

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai hubungan atau pertukaran informasi. Informasi sendiri sebagai suatu yang akan disampaikan dapat berupa data, berita ataupun pesan yang dilambangkan dalam bentuk simbol/tanda, tulisan, gambar ataupun suara. komunikasi didefinisikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antar manusia, dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Oleh karena itu dalam komunikasi ada tiga bagian pokok, yaitu sumber informasi sebagai pengirim; media transmisi sebagai pembawa informasi; dan tempat tujuan informasi sebagai penerima informasi. Suatu pengertian yang mencakup proses, bentuk informasi maupun media transmisinya menyebutkan, bahwa telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman atau penerimaan tiap jenis tanda, gambar, suara atau informasi dalam bentuk apapun melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya. Dari pengertian tersebut, akhirnya dijumpai sarana komunikasi yang sesuai dengan bentuk informasinya sebagai jasa telekomunikasi. Seperti halnya telepon, yang berasal dari kata tele dan phone (suara atau pembicaraan), sehingga telepon dapat diartikan sebagai pembicaraan jarak jauh. Demikian pula istilah telegraf yang berarti penulisan jarak jauh, televisi yang berarti penglihatan jarak jauh dan sebagainya. (Sartono, 2008)

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi dapat berjalan dengan baik jika memenuhi komponen, elemen atau unsur-unsur komunikasi. Supaya proses komunikasi berlangsung dengan baik, setiap unsur harus berperan dengan baik, salah satu saja dari unsur tersebut tidak berjalan dengan baik tentu komunikasi tersebut akan terganggu. Menurut David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama "SMCR" yakni *source* (pengirim), *message* (pesan), *-media channel* (saluran), dan *receiver* (penerima).

a. Sumber / Komunikator

Dalam kegiatan komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim pesan / informasi. Sumber informasi bisa sekaligus menjadi penyampai pesan atau komunikator namun komunikator belum tentu dikatakan sumber

b. Pesan / *Message*

Materi pernyataan yang disampaikan komunikator pada komunikan dapat berupa lisan maupun tulisan, juga dapat berupa lambang – lambang, gambar, warna, atau isyarat – isyarat lainnya. Yang disebut sebagai bahasa verbal maupun non verbal, dengan syarat dapat dipahami oleh kedua belah pihak baik pengirim maupun penerima pesan.

c. Media / *Channel*

Media adalah alat untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media atau *channel* merupakan saluran atau titian dalam menyampaikan pesan yang ditunjukkan kepada komunikan baik perorangan, kelompok maupun massa. Media tersebut dapat dikategorikan dalam 2 bagian yaitu Media Umum dan Media Massa

d. Komunikan / Penerima Pesan

Komunikan adalah elemen penting dalam proses komunikasi karena menjadi sasaran dari komunikasi. Komunikan merupakan pihak penerima pesan yang dengan istilah lain disebut sebagai *decoder, receiver*.

e. Efek / Pengaruh

Efek atau pengaruh adalah hasil dari penerimaan pesan baik berupa lisan, lambang-lambang dan simbol, sehingga menimbulkan perubahan pada pengetahuan, sikap, atau tindakan terhadap seseorang maupun kelompok.

f. Umpan balik / *Feedback*

Umpan balik adalah salah satu bentuk pengaruh yang berasal dari penerima atau tanggapan arus balik dari komunikan kepada komunikator dapat berupa apa saja dan merupakan hasil dari komunikasi. Umpan balik adalah pengaruh yang langsung diterima oleh sumber dari penerima. Efek atau umpan balik bisa berbentuk positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana komunikan mengartikan pesan yang diterimannya. (Okatrina, 2017)

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa secara mendalam maka hendaknya dipahami tentang definisi komunikasi massa. *“First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science... Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter”* (Joseph). Hal senada juga dikemukakan oleh Jay Black dan Frederick C. Whitney yaitu *“Mass communication is process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers”*. Kesimpulan dari dua definisi diatas, dapat kita pahami bahwa komunikasi massa adalah proses pengiriman pesan yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang jumlahnya banyak. Dipahami pula, bahwa berbicara tentang komunikasi massa berbicara tentang proses transmisi pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik cetak, maupun elektronik. (Nida, 2014)

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Menurut Robert K. Merton, fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (manifest function) adalah fungsi nyata yang diinginkan, dan kedua, fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Setiap fungsi sosial dalam masyarakat memiliki efek fungsional dan disfungsional.

