judul laporan ini berjudul ***“Proses Penyiaran Program Indonesia Tren Musik di Radio Fajar 89,3 FM”***. Laporan ini merupakan syarat dalam menyelesaikan gelar Strata 1(S1) Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar melalui program MBKM.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan masukan, membimbing, materi mengarahkan, serta memberikan dukungan moral selama proses penyelesaian laporan ini. Pertama-tama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesabaran kepada penulis selama melaksanakan program MBKM yang berlangsung selama 16 minggu, juga selama proses penulisan laporan ini.

Tak lupa pula penulis berterima kasih kepada orang tua Ibu tersayang Wa Rusda dan Bapak Muhammad Nasir serta keluarga yang selalu memberikan support dan dukungan kepada penulis, hingga laporan ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muliyadi Hamid, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Fajar
2. Dr. Hj.Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial Universitas Fajar
3. Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi

4. Dr. Nur Alim Djalil. S.Sos. M.I.Kom, selaku Pembimbing laporan MBKM yang memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan MBKM ini
5. A.Akhiruddin S.H, selaku Pembimbing Lapangan tempat penulis melaksanakan kegiatan magang MBKM
6. Kepada pimpinan & staf Fajar TV & Fajar 89,3 FM yang telah menerima saya dengan baik untuk melakukan kegiatan magang di kantor.
7. Kepada kakak senior Vian Puang yang selalu memberikan support kepada penulis
8. Teman-Teman seperjuangan yang melaksanakan program magang (MBKM) di Radio Fajar 89,3 FM.
9. Kepada seluruh teman-teman Komunikasi Angkatan 2018, yang telah memberikan penulis dukungan selama menjalani program magang di Makassar
10. *I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work, I want to thank me for not having days off, I want to thank me for being me all the time.*

Laporan MBKM ini masih sangat jauh dari kata sempurna meskipun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Kesalahan-kesalahan pada laporan ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan ini.

Makassar, 12 Januari 2022

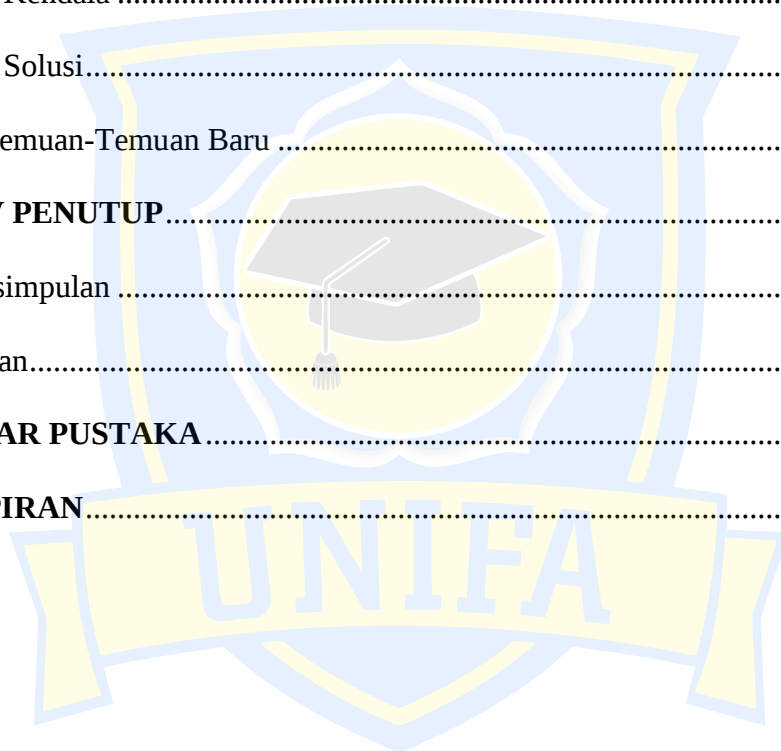
Indari Mastuti Resmiati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGUJI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PENILAIAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penulisan.....	4
1.3 Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Komunikasi	6
2.1.1 Definisi Komunikasi	6
2.1.2 Gangguan Komunikasi.....	7
2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi	8
2.1.4 Komunikasi Organisasi	11
2.2 Media Massa	12
2.2.1 Jenis-Jenis Media Massa	13
2.2.2 Fungsi Media Massa	15
2.2.3 Efek Media Massa.....	17

2.3 Radio	18
2.3.1 Sejarah Radio	18
2.3.2 Pengertian Radio	20
2.3.3 Karakteristik Radio Sebagai Media Massa	21
2.3.4 Lembaga Penyiaran Radio	23
2.3.5 Fungsi Radio	25
2.3.6 Dinamika Penyampaian Informasi Melalui Radio	27
2.4 Program Siaran Radio	32
2.4.1 Jenis-Jenis Program Siaran	32
2.4.2 Strategi Programing	36
2.4.3 Fungsi Programing Radio	37
2.4.4 Ciri Khas Siaran Radio	39
2.5 Penyiar	43
2.6 Proses Produksi Siaran Radio	45
BAB III Gambaran Umum Perusahaan	46
3.1 Profil Radio Fajar 89,3 FM	46
3.2 Sejarah Radio Fajar 89,3 FM	47
3.3 Visi Dan Misi Radio Fajar 89,3 FM	48
3.4 Struktur Organisasi	51
3.5 Rincian Kerja	52
3.6 Fasilitas Radio Fajar 89,3 FM	55
3.7 Klasifikasi Radio Fajar 89,3 FM	58
BAB IV Hasil Kegiatan	62

4.1 Waktu Dan Lokasi Magang Merdeka Belajar.....	62
4.2 Tugas Utama Dan Tambahan.....	62
4.2.1 Tugas Utama	62
4.2.2 Tugas Tambahan	67
4.3 Kendala Dan Solusi.....	70
4.3.1 Kendala	70
4.3.2 Solusi.....	71
4.4 Temuan-Temuan Baru	72
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	96



UNIVERSITAS FAJAR

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sasaran Pendengar Radio Fajar 89,3 FM	59
Tabel 2.2 Komposisi Siaran Radio Fajar 89,3 FM.....	60
Tabel 2.3 Program Siaran Radio Fajar 89,3 FM	61
Tabel 3.1 Struktur Organisasi Fajar TV & Fajar FM.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Radio Fajar 89,3 FM.....	46
Gambar 3.2	Studio Radio Fajar 89,3 FM.....	55
Gambar 3.3	Studio Dubbing Radio Fajar 89,3 FM.....	56
Gambar 4.1	Aplikasi Winamp.....	64
Gambag 4.2	Playlist Indonesia tren musik.....	65
Gambar 4.3	Voice Over	67
Gambar 4.4	Link Download Music.....	68
Gambar 4.5	Mengoperasikan Audio Mixer	69
Gambar 4.6	Berita Fajar.co.id	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Surat Pengesahan dan Penilaian
2. Log Book Merdeka Belajar Kampus Merdeka
3. Foto Dokumentasi Selama Magang Program MBKM



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang begitu pesat saat ini memudahkan kita dalam segala hal salah satunya dilihat dari sudut pandang media yang juga begitu berkembang pesat hingga mampu menyediakan apapun terutama informasi kepada khalayak, maka hal ini yang menjadikan masyarakat bergantung kepada media dalam memperoleh informasi. Informasi-informasi yang dibutuhkan ini mencakup berbagai macam jenis informasi baik dari dunia hiburan, olahraga, pendidikan dan masih banyak lagi.

Media massa berdasarkan sifat fisiknya terbagi menjadi tiga yaitu media cetak, media elektronik dan media digital dengan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan secara cepat, aktual dan terpercaya. Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang masih bertahan sampai saat ini dengan perannya menyampaikan informasi kepada khalayak. Radio tergolong dalam media massa elektronik yang cukup tua dan sudah cukup dikenal jauh oleh masyarakat tak heran jika radio merupakan salah satu media massa yang populer diseluruh dunia meskipun banyak media-media baru yang hadir di tengah-tengah kita.

Radio masih terus bertahan bahkan berkembang begitu pesat hingga sekarang dengan berbagai inovasi-inovasi yang dilakukan oleh setiap pengelola stasiun radio demi mempertahankan fungsi radio yaitu sebagai media perantara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Radio sebagai media informasi dan hiburan dimana radio yang ada dibenak kita identik dengan musik. Ciri khas dari radio

sendiri yang hanya mengudarakan suara tanpa gambar menjadi daya tarik tersendiri ditunjang dengan keunikan gaya Bahasa penyiaranya dari setiap stasiun radio. Menjalankan fungsinya sebagai media dan juga hiburan kepada khalayak mengakibatkan radio mendapat julukan *the fifth estate*.

Radio siaran diberi julukan *the fifth estate* disebabkan adanya kekuatan tersendiri dari radio yang disebabkan dapat memberi pengaruh kepada khalayak yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: bersifat langsung dalam menjangkau khalyak/pendengar, isi program yang selalu mampu memikat setiap khalayak yang mendengarkan, tindak mengalami proses kompleks dalam penyampaian isi dari program. Dari kekuatan ini untuk sampai pada proses siaran harus dengan adanya alat-alat yang menunjang selama proses siaran dan penyiaranya.

Kekuatan lain dengan jarak yang tak terhingga yang mampu menembus rintangan dan jarak, sejauh apapun sasaran yang akan dituju oleh radio bukan sebuah tantangan bagi radio dikarenakan radio mampu menjangkau semua itu. Meskipun radio saat ini memiliki bvanyak saingan, namun radio akan tetap memiliki daya tarik tersendiri ditelinga pendengar. Daya tarik kekuatan yang dimiliki radio ini yang bersifat hidup dikarenakan mengandung 3 unsur seperti dibawah ini: musik,kata-kata dan efek suara (*sound effect*).

Radio Fajar 89,3 FM merupakan salah satu radio swasta yang ada di kota Makassar yang telah mengudara kurang lebih selama 16 tahun di tahun 2002 mendapat izin siaran, pemancar dan lainnya. Kemudian bergabung dan menyewa tempat di RRI. Di tahun 2004 Radio Fajar 89,3 FM m,endapat surat izin penyiaran dan pindah kantor di jalan racinng senter dan di tahun 2006-2015 kembali pindah

lokasi siaran di Grana Pena ln. 3 jl Urhip Sumoharjo. Pada tahun 2016 kembali pindah lokasi di ln. 2 Graha Pena. Pada tanggal 1 Januari 2016 hingga saat ini Radio Fajar bergabung atau bekerja sama dengan Fajar TV sesuai dengan keputusan direksi.

Sejak awal perkembangannya sampai sekarang menetapkan *positioningnya* sebagai *News, Talk & Entertainment* dengan sasaran pendengar dari usia 18-50 tahun sesuai dengan *tagline* yang diusungnya, yaitu “Musik dan informasi”. Karakteristik pendengar Radio Fajar 89,3 FM adalah mereka yang tertarik dengan musik juga informasi, selalu mengikuti perkembangan terbaru (*up to date*), dan *smart* oleh karena itu Radio Fajar 89,3 FM selalu memberikan informasi berita terbaru lintas daerah maupun dunia hiburan. Program-program yang disajikan untuk pendengar pastinya tidak kalah menarik.

Salah satu program menarik yang ada di Radio Fajar 89,3 FM ialah “Program Indonesia tren musik”. Program Indonesia tren musik di Radio Fajar 89,3 FM merupakan salah satu program yang disiarkan setiap hari Senin-Sabtu mulai pukul 13.00-16.00 Wita. Jadi bisa dilihat program Indonesia tren musik mengudara selama 4 jam setiap hari Senin-Sabtu. Yang membedakan program ini dengan program yang lain adalah program ini memutar musik-musik tren dari Indonesia, dengan genre musik pop. Musik-musik yang diputar yakni musik dari tahun 2016 hingga saat ini. Dengan segmentasi pendengarnya dari usia 18-29 tahun.

Proses penyiaran tidak terlepas dari seorang penyiar. Penyiar ikut berperan dalam proses *on air* radio mulai dari tahap produksi hingga pasca produksi. Penyiar akan menyiapkan dan memastikan semua hal yang dibutuhkan tersedia agar pada

saat proses *on air* berjalan lancar sesuai dengan harapan juga kemahiran dan keahlian penyiar lainnya dalam mengelola siaran baik dari pembawaan program maupun dalam melakukan siaran sehingga banyak diminati pendengar.

Dalam pelaksanaan program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) penulis ditempatkan di Radio, dengan beberapa tugas yaitu, membuat *playlist* musik untuk program Indonesia tren musik, *mendownload* musik, mengoperasikan audio mixer, dan penulis pernah mengisi suara iklan produk Marck Venus.

1.1 Tujuan Penulisan

Laporan magang program MBKM ini bertujuan untuk menggambarkan aktivitas yang dilakukan selama melakukan magang di Radio Fajar 89,3 FM Makassar. Adapun tujuan dilaksanakan penulisan laporan MBKM ini antara lain sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bagaimana proses penyiaran program Indonesia tren musik pada radio Fajar 89,3 FM
2. Menjelaskan gambaran program Indonesia tren musik
3. Menyampaikan aktifitas yang dilakukan penulis selama Magang di Radio Fajar 89,3 FM
4. Menyampaikan temuan baru penulis selama Magang di Radio

1.2 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan laporan program MBKM ini adalah

1. Penulis mampu membagi informasi terkait proses kerja yang terjadi di salah satu media massa khususnya Radio Fajar 89,3 FM di Makassar lebih khususnya bagaimana *Proses penyiaran program Indonesia Tren Musik di Radio Fajar 89,3 FM*.
2. Penulis dapat memberikan saran kepada Radio Fajar 89,3 FM



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan interaksi antara dua orang atau lebih dengan maksud ada informasi yang ingin disampaikan atau pertukaran melalui media atau secara langsung dengan maksud mencaapai tujuan bersama.

Proses pertukaran pesan ini melibatkan adanya juga pertukaran simbol atau tanda baik secara verbal nonverbal, keduanya dengan maksud membangun hubungan kebersamaan yang lebih mendalam antara pihak-pihak yang melakukan kegiatan komunikasi. Juga tidak jarang bisa terjadi kesalahan pada penerima dalam menerima pesan yang diterimanya. Istilah dalam dunia komunikasi adalah *mis komunikasi* yang atinya kesalahpahaman dalam menerima informasi.

Secara terminologi, “para ahli komunikasi memberikan beberapa pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing. Beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan oleh para ahli” (Vardiansyah, 2008):

1. Jenis dan Kelly menyebutkan “komunikasi adalah suatu proses melalui mana seorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
2. Berelson & Stainer menyebutkan “komunikasi adalah satu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain”.

