

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

Pada dasarnya radio merupakan sebuah media elektronik yang memiliki fungsi sebagai alat yang dapat mengirimkan sinyal melalui koordinasi dari adanya gelombang magnetik. Gelombang magnetik dalam mengirimkan sinyal akan melintas melalui udara dan juga ruang hampa angkasa, sehingga gelombang magnetik tidak memerlukan sebuah medium untuk mengirimkan sinyal (Abdul, 2013, p. 95)

Radio sendiri merupakan alat komunikasi massa, menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble, komunikator yang ada didalam sebuah komunikasi yang bersifat massa akan selalu membutuhkan sebuah alat yang dapat menyampaikan pesan kepada khalayak secara umum. Sebuah pesan dalam komunikasi massa harus berlandaskan pesan yang bersifat secara umum maupun publik, sehingga pesan tersebut bukanlah pesan secara pribadi melainkan publik dapat diterima oleh khalayak umum secara luas (Nurudin, 2017, p. 8).

Media massa sendiri adalah sebuah media atau alat yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas atau sering dikatakan secara massa, penyampaian pesan dengan menggunakan media massa akan tersebar kepada khalayak secara serempak, cepat, luas dan bersifat heterogen kepada khalayak. Salah satu kelebihan yang terdapat dalam media massa adalah pesan yang terdapat dalam media massa tidak terbatas antara ruang dan

waktu, serta pesan yang dapat disebarkan secara seketika tanpa waktu yang tidak terbatas (Nurudin, 2017, p. 9).

Radio merupakan salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Selain itu, radio yang mempunyai karakteristik akrab, membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik (Trinoviana, 2017, p. 36).

Keberadaan radio sebagai suatu alat atau media dalam menyampaikan komunikasi secara massa juga memiliki sifat penting seperti *The Personality of Radio* yaitu ketika radio menyampaikan pesan kepada khalayak. Dalam penyampaian pesan kepada khalayak radio sangatlah memiliki suatu kesan yang berbeda dengan media komunikasi massa lainnya. Radio memiliki sebuah kelompok yang mendengarkan atau dapat dikatakan pendengar setia radio, hal ini dikarenakan radio sebagai alat komunikasi massa selalu melakukan interaksi secara langsung kepada pendengar radio. Pada sebuah kebiasaan, seringkali jika seorang pendengar selalu terobsesi oleh penyiar radio, sehingga kapanpun seorang penyiar tersebut melakukan siaran akan selalu ada pendengar radio yang bersifat kelompok tersebut (Abdul, 2013, p. 100)

Dalam pelaksanaan sebelum berjalannya program siaran berlangsung, terdapat sebuah materi yang harus diproduksi sebelum berjalannya proses siaran dari sebuah radio. Penyiapan materi-materi yang akan disajikan pada saat siaran adalah tugas dari bagian produksi, dimana dalam memproduksi materi-materi yang

akan disiarkan juga tentu harus memperhatikan pedoman-pedoman penyiaran yang berlaku di Indonesia.

Radio Suzana 91.3 FM yang merupakan sebuah radio hiburan yang dalam pelaksanaan siaran juga terdapat berita informasi kepada pendengarnya juga melaksanakan produksi materi yang akan menjadi bahan materi saat melakukan siaran radio. Dalam hal ini bagian produksi akan memikirkan mengenai materi yang harus diberitakan saat siaran berlangsung.

Pada salah satu program siaran dalam radio Suzana 91.3 FM yaitu Jalan-Jalan Pagi yang bertujuan agar memperluas segmentasi pendengar radio Suzana 91.3 FM dengan melakukan regenerasi pendengar baru namun tetap melakukan segmentasi kepada pendengar lama radio Suzana 91.3 FM. Proses dalam memproduksi materi dalam program siaran Jalan-Jalan Pagi memiliki keunikan tersendiri, sebab dimana bagian produksi selain memperhatikan pedoman penyiaran Republik Indonesia juga harus lebih aktif dalam mencari berita-berita yang nantinya akan menjadi sebuah materi, dimana materi dari hasil produksi tersebut tetap dapat dinikmati oleh pendengar lama dan juga pendengar dari perluasan segmentasi.

## **I.2. Bidang Kerja Praktik**

Bidang kerja praktik yang dilaksanakan oleh penulis yaitu adalah dalam bidang produksi (pra produksi, produksi, dan pasca produksi) program siaran Jalan-Jalan Pagi Radio Suzana 91.3 FM.