Ada banyak pandangan yang berbeda tentang fungsi dari komunikasi massa. Namun secara umum, fungsi komunikasi massa antara lain (Nurudin, 2007):

a. Fungsi Informasi

Menyampaikan informasi secara cepat kepada khalayak massa merupakan fungsi pokok dari komunikasi massa. Melalui media massa yang digunakan, informasi yang telah dikumpulkan dan dikemas kemudian disebarluaskan kepada khalayak luas.

b. Fungsi Hiburan

Hiburan juga merupakan salah satu fungsi lainnya dari komunikasi massa yang menggunakan media massa. Program hiburan TV dan Radio merupakan contoh dari komunikasi massa.

c. Fungsi Persuasi

Persuasi sebagai salah satu fungsi komunikasi massa yakni kemampuan media massa dalam mempengaruhi khalayaknya agar berbuat sesuatu sesuai apa yang ditawarkan media massa yang bersangkutan.

d. Fungsi Pengawasan

Fungsi pengawasan yang dilakukan oleh media massa adalah untuk mengontrol aktivitas masyarakat secara keseluruhan. Pengawasan dapat dilakukan media massa dalam bentuk kontrol sosial, peringatan, dan atau persuasif.

e. Fungsi Transmisi Budaya

Terjadinya perubahan ataupun pergeseran budaya atau nilai-nilai budaya dalam suatu masyarakat, tidak terlepas dari keberhasilan media massa dalam memperkenalkan budaya-budaya global kepada audiens massa. Hal ini juga seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang merambah ke berbagai area kehidupan masyarakat, termasuk budaya.

f. Fungsi Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

Media massa selain dapat dijadikan alat untuk merebut dan mempertahankan kekuasaan, juga bisa dipakai untuk melawan dan merobohkan kekuasaan. (Nida, 2014).

2.2.3 Media dalam Komunikasi Massa

Media yaitu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan oleh komunikator terhadap komunikan yang berupa khalayak. Dalam suatu komunikasi terdapat empat bentuk media yakni media antar pribadi diaman media ini menjembatani hubungan perorangan. Bentuknya bisa berupa surat, telephon, atau kurir. Media yang kedua adalah media kelompok, dimana media ini terlibat dalam aktifitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, bentuknya seperti rapat, seminar, konferensi. Kemudian media publik. Media ini digunakan apabila khalayak terdiri dari lebih dari 200 orang dengan bentuk homogen. Hal ini bisa dilihat pada rapat akbar, rapat raksasa dan sebagainya. (Nida, 2014).

2.2.4 Efek Komunikasi Massa

Penelitian menegaskan bahwa perilaku masyarakat saat ini banyak dipengaruhi oleh media massa yang mereka konsumsi. Bahkan menjamurnya perilaku kriminal salah satunya dipicu oleh perilaku imitasi yang dilakukan oleh pelakunya dari tontonan yang mereka konsumsi. Joyce Cramond menjelaskan bahwa dari adanya media masa seperti televisi menunjukkan bahwa efek dari media tersebut adalah munculnya efek alihan (*displacement effect*) yang ia definisikan sebagai reorganisasi kegiatan yang terjadi karena masuknya telivisi; berupa pengurangan kegiatan dan penghentian beberapa kegiatan sama sekali dan diganti oleh kegiatan menonton televisi. Pada

masyarakat Amerika kondisi ini disebut dengan *Teletown*, dimana dengan kehadiran televisi telah mengurangi jam tidur, membaca, bermain karena harus dihabiskan dengan menonton televisi.

Sebagai perangkat teknologi, media komunikasi massa memberikan beberapa efek yang tidak dapat dihindari yang diantaranya meliputi aspek kognitif, aspek afektif dan aspek behavioral. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif akan timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan sikap, emosi, atau nilai. Efek behavioral merujuk pada perilaku yang nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Nida, 2014).