3. Gode menyebutkan “komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki dua orang atau lebih”.
4. Brandlun menyebutkan “komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif mempertahankan atau memperkuat ego”.

Dari pengertian oleh para ahli ini juga dapat disimpulkan komunikasi terjalin antara dua orang atau lebih dan dengan maksud ada pesan, baik komunikasi yang terjadi secara verbal maupun nonverbal. Dengan maksud untuk mencapai tujuan Bersama.

2.1.2 Gangguan Komunikasi

Sering disebut dalam dunia komunikasi dengan istilah *mis komunikasi* atau gangguan-gangguan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai hal seperti yang kita ketahui proses komunikasi yang terjadi bisa antara dua orang atau lebih, oleh karena itu tidak jarang terjadi *mis komunikasi*. Terdiri dari dua orang yang berbeda, maka sudah pasti dengan perspektif yang berbeda pula. Dan hal ini tentunya akan menghambat proses komunikasi.

Harapan dari setiap komunikator ialah setiap pesan yang disampaikan mampu tersampaikan dan diterima dengan baik oleh penerima namun hal ini tidak selalu berjalan sesuai keinginan tentu ada saja beberapa hambatan yang dapat mengganggu proses komunikasi agar dapat berlangsung secara efektif. Hambatan-hambatan tersebut dapat kita jadikan sebagai pertimbangan baik sebelum atau selama proses komunikasi itu berlangsung.

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur atau elemen adalah bagian-bagian yang bisa membentuk sebuah *body* (badan) contohnya tidak dikatakan sebuah rumah yang sempurna jika tidak memiliki unsur-unsur sebagai berikut: atap, dinding, lantai, dan sebagainya. semua ini bagian dari elemen untuk menjadi sebuah rumah yang sempurna. Begitu juga dalam dunia komunikasi memiliki unsur atau elemen didalamnya dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang dalam berkomunikasi. Komunikasi akan berjalan lancar jika terdapat unsur-unsur bagaimana halnya dengan unsur pada rumah.

Berikut beberapa unsur-unsur komunikasi yakni:

1. Sumber (*Source*)

Dalam proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih terjadi pertukaran pesan didalamnya dengan berbagai sumber. Sumber juga dapat diperoleh bisa dari satu orang atau kelompok, seperti kelompok organisasi atau lain sebagainya.

2. Pesan (*Message*)

Proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan dengan tujuan menyampaikan pesan, dengan berbagai ekspresi mulai dari pesan yang disampaikan secara verbal maupun nonverbal atau pesan yang disampaikan dengan tatap muka atau melalui media komunikasi. Isi pesan beragam mulai dari hiburan, informasi, ilmu pengetahuan, nasehat, kritikan, propaganda dan lain sebagainya. Biasanya isi pesan yang diterima oleh setiap komunikan tidak selalu sama, tergantung pribadi masing-masing mencerna dan memahami isi pesan yang

disampaikan.

3. Media (*Channel*)

Dalam proses komunikasi tentu memerlukan media sebagai perantara, media komunikasi seperti yang kita ketahui ada media cetak, media elektronik dan media online. Media-media diatas adalah perantara dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Ada beberapa pendapat tentang saluran atau media dengan berbagai bentuk salah satu contohnya adalah komunikasi interpersonal dimana panca indera berperan sebagai media massa disini.

Selain indera manusia, terdapat saluran komunikasi seperti telepon dan telegraf, termasuk dalam media komunikasi interpersonal. Media merupakan salah satu unsur dari komunikasi massa dimana media berperan sebagi perantara atau penghubung dari pengirim kepada penerima. Informasi yang disuguhkan bersifat luas, dan mampu, dibaca, didengar oleh semua orang. Ada dua jenis media dalam komunikasi massa ialah media cetak dan media elektronik.

Media cetak seperti koran, majalah, buku, booklet, stiker, pengumuman, diposter, spanduk, dan lain sebagainya. Sementara itu media elektronik meliputi: radio, film, televisi, rekaman radio, komputer, rekaman, dan lain sebagainya.

Media massa online merupakan sarana atau juga yang biasa disebut sebagai perantara oleh komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan. Media massa online ini dengan berbagai keunggulannya namun juga tidak terlepas dari kelemahan-kelemahan yang juga dimiliki oleh media massa online ini. Salah satu keunggulan dari media massa online saat ini mudah di akses dan cukup memiliki *handphone* kita sudah dapat membaca berita/informasi melalui *handphone* yang

selalu kita bawa kemana-mana dan bahkan banyak yang menyediakan portal berita secara online.

4. Penerima (*Receiver*)

Ketika proses komunikasi terjadi ada pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator maka penerima merupakan sasaran tujuan pesan yang dikirim oleh sumber, atau komunikator. Penerima bisa terdiri dari satu atau beberapa orang baik dalam bentuk organisasi, khalayak, atau sasaran tertentu. Penerima dalam Bahasa Inggris disebut dengan istilah *audience* atau *receiver*.

Dalam proses komunikasi tersebut ternyata kehadiran penerima menjadi alasan kehadiran narasumber, dan pesan tidak akan tersampaikan tanpa penerima. Penerima merupakan faktor terpenting dalam proses komunikasi karena merupakan tujuan komunikasi. Jika pesan tidak sampai ke penerima, dapat menyebabkan beberapa masalah atau dalam istilah komunikasi yang sering kita kenal adalah *mis komunikasi* atau kesalahpahaman yang bisa saja terjadi baik itu dari segi sumber, pesan, atau format.

5. Efek

Dalam proses komunikasi tentunya ada efek yang diakibatkan dari pesan yang disampaikan kepada komunikan/khalayak pengaruh bisa terjadi pada beberapa hal yang disebabkan penerima adanya perubahan baik dari segi sikap, tindakan atau tingkah laku.

6. Tanggapan Balik

Pada umumnya istilah dalam bahasa Inggris ialah *feedback*, dimana ini merupakan suatu tindakan dari seorang komunikan setelah menerima pesan.

Namun sebenarnya unsur balik juga bisa berasal unsur lain seperti pesan dan media atau bahkan, tak jarang pada pesan yang bahkan belum sampai kepada penerima misalnya, perubahan konsep surat yang mungkin terdapat beberapa kesalahan yang perlu diperbaiki sebelum sampai kepada penerima (komunikasikan).

7. Lingkungan

Faktor lingkungan mencakup banyak faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Faktor lingkungan dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu lingkungan material, lingkungan sosial budaya, dimensi psikologis, dan dimensi waktu.

2.1.4 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang berlangsung dalam sebuah organisasi atau kelompok dengan harapan memiliki tujuan yang sama. Penyampaian pesan dalam organisasi terdiri lebih dari dua orang oleh karena itu akan banyak perspektif atau perbedaan pendapat oleh setiap pelaku komunikasi yang melakukan pertukaran pesan tersebut. Menurut Redding dan Sanborn “komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks”.

Yang termasuk dalam bidang ini seperti komunikasi internal yang melibatkan hubungan manusia, bisa dari komunikasi yang melibatkan atasan dan bawahan juga sebaliknya. Dapat disimpulkan komunikasi organisasi yang terjadi dalam organisasi dilihat dari perspektif internal itu adalah komunikasi dari orang

yang memiliki level tinggi/jabatan tinggi dalam organisasi tersebut.. Sedangkan Muhammad (2007) menyimpulkan “keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan menulis dan komunikasi evaluasi program”.

Secara sederhana komunikasi organisasi dipahami sebagai suatu proses komunikasi yang terjadi dengan tujuan untuk mengalihkan informasi dari seseorang/kelompok kepada kelompok lainnya yang bersifat formal atau yang dimaksud dengan formal ini ialah adanya jaminan fasilitas dalam unsur-unsur komunikasi dan proses kerja unsur-unsur tersebut. Simamora, P. R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Yayasan Kita Menulis

2.2 Media Massa

Media massa merupakan sarana dalam berbagai bentuk penyampaian kepada khalayak, baik itu berupa informasi, berita, hiburan atau lain sebagainya. Media massa sudah begitu erat kaitannya dengan kita bagaimana tidak, ditunjang dengan banyaknya manfaat yang diberikan media massa tersebut. Media massa memiliki pengertian yang berbeda dari setiap jenis Bahasa dalam bahasa Latin ialah *medius* yang artinya sebagai perantara atau pengantar sedangkan menurut bahasa Inggris *medium* dengan arti tengah atau rata-rata. Para ahli mengartikan media sebagai sebuah alat penghubung, dimana menghubungkan antara si penyampai pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). Zuhri, S., (Fajriah, N., Wibowo, R. T. H., Prakoso, A. A. D., Indriani, R. O., Windari, A. T., ... & Yogita, K. Y. (2020). *Teori Komunikasi Massa*)

2.2.1 Jenis-Jenis Media Massa

Media massa memiliki pengertian yang cukup luas. Media massa dapat diartikan sebagai bentuk media atau sarana komunikasi untuk mempublikasikan dan menyalurkan informasi ataupun informasi kepada masyarakat. Terlepas dari informasi yang disampaikan oleh setiap media. Media ini akurat atau tidak, kembali lagi kepada pembacanya yang mampu menyaring semua informasi yang didapatnya. Tidak menerima mentah-mentah informasi yang didapatkan, juga mampu mencari dari sumber-sumber yang akurat agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menerima pesan.

Berdasarkan sifat fisiknya, media massa dapat diklasifikasikan dalam 3 kelompok besar sebagai berikut:

- a. Media cetak, seperti surat kabar, majalah buku dan lain-lain
- b. Media elektronik seperti, radio, film, televisi, video dan rekaman audio
- c. Media digital, seperti CD RoM, DVD dan rekaman audio.

1. Media Cetak

Media cetak merupakan bagian dari media massa yang memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada khalayak (penerima). Media massa meliputi buku koran, taloid, brosur dan masih banyak lagi. Saat ini keberadaan media cetak sudah tidak sefamiliar dulu akibat perkembangan teknologi digital dan bisa dilihat saat ini pembaca lebih memilih budaya *watching* dibandingkan *reading*. Oleh karena itu media cetak harus mampu untuk mengambil perannya kembali sebagai media penyampaian informasi.

2. Media Elektronik

Seperti yang kita ketahui media elektronik seperti, radio, televisi dan lain sebagainya yang berperan dalam penyampaian pesan kepada khalayak, dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Perangkat-perangkat ini dapat menyampaikan pesan melalui audio, audio visual, dan konten online. Salah satu kelebihan dari media elektronik ialah yang mudah diakses dan waktu siaran yang teratur baik mingguan maupun bulanan dengan waktu publikasi selama 24 jam sehari yang memudahkan kita mengakses berita teraktual. Hal lain dari media elektronik sebagai media promosi bagi pebisnis misalnya yang ingin mengiklan produknya dapat menggunakan jenis media tersebut.

3. Media Digital

Berbagai macam jenis media digital yang ada disekeliling kita seperti musik rekaman, CD RoM. Saat ini musik rekaman sangat sedikit masyarakat yang menjadikan musik rekaman sebagai media masa menurut teori dan penelitian. Mungkin karena pengaruhnya yang tidak begitu jelas. Contohnya rekaman musik bahkan tidak memiliki label yang sesuai untuk menggambarkan berbagai perwujudan media, meskipun istilah fonogram telah disarankan untuk media, termasuk musik yang diakses melalui pemutar kaset, pemutar CD, VCR, radio, kabel, dan sejenisnya.

Mungkin saat ini masyarakat banyak yang sudah tidak lagi menggunakan media cetak bahkan perlahan media elektronik pun mulai kurang beredar. Hal ini dikarenakan adanya internet yang semakin canggih dan mudah diakses kapanpun dan dimanapun dengan bantuan ponsel juga fitur teknologi yang semakin canggih

dari masa ke masa. Juga pada media massa online kita dapat mengakses apapun bahkan di media online kita bisa menemukan jenis media cetak dan elektronik namun hanya hanya saja bentuknya berupa media online contohnya ketika dapat membaca berita di portal online dan juga menonton saluran televisi secara online.

2.2.2 Fungsi Media Massa

Fungsi media massa media massa bagi masyarakat merupakan sumber terpenting dikarenakan banyak sekali fungsi di antara lain:

1. Menginformasikan

Media massa memiliki fungsi menginformasikan, mengapa demikian sudah jelas di zaman yang serba canggih ini kita mudah mengakses informasi kapan dan dimanapun hanya dengan bermodalkan *handphone*. Media massa yang mampu menyediakan berita yang bersifat lokal, nasional maupun internasional kepada khalayak luas berita tersebut bisa meliputi berbagai bidang contohnya bidang sosial, ekonomi, politik, budaya, kesehatan maupun olahraga. Dan ini sangat membantu khalayak demi kebutuhan informasi.

2. Menghibur

Media merupakan sumber hiburan karena menyediakan game, film, musik dan lain-lain yang bersifat menghibur agar penggunaanya tidak jenuh. Hiburan-hiburan

yang ada di media bisa membantu mengurangi rasa capek jika menjalani hari yang panjang dengan begitu berat.

3. Mendidik

Media merupakan sumber pendidikan karena banyak menyediakan ilmu pengetahuan yang berbentuk *ebook*, jurnal dan lain sebagainya. Sangat membantu siapapun misalnya untuk mereka yang sedang menjajaki dunia pendidikan dapat dengan mudah mengakses mata pelajaran pada *ebook* atau hal lain yang dapat membantu proses belajar.

4. Meyakinkan

Media merupakan sumber untuk meyakinkan khalayak yaitu dengan Contoh sebuah iklan yang akan menggerakkan suatu tindakan membeli produk tersebut. Tidak hanya meyakinkan terhadap iklan seperti barang, namun juga dalam hal lain, yang bisa menambah wawasan kepada khalayak.

5. Pemersatu

Media merupakan sumber pemersatu satu khalayak dengan contoh adanya komunitas dengan kesamaan hobi maupun komunitas-komunitas lainnya, dengan adanya komunitas ini, maka anggota dari komunitas yang dibentuk ini pastinya berasal dari berbagai daerah, baik itu luar kota maupun dalam kota.

6. Berbisnis

Media juga bisa untuk melakukan bisnis dengan cara yang efektif melalui online tanpa harus membuat lokasi bisnis contohnya saat ini sudah banyak sekali cara yang memudahkan kita untuk mendapatkan segala sesuatunya. Salah satunya adalah

“berbelanja online” semua saat ini sudah bisa diakses secara online mulai dari makanan, pakaian, dan kebutuhan hal ini sudah sangat mudah untuk didapatkan.