### **I.3 Tujuan Kerja Praktik**

#### **A. Tujuan Umum**

Melakukan realisasi akan ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan dalam kerja praktik secara nyata.

#### **B. Tujuan Khusus**

1. Mengetahui bagaimana berita jurnalisme dalam suatu radio.
2. Memahami bagaimana cara melakukan proses produksi dalam siaran radio.
3. Memiliki pengalaman kerja di dunia radio, terutama radio hiburan dalam membuat topik kreatifitas.

### **I.4 Manfaat Kerja Praktik**

#### **A. Akademis**

Melakukan pengembangan dalam kurikulum yang disesuaikan dalam dunia kerja, juga dapat menjadi penghubung antara fakultas dengan media tempat melakukan kerja praktik.

#### **B. Praktis**

1. Dapat menjadikan sebuah pengalaman kerja praktik bagi mahasiswa yang tertarik dalam bidang media.
2. Sebagai bahan evaluasi untuk kedua belah pihak antara penulis yang melakukan kerja praktik dan baik untuk Radio Suzana 91.3 FM Surabaya.

## **I.5 Tinjauan Pustaka**

### **I.5.1 Media Massa**

Media massa merupakan bagian dari suatu komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri merupakan proses terjadinya pemaknaan antara media massa dan pengguna media massa (J. Baran, 2012, p. 7). Dalam hal tersebut media massa dapat diartikan sebagai saluran komunikasi yang terjadi dalam penyampaian pesan (informasi) kepada pengguna media yang sifatnya massa.

Media massa menggambarkan sebuah alat untuk melakukan komunikasi yang dapat digunakan untuk berbagai macam ukuran skala dalam masyarakat (Morissan, 2013, p. 1). Menurut Mcquail media massa mempunyai suatu sifat dan karakteristik yaitu penyampaian pesan yang dapat disampaikan secara massa dengan jumlah yang relatif luas (universality of reach), memiliki sifat publik serta mampu mendongkrak popularitas seseorang yang terdapat dalam isi pesan suatu media massa (Morissan, 2013, p. 1).

Adapun dalam suatu bentuk komunikasi massa memiliki sebuah ciri-ciri antara lain (Nurudin, 2017, pp. 19–32):

1. Komunikator dalam komunikasi massa bersifat melembaga: Dalam melakukan penyampaian pesan pada komunikasi massa, komunikator bukan hanya terdiri dari seseorang saja. Komunikator yang terdapat dalam sebuah komunikasi massa merupakan sebuah

komponen yang saling berinteraksi, berkaitan, dan berinterdependensi pada keseluruhan penyampaian pesan, sehingga suatu unsur dalam pesan pada komunikasi massa akan memiliki pengaruh pada suatu kinerja unsur-unsur lainnya dalam pesan komunikasi massa.

2. Komunikan yang ada didalam suatu komunikasi massa memiliki sifat heterogen: komunikan dari komunikasi massa sangatlah memiliki aneka ragam jenis perbedaan mulai dari pendidikan, agama, umur, ras, jenis kelamin, status sosial, dan agama. Komunikan tidak mengenal satu dan lainnya pada saat menerima informasi yang serupa dari suatu media, komunikan satu dengan lainnya juga memiliki kepentingan yang berbeda pada saat mendapatkan informasi tersebut.
3. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat umum: Pesan yang terdapat pada suatu komunikasi massa merupakan pesan yang ditujukan tidak hanya kepada suatu kelompok / suatu golongan masyarakat saja. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa dituju kepada khalayak umum / masyarakat secara luas, sehingga pesan yang terdapat dalam komunikasi massa tidak boleh pesan yang memiliki sifat khusus. Pesan yang ada dalam komunikasi massa harus memiliki sifat umum.
4. Komunikasi yang terjadi dalam komunikasi massa memiliki sifat komunikasi satu arah: Pada saat pesan dari komunikasi massa telah

diterima oleh komunikan, proses komunikasi yang terjadi hanyalah berjalan secara satu arah. Sehingga pada saat komunikan ingin memberikan suatu respon (*feedback*) hal tersebut tidak dapat terjadi secara langsung, sehingga sifat dalam pemberian respon akan mengalami penundaan atau tidak dapat dilakukan secara langsung (*delayed feedback*).