2.3.1 Broadcasting

Menurut Undang-Undang KPI tentang Pedoman Perilaku Penyiaran Pasal 1 no. 2, Penyiaran merupakan kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Penyiaran adalah proses komunikasi yang melibatkan penggunaan media elektronik seperti televisi, radio, dan internet untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak yang lebih luas. Selain itu, Cangara Hafied juga menganggap penyiaran sebagai bagian dari industri kreatif yang dapat menciptakan lapangan kerja dan menyumbang dalam perekonomian negara. Menurutnya, penyiaran memiliki potensi untuk memperkuat identitas nasional dan mengembangkan budaya lokal serta dapat digunakan untuk tujuan edukasi, informasi, dan hiburan. (Hafied, 2013).

Broadcasting juga merupakan proses untuk menyampaikan siaran yang diawali dengan penyiapan materi atau konsep, lalu proses produksi atau pengambilan gambar dan juga penyiapan bahan siaran dan menyiarkan informasi yang disiapkan tersebut kepada khalayak. Semakin kesini sistem penyiaran semakin berkembang menyesuaikan juga dengan perkembangan teknologi yang ada. Dimana kita sudah dipermudah dalam mengakses hampir seluruh media penyiaran dimana pun. Hal ini dilakukan agar dapat terus memberikan informasi secara cepat kepada masyarakat. Sekarang ini media penyiaran adalah media paling cepat dalam menyiarkan berita atau informasi kepada khalayak secara serempak.

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran radio atau televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa. Dalam media penyiaran yang merupakan sebuah organisasi yang menyebarkan informasi berupa sebuah produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Maka dari itu seperti politik, ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan sebuah sistem sendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas (Morissan, 2018).

2.3.2 Sejarah Penyiaran di Indonesia

Pada tahun 1925 dimasa pemerintahan Hindia-Belanda Prof. Komans dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Kejadian ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Tahun 1930 amatir radio di Indonesia telah membentuk organisasi yang menamakan dirinya NIVERA (*Nederland Indische Vereniging Radio Amateur*) yang merupakan organisasi amatir radio pertama di Indonesia. Berdirinya organisasi ini disahkan oleh pemerintah Hindia-Belanda Masa penjajahan Jepang, tidak banyak catatan kegiatan amatir radio yang dapat dihimpun. Kegiatan radio dilarang oleh pemerintah "jajahan Jepang, namun banyak di antaranya yang melakukan kegiatannya di bawah tanah secara sembunyi-sembunyi dalam upaya mendukung perjuangan kemerdekaan Indonesia.

Tahun 1945 tercatat seorang amatir radio bernama Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan perangkat pemancar radio sederhana buatan sendiri. Tindakan itu sangat dihargai Pemerintah Indonesia. Radio milik Gunawan menjadi benda yang tidak ternilai harganya bagi sejarah perjuangan kemerdekaan Indonesia dan sekarang disimpan di Museum Nasional Indonesia. Akhir tahun 1945 sudah ada sebuah organisasi yang menamakan dirinya PRAI (Persatoean Radio Amatir Indonesia). Dan pada periode tahun 1945 hingga 1949 banyak para amatir radio muda yang membuat sendiri perangkat radio transceiver yang dipakai untuk berkomunikasi antara Pulau Jawa dan Sumatera tempat pemerintah sementara

RI berada. Antara tahun 1945 sampai dengan tahun 1950 amatir radio juga banyak berperan sebagai radio laskar.

Periode tahun 1950 hingga 1952 amatir radio Indonesia membentuk PARI (Persatuan Amatir Radio Indonesia). Namun pada tahun 1952, pemerintah yang mulai represif mengeluarkan ketentuan bahwa pemancar radio amatir dilarang mengudara kecuali pemancar radio milik pemerintah dan bagi stasiun yang melanggar dikenakan sanksi subversif. Kegiatan amatir radio terpaksa dibekukan pada kurun waktu antara tahun 1952-1965. Pembekuan tersebut diperkuat dengan UU No. 5 Tahun 1964 yang mengenakan sanksi terhadap mereka yang memiliki radio pemancar tanpa seizin pihak yang berwenang. Namun di tahun 1966, seiring dengan runtuhnya Orde Lama, antusias amatir radio untuk mulai mengudara kembali tidak dapat dibendung lagi.