2.2.3 Efek Media Massa

Media dalam komunikasi massa pasti ada elemen efek. Media efek terbagi menjadi 3 yakni:

1. Efek Kognitif

Akibat dari penerima sendiri sebagai informasi meliputi peningkatan kesadaran belajar dan peningkatan pengetahuan karena semuanya mudah diakses.

2. Efek Afektif

Tidak hanya pemahaman terhadap informasi, tetapi juga harapan untuk merasakan yang berkaitan dengan emosi, perasaan dan sikap terhadap sesuatu, menjadi lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan.

3. Efek *Behavior*

Ilah akibat pada khalayak, terbentuknya suatu tingkah laku atau kegiatan yang disebabkan dari niat hingga menjadi suatu kebiasaan yang mengarah ke arah positif atau negative, tergantung pelaku komunikasinya.

2.3 Radio

2.3.1 Sejarah Radio

Radio merupakan salah satu teknologi yang mampu menyiarkan transmisi melalui gelombang udara di udara. Di tahun 1896, Guglielmo Marconi menemukan *wireless telegraf* yang menggunakan gelombang radio untuk mengirimkan pesan

dalam bentuk kode Morse. Marconi juga akhirnya mendirikan perusahaan pengirim pesan untuk kedatangan dan keberangkatan kapal, mendirikan stasiun pemancar dan penerima, terutama di tempat-tempat yang tidak terjangkau oleh kabel telegraf, dan kemudian juga mendirikan pabrik perakitan dan pemasok peralatan radio, yang dikuasai.

Pada tahun 1913, Radio Marconi mendominasi bisnis Eropa, bisnis radio di Eropa, dan bisnis radio di Amerika Serikat, artinya penggunaan radio untuk keperluan bisnis transportasi, di utara, menerima pesan SOS dalam bentuk Kode Morse untuk semua orang. Pemerintah AS akhirnya turun tangan di akhir tahun itu, bahkan mengumumkan Radio Act 1912 tentang regulasi gelombang udara yang kewenangannya diberikan pada departemen perdagangan.

AS telah memainkan peran penting dalam sejarah media massa radio karena teknologi baru dikembangkan dan disebarluaskan di negara ini ketika AS memproduksi contoh pertama penggunaan radio untuk tujuan komersial seperti yang kita lakukan saat ini. Dalam sejarah radio, kita harus melihat ke Eropa, khususnya tradisi radio Inggris berbeda dengan radio Amerika Serikat.

Perang Dunia I Pada tahun 1920, setelah masa damai dan pemulihan perdamaian dunia, gelombang radio berada di bawah kendali militer AS, yang mengembalikan kendali radio kepada warga sipil, dan Frank, seorang teknisi Westinghouse, memulai jadwal siaran Radio pertama di dunia menggunakan jadwal siaran tetap. Siaran ini menarik minat publik dan disiarkan secara luas di surat kabar. Tahap pertama membuka langkah selanjutnya Department Store di Lantans memutuskan untuk menjual radio secara besar-besaran agar orang bisa menangkap

siaran.

Conrad Westinghouse menyadari potensi tersebut dan mendirikan stasiun radio pertama di dunia, dengan 100.000 radio terjual pada tahun 1922 melonjak menjadi 500.000 pada tahun 1923. Tidak butuh waktu lama untuk menempatkan radio pada list daftar belanja ibu-ibu rumah tangga Amerika yang harus dibeli.

Tujuan awal mendirikan stasiun radio adalah untuk menjual sebanyak mungkin perangkat radio namun, dalam kombinasi dengan berbagai siaran radio, orang-orang membuka mata mereka, toko ritel besar menggunakan radio untuk iklan, jurnalis melihat peluang baru di media, sekolah dan gereja melihat potensi pendidikan yang besar, industri musik melihat yang baru hiburan dan potensi ekonomi, pemerintah dan politisi melihat sarana propaganda terbaru yang kuat.

Masalahnya, pendengar radio AS harus membayar pajak atas biaya stasiun radio yang diproduksi oleh radio AS. Radio di AS berhenti membebani pendengarnya pada tahun 1922 setelah sistem pendanaan iklan baru ditemukan. Di sinilah sistem jual beli *airtime* untuk pengiklan lahir. Dari sinilah muncul arah baru dalam bisnis radio, yang artinya Radio kita lahir di era komersialisasi dan penyiaran.

Radio Inggris berada di jalur yang relatif berbeda, dan pendengar masih membayar pajak di radio (ada beberapa pajak yang dibebankan ke radio). Pendanaan ini akan mendanai radio untuk memisahkannya dari kepentingan pemerintah dan sektor swasta, seperti pengiklan *British Broadcasting Corporation*, juga dikenal sebagai BBC, yang masih ada untuk mempertahankan standar tinggi manajemen informasi dan hiburan. (Mukhtar, Y. K. 2018).

2.3.2 Pengertian Radio

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara. Juga merupakan salah satu media massa elektronik yang juga berperan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Keberadaan penyiar yang berada jauh dari pendengar dimana penyiar yang berada di dalam studionya dan pendengar dengan jarak yang tidak ditentukan dan uniknya salah satu cara radio mengarahkan pendengar adalah dengan menggambarkan pesan dalam bahasa yang diucapkan oleh penyiar untuk menjalin hubungan antara pengirim pesan (penyiar) dan penerima pesan (*audiens*).

Keunggulan lain Radio adalah media komunikasi di mana pesan dalam bentuk suara diubah menjadi sinyal ucapan, ditransmisikan oleh gelombang elektromagnetik dari sumber (pemancar) dengan antena pemancar, tanpa peralatan kabel, dan kemudian diterima oleh antena penerima, pada jarak yang sama. penerima (perangkat penerima). Ini mengubah frekuensi suara menjadi suara kembali.

Gelombang suara yang kita dengar di radio dapat berisi berbagai hal mulai dari jenis hiburan, musik, berita dan lain sebagainya oleh karena itu masih sangat membingungkan untuk menetapkan pengertian dari radio sendiri. Sering kali ada beberapa pengertian dari radio diantaranya terdapat pengertian radio adalah alat pesawat yang mengubah gelombang radio menjadi gelombang suara atau Pengertian lainnya adalah gelombang radio, yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

Pelopor Lee De Forest menemukan tabung audio (perangkat transmisi suara)

untuk mengirimkan pesan ke udara (*on air*).

Pada tahun yang sama, Reginald Fessenden merilis serangkaian lagu-lagu Natal menggunakan operator nirkabel radio. Ketenaran Lee de Forest berawal dari penampilan Enrico Caruso di Metropolitan Open House di New York pada tahun 1910 ketika Menara Eiffel diperluas menjadi tempat hiburan.

2.3.3 Karakteristik Radio Sebagai Media Massa

Menurut (Masduki, 2004) “radio adalah suara. Suara merupakan modal utama penyiaran kepada khalayak, dan suara juga merupakan ciri yang membedakan penyiaran dengan media penyiaran lainnya. Radio adalah alat komunikasi massa yang menggunakan lambang komunikasi jika gelombang radio tidak sarat dengan sesuatu yang bermakna, baik itu isyarat, kata yang diucapkan, atau nada-nada, atau sesuatu yang berirama”.

Di zaman sekarang ini, radio merupakan salah satu media yang paling populer di kalangan masyarakat umum dikarenakan radio merupakan salah satu media massa yang terbilang murah untuk kelas menengah ke bawah. Radio tidak hanya sebagai sarana transmisi informasi, tetapi juga sarana hiburan yang diwakili oleh program radio contoh media lain seperti TV, juga menarik dari segi konten.

Berikut karakteristik Radio sebagai Media Massa Book D. Cary yang dikutip oleh Rahanatha (2008: 43):

1. Publisitas

Artinya Tidak ada batasan terkait siapa yang bisa dan tidak untuk mendengarkan radio. Tidak ada batasan terkait agama, suku, ras, usia,

kelompok tertentu dan lainnya. Jadi untuk siapapun bisa mendengarkan radio.

2. Universalitas

Pesannya bersifat umum, tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di segala bidang kehidupan dan di berbagai tempat, dalam kaitannya dengan kepentingan umum, karena penerima dan publiknya banyak.

3. Periodesitas

Siaran radio bersifat permanen dan teratur, akan mengudara sesuai dengan jadwal yang sudah di tentukan dengan penyuguhan program-programnya yang tidak kalah menarik.

4. *Continuitas*

siaran radio berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal mengudara.

5. Aktualitas

Berisi hal-hal terbaru yang akan disuguhkan kepada pendengar berupa, berita atau informasi terkini yang baru saja terjadi.

2.3.4 Lembaga Penyiaran Radio

Lembaga penyiaran radio merupakan lembaga yang wajib menyelenggarakan penyiaran radio. Penyiaran sendiri merupakan kegiatan menyebarluaskan siaran dengan menggunakan media atau sarana pemancar spektrum radio melalui dan diterima secara bersamaan oleh pendengar atau masyarakat. Sedangkan siaran

adalah sebuah pesan yang dihasilkan oleh pemancar baik dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar yang dapat diterima melalui perangkat radio. Lembaga penyiaran terdiri dari beberapa Lembaga penyiaran diantaranya: Lembaga penyiaran publik, Lembaga penyiaran swasta, Lembaga penyiaran komunitas dan Lembaga penyiaran berlangganan. (Sampoerno, S., Herwandito, S., & Sari, D. K. 2018).

A. Lembaga Penyiaran Radio Publik

Lembaga penyiaran publik adalah badan hukum yang independen, netral, non-komersial, yang melayani kepentingan umum dan didirikan oleh negara. Anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah berasal dari sumbangan masyarakat, iklan penyiaran, dan usaha lain yang sah yang berkaitan dengan penyelenggaraan penyiaran. Sebagai kewajiban kepada publik, lembaga penyiaran publik wajib membuat laporan keuangan setiap akhir tahun anggaran, diaudit oleh akuntan publik, dan mempublikasikan hasilnya melalui media massa.

B. Lembaga Penyiaran Radio Swasta

Lembaga penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang ruang lingkup usahanya semata-mata menyelenggarakan jasa penyiaran radio. Sumber pendanaan untuk penyiar radio swasta: periklanan, bisnis sah lainnya yang terkait dengan bisnis penyiaran.

C. Lembaga Penyiaran Radio Komunitas

Lembaga penyiaran komunitas adalah lembaga penyiaran independen, berdaya rendah, jangkauan terbatas yang berbentuk badan hukum Indonesia komunitas yang mendirikan lembaga penyiaran ini dengan tujuan semata-mata melayani masyarakat juga ingin memperoleh laba. Lembaga penyiaran ini juga merupakan komunitas yang organisasinya tidak mewakili organisasi atau lembaga asing maupun komunitas internasional . yang didirikan oleh komunitas tertentu dan melayani masyarakat semata-mata untuk mencari keuntungan. Lembaga penyiaran komunitas adalah lembaga yang organisasinya tidak mewakili organisasi atau lembaga asing, maupun komunitas internasional, tidak berafiliasi dengan organisasi terlarang, dan tidak digunakan untuk tujuan promosi.

Sumber pembiayaan diperoleh dari dana sumbangan hibah, sumber dan sponsor lainnya yang sah dan tidak terikat dengan lembaga penyiaran komunitas. Adapun beberapa larangan yang tidak boleh dilakukan oleh lembaga ini ialah menerima dana di awal, mendirikan dana operasional dari pihak asing serta dilarang melakukan siaran iklan kecuali siaran iklan layanan masyarakat. Sampoerno, S., Herwandito, S., & Sari, D. K. (2018)

D. Lembaga Penyiaran Radio Berlangganan

Lembaga penyiaran berlangganan adalah lembaga penyiaran dimana ruang lingkup sahnya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan terlebih dahulu mendapat izin penyiaran. yang. Siaran multimedia atau penyiar media informasi

lainnya Siaran berlangganan meliputi berlangganan melalui satelit, kabel dan terrestrial.

Ketika menyelenggarakan siaran, stasiun radio yang berlangganan harus melakukan tinjauan internal terhadap semua konten siaran yang mereka siarkan atau distribusikan, menyediakan setidaknya 10% dari kapasitas saluran atau mendistribusikan program dari lembaga penyiaran publik dan swasta, menyediakan satu saluran radio produksi dalam negeri dengan 10 sumber dana untuk berlangganan lembaga penyiaran untuk setidaknya satu saluran penyiaran dalam negeri dibandingkan dengan siaran produksi luar negeri adalah biaya berlangganan, usaha lain yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. (Sampoerno, S., Herwandito, S., & Sari, D. K. 2018).

2.3.5 Fungsi Radio

Ada banyak sekali media massa saat ini yang dapat mempermudah kita dalam memperoleh informasi, mulai dari media cetak, media elektronik, dan media online. Ketersediaan media-media ini dapat membantu kita tidak hanya dalam memperoleh informasi namun juga bisa dijadikan sebagai media hiburan. Terkhusus media massa elektronik yaitu radio, memiliki beberapa fungsi.

Onong Uchjana Effendy (1999) “menyebutkan fungsi radio sebagai berikut: Menyampaikan informasi (*to inform*), Mendidik (*to educate*), Menghibur (*to entertain*), Memengaruhi (*to influence*) (dalam Oktarina, 2017:48)”.

A. Menyiarkan Informasi (*to inform*)

Radio merupakan salah satu media massa yang mampu menjangkau khalayak

banyak dalam penyampaian informasinya, oleh karena itu tak heran jika fungsi dari radio sendiri ialah menyiarkan informasi (*to inform*), dalam penyampaian pesannya bisa penyampaian peristiwa kejadian atau suatu gagasan pendapat oleh seseorang untuk diinformasikan kepada khalayak.

B. Mendidik (*to educate*)

Selain memberikan informasi kepada khalayak juga mampu *mendeducate* atau mendidik khalayak dengan menyajikan program-program yang bersifat edukasi. Dengan demikian fungsi media radio sebagai sarana untuk mendidik dapat tercapai juga mampu menjadi daya tarik bagi khalayak karena mampu menambah wawasan pendengar.

C. Menghibur (*to entertain*)

Radio pada umumnya lebih banyak menyediakan hal-hal yang bersifat hiburan, bentuk dari acara radio menghibur ini adalah menyajikan program acara berbentuk komedi, musik live, atau acara lainnya yang mengandung hiburan. Mengapa demikian, perlu diimbangi antara informasi dan hiburan agar pendengar tidak merasa bosan saat mendengarkan radio.