5. Komunikasi massa akan menyebabkan keserempakan: Dalam proses untuk menyebarkan pesannya, suatu media massa akan memberikan secara serempak. Hal tersebut dapat dikatakan relatif, seperti media cetak yang diproduksi pada pagi hari, namun khalayak melihat informasi dari media cetak tidak tentu pada waktu yang bersamaan. Namun dikatakan serempak adalah pada saat pesan-pesan tersebut dibagikan secara massa oleh komunikator kepada masyarakat luas.
6. Dalam menyampaikan pesannya komunikasi massa membutuhkan suatu media yang bersifat teknis: Pada saat media massa memberikan pesanya kepada masyarakat secara massa, media massa akan membutuhkan sebuah media yang akan dibantu oleh peralatan secara teknis. Seperti televisi yang akan memberikan pesan secara massa harus membutuhkan pemancar yaitu pemancar satelit, untuk radio membutuhkan relay atau stasiun pemancar, media cetak membutuhkan mesin cetak dan jaringan internet yang membutuhkan perangkat komputer, jaringan telepon dan jaringan satelit.

7. Dalam menyampaikan pesan, komunikasi massa diatur oleh Gatekeeper: Suatu bahan, peristiwa dan data yang belum matang tidak mungkin semuanya akan ditayangkan untuk dijadikan pesan dalam sebuah komunikasi massa, hal tersebut perlu disaring dan dipilih secara baik oleh *gatekeeper*. *Gatekeeper* merupakan sebuah sebutan untuk seseorang yang menjadi penyaring dan juga orang yang memproduksi pesan dalam proses komunikasi massa yaitu *reporter, editor, kameramen, penjaga rubrik, sutradara* dan lain-lain.

Menurut Nurudin dalam proses perkembangannya jenis dari media massa selalu berkembang, karena itu munculah pendapat yang menyatakan bahwa ada paradigma lama dan paradigma baru. Paradigma lama memiliki contoh jenis media massa seperti surat kabar, tabloid, majalah, buku, kaset, radio, televisi dan film. Sedangkan dalam paradigma baru ada jenis dari media massa yang mengalami penambahan dan juga pengurangan, contoh jenis media massa paradigma baru seperti majalah, surat kabar, televisi, tabloid, radio, majalah dan internet. Adanya perubahan dari paradigma lama menuju paradigma baru dikarenakan perkembangan zaman terutama dalam bidang teknologi komunikasi massa yang sangat pesat (Nurudin, 2017, p. 14).

Komunikasi massa sendiri adalah sebuah proses komunikasi dari komunikator kepada khalayak melalui media massa yaitu media cetak dan media elektronik. Namun pada saat ini komunikasi massa mengalami kemajuan dalam perkembangannya sehingga pada komunikasi massa pada saat ini ditemukan yang namanya internet (Nurudin, 2017, p. 4). Dilihat dari karakteristik, fungsi dan juga komponen-komponen internet merupakan salah satu wujud dari komunikasi massa (Nurudin, 2017, p. 4).

### **I.5.2 Radio**

Radio merupakan awal dari komunikasi massa yang menggunakan media massa secara elektronik. Radio adalah alat yang digunakan sebagai awal dari penyiaran secara nasional. Pada awal kemunculan radio melakukan produksi program siaran jaringan, genre dalam setiap program dan juga awal dari kemunculan sebuah televisi (J. Baran, 2012, p. 253)

Radio menyampaikan pesan-pesannya kepada khalayak dengan hasil output berupa audio. Karakteristik radio sebagai media massa (Abdul, 2013, pp. 97–100)

1. *Radio makes picture*: dalam menyampaikan pesannya kepada khalayak luas radio selalu menciptakan bagaimana khalayak dapat memikirkan penggambaran dari suara penyiar tersebut saat sedang melakukan siaran (*rich of imagination*). Seperti contohnya jika khalayak sedang mendengarkan suara radio saat penyiar

memberikan pesan yang disampaikannya, pendengar akan melakukan imajinasi sesuai dengan batas fantasi pendengar tersebut sehingga pendengar akan membayangkan pesan yang disampaikan oleh penyiar tersebut secara penggambaran nyata (*theatre of mind*).