Tahun 1966 mengudara Radio Ampera yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan Orde Baru. Muncul pula berbagai stasiun radio laskar Ampera dan stasiun radio lainnya yang melakukan kegiatan penyiaran. Stasiun-stasiun radio tersebut menamakan dirinya sebagai radio amatir. Pada periode tahun 1966-1967, di berbagai daerah terbentuklah organisasi-organisasi amatir radio. Pada 9 Juli 1968, berdirilah Organisasi Radio Amatir Republik Indonesia (ORARI). Rapat yang dihadiri para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang sepakat mendirikan Radio Republik Indonesia (RRI) pada tanggal 11 September 1945 di enam kota. Rapat juga sepakat memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama. Selain itu, rapat juga menghasilkan suatu deklarasi yang terkenal dengan sebutan Piagam 11 September 1945, yang berisi 3 butir komitmen tugas dan fungsi RRI yang kemudian dikenal dengan Fg Prasetya RRI yang antara lain - merefleksikan komitmen RRI untuk bersikap netral tidak memihak kepada salah satu aliran, keyakinan, partai atau golongan (Morissan, 2018).

2.3.3 Sifat Penyiaran

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan di antara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi, terdapat berbagai perbedaan sifat. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan mega massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang. Upaya

menyampaikan informasi melalui media cetak, audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kelemahan. (Morissan, 2018)

Penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media seperti :

1. Media Cetak
 - a. Dapat dibaca, di mana dan kapan saja.
 - b. Dapat dibaca berulang-ulang
 - c. Daya rangsang rendah
 - d. Pengeolahan bisa mekanik, bisa elektrik
 - e. Biaya relatif rendah
 - f. Daya jangkau terbatas
2. Radio
 - a. Dapat didengar bila siaran
 - b. Dapat didengar kembali bila diputar kembali
 - c. Daya rangsang rendah
 - d. Elektris
 - e. Relatif murah
 - f. Daya jangkau besar
3. Televisi
 - a. Dapat didengar dan dilihat bila ada siaran
 - b. Dapat dilihat dan didengar kembali, bila diputar kembali
 - c. Daya rangsang sangat tinggi
 - d. Elektris
 - e. Sangat mahal
 - f. Daya jangkau besar

2.4.1 Regulasi dan Lembaga Penyiaran

Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. (KPI, 2012). Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan bagian dari produk hukum karena lembaga itu dibentuk oleh pemerintah bersama DPR,

sehingga memiliki legitimasi sebagai pelaksana sebagian kegiatan penyelenggaraan negara. KPI dilahirkan dan diberi wewenang oleh Undang-undang No. 32 tahun 2002. Berdasarkan ketentuan tersebut, KPI berwenang menetapkan produk hukum yang khusus mengatur lembaga penyiaran di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari ketentuan Pasal 8 ayat (2) undang-undang penyiaran yakni :

“KPI berwenang menetapkan standar program siaran (SPS), menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran (P3), mengawasi pelaksanaan peraturan P3 dan SPS, memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan P3 dan SPS”.

Walaupun demikian KPI tidak dapat menjalankan kewenangan tersebut secara sewenang-wenang. Hak tersebut diberikan dengan maksud untuk menjamin penyelenggaraan penyiaran yang profesional, sehingga mampu mewujudkan tujuan negara. Kewenangan KPI tersebut, tidak dibenarkan apabila pemanfaatannya ditujukan untuk kepentingan pribadi, kelompok, golongan tertentu dan atau di luar kepentingan negara (KPI, 2012).

2.4.2 P3SPS Sebagai Regulasi

Salah satu produk hukum yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yakni Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang khusus mengikat masyarakat penyiaran. Dalam konteks aturan tersebut masyarakat penyiaran adalah seluruh elemen penyelenggara, konsumen penyiaran, serta regulator penyiaran. Ketiganya terikat dengan ketentuan P3SPS, sehingga dalam upaya menjaga kepentingan hak dan kewajibannya, secara imperatif mengacu pada ketentuan tersebut. Menurut McQuail, tingkat kebebasan informasi yang terjadi dalam suatu negara dapat dilihat dari beberapa hubungan struktur, organisasi, kinerja dan output media massa sebagai berikut :

- a. Kondisi struktural (terutama kebebasan untuk menyampaikan dan menyiarkan)
- b. Kondisi operasional (bebas dari tekanan ekonomi dan politik)
- c. Kesempatan masyarakat luas untuk menyampaikan aspirasi dan memperoleh informasi
- d. Keuntungan bagi para penerima berita, sesuai kriteria : relevan, beragam, menarik, reliable, orisinal dan memuaskan (McQuail, 2000).

P3SPS merupakan sebuah produk regulasi atau hukum yang memiliki kekuatan mengikat masyarakat penyiaran. Ada beberapa alasan mengapa P3SPS dinyatakan sebagai produk hukum.

Pertama, landasan konstitusional penyusunannya adalah UUD 1945. Faktanya P3SPS disusun dan ditetapkan oleh KPI dalam rangka implementasi HAM (Hak Asasi Manusia) khususnya yang disebutkan dalam Pasal 28 UUD 1945. Benang merahnya adalah Undang-undang nomor :32 tahun 2002 tentang penyiaran yang merupakan implementasi HAM tersebut menjadi acuan pokok dalam penyusunan P3SPS. Dengan demikian secara tidak langsung ketentuan tersebut merupakan implementasi pokok-pokok pikiran HAM, khususnya tentang kebebasan berkomunikasi dan memperoleh informasi. Kedua, berdasarkan perspektif proses pembentukan hukum, P3SPS adalah produk hukum yang sah dan bersifat mengikat masyarakat penyiaran. Alasannya, aturan tersebut dibuat dan ditetapkan oleh lembaga berwenang, sehingga secara material dapat menjadi acuan nilai, dalam menyelenggarakan penyiaran (KPI, 2012).

2.5.1 Radio

Radio adalah media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepiantas lalu dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan oleh penyiar seperti membalikkan halaman surat kabar atau majalah. Karena bersifat sepiantas lalu, informasi yang disampaikan penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar. Pengertian radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio ini persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensinya lebih rendah.

Radio memiliki sejumlah fungsi diantaranya seperti menyebarkan informasi, mendidik, membujuk dan menghibur. Radio juga dapat menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan suara dan kata-kata dari sang penyiar. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara, musik dan efek lainnya yang mampu menciptakan suatu gambaran, kesemuanya itu dikenal dengan konsep *theater of mind*. radio memiliki tiga kekuatan. Pertama, mobilitas radio yang tinggi dimana radio dapat membawa pendengarnya kemana-mana, sambil mengerjakan aktivitas lain pun, seseorang dapat mendengarkan radio. Kedua, realitas radio menggiring pendengar kedalam kenyataan dengan suara-suara dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan. Ketiga, kesegeraan radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat, bahkan secara langsung saat kejadian.

Awal mula radio ditemukan oleh Marchese Guglielmo Marconi tahun 1894 yang pada awalnya hanya dapat membunyikan bel dalam jarak sekitar sepuluh meter. Sejalan dengan itu perkembangan radio sebagai media komunikasi terus mengalami perkembangan hingga diliputi dengan meningkatnya pendirian stasiun radio. Perkembangan radio pun terus-menerus terjadi sampai pada tahun 1930-an, dimana pada saat itu Edwin Howard Amstrong berhasil mengembangkan pesawat penerima radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM) menjadi dasar bagi pesawat radio modern saat ini. Radio FM memiliki kualitas suara lebih bagus, jernih, dan bebas dari gangguan siaran (Morissan, 2018).

2.5.2 Sifat-Sifat Radio

1. Auditori, sifat radio siaran untuk didengar (audio), karena hanya untuk didengar, maka isi siaran yang sampai di telinga pendengar hanya sepintas lalu saja. Pendengar tidak mungkin meminta kepada pembicara untuk mengulangi suatu perkataan yang ia tidak mengerti.
2. Berlangsung satu arah, komunikasi yang terjadi hanya satu arah dari komunikator ke komunikan. Arus balik tidak mungkin terjadi saat itu juga. jadi komunikator tidak mengetahui langsung tanggapan komunikan.
3. Mengandung Gangguan, penyampaian informasi dan komunikasi melalui radio siaran tidak akan sempurna seperti komunikasi antar dua orang secara berhadapan, gangguan yang terjadi tidak bersifat alamiah, melainkan dimungkinkan bersifat teknis.
4. Akrab, pada radio sifatnya akrab, intim. Seorang penyiar radio seolah-olah berasa si rumah pendengar dan dengan cekatan menghidangkan acara-acara yang menghibur penghuni rumah. Mereka seolah-olah teman akrab (Effendy, 1990).

2.5.3 Bentuk Format Siaran Radio

Menurut Pringle Starr McCavitt menjelaskan bahwa; *the programming of most stations dominatef by one pricipal content elemen or sound, known as format* (program sebagian besar stasiun radio didominasi dari satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format). Lebih sederhananya dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengolah stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.

Format stasiun radio dapat dikelompokkan kedalam tiga kelompok besar, yaitu format musik, format informasi, dan format khusus (*specialty*). Berdasarkan teori diatas dapat kita jelaskan pengertian dari format musik, format informasi, dan format khusus, yaitu:

1) Format Musik

Format musik merupakan program utama radio manapun. Kecuali radio khusus berita. Program ini bisa divariasikan menjadi acara pemutaran lagu-lagu pilihan pendengar (*request*), paduan lagu dan info ringan, karaoke, tangga lagu (*top hits*), music live, lagu, kuis dan sebagainya.

2) Format Informasi

Format informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberi tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Format informasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*) dan dominasi perbincangan (*all talk atau talk news*).

3) Format Khusus

Format khusus (*specialty*) adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan jenis dan agama. Dengan demikian, format khusus ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu: format etnik dan format agama (Morissan, 2018).

2.5.4 Jenis-Jenis Radio

1. Lembaga penyiaran publik, yaitu lembaga penyiaran berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.
2. Lembaga penyiaran swasta, yaitu lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi.
3. Lembaga penyiaran komunitas, adalah radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh komunitas tertentu. Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.
4. Lembaga Penyiaran Berlangganan, merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum di Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Jenis radio ini masih sangat jarang di Indonesia (Morissan, 2018).

2.6.1 Proses Produksi

Suatu program atau siaran radio yang menarik tentu akan diminati oleh khlayak, sebelum produksi disiarkan yang perlu diperhatikan yaitu bagaimana menyajikan siaran yang baik menurut JB Wahyudi isi program atau siaran harus meliputi: program atau siaran mempunyai tujuan pendidikan, penerangan, ataupun hiburan, dari segi teknik harus baik dan tidak membosankan. Unsur pertama penyajian juga perlu diperhatikan yakni tehnik, tempo, gerak atau seni. Dan program yang baik harus berorientasi pada pendengar (Wahyudi J. , 1986). Oleh karena itu, dalam memproduksi sebuah program radio harus mempunyai sebuah acuan yang jelas, acuan tersebut tidak dapat dipisahkan, bahkan selalu mengisi dengan yang lainnya. Acuan dasar tersebut meliputi:

1) Ide

Ide merupakan buah pikiran dan ide muncul dari perencanaan program siaran, dalam hal ini produser atau orang lain. Dari ide tersebut ada pesan yang aka disampaikan kepada khlayak pendengar atau masyarakat.

2) Pengisi Acara

Pengisi acara merupakan profesi yang akan mengisi sebuah program siaran berupa penyiar, narasumber. Umumnya dalam memproduksi sebuah program, pengisi acara memerlukan waktu dan kerja yang banyak. Sehingga kerjasama yang baik antara crew dengan pengissi acara harus terjalin untuk menghasilkan program yang baik.

3) Peralatan

Betapapun kecilnya suatu studio, pasti dilengkapi dengan berbagai perlengkapann, misalnya lampu, dekorasi, siklorama dan alat-alat komunikasi yang sangat berguna. Disamping itu, dibangun ruang operasional yangeedd dilengkapi oleh peralatan elektronik serta perekam suara. Yang penting dilakukan adalah segala peralatan harus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan teknologi.

4) Kelompok Kerja Produksi

Kelompok kerja produksi merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama sampai hasil karyanya baik untuk disiarkan. Dalam pelaksanaan tugas, kelompok kerja dibagi dalam tiga satuan kerja yang terdiri dari: satuan kerja produksi, satuan kerja pasilitas produksi, dan satuan kerja operator teknik.