D. Memengaruhi (*to influence*)

Fungsi radio dalam mempengaruhi bisa berdampak pada pendapat orang lain tentang sebuah fakta atau peristiwa yang baru saja terjadi sehingga dapat memicu pertukaran pendapat antara satu komikan dengan komunikan lainnya. Kita ambil contoh lainnya peran radio dalam mempengaruhi khalayaknya alah pada iklan yang disiarkan melalui radio juga turut mempengaruhi khalayak dengan tujuan untuk membeli produk atau hal lain.

Penyampaian pesan yang disampaikan melalui radio, akan berbeda dengan penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator pada media lain. Dikarenakan ada beberapa unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam menggunakan melalui radio siaran berbeda dengan penyampaian pesan melalui media massa lainnya dikarenakan ada beberapa unsur yang akan dikombinasikan demi meningkatkan aktivitas proses siaran radio misalnya, dengan menambahkan *sound effect*, musik sehingga dapat diterima baik oleh komunikan yang bersifat heterogen aktif, dan selektif

2.3.6 Dinamika Penyampaian Informasi atau Berita melalui Radio

Ketika media komunikasi belum berkembang seperti sekarang ini, masyarakat mencari media massa seperti surat kabar dan radio untuk kebutuhan informasi. Radio sebagai media massa elektronik sering disebut sebagai kekuatan kelima atau dalam Bahasa Inggris *the fifth estate* setelah Kekuasaan Legislatif, Kekuasaan Yudikatif, dan Pers. Dilihat dari dinamika penyampaian informasi melalui radio cukup berbeda dengan media lain, hal ini yang menjadi daya tarik pada radio.

Juga tidak dapat dipungkiri norma mendengarkan radio oleh masyarakat yang sudah lama dikenal hingga saat ini, radio begitu berperan penting dalam menyampaikan informasi pada masa itu hingga saat ini. Meski radio sudah tidak begitu *familiar* di telinga pendengar, namun tetap ada ketertarikan tersendiri terhadap radio dengan berbagai keunggulan dari radio salah satunya cepat dan

langsung. Dimana peristiwa yang baru terjadi bisa segera diinformasikan. Namun perlu kita ketahui bahwa radio juga memiliki beberapa kelemahan. (Najib, Z. 2021). Berikut keunggulan dan kelemahan pada Radio:

A. Keunggulan Radio

1. Cepat dan Langsung

Radio merupakan salah satu media massa yang berperan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Tentunya media-media massa ini memiliki keunggulannya masing-masing. Dilihat dari keunggulan radio dalam menyampaikan pesannya dengan cepat dan langsung artinya adapun informasi, atau kejadian yang baru terjadi saat itu juga penyiar yang berperan dalam radio bisa segera mungkin untuk menginformasikannya kepada khalayak ini ditunjang juga dengan sifat radio yang *auditif* jadi hanya perlu suara yang mengudara tanpa persiapan busana dan lain-lain seperti media massa televisi yang berperan *audio* dan *visual*.

2. Akrab

Radio dikenal mampu membuat pendengarnya merasa memiliki teman, bagaimana tidak dengan setiap program yang disuguhkan oleh setiap stasiun radio mulai dari program komedi dan lainnya yang dapat menghibur setiap pendengarnya ditunjang juga dengan ciri khas suara yang yang bisa menjadi daya tarik pendengar pada stasiun radio tersebut.

Radio bisa didengarkan dimanapun oleh siapapun baik pendengar yang lagi beraktivitas di rumah, sekolah maupun yang sedang berada di dalam mobil sekaligus menemani di tengah kemacetan. Penyiaranya yang jelas berada di ruangan

siarannya yang jauh dari pendengarnya, namun pendengar merasa dekat.

3. Hangat

Radio memiliki keunikan tersendiri dalam menyampaikan informasi dilihat radio identik dengan musik oleh karena itu dari gabungan kata-kata, musik dan suara dari penyiar memberi kehangatan tersendiri kepada pendengar. Pilihan musik-musik yang diputarkan terkadang mewakili perasaan pendengar dengan musik yang sudah dipatenkan dalam program-program yang disediakan untuk pendengar.

4. Tanpa Batas

Siaran radio dapat menembus batas geografis, tidak memandang, suku, ras dan agama dikarenakan tidak ada larangan ini jadi dapat didengarkan oleh siapapun dan kapanpun baik sesuai dengan segmentasi yang telah ditentukan oleh stasiun radionya maupun yang tidak menjadi target segmentasinya.

5. Murah

Radio relatif lebih murah dibanding media massa lainnya dikarenakan lebih mudah dalam mengaksesnya cukup bermodalkan handphone kita sudah dapat mendengarkan radio tanpa dipungut biaya. Itulah yang membedakan radio dengan media massa lainnya yang memang terkadang masih harus membutuhkan biaya seperti membeli *kuota internet* untuk dapat mengaksesnya. mudah, murah dan cepat itu radio juga. Listrik yang digunakan pesawat radio tidak sebesar yang digunakan pesawat televisi.

6. Fleksibel

Radio dikatakan fleksibel dikarenakan merupakan salah satu media yang

mampu dibawa kemana-mana tidak pula terbatas ruang, sehingga memudahkan pendengarnya untuk memutar radio kapan dan dimana pun.

7. Mudah

Radio tidak bisa terlepas dari kebiasaan masyarakat dalam mendengarkan radio, karena sebelum sampai pada masa yang sekarang, radio pernah menjadi media massa yang unggul dalam memberikan informasi kepada khalayak. dikarenakan radio mudah di akses didukung juga oleh penyiaranya yang *to the point* dalam menyampaikan informasi. Untuk mengakses radio pun cukup dengan sinyal yang minim dan ini bisa memudahkan pendengar-pendengar yang ada di daerah pedesaan untuk mengakses radio demi kebutuhan informasi. (Nur, H. 2022)

B. Kelemahan Radio

1. Selintas

Siaran Radio hanya disiarkan sekali dan saat itu juga sehingga sulit bagi pendengar yang mungkin mendengar informasi yang kurang jelas untuk bisa diulang. oleh karena penyiar harus mampu menyampaikan informasi dengan baik dan jelas. juga pendengar mampu mendengarkan radio dengan baik.

2. Global

Informasi yang biasa disiarkan pada radio bersifat umum dan tidak rinci. Hal ini dilakukan karena Radio memiliki keterbatasan waktu antara musik dan informasi yang akan diberikan kepada pendengar. dengan segmen pada setiap program yang berbeda jauh dengan jadwal mengudara rata-rata 18-20 jam per hari yang waktunya juga sudah ditetapkan maka ini cukup terbatas berbeda dengan surat kabar yang mampu menambah halaman sebanyak mungkin.

3. Beralur Linier

Di setiap stasiun radio sudah menyiapkan program dan jam tayangnya masing-masing. pada setiap program ini pastinya sudah terstruktur oleh karena itu sampai pada pendengar pun sesuai dengan yang sudah disusun dan harus selesai tepat pada waktu yang ditentukan. Ketepatan penyiar pun diutamakan dalam hal ini, dimana pendengar mungkin sudah hafal dengan program dari Radio *favorite* nya sehingga pendengar akan menunggu program tersebut. Hal ini berbeda dengan surat kabar semua tergantung pada pembacanya kapan dan dimana atau bahkan bisa langsung membaca pada halaman yang ingin dituju atau melangkah ke halaman berikutnya.

4. Mengandung Gangguan

Tak jarang juga media massa radio memiliki kendala bisa gangguan terkait teknis “*channel noise factor*” pemancar yang bermasalah atau lain sebagainya, atau gangguan yang pada sinyal sehingga suara dari penyiar mengalami gangguan seperti timbul tenggelam yang mengakibatkan informasi tidak tersampaikan dengan baik di telinga pendengar. Gangguan sinyal ini biasa disebut “*fading*” juga dapat menyebabkan terjadi mis komunikasi antara penyiar (komunikator) dan pendengar (komunikan). (Nur, H. 2022)

2.4 Program Siaran Radio

“Program siaran radio terdiri dari 2 program, yaitu program reguler dan program khusus atau mingguan. Program siaran reguler identik dengan siaran yang dimana penyiarnya sama ataupun dapat di rolling pada waktu-waktu tertentu sdangkan program khusus atau mingguan waktu yang diberikan kepada penyiarnya

terbatas tau memang sudah dijadwalkan seperti semiggu sekali dengan waktu siaran malam hari dan akhir pekan.” (Romli 2009:74). “Jenis-jenis program siaran yang disiarkan oleh setiap stsiun radio pada umumnya terdiri dari acara pemutaran lagu, (musik program), program berita (*news program*) dan obrolan atau bincang-bicang (*talkshow*)” (Romli 2009:28).

Dalam menentukan program pastinya akan disesuaikan dengan *positioning* yang hendak diraih oleh stasiun radio tersebut, serta menyesuaikan dengan segmentasi pendengarnya, agar selaras antara pendengar yang menjadi target dengan program yang disuguhkan. Suksesnya sebuah program tergantung seberapa banyak pendendengar yang tertarik dengan program yang disuguhkan dengan begitu dengan banyaknya pendengar akan mendatangkan pengiklan.

2.4.1 Jenis-Jenis Program Siaran

Di zaman yang serba canggih seperti saat ini, banyak orang yang mudah terpengaruh oleh berbagai hal, salah satunya dilihat dari sudut pandang media, bagaimana media menyuguhkan program-programnya yang pasti berdampak pada khalayak. Meskipun memang tidak selalu dampak *negatif* maupun *positif*. Keduanya tergantung bagaimana khalayak itu mencoba memaknai sebuah program. program informasi ini terbagi menjadi dua yakni *hard news* dan *soft news*.

Hard news merupakan berita terkini dan penting untuk segera disiarkan, meliputi, *straight news*, *feature*, dan *infotainment*. *Soft news*, berita yang lebih personal, bisa dari segi *human interest*, dimana perpaduan antara fakta dan opini sehingga tidak begitu membuat khalayak kaget. Sedangkan program siaran radio

yang kita ketahui adalah proses penyiaran yang terjadi di dalam studio, yang berlangsung dengan memperhatikan ciri khas dari radio sendiri, juga dengan waktu yang terbatas.

Morrison (2018:235-239) menyimpulkan “jenis program siaran radio terdiri dari empat yaitu: Berita Radio, Perbincangan Radio, Infotainment Radio dan Jingle Radio”.

1. Berita Radio

Siaran berita adalah laporan peristiwa atau opini, penting atau menarik. Dalam penyiaran berita dan penyiaran informasi sudah pasti memiliki perbedaan dalam penyajiannya. Siaran berita adalah penyajian berita yang aktual yang diolah kembali menurut kaidah jurnalistik. Pada saat yang sama, siaran informasi yang disuguhkan tidak selalu berdasarkan pada fakta-fakta sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan namun, tetap dikerjakan sesuai dengan aturan jurnalistik. Bentuk penyiaran informasi yang populer di radio biasanya informasinya diambil dari surat kabar maupun internet dengan sumber yang akurat.

Format penyajian berita radio meliputi *live report*, yaitu: reporter mendapatkan fakta atau peristiwa penting ketika sedang berada di lapangan. Siaran akan ditunda kemudian reporter akan kembali ke studio untuk mengolah berita tadi sebelum waktunya untuk diudarakan. Informasi yang diperoleh akan dikemas dalam bentuk berita langsung (*straight news*) atau berita *feature*.

Tujuan dari radio menyajikan acara informasi adalah untuk lebih memperjelas informasi yang mungkin sebelumnya masih samar-samar kebenarannya atau memberi penekanan atau atensi ulang terhadap pendengar atau khalayak yang

mungkin sebelumnya sudah membaca informasi pada media massa yang lain. (Rahayu, T. Y., & Katili, K. R. D. 2019).

2. Perbincangan Radio

Program siaran radio perbincangan (*talk show*), identik dengan seni berbicara dan juga seni wawancara. Oleh karena itu penyiar dituntut untuk memiliki pengetahuan yang umum agar mampu membawakan siaran radio *talk show* ini dengan baik. Namun, terkadang tidak selalu orang/penyiar yang membawakan siaran ini pandai berkata-kata dalam kesehariannya tetapi, belum tentu mampu untuk menguasai teknik wawancara atau bagaimana seorang penyiar mampu menggabungkan keterampilan berbicara dengan wawancara selama *talk show* berlangsung.

Ada tiga bentuk perbincangan dalam siaran radio *talk show* merupakan teknik yang lazim digunakan oleh stasisun radio pertama, *one-on-one-show* merupakan teknik perbincangan dimana ada topik yang didiskusikan oleh penyiar dan narasumber dan masingmasing memiliki mikrofon dan berada di ruang studi yang sama. Kedua, *panel discussion* yaitu pewawancara sebagai moderator hadir bersama-sama dengan narasumber.

Ketiga *call in show* merupakan teknik siaran yang melibatkan proses komunikasi yang terjadi melalui telephone antara penyiar dan pendengar dengan persiapan sebelumnya topik yang sudah ditentukan oleh penyiar di studio. Kemudian untuk semua respon atau *call* dari audiens akan disiarkan, namun sebelumnya akan melewati tahap seleksi sesuai dengan tema yang telah ditentukan kemudian akan diudarkan.

3. Infotainment Radio

Merupakan siaran favorite yang ada di Indonesia, dengan istilah lain dalam siaran ini *infomation-entertainment* dimana turut menyajikan berita-berita yang aktual dan informasi dari dunia hiburan yang diselengi dengan pemutaran musik-musik dan iklan. Saling berkaitan antara musik, penyampaian informasi, dengan iklan yang disuguhkan, oleh karena itu pendengar tidak akan merasa bosan juga ditunjang dengan keterampilan penyiaranya yang mampu menggabungkan semua itu.

4. Jingle Radio

Atau yang dikenal dengan istilah *air promo* merupakan gabungan kata-kata atau musik yang menjadi ciri khas sebuah stasiun radio. Dengan tujuan untuk mempromosikan keberadaan radio tersebut, kepada pendengar atau khalayak yang baru mendengarkan stasiun radio ini atau dengan tidak sengaja mendengarkannya. Sehingga pendengar bisa mengingat atau mengetahui stasiun radio yang didengar tadi, juga bisa merupakan simbol agar selalu diingat oleh pendengar dan membentuk citra radio di benak pendengar. Pada saat siaran jingle biasanya berfungsi sebagai jeda, selingan dan lain sebagainya.

Berikut tiga jenis jingle radio yaitu, jingle siaran radio (*radio expose*), jingle acara radio (*programme expose*), dan jingle penyiar radio (*announcer expose*).

2.4.2 Strategi Programming

Strategi programming merupakan tahap persiapan menata atau mengatur materi, program acara sedemikian rupa untuk memperoleh dan mengembangkan

khalayak, sedangkan strategi program radio berarti perencanaan yang matang atas kegiatan perakitan atau penataan radio, termasuk pemilihan, penataan, dan penyiaran radio sehingga format radio berupa citra radio, dengan tujuan untuk menciptakan citra stasiun untuk menjangkau audiens tertentu atau mempublikasikan audiens, dan kemudian berusaha untuk menumbuhkan jumlah *audiens*.

Program memainkan peran yang sangat penting dalam kelangsungan hidup stasiun radio, dan program itu sendiri adalah tindakan berkelanjutan. Persaingan untuk pemrograman sangat ketat, dan program radio tidak murah dalam hal waktu pemrosesan, tenaga, dan kreativitas. Produksi lebih kompleks dalam mengatur produksi lalu lintas ke penjuala dan produksi pertunjukan membutuhkan stabilitas yang stabil untuk membangun kebiasaan pendengar, bergantung pada sumber dukungan dan kreativitas bakat. (Rahayu, T. Y., & Katili, K. R. D. 2019).

2.4.3 Fungsi Programing Radio

Sebagai seorang programmer selain memiliki kemampuan untuk merencanakan program yang pada umumnya terdiri dari 4 pembagian waktu siaran yaitu siaran pagi, siaran siang, siaran petang dan siang malam. Pahami pula fungsi program yang diintegrasikan dengan pengetahuan perkembangan penyiaran Radio.

Seorang programmer paling tidak memahami 6 fungsi dibawah ini:

1. Perencanaan Penjadwalan Program

Pada umumnya operasional program penyiaran radio komersial dalam penjadwalan program, melakukan siaran setiap hari dalam seminggu dengan durasi waktu siaran 15-20 jam setiap hari namun, ada beberapa stasiun radio yang melakukan siaran selama 24 jam setiap hari. Dalam penyiaran radio pada umumnya memiliki pembagian segmen waktu siaran secara standar dengan 5 (lima) kategori adalah sebagai berikut:

- a. Waktu Pagi (*morning drive*) berlangsung sejak pukul 05.00 atau 06.00-10.00 pagi.
- b. Waktu Siang (*day time*) berlangsung sejak pukul 10.00-15.00.
- c. Waktu Sore (*afternoon drive*) berlangsung sejak pukul 15.00-17.00
- d. Waktu Malam (*night time*) berlangsung sejak pukul 19.00 atau 20.00 hingga tengah malam
- e. Tengan Malam (*over night*) berlangsung antara waktu tengah malam hingga waktu saat pagi.

2. Berkesinambungan (*continuous*)

Selama proses siaran berlangsung seorang fungsi dari berkesinambungan ialah mampu membawakan program secara berkelanjutan sesuai dengan jadwal yang sudah dipersiapkan. Sebaiknya tidak hanya menyajikan satu atau dua program saja selama *Sign On* hingga *Sing off* dikarenakan dengan program-program yang disajikan secara berkala dan berkelanjutan maka dengan begini akan menarik minat pendengar sebanyak mungkin. Hal ini pula yang akan membentuk image stasiun radio tersebut.

3. Persaingan (*extremely competitive*)

Seiring perkembangan zaman tak heran jika dalam dunia komunikasi juga banyak yang ikut berkembang, diantaranya kepemilikan radio atau sudah banyak sekali stasiun radio saat ini yang disediakan untuk kita atau sama halnya sekarang dengan bermunculan satu per satu podcast yang hampir mirip seperti radio. Dengan bermunculan media-media baru ini menjadikan persaingan di dunia broadcast semakin ketat, meski dengan terget pendengar yang berbeda-beda. Oleh karena itu setiap pengelola stasiun radio harus berupaya semaksimal mungkin untuk mneguguhkan progra-program terbaik kepada khalayak.

4. Menjaga Stabilitas dalam Jadwal Program

Seorang programmer harus mampu menjaga stabilitas dalam penjadwalan program hal ini merupakan upaya untuk mengembangkan kebiasaan mendengarkan juga akan berdampak pada durasi iklan yang akan doputar sehingga hal ini merupakan *profit* bagi setiap stasiun radio.

5. Mencari dan Memperoleh Ide dan Materi Kreatif

Seperti yang kita ketahui dengan jenis pendengar yang beragam maka setiap stasiun radio khususnya programmer harus mampu menyajikan program yang kreatif, program-program yang tidak hanya itu-itu saja melainkan bervariasi agar pendengar tidak bosan dan hal ini juga mampu mengembangkan imajinasi pendengar.

6. Spekulasinya Tinggi (*high speculative*)

Berbicara soal program radio, tidak ada aturan pasti yang dapat memprediksi mengenai keberhasilan sebuah program misalnya akan anyakkah pendengar pdari program yang disuguhkan ini atau tidak. Begitupun sebaliknya jika memang sudah dapat diprediksi dari awal maka akan memudahkan setiap programmer dalam membuat sebua program. Oleh karna itu programinhg ini merupakan hal yang tidak dapat dijelaskan dengan kata-kata (*indefinable*) dan aspek yang tidak dapat diraba (*intangible*) daya tarik pendengar. Jadi butuh stratrgi yang baik dan cara agar mampu menyajikan program yang menarik ditelinga pendengar. (Harliantara, D., & Rustam, A. 2021)

2.4.4 Ciri Khas Siaran Radio

Beberapa hal yang diperlukan yang dipergunakan lembaga penyiaran Radio agar memiliki ciri khas sebagai berikut:

1. Jingles

Atau yang dikenal dengan istilah *air promo* merupakan gabungan kata-kata atau musik yang menjadi ciri khas sebuah stasiun radio. Dengan tujuan untuk mempromosikan keberadaan radio tersebut, kepada pendengar atau khalayak yang baru mendengarkan stasiun radio ini atau dengan tidak sengaja mendengarkannya. Sehingga pendengar bisa mengingat atau mengetahui stasiun radio yang didengar tadi, juga bisa merupakan simbol agar selalu diingat oleh pendengar dan membentuk citra radio di benak pendengar.

Pada saat siaran jingle biasanya berfungsi sebagai jeda, selingan dan lain sebagainya. Ciri khas keselarasan produksi suatu jingle harus mengikuti konsep

radio *positioning* yang direncanakan. Dengan jingle ini penyiar mampu mengarahkan kepada pendengar saat untuk masuk atau keluar sehingga pendengar tidak merasa bingung dan tidak membutuhkan waktu lama untuk mengidentifikasi program siaran apa yang sedang berlangsung.

2. Signature Tunes

Signature tunes memiliki arti yang hamper sama dengan jingle. Jelas bahwa program-program di stasiun radio yang menampilkan hasil secara seri menggunakan simbol khusus (*signs*) dari pertunjukan musik yang mewakili hiburan musik, tetapi mereka juga ada untuk memberikan gambaran keseluruhan program atau bentuk produksi program. Stasiun radio sering merancang urutan program dalam setiap bagian, dengan *signs* untuk melengkapi urutan dan sinkronisasi atau (deskripsi program).

3. Life Performance

Setiap stasiun radio menyuguhkan program dengan beragammisalnya *life performance* ialah siaran musik secara langsung dan dalam program inibiasanya menampilkan arti di luar penyiaran program rutin.

4. Suara

Penyiar suatu stasiun radio harus memiliki ciri khas siarannya, dan pengaruh keunikan suara si penyiar akan memberikan warna tersendiri bagi stasiun radio tersebut ada beberapa pendengar yang menjadikan staasiun/program radio tertentu sebagai stasiun/program favorit dikarenakan suara penyiarnya. Nyatanya penyajian program musik lebih digemari daripada program radio suara oleh pendengar dan setiap pengelola stasiun radio menyadari akan hal ini. Namun bukan berarti

penyajian program suara ini sudah pudar, tetap ada dengan alasan tersendiri oleh setiap stasiun radio yang mengandalkan teknik ini.

5. Isi

Program-program yang disuguhkan oleh setiap stasiun radio sangat beragam dan pastinya akan disesuaikan dengan segmentasi pendengarnya. Oleh karena itu contoh siaran yang sesuai adalah; jika program siaran ditujukan kepada anak-anak maka isi siaran dari program yang disuguhkan harus sesuai dengan segmen anak-anak, begitupun radio yang menargetkan programnya selain anak-anak. Jadi ada kesinambungan antara isi siaran program dan segmentasinya.

Perlu diketahui isi siaran dari program radio sudah di cantumkan dalam undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran yang isinya adalah isi siaran wajib mengandung informasi, Pendidikan, hiburan, manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak moral kemajuan kekuatan bangsa, menjaga kesatuan dan persatuan serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Siaran yang dilarang ialah siaran yang berdsifat fitnah, cabul, prjudian, obat-obatan terlarang juda tidak diperbolehkan menjudge suku, agama, dan ras tertentu. Termasuk merendahkan, melecehkan atau mengabaikan nialai-nilai agama martabat bangsa Indonesia atau merusak hubungan internasional.

6. Bahasa

Ada dua hal yang perlu diperhatikan oleh stasiun radio dalam hal bahasa yang digunakan dalam proses siaran adalah sebagai berikut:

1. Gunakan bahasa yang dapat dipahami

Seorang penyiar yang yang pastinya berperan dalam mengudarakan suaranya selama proses siaran berlangsung maka, penggunaan Bahasa perlu diperhatikan agar dapat dipahami oleh khalayak. Penggunaan bahasa yang dapat dipahami tidak selalu harus menggunakan bahasa yang baku, namun gunakan Bahasa yang memang *familiar* di telinga pendengar demi menghindari kesalahpahaman dalam menerima pesan.

2. Gunakan bahasa yang eksplisit

Maksud dari eksplisit sendiri merupakan penyampaian informasi secara jelas dan terstruktur. Oleh karena itu penyiar harus mampu untuk mengaplikasikannya selama proses siaran berlangsung. Selain itu Bahasa selama proses siaran bagian dari identitas stasiun radio tersebut, juga sebagai identitas yang digunakan penyiar untuk menyapa peniarnya.

7. Gaya Penampilan

Gaya penampilan lebih dikenal dengan *air personality* bagian dari identitas keseluruhan radio siaran baik stasiun call, slogan dari segi teknik maupun musik. (Harliantara, D., & Rustam, A. 2021).

2.5 Penyiar (*Radio Announcing*)

Penyiar radio merupakan seseorang yang memiliki kemampuan dalam berbicara. Jika dilihat dari sudut pandang “berbicara” tentu siapapun dapat berbicara namun, berbeda lagi jika disebut sebagai seorang penyiar tidak semua

orang memiliki kemampuan yang dimiliki oleh seorang penyiar namun kita dapat mempelajari teknik-teknik agar mampu menjadi seorang penyiar. Identitas yang dimiliki oleh setiap stasiun radio berbeda-beda mulai dari jenis penyiar yang memiliki suara nyaring, cempreng, tegas, dan banyak lagi variasi jenis suara yang dimiliki oleh penyiar pada setiap stasiun radio. (Mukhtar, Y. K. 2018).

Wibowo, (2012:202) menyimpulkan “penyiar adalah seseorang yang mengumumkan atau memberitahukan suatu informasi dan seorang penyiar harus menyadari makna dari Namanya”. Sedangkan (Prayudha, 2006:87) menyebutkan “untuk menjadi seorang penyiar, diperlukan beberapa kemampuan dan kriteria seperti:

1. Mempunyai Kualitas Vokal yang Memadai

Diketahui jenis pendengar yang beragam maka kualitas suara dan vokal setiap penyiar berbeda disetiap telinga pendengar. Suara menjadi modal utama untuk menjadi seorang penyiar. Oleh karena itu setiap stasiun radio harus mampu dalam memilih penyiar yang cocok dengan jenis program dan segmen pendengarnya. Tentu ketika penyiar mampu membawakan program dengan baik maka akan menarik minat pendengar dan semakin banyak pendengar pengiklan pastinya akan turut untuk melakukan bekerja sama dengan stasiun radio tersebut.

2. Mampu Melaksanakan *Adlibbing* dan *Script Reading* dengan Baik

Menjadi seorang penyiar selain memiliki suara yang khas juga harus mampu memiliki wawasan yang luas, dikarenakan selama proses penyiaran tidak selalu dengan teknik membaca naskah yang sudah disiapkan sebelumnya namun juga ada

namanya teknik *adlibbing* merupakan proses penyiaran tanpa bergantung pada naskah (tanpa naskah) jadi dibutuhkan keterampilan penyiar untuk mampu berbicara dengan sopan, dan mengalir apa adanya.

3. Memahami Format Radionya dan *Format Clock*

Selain memahami semua program yang akan disuguhkan seorang penyiar juga harus memahami format radionya termasuk format data maupun musik.. Format radio merupakan rencana program yang akan disiarkan oleh penyiar. Seperti yang kita ketahui jenis program setiap stasiun radio berbeda dan beragam pastinya. Sedangkan format *clock* adalah perintah kerja mulai dari *playlist*, sistem rotasi musik, iklan, radio *ekspose*, penempatan station ID/*jingle* dan toleransi bicara penyiar.

4. Memahami Secara Mendalam Segmen Radionya

Program-program yang sudah disusun untuk disuguhkan kepada pendengar sudah pasti disesuaikan dengan segmentasi pendengarnya. Untuk itu dalam membawakan program penyiar yang berperan dalam hal ini, tentu sebagai seorang penyiar harus mampu memahami secara mendalam segmen radionya radio baik dari segi cara berbicara dan menyapa pendengarnya.