2. *Radio speaks to million*: Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, semua khalayak tanpa persyaratan apapun memiliki potensi yang sama untuk menjadi pendengar radio. Pesan-pesan yang ada didalam radio juga memiliki sifat yang umum. Radio dapat dikonsumsi oleh pendengar radio di berbagai macam tempat. Agar bisa mendengarkan radio pun seseorang tidak memerlukan kemampuan untuk dapat melihat secara huruf, yang berarti radio dapat dikonsumsi di berbagai macam kalangan bahkan kalangan terpencil sekalipun.
3. *The Speed of Radio*: dalam menyampaikan pesannya kepada khalayak radio menggunakan pesan yang berkaitan dengan suatu peristiwa yang sedang dialami oleh masyarakat maupun isu yang sedang dibicarakan oleh masyarakat.
4. *Radio has no Boundaries*: dalam menyampaikan pesan kepada khalayak radio tidak memiliki suatu batasan tertentu. Berbagai macam kalangan yang ada dalam masyarakat dapat mendengarkan radio di berbagai tempat dan juga di setiap waktu (terkecuali dalam hal jangkauan area dan juga frekuensi).

5. *The Simplicity of Radio*: Radio tidak susah dalam hal pengoperasiannya, pesan yang digunakan kepada khalayak juga menggunakan pemakaian bahasa yang mudah dipahami (sederhana), mudah didengar dan juga tidak rumit. Adapun alat radio sangat mudah untuk dibawa kemanapun merupakan kemudahan radio sebagai suatu alat pada komunikasi massa.
6. *Radio is Cheap*: sebagai sebuah alat komunikasi massa berjenis media elektronik, radio merupakan sebuah jenis dari media elektronik yang memiliki biaya produksi relatif murah.
7. *Radio as Background*: pada saat khalayak mendengarkan radio, khalayak tidak akan mendapatkan visual namun hanya mendapatkan audio saja sehingga khalayak tidak akan menetap berada didepan radio pada saat mendengarkannya. Pada saat mendengarkan radio, pendengar radio dapat melakukan aktifitas lainnya, sehingga pada khalayak akan memiliki waktu yang lebih banyak untuk dapat menghabiskan waktunya dalam mendengarkan radio.
8. *Radio is Selective*: pada saat memberikan pesan kepada khalayak, radio memiliki sifat yang otoriter karena pesan dari radio adalah komunikasi yang berjalan satu arah.
9. *Radio Lacks Space*: Perbandingan antara ruang yang ada pada surat kabar tidak akan sebanding dengan suatu durasi yang ada pada di radio, pesan yang ada didalam radio tidak akan dapat didengarkan kembali seperti halnya surat kabar yang dapat dibaca kembali.

Karena hal tersebut dalam bahasa yang digunakan pada radio dalam proses menyampaikan pesan selalu menggunakan bahasa yang sederhana dan menarik.

10. *The Personality of Radio*: dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dapat dikatakan jika radio selalu memiliki sebuah kelompok yang mendengarkan. Pada sebuah kebiasaan, seringkali jika seorang pendengar selalu terobsesi oleh penyiar radio, sehingga kapanpun seorang penyiar tersebut melakukan siaran akan selalu ada pendengar radio yang bersifat kelompok tersebut.

11. *Radio has Music*: radio selalu akan memutar musik pada saat melakukan siaran, entah berita atau tema yang dibawakan merupakan berita *news radio* tersebut akan selalu memutar musik dalam siarannya.

Sebagai sebuah alat dalam media massa yang membagikan suatu pesan dengan hasil yang berupa audio, radio selalu menjadi sebuah media massa yang memiliki ciri khas tersendiri yakni dapat didengarkan pada saat radio tersebut melakukan program siaran, mempunyai sebuah rangsangan terhadap pendengar radio secara rendah, biaya yang digunakan untuk menghasilkan sebuah program siaran relatif terjangkau dan jangkauan Radio dalam memancarkan sebuah pesan tidak seluas televisi (Morissan, 2008, p. 11).

### **I.5.3 Program Radio**

Umumnya setiap siaran yang ada didalam radio selalu menggunakan program yang sudah diatur sebelum melakukan siaran radio. Menurut Pringle Starr Mc Cavitt, sebuah stasiun radio menggunakan 3 program format dalam setiap siaran radio yakni program format musik, program format informasi dan juga program format khusus (Morissan, 2008, p. 223).

#### **1. Program Format Musik**

Program format musik merupakan program yang ada didalam siaran radio yang dalam penyajian dalam siaran ditetapkan terlebih dahulu dengan karakteristik radio tersebut. Namun seiring berjalannya waktu format musik dalam radio merasa adanya sebuah kesulitan, hal tersebut dikarenakan penyanyi dalam musik tersebut kerap kali berganti genre musik, dan pembaruan selalu dilakukan dalam setiap program siaran radio.