5) Pendengar

Pendengar sasaran setiap program atau siaran yang sifatnya heterogen, karena itu agar lebih efektif dalam penerimaan pesan, pendengar diharapkan memberi umpan balik setelah mengikuti program atau siaran, agar dapat dijadikan bahan upaya penyempuraan (Sartono, 2008).

2.6.2 Tahapan Produksi

Proses Pelaksanaan produksi audio terdapat beberapa tahapan. Beberapa tahapan tersebut antara lain dimulai dari pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Dalam tahapan persiapannya proses produksi audio program audio dan *music recording* akan sedikit berbeda. Karena dalam produksi program audio persiapannya lebih rumit dibandingkan dengan proses *music recording* (Morissan, 2018). membuat rencana siaran berarti membuat konsep acara yang disajikan kepada pendengar, tahapan-tahapan produksi dalam program radio terdiri atas pra produksi, produksi, pasca produksi. Berikut merupakan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi menurut (Wahyudi J. B., 1994)

1) Pra Produksi

Tahap ini adalah langkah pertama bagi seorang produser untuk menetapkan program produksi bagi stasiun radio.

A. Penemuan Ide

Langkah awal dalam memproduksi sebuah program siaran adalah dari penemuan ide yang dilakukan oleh beberapa orang, biasanya ini melewati proses yang panjang baru kemudian diambil dari hasil kesepakatan saat musyawarah atau rapat kerja tersebut. Tahapan ini dimulai ketika produser menemukan ide atau gagasan. Dan disitu proses untuk menentukan beberapa hal yaitu:

- a. Tema,
- b. Tim atau Kru yang akan menjadi penanggung jawab saat produksi program siaran,
- c. Narasumber

B. Perencanaan Program

Perencanaan program dilakukan agar program siaran yang dibuat sesuai dengan apa karakteristik masyarakat target pendengar, mulai dari jenis program, jadwal siaran, dan hubungannya dengan pengiklan. Perencanaan program siaran biasanya berawal dari ide

program yang bisa diusulkan oleh berbagai pihak, termasuk owner atau dewan direksi, tim produksi, penyiar, atau pendengar. Perencanaan program siaran meliputi kegiatan yaitu:

- a. Penetapan jangka waktu kerja
- b. Pengumpulan sumber materi
- c. Persiapan sarana dan prasarana (tempat dan peralatan)
- d. Target pendengar/pemasaran
- e. Waktu siaran

C. *Writing*

Writing merupakan langkah seluruh materi yang dipersiapkan dan dikumpulkan, lalu diklasifikasikan kemudian ditulis dalam kalimat atau disusun siap baca untuk dirangkai menjadi naskah.

Langkah ini merupakan penyempurnaan semua hal dalam perencanaan, meneliti kembali dan melengkapi semua sumber daya maupun peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini sebaiknya diselesaikan menurut jangka waktu yang sudah ditetapkan. Setiap stasion radio, khususnya di bagian produksi siaran, sangat membutuhkan para kreator atau orang-orang yang kreatif sekaligus inovatif dalam mengemas produksi produksi yang hendak disirakan. Hal ini disebabkan dari sifat atau perilaku pendengar radio yang kerap berubah seusia selera di dalam perkembangan setiap zamannya (Triyartono, 2006).

2) Produksi

Produksi radio merupakan seluruh kegiatan siaran yang dapat dilakukan/disiarkan secara langsung (*on air*) atau tidak langsung (*off air*) (Wahyudi J. B., 1994).

Produksi siaran radio adalah hasil kerjasama antara penyiar dan operator, dan kerja sama ini menentukan baik tidaknya suatu produksi siaran. Produksi siaran yang keluar dari *main amplifier* tadi dapat didengar dengan keras oleh siapa saja di ruangan dalam kompleks studio. Akan tetapi, belum bisa dinikmati oleh pendengar di rumah. Baru dapat didengar oleh para pendengar di rumah kalau sudah dipancarkan oleh pemancar (*transmitter*) (Effendy, 1990).

A. *Vocal Recording*

Vocal