2.6 Proses Produksi Siaran Radio

Proses produksi adalah serangkaian tahap yang harus dilalui guna mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan dalam dunia penyiaran juga ada beberapa tahap produksi yang harus dilewati, secara garis besar ada 3 proses yaitu sebagai berikut:

a. Pra Produksi

Merupakan tahap awal dalam proses produksi dalam tahap ini, tahapan pencarian ide, penetapan topik penyusunan rencana, juga mempersiapkan naskah, pemilihan musik, latihan pengisis suara, dan menentukan format program (misalnya *talk show*, diskusi, drama dan dokumentasi).

b. Produksi

Merupakan tahap pelaksanaan konsep, ide yang sebelumnya sudah disiapkan, baik pelaksanaan yang dilakukan secara *live* (siaran langsung *on air*) maupun rekaman.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahapan akhir atau hasil dari produksinya juga mengevaluasi terkait kesesuaian hasil produksi secara keseluruhan yang sebelumnya sudah persiapan. Juga merupakan tahap akhir dalam proses produksi, dimana didalamnya membahas terkait hal-hal yang mungkin kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan seperti respon pendengar terkait bagaimana respon terhadap kualitas audio, atau kalkulasi secara keseluruhan siaran. Dengan tahap akhir ini, kedepannya bisa dijadikan referensi untuk program-program

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Profil Radio Fajar 89,3 FM



Gambar 3.1: Logo Radio Fajar 89,3 FM

Sumber: Internet

- Perusahaan: PT. Radio Fajar 89,3 FM
- Station: Radio Fajar 89,3 FM
- Segmen: News, Talk & Entertainment Air
- Waktu: 06.00-23.00 WITA
- Cakupan area: Makassar dan Sekitarnya
- Transmitter Power: 2000 Watt
- Alamat: Fajar Graha Pena ln. 2, Jl, Urip Sumoharjo No. Makassar
- Phone: (0411) 447447
- Fax: (0411) 438847
- Email: fajarfmmakassar@gmail.com

3.2 Sejarah Radio Fajar 89,3 FM

Kemajuan teknologi di era globalisasi memungkinkan media menyebarluaskan informasi secara cepat, kompetitif dan efisien, tanpa melupakan aturan. Berbagai macam jenis informasi yang disebarluaskan oleh media tak

terhitungkan mulai dari informasi di dunia olahraga, kuliner, berita dalam negeri maupun luar negeri dan lain sebagainya. Selain kebutuhan untuk meningkatkan informasi baik itu kebutuhan akan informasi publik maupun perkembangan teknologi modern.

Sehingga tak heran banyak pengiklan yang turut ikut mengiklan pada setiap laman media massa yang sering kita kunjungi. Radio merupakan media komunikasi yang juga turut memberikan banyak manfaat memberikan informasi kepada khalayak seperti media lainnya juga turut mampu bersaing dalam dunia siaran. Tidak setiap inci permukaan tanah atau laut dipengaruhi oleh sinyal elektromagnetik dari lebih dari 35.000 stasiun radio di seluruh dunia. Peran dan pengaruhnya dalam kehidupan masyarakat sangat besar. Baik dari segi penyampaian informasinya, juga program-program yang disuguhkan oleh setiap stasiun radio tidak kalah menarik.

Cakupan siaran radio dapat mencapai target jarak jauh tanpa kendala geografis suatu wilayah. Radio yang dikenal dengan istilah '*auditif*' memiliki daya tarik tersendiri dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh radio salah satunya murah, Wahyudi (1992) menyimpulkan "Radio merupakan salah satu sistem media massa yang terbilang murah dibanding media cetak dan televisi, karena kita dapat mendengarkannya setiap saat secara gratis, berbeda dengan media cetak yang harus dibeli terlebih dahulu". Di Indonesia tidak hanya radio nasional namun juga radio yang ada di daerah-daerah dengan segmentasi pendengar yang berbeda-beda.

Karena stasiun radio dioperasikan oleh unit usaha yang berbentuk perseroan terbatas (PT), stasiun radio merupakan industri dan perusahaan yang mengelola sumber daya manusia dan memberikan keuntungan baik dari segi finansial dan lainnya. Diketahui Radio Fajar 89,3 FM telah melakukan siaran selama kurang lebih 16 tahun lalu memperoleh izin siaran ,emancar dan juga membuat web. Setelah mendapat izin siaran menyewa tempat di RRI, 2004 pindah dialan racing center. Dan di tahun 2006-2015 kembali pindah lokasi di Gedung Graha Pena ln 2. Dan tepatnya pada tanggal 1 januari 2016 pindah kantir kembali tetap di gedung Graha Pena tepatnya ln 3. Adanya kepitisan redaksi khususnya mengharuskan Fajar FM dan Fajar TV untuk bergabung atau bekerja sama. . (Sahran, F. (2019).

3.3 Visi dan Misi Radio Fajar

1. Visi

Sebagai media yang mampu menyediakan berita dan informasi yang aktual, tercepat dan terpercaya serta berimbang. Sekaligus menjadi lembaga penyiaran yang mendidik yan pastinya dengan tidak melupakan fungsinya sebagai media hiburan kepada masyarakat (*audience*).

2. Misi

Radio Fajar 89,3 FM memiliki beberapa misi yang dijabarkan dalam beberapa poin berikut:

- a. Memberikan kepuasan kepada pendengar (*audience*) dalam memutarakan Berita dan Informasi
- b. Membangun komunikasi partisipatif terbuka dan demokratis

- c. Memutarakan program konstruktif, edukatif, entertainment, sebagai upaya dari pencerahan dan pencerdasan khalayak
- d. Membangun kemitraan dan perluasan jaringan bisnis untuk kelangsungan usaha yang dapat memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang ikut di dalamnya.
- e. Memberikan solusi terhadap problema sosial yang terjadi di masyarakat dalam bentuk partisipasi aktif audience untuk membentuk opini publik.

Radio Fajar 89.3 FM sesuai dengan taglinenya News, Talk and Entertainment yang artinya sebagai salah satu radio swasta yang menyiarkan informasi, berita, pendidikan dan juga hiburan secara profesional dan berbudaya. Dalam penyajian program-program di radio Fajar 89,3 FM menetapkan siaran dngan menyesuaikan pada kebutuhan pendengar dimasa kini hingga mendatang. Sahran, F. (2019).

Sehingga Radio Fajar 89,3 FM dapat menjadi alat kontrol sosial yang efektif dan efisien. Radio Fajar 89,3 FM mempunyai beberapa aturan yang berhubungan dengan rencana kerja yakni sebagai berikut:

A. Kelembagaan

1. Pengurusan izin penyiaran berdasarkan UU NO. 22 Tahun 2002 penyiaran.
2. Menyempurnakan kelembagaan sebagai lembaga penyiaran swasta melalui penyempurnaan organisasi.

B. Program

1. Meningkatkan dan membuat program sesuai dengan kebutuhan target pendengar

2. Memperbanyak dan meningkatkan kualitas laporan langsung.
3. Meningkatkan kerjasama promosi dengan media lain.
4. Meningkatkan kualitas program *talkshow* dalam dan luar studio (silang)
5. Membuat kerjasama dalam kegiatan sosial kemasyarakatan.
6. Menambah koleksi musik
7. Membuat program acara berhadiah/kuis.
8. Evaluasi program acara dan merancang program yang baru, sesuai kebutuhan target pendengar
9. Kegiatan *Off Air*
10. Sosialisasi program acara

C. Sumber Daya Manusia

1. Peningkatan Kualitas/mengadakan pelatihan atau training internal
2. Meningkatkan Kesejahteraan
3. Meningkatkan Kedisiplinan
4. Evaluasi Kinerja Karyawan/ti

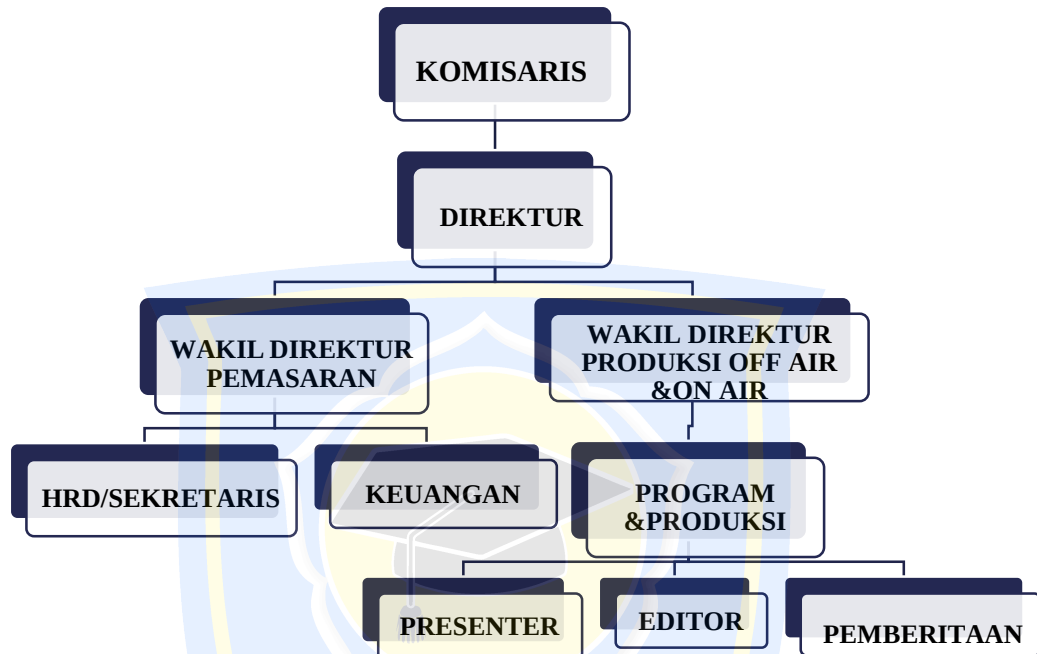
D. Teknik

1. Melakukan Pemeliharaan Perangkat.
2. Peningkatan Kualitas Modulasi.
3. Penambahan Daya Pancar Pemancar

3.4 Struktur Organisasi

Tabel 3.1

Struktur Organisasi Fajar TV & Fajar FM



Sumber: Dokumen Company Profile Fajar TV

3.5 Rincian Kerja

1. Komisaris

- Mengawasi dan memberi nasihat kepada direktur dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan perusahaan
- Berhak memeriksa pembukuan perusahaan sewaktu-waktu bila dirasa perlu
- Berhak menerima laporan jalannya perusahaan secara berkala dari direktur

2. Direktur

- a. Direktur bertugas sebagai pengarah, dimana harus mampu mengarahkan terkait kebijakan perusahaan, juga turut serta mengontrol dan mengawasi agar perusahaan bisa berjalan sesuai harapan.
- b. Direktur pemberitaan bertanggung jawab pada pemberitaan, dan dapat membantu secara teknis operasional, dan mampu memberikan masukan kepada manager program. seperti ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

3. Wakil Direktur Pemasaran

Tugas dari wakil direktur pemasaran bertanggung jawab pada operasi pemasaran secara keseluruhan perusahaan seperti merencanakan, mengarahkan dan mengawasi seluruh kegiatan pemasaran perusahaan.

4. Wakil Produksi Off Air dan On Air

Perwakilan produksi memainkan peran penting dalam kelancaran proses produksi. Ini membantu produsen mengelola proses produksi mereka agar sesuai dengan jadwal dan anggaran mereka. Unit produksi mengelola prosedur administrasi untuk produser dan direktur dan terlibat dalam seluruh proses produksi dari pra-produksi hingga pasca-produksi.

5. HRD/Sekretaris

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya atas kelancaran administrasi dan keuangan perusahaan
- b. Bertanggung jawab atas alur keuangan perusahaan, dengan laporan pembukuan berupa laporan jurnal harian, laporan rugi laba dan neraca perusahaan

- c. Melaporkan segala pengeluaran dan pemasukan secara berkala kepada direktur.

6. Program & Produksi

- a. Bertanggung jawab atas lalu lintas siaran setiap program
- b. Bertanggung jawab untuk merumuskan garis besar kegiatan sebagai bimbingan departemen studio dan *master control*
- c. Bertanggung jawab untuk membuat, mengemas, dan menyegarkan secara konseptual, program yang tayang setiap bulan
- d. Bertanggung jawab atas pelaksanaan setiap rencana acara *off-air* setiap bulan
- e. Bertanggung jawab untuk mengelola semua koordinator di dalam departemen program dan produksi.
- f. Bertanggung jawab untuk membangun hubungan dengan perusahaan produksi serta manajemen acara lokal dan eksternal.
- g. Bertanggung jawab untuk membangun hubungan dengan perusahaan sponsor lokal dan eksternal.

7. Presenter

- a. Jelaskan topik diskusi berdasarkan informasi yang diberikan atau topik yang tidak terduga yang disajikan di bagian informasi.
- b. Bersedia ditempatkan di lapangan atau di luar lapangan sebagai salah satu syarat untuk mengasah kemampuan jurnalistik dan sistem kerja di lingkungan industri media.
- c. Mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan baik kepada pemirsa

8. Editor

- a. Mengedit materi untuk semua berita, baik harian maupun harian
- b. Mengedit naskah, menayangkan video di televisi
- c. Editor harus selektif dalam memilih gambar untuk membuat paket berita baik yang enak dipandang

9. Pemberitaan

Peran bagian berita televisi adalah mengisi layar dengan berita dan kegiatan media yang relevan, menarik dan bermanfaat bagi pemirsa. bagian dari pemantauan rutin adalah untuk memberikan informasi yang relevan dan menarik kepada pemirsa. Berikan informasi sebanyak-banyaknya yang dapat menarik perhatian pemirsa

3.6 Fasilitas Radio Fajar 89,3 FM

3.6.1 Studio

Studio radio adalah tempat untuk penyiar menyiarkan informasi atau berita. Pada umumnya ruang studio, merupakan ruangan kedap suara yang menghilangkan suara-suara yang tidak diinginkan yang dapat mengganggu proses siaran. Ruangan ini digunakan penyiar Radio Fajar 89,3 FM sebagai tempat menyiar, dengan berbagai fasilitas penunjang.



Gambar 3.2: Studio Radio Fajar 89,3 FM

Sumber: Dokumentasi Penulis

3.6.2 Studio Dubbing

Studio ini digunakan untuk merekam suara untuk kebutuhan iklan dan spot radio.



Gambar 3.3: Studio Dubbing Radio Fajar 89,3 FM

Sumber: Dokumentasi Penulis

3.6.3 Hardware dan Software

Radio Fajar 89,3 FM memiliki beberapa *software* dan *hardware* (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan dalam proses penyiaran diantaranya:

- a. *Audio mixer*, Radio Fajar 89,3 FM, menggunakan audio mixer mengatur sinyal dari microphone dan sinyal prosesor. Operator menggunakan isyarat ini dengan menekan knob atau tombol kemudian kembali sinyal ke tape recorder, sinyal prosesor, dan monitor power amplifier. Pada audio mixer ini juga kita dapat mengatur pengaturan level suara mulai dari lembut sampai keras, juga keseimbangan suara yang keluar dengan *backsound* yang mungkin disediakan selama proses siaran.
- b. *Mic*, Radio Fajar 89.3 FM menggunakan *mic* untuk kebutuhan penyiar dan kebutuhan saat dubbing, tanpa *mic* tidak akan ada suara yang mengudara yang dibutuhkan oleh pendengar. Ada beberapa macam istilah microphone, ada yang monostereo berkaki dua dan empat basic dan wireles, microphone classic dan modern serta microphone untuk rekaman.
- c. *Headphone*, Radio Fajar 89,3 FM menggunakan *headphone* untuk mendengarkan aktifitas yang sedang mengudara, juga digunakan untuk memonitoring musik yang sementara mengudara, ditakutkan musik yang disuguhkan kurang jelas di telinga pendengar.
- d. Komputer, Radio Fajar 89,3 FM menggunakan komputer untuk memutar playlist musik. Selain tempat pengoperasian software, ada komputer yang terkoneksi dengan internet, komputer ini biasanya dipakai penyiar untuk mencari bahan berita.

- e. Antena, Sebuah antena adalah bagian terpenting dari suatu pemancar atau penerima dengan fungsinya untuk menyalurkan sinyal radio ke udara. Dengan fungsi antena sendiri si nyal listrik diubah menjadi sinyal elektromagnetik lalu melepaskannya ke udara atau ruang bebas.
- f. *Hybrid* telepon, adalah perangkat yang mengubah saluran telepon biasa menjadi mixer distribusi. Ini memungkinkan Anda untuk berkomunikasi langsung dengan pendengar. Anda juga harus dapat mengidentifikasi perangkat, yang biasanya dimulai sebelum mixer hybrid dinaikkan, yang diperkirakan akan mendengar suara yang tidak diinginkan dari pendengar.
- g. Compact Disk, CD adalah media penyimpanan musik. Meskipun radio saat ini menggunakan komputer dan perangkat lunak untuk memutar musik. Tetapi CD sangat berguna jika komputer anda tiba-tiba berhenti bekerja. CD dapat menutupi keadaan mati.
- h. *Winamp*, Radio Fajar 89,3 FM menggunakan *winamp* sebagai media untuk memutar playlist. Software yang simple namun powerfull untuk siaran Radio.

3.7 Klasifikasi Radio Fajar 89,3 FM

Radio Fajar 89,3 FM merupakan salah satu Radio swasta yang ada di kota Makassar dengan *positioningnya* sejak awal ialah “News Talk & Entertainment”. Oleh karena itu dari format siaran dan jenis program yang disajikan akan disesuaikan dengan *positioning* dan target pendengarnya. Berikut klasifikasi dari Radio Fajar 89,3 FM, yakni sasaran pendengar, format siaran musik, komposisi siaran radio, format waktu siaran dan program siaran.

A. Sasaran Pendengar Radio Fajar 89,3 FM

Setiap stasiun radio memiliki target pendengar yang berbeda ditinjau dari berbagai aspek mulai dari usia, jenis kelamin, status sosial, Pendidikan dan lain sebagainya. Dengan demikian radio harus mampu menyuguhkan informasi atau program yang ada di radio itu sendiri sesuai target pendengarnya. Sama halnya dengan Radio Fajar 89,3 FM di Makassar.

Berikut sasaran pendengar Radio Fajar 89,3 FM, yang ditinjau dari berbagai aspek yaitu: usia, jenis kelamin, status sosial & ekonomi, Pendidikan serta pekerjaan.

Tabel 3.2

Sasaran Pendengar Radio Fajar 89,3 FM

Usia	18-29 Tahun	5%
	30-39 Tahun	35%
	40-50 Tahun	15%
Jenia kelamin	Pria	60%
	Wanita	40%
Status Sosial & Ekonomi	A	15%
	B	35%
	C	45%
	D	5%
Pendidikan	SMA	10%
	Perguruan Tinggi	90%

	Total	100%
Pekerjaan	Pegawai Swasta	30%
	Wiraswasta	30%
	Mahasiswa	10%
	Ibu Rumah Tangga	25%
	PNS/TNI/POLRI	5%
	TOTAL	100%

Sumber: Dokumen Profile Radio Fajar 89,3 FM

B. Format Siaran Musik Fajar 89,3 FM

Format Siaran Radio Fajar 89,3 FM adalah musik yang diputar seluruhnya musik-musik pop Indonesia yang menjadi trend musik masa kini, dengan segmen pendengarnya dari usia 18-29 tahun. Oleh karena itu demi mempertahankan pendengarnya radio selalu *update* terkait musik- musik apa yang sedang populer saat ini juga bagaimana peran penyiar mampu untuk menyuguhkan semua itu kepada pendengar dengan program yang sudah disediakan salah satunya adalah program Indonesia tren musik.

Dimana pada program ini *playlist* musik-musiknya terfokus pada musik Indonesia yang terbaru. Bukan hanya itu penyiar Radio 89,3 FM juga menghadirkan informasi berupa *News*, *Infotainment* dan *Talkshow* untuk kebutuhan khalayak.

C. Komposisi Siaran Radio Fajar 89,3 FM

Setiap stasiun Radio memiliki program, target pendengar yang berbeda juga memiliki komposisi siaran yang berbeda. Komposisi setiap radio menyesuaikan

dengan segmentasi pendengarnya. Begitu pun Radio Fajar 89,3 FM memiliki komposisi siaran sebagai berikut:

Tabel 3.3
Komposisi Siaran Radio Fajar 89,3 FM

Berita	30%
Pendidikan dan Kebudayaan	19%
Siaran Agama	10%
Hiburan dan Musik	10%
Iklan	20%
Layangan Masyarakat	25%
Total	100%

Sumber: Dokumen Profile Radio Fajar 89,3 FM

D. Format Waktu Siaran Radio Fajar 89,3 FM

Waktu siaran Radio Fajar 89,3 FM 18 jam, mulai pukul 06.00 Wita sampai dengan 23.00 Wita, baik itu hari kerja maupun hari libur dan hari-hari peringatan memiliki momen.

E. Program Siaran Radio Fajar 89,3 FM

Radio Fajar 89,3 FM memiliki dua program unggulan yaitu program Semangat Pagi dan Program Indonesia tren musik.

Tabel 3.4
Program Siaran Radio Fajar 89,3 FM

Program	Waktu		Hari
Semangat pagi	06.00-09.00		Senin-Minggu
	09.00-12.00	Relay Fajar TV	

Indonesia tren musik	13.00-16.00		Senin-Sabtu
	16.00-17.00	Relay Fajar TV	

Sumber: Dokumen Profile Radio Fajar 89,3 FM



4.1 Waktu dan Lokasi Magang Merdeka Belajar

Waktu yang dijalani penulis selama magang program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini, selama 16 minggu dan berlokasi di Jl. Urip Sumoharjo No. 20 Gedung graha pena ln.2 Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan

4.2.1 Tugas Utama

Pada laporan magang program MBKM di Radio Fajar 89,3 FM penulis ditempatkan pada divisi *Operator Playlist Musik* terkhusus pada Program Indonesia tren musik. Penulis sebagai operator sekaligus membuat playlist untuk program tersebut. Indonesia tren musik merupakan salah satu program yang ada di Radio Fajar 89,3 FM yang disiarkan setiap hari Senin-Sabtu mulai pukul 13.00-16.00 Wita.

Pada tahap awal penulis diminta untuk mendownload musik dengan ketentuan musik yang akan didownload sejak tahun 2016 sampai saat ini. Tidak membutuhkan waktu yang lama, namun harus selalu *update* dengan musik-musik terbaru. Ada dua segmen pada program radio segmen awal di pagi hari akan memutar musik-musik dalam negeri juga luar negeri namun, untuk program di siang hari tepatnya pada segmen Indonesia tren musik, hanya memutar musik-musik dalam negeri. Jadi penulis fokus pada musik-musik Indonesia terbaru untuk diputarkan kepada pendengar. Selanjutnya penulis diminta untuk mempelajari *playlist-playlist* sebelumnya bagaimana penempatan iklan pada *playlist* dan spot juga berapa banyak musik yang akan diputar selama segmen berlangsung. Berselang kurang lebih 2 minggu penulis sudah mampu memahaminya.

Tahap berikutnya penulis mulai dengan membuat *playlist* baru untuk hari-hari selanjutnya, penulis juga ditugaskan mencari topik pembahasan yang akan dibahas oleh penyiar Radio Fajar 89,3 FM. Terkait topik pembahasan yang akan dibawakan oleh penyiar, penulis biasanya mencari pada laman media sosial terkhusus *twitter*.

A. Program Indonesia tren musik Radio Fajar 89,3 FM

Indonesia tren musik merupakan salah satu program yang ada di Radio Fajar 89,3 FM yang disiarkan setiap hari Senin-Sabtu mulai pukul 13.00-16.00 Wita. Dengan segmentasi pendengar dari usia 18-29 tahun. Program ini memutarakan hanya musik-musik Indonesia yang populer. *Playlist-playlist* yang penulis buat berlaku selama satu bulan dan waktu untuk penulis membuat draft *playlist* ialah disaat waktu tenggang.

Dalam perogram Indonesia tren music, aplikasi yang digunakan uuntuk memutarakan musik ialah aplikasi *Winamp*. Radio Fajar 89,3 FM menggunakan aplikasi *Winamp* sejak awal melakukan siaran, juga mengapa memilih aplikasi *winamp* dikarenakan keunggulan yang dimiliki diantaranya:

1. Mendukung audio dan video termasuk format 3GP, AAC, AVCHD, MPEG-4 WMV dan WMA
2. Dapat mengatur musik yang akan dimainkan dengan bantuan playlist editor
3. Dapat dengan mudah mengatur efek-efek suara melalui fitur equalizer yang tersedia
4. Kecepatan dalam extrac file audio CD yang lebih cepat
5. Tombol-tombol yang ada di winamp sangat sederhana sehingga mudah dimengerti.



Gambar 4.1 Aplikasi Winamp

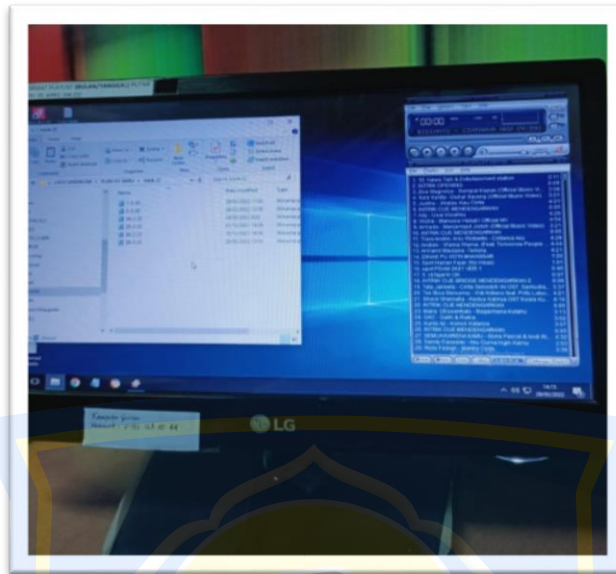
Sumber: Internet

Isi dari playlist dalam program Indonesia tren musik yang menggunakan aplikasi winamp ini terdiri dari 80 musik, 6 iklan dan 39 spot, total 125 playlist

A. Musik, Radio Fajar 89,3 FM pada program Indonesia tren musik ini memutar musik Indonesia dengan genre musik pop dari tahun 2016 hingga saat ini.

B. Iklan, biasanya terdiri dari 3 buah iklan. Namun terkadang kembali lagi tergantung dari berapa banyak pengiklan

C. Iklan Spot Radio biasanya terdiri dari *cue* mendengar, dan *cue* Indonesia tren musik,



Gambar 4.2: playlist Indonesia tren musik

Sumber: Dokumentasi Penulis

B. Proses Penyiaran Pada Program Indonesia tren musik

Proses penyiaran merupakan hasil dari produksi yang disiarkan kepada khalayak. Dengan langkah-langkah komunikator membuat ide atau menemukan ide dan ide ini dapat diubah menjadi pesan yang dapat dikirimkan baik secara verbal maupun non verbal melalui saluran atau media yang mampu menjangkau khalayak luas atau dalam istilah dunia komunikasi yaitu komunikasi.

Proses penyiaran di Radio Fajar 89,3 FM pada program Indonesia tren musik diawali dengan opening oleh penyiar,

“89,3 Fajar FM selamat siang pendengar, kembali lagi bersama kami pada program Indonesia tren musik Indonesia tren musik yang akan menemani kalian selama 4 jam ke depan dengan memutarakan Indonesia tren musik. Kemudian

memutarkan 3 lagu kepada pendengar, setelah itu kembali ke penyiar, penyiar menyapa pendengar (pendengar masih bersama kami di 89,3 Fajar FM selamat mendengarkan untuk yang baru bergabung).

Setelah menyapa pendengar, kembali memutarkan 3 lagu beserta iklan. Kemudian masuk penyiar (pendengar telah kita dengarkan 3 buah lagu semoga pendengar bisa kembali bersemangat dengan lagu yang sudah kami suguhkan. Pendengar, jangan kemana-mana kami tidak hanya menyuguhkan Indonesia tren musik, juga pastinya akan menyajikan informasi menarik lainnya). Kemudian penyiar menyiarkan informasinya. (pendengar itu tadi beberapa informasi yang telah kita dengarkan bersama).

Hingga waktu closing tiba (pendengar terima kasih sudah mendengarkan kami di 89,3 Fajar FM pada program Indonesia tren musik Indonesia tren musik, setiap hari Senin-Sabtu pukul 13:00-16:00 Wita. Dan jangan lupa besok untuk mendengarkan kami di 89,3 Fajar FM pastinya yang akan menyuguhkan lagu Indonesia dan informasi menarik lainnya.

4.2.2 Tugas Tambahan

Tugas tambahan yang diberikan kepada penulis tidak terlalu jauh dari topik penyiaran, hal-hal yang dilakukan penulis sebagai tugas tambahan selama magang diantaranya:

1. Voice Over Iklan

Voice over atau *VO* adalah metode produksi yang merekam suara dan menggunakannya di luar layar. Sering dikaitkan dengan film dan serial. Namun, suara juga biasa digunakan dalam media audiovisual lain seperti film, dokumenter, buku audio, dan pesan teks otomatis. Anda pasti menemukan contoh ucapan suara yang mungkin tidak Anda perhatikan. Di Radio Fajar 89,3 FM Penulis melakukan *voice over* pada iklan produk Marck Venus.



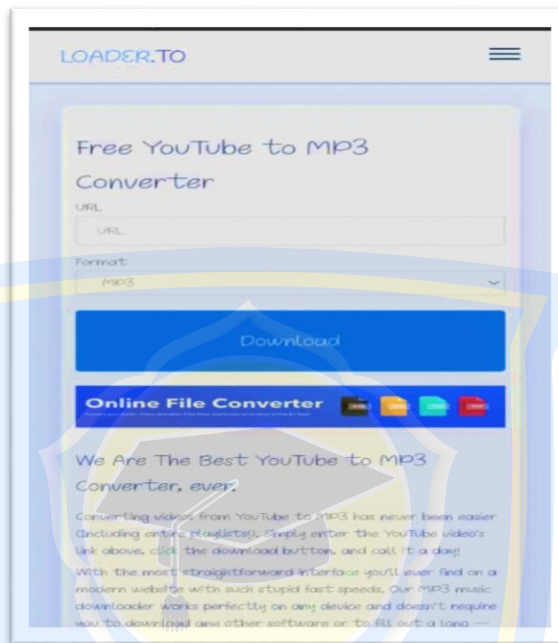
Gambar 4.3 Voice Over Iklan

Sumber: Dokumentasi Penulis

2. Mendownload Musik-Musik

Mendownload musik untuk kebutuhan *playlist* setiap hari, baik itu musik dalam negeri maupun luar negeri dengan ketentuan musik dari tahun 2016 sampai saat ini. Untuk kebutuhan musik biasanya mencari di *spotify* musik apa yang sedang tren sekarang, kemudian di download dan diputarkan. Dan situs link yang

digunakan penulis ketika ingin mendownload musik ialah link Loader.to
<https://loader.to/en75/>



Gambar 4.4 Link Download musik

Sumber: internet

3. Mengoperasikan audio mixer

Penulis dihadapkan langsung dengan audio mixer, jadi suara yang masuk dan keluar disiarkan adalah tanggung jawab penulis pada saat bertugas sebagai operator di dalam ruang siaran. Jadi penulis harus tau kapan volume suara dari masing-masing masukan harus dinyalakan, dimatikan, diturunkan atau dinaikan.

Penulis mengoperasikan audio mixer, tidak hanya untuk kebutuhan Radio juga kebutuhan relay setiap harinya. Waktu relay dari TV-Radio maupun sebaliknya. Kesalahan dalam pengoperasian audio mixer pun, pernah penulis alami adalah penulis pernah menurunkan feder dengan kondisi televisi masih

siaran. Kejadian ini berlangsung kurang lebih 2 kali, dan kedepannya penulis sudah mampu menguasai dan memperbaiki.



Gambar 4.5 Mengoperasikan audio mixer

Sumber: Dokumentasi Penulis

4. Mempersiapkan bahan berita untuk siaran

Pada kegiatan ini penulis membantu penyiar menyiapkan berita yang akan dibahas oleh penyiar pada saat siaran nanti. Penulis mengambil berita dari media online seperti Detik.com, Fajar.co.id dan Jaringan media.co.id.

Berikut salah satu contoh berita yang penulis dapatkan untuk disiarkan:



Gambar 4.6 Bahan Berita Siaran

Sumber: Berita Fajar.co.id

4.3 Kendala dan Solusi Selama Mengikuti Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

4.3.1 Kendala

Selama magang di Radio Fajar 89,3 FM kurang lebih waktu yang dibutuhkan 4 bulan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), pastinya penulis mengalami beberapa kendala selama magang di Radio Fajar 89,3 FM. Diantaranya:

1. Penulis masih kurang pemahaman terkait cara mengedit iklan yang ada di daftar *playlist-playlist*.
2. Penulis belum memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi *Cool Edit Pro* untuk mengedit *Voice Over*
3. Penulis masih kurang pengetahuan terkait alat-alat yang ada di studio siaran

4. Penulis pernah melakukan kesalahan dalam mendownload musik, yaitu mendownload musik dangdut, hal dikarenakan belum sepenuhnya mengetahui SOP dari Radio Fajar FM
5. Penulis pernah melakukan kesalahan relay, dimana tidak boleh melakukan relay jika TV sementara menyiar
6. Kurangnya praktek mata kuliah radio, sehingga penulis kesulitan ketika berada dilapangan (studio)
7. Penulis melakukan kesalahan dalam proses penyiaran yaitu tidak memutar iklan-iklan yang ada di playlist.

4.3.2 Solusi

Solusinya agar mudah mengatasi semua kendala yang ada penulis mencoba untuk memahami lebih mendalam kemudian mencoba untuk mencari solusi.

Penulis juga mencoba untuk *searching* di internet terkait hal-hal semisal fungsi dari alat-alat yang ada di studio, penulis sering menggunakan aplikasi youtube terkait penggunaan dan manfaat dari peralatan yang ada di studio. Penulis juga mencari informasi terkait musik-musik apa yang sedang tren saat ini pada aplikasi *spotify*.

Dalam hal kesalahan mendownload musik, sebaiknya untuk bertanya terlebih dahulu agar mengetahui SOP dari instansi tersebut, terkait jenis musiknya apa dan harus dari tahun berapa untuk di download. Harus selalu siaga, dalam memperhatikan segala sesuatunya termasuk saat proses penyiaran berlangsung

wajib untuk memutar iklan yang ada di playlist.

Ketepatan waktu juga merupakan hal yang diutamakan dikarenakan program yang ada di radio sudah ditetapkan waktu dan jenis programnya. Maka dari itu mengharuskan penulis untuk selalu tepat waktu. Penulis juga sering kali bertanya langsung kepada pembimbing yang ada di lapangan terkait hal yang memang tidak diketahui oleh penulis.

4.4 Temuan - Temuan Baru

Terkait temuan-temuan baru yang penulis dapatkan selama magang banyak hal-hal yang memang tidak didapatkan dari dunia kampus. Diantaranya:

1. Penulis belajar bagaimana cara membaca berita juga membaca iklan untuk kebutuhan Radio. Intonasi suara yang memang harus bisa dibedakan cara membaca sehari-hari dan bagaimana membaca naskah berita. Pasti tidak lepas dari penggunaan aplikasi yang digunakan dalam merekam suara. Disini penulis untuk pertama kalinya belajar menggunakan aplikasi tersebut.
2. Penulis juga mampu mengetahui penempatan iklan dan spot pada playlist
3. Penulis juga mampu mengetahui pengoperasian *audio mixer*
4. Penulis juga mampu belajar dari seorang penyiar bagaimana penyiar tersebut melakukan siaran mulai dari opening hingga *closing* dengan intonasi nada bicara layaknya penyiar yang pasti jauh berbeda ketika berkomunikasi di luar studio Penulis juga mampu mengetahui bagaimana penyiar mencoba berinteraksi dengan pendengar seperti yang kita ketahui hanya audio tanpa visual dan penyiar mampu mengimajinasikan seolah-olah khalayak ada

didepan mata.



UNIVERSITAS FAJAR

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Selama penulis melakukan program MBKM di Radio Fajar 89,3 FM, penulis dapat memahami lebih mendalam terkait penyiaran khususnya. Menjadi

seorang penyiar yang kita ketahui pada umumnya hanya berbicara saja. Ternyata tidak hanya *skill* komunikatif yang dibutuhkan, juga bagaimana peran dari penyiar itu sendiri mampu membawakan program yang ada pada radio tersebut hingga menjadi program unggulan pendengar juga bisa menarik pengiklan.

Ciri khas dari penyiar untuk setiap stasiun radio pasti berbeda mulai dari jingles, suara, jenis informasi, musik dan lain sebagainya, semua ini disesuaikan dengan program dan target pendengarnya. Mungkin ada beberapa radio yang hanya menyajikan musik saja tanpa kata-kata (*speech*). Namun kembali lagi semua stasiun radio dengan program dan segmentasi yang berbeda. Pada umumnya karena radio merupakan media *auditif*, dimana suara menjadi peran utama maka kebutuhan suara dari penyiar yang menjadi target.

Tidak bisa dipungkiri ada pendengar yang senang dengan stasiun-stasiun radio tertentu karena suara penyiarnya, namun ada juga sebaliknya banyak peminat karena programnya. Perlu diketahui kesuksesan semua program tergantung dari seberapa banyak pendengar maka dari setiap stasiun radio selalu *mengupgrade* program-program yang mereka miliki agar menarik minat pendengar. dari banyaknya pendengar itulah yang akan mendatangkan pengiklan bagian dari *profit* perusahaan tersebut.

Radio merupakan salah satu media massa yang bisa memberikan informasi oleh karena itu, menjadi seorang penyiar juga butuh persiapan sebelumnya, agar tidak terjadi mis komunikasi dalam penyampaian informasi. Misalnya, ketepatan waktu dibutuhkan oleh seorang penyiar, agar tidak terlambat sehingga ada jeda untuk mempersiapkan segala sesuatunya dari membaca kembali informasi yang

ingin disampaikan kepada khalayak, dan aktivitas lainnya yang berkaitan dengan proses siaran.

Selanjutnya adalah pembuatan *playlist* ini merupakan tugas utama penulis yaitu membuat *playlist* musik untuk kebutuhan salah satu program Indonesia tren musik di Radio Fajar 89,3 FM. Penulis harus mampu mengetahui musik apa yang sedang *trending* saat ini untuk diputarkan kepada pendengar juga pentingnya menghafal musik yang ada di *playlist* agar tidak terputar dua kali. Penulis juga mampu melihat bagaimana orang-orang yang bekerja khususnya di dunia media sendiri point utama menurut penulis ialah ketepatan waktu.

Aktivitas yang dilakukan di tempat magang, menjadi tambahan ilmu kepada penulis yang pasti nya bisa di implementasikan di dunia kerja nanti. Penulis juga menyadari pentingnya untuk selalu disiplin dalam kerja.

5.2 Saran

Berdasarkan laporan yang ditulis penulis, ada beberapa saran untuk pihak Kampus Universitas Fajar dan pihak Radio Fajar 89,3 FM, yakni sebagai berikut:

5.2.1 Radio Fajar 89,3 FM

Penulis berharap pihak dari *Radio Fajar 89,3 FM* untuk ke depannya mampu bekerja sama dengan Universitas Fajar, dimana Radio Fajar 89,3 FM bisa dijadikan sebagai Laboratorium untuk mahasiswa Universitas Fajar khususnya jurusan Ilmu Komunikasi, Broadcasting agar bisa praktek langsung di lapangan terkait matakuliah Radio. Juga penulis mengharapkan agar Radio Fajar 89,3 FM untuk

kedepannya bisa lebih baik lagi dalam mengupdate perangkat keras yang ada di kantor, menambah penyiar demi suksesnya proses siaran.

5.2.2 Universitas Fajar

Penulis berharap kampus Universitas Fajar untuk memenuhi kebutuhan mata kuliah broadcasting, dengan menyediakan studio penyiaran di kampus. Agar ketika mahasiswa yang ingin magang setidaknya sudah memiliki sedikit pengetahuan dari kampus. karena akan berbeda jika hanya ilmu yang diandalkan namun tidak pernah praktek. Program magang MBKM ini dengan rentan waktu 4-6 bulan penulis bersyukur karena dengan waktu yang cukup lama penulis mampu mendalami dunia broadcasting khususnya di Radio pada penyiaran.

Terkait mata kuliah editing, hanya aplikasi Adobe primer yang didapatkan di kampus, sedangkan di lapangan khususnya dalam penyiaran butuh mengetahui bagaimana menggunakan aplikasi *cool edit pro* untuk mengedit Voice Over. Penulis berharap mungkin kedepannya kampus Universitas Fajar bisa memenuhi semua kebutuhan mahasiswa untuk semua program studi yang ada di kampus. misalnya selain studio untuk mahasiswa Broadcast, mungkin praktek meliput berita langsung di lapangan. Dengan demikian mahasiswa yang melakukan program magang tidak begitu kaku di tempat magang dikarenakan ada bekal selama di kampus. Kedepannya mungkin sebaiknya untuk mata kuliah broadcasting cukupkan teori perbanyak praktek.



UNIVERSITAS PAJAR DAFTAR PUSTAKA

- Aisyiyah, N. L. (2018). *Fungsi Radio BASS FM dalam meningkatkan pemahaman keagamaan di masyarakat Salatiga* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang).
- Anastasia, H., & Machmud, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maros FM dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar. *Journal of*

Communication Sciences (JCoS), 2(2), 71-79.

Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di Era Digital Konten.

Harliantara, D., & Rustam, A. (2021). *Radio Is Sound Only: Pengantar Dan Prinsip Penyiaran Radio Di Era Digital*. Broadcast Magazine Publisher.

Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Prenada Media.

Mukhtar, Y. K. (2018). Penerapan Kaidah Penyiaran Radio (Studi Di Stasiun D'Radio Jambi) (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

Nadie, L. (2019). *Media Massa dan Pasar Modal: Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public*. Pustaka Kaji.

Najib, Z. (2021). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mesra Parepare dalam Program Acara Obrolan Sana-sini (Obras)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 167-178.

NUR, S. A. S. (2021). *Peran Radio Sonora Lampung Dalam Dakwah Di Masyarakat* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Putri, A. G., & Setiawati, S. D. (2021). Loyalitas Pendengar Radio Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus Radio Dahlia 101.5 FM Bandung). *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), 96-110.

- Rahayu, T. Y., & Katili, K. R. D. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya*, 4(1), 139-153.
- Rahmi, S. (2021). *Komunikasi Interpersonal dan Hubungannya Dalam Konseling*. Syiah Kuala University Press
- Sahran, F. (2019). *Strategi Radio Fajar 89,3 FM Makassar dalam Mempertahankan Pendengarnya* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Sampoerno, S., Herwandito, S., & Sari, D. K. (2018). Pergeseran Peran dan Fungsi Radio Suara Surabaya dari Radio Informasi Menjadi Radio Pengaduan. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 01-13.
- Simamora, P. R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Wicaksana, Y. B. S. (2020). *Strategi Komunikasi Penyiar Dj Show Prambors Jogja* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Widyastuti, N. (2019). *Pengembangan radio MBS 107.80 FM berdasarkan aplikasi Android* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Zuhri, S., Fajriah, N., Wibowo, R. T. H., Prakoso, A. A. D., Indriani, R. O., Windari, A. T., ... & Yogita, K. Y. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Vol. 5). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Intelegensia Media (Intrans Publishing Group)

DOKUMENTASI



Gambar 3-4 Penyerahan Plakat oleh Penulis Kepada Pembimbing Lapangan