#### **2. Program Format Informasi**

Program format informasi dalam sebuah siaran radio dikategorikan menjadi 2 hal yakni dominasi dalam berita (*All news*) dan dominasi perbincangan (*Talk news*). Sebuah program format dalam *All news* terdiri dari berita yang meliputi berita dalam jangka regional, nasional dan juga internasional. Sedangkan untuk *Talk news* sendiri merupakan sebuah topik yang akan dibahas antara penyiar radio ataupun penyiar dengan pendengar radio secara langsung.

#### **3. Program Format Khusus**

Program format khusus merupakan sebuah format yang dikhususkan kepada audiens yang khusus meliputi etnis maupun agama. Berjalannya format ini dalam program siaran radio selain menggunakan aturan dalam penyiaran yang berlaku juga mempertimbangkan target yang akan menjadi *audiens* dalam stasiun radio tersebut.

#### **I.5.4 Produser**

Produser dalam program acara atau program siaran dalam radio mempunyai sebuah tugas untuk membuat sebuah materi yang akan disampaikan dalam proses siaran nantinya, sehingga tugas seorang produser sangatlah penting dalam bagian tahap sebelum siaran berlangsung (Pra produksi). Tugas seorang produser adalah seperti mempersiapkan sebuah naskah, menulis kesimpulan dari naskah dimana tugas dari produksi tersebut mengharuskan seorang produser untuk menuliskan sebuah skrip yang akan digunakan dalam berjalannya proses siaran dalam radio. Naskah yang diproduksi oleh produser memiliki tujuan agar proses produksi siaran dapat berjalan dengan baik (Morrison, 2008, p 314)

Seorang *Produser Eksekutif* memiliki suatu tanggung jawab akan sebuah hasil dari program siaran dalam radio tersebut secara menyeluruh. *Produser Eksekutif* memiliki tugas untuk membuat sebuah *setting*, dekorasi, serta latar belakang yang akan membuat sebuah program siaran memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu juga memiliki tanggung jawab untuk program siaran tersebut memiliki sebuah kualitas dan juga penilaian mengenai

peringkat yang baik (*rating*). Jika *rating* dalam suatu program acara atau program siaran menurun, maka seorang produser harus dapat memberikan penjelasan dan mencari solusi untuk dapat meningkatkan sebuah *rating* program acara atau program siaran radio tersebut (Morissan, 2005. P 276-277).

### **I.5.5 Peran Produser**

Seorang produser memiliki sebuah tanggung jawab dalam suatu proses produksi diprogram hiburan, materi yang akan diproduksi harus melewati sebuah rangkaian produksi yang tidaklah singkat, memerlukan berbagai peralatan, dana, tenaga dan juga proses kreatifitas. Proses dalam sebuah produksi sendiri terbagi menjadi tiga rangkaian yakni praproduksi, produksi dan pasca produksi (Morrisan, 2008, p. 309-310).

#### **1. Rangkaian Tahap Pra Produksi**

Dalam sebuah rangkaian pra produksi, berbagai dari kegiatan awal hingga akhir yakni pembahasan mengenai ide materi hingga proses pelaksanaan ide tersebut. Segala hal yang telah didiskusikan melalui pembuatan ide materi dalam kegiatan ini akan memiliki makna yang sangat penting terhadap keberlangsungan sebuah program tersebut. Pelaksanaan dalam produksi akan bergantung sekali dengan proses pembuatan ide materi sehingga jika ide materi berjalan dengan baik maka sebuah produksi akan berjalan dengan baik.

Kegiatan pembuatan ide materi dalam suatu program sebelum melakukan pelaksanaan produksi meliputi antara lain ide, menuliskan skrip, storyboard, observasi, diskusi, dan melakukan sebuah diskusi terkait pascaproduksi dan juga produksi.

## 2. Rangkaian Tahap Produksi

Dalam sebuah produksi, seluruh kegiatan sebuah pengambilan suatu gambar baik didalam ruangan maupun diluar ruangan. Kegiatan dalam melakukan hal tersebut adalah tapping, dimana jika dalam melakukan sebuah tapping kurang sesuai dengan harapan dalam pra produksi maka akan dilakukan pengambilan produksi ulang.

## 3. Rangkaian Tahap Pascaproduksi

Kegiatan pascaproduksi akan berjalan setelah kegiatan sebuah produksi berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang diinginkan. Kegiatan dalam pasca produksi meliputi kegiatan editing, memberikan efek, ilustrasi, musik dan lain-lain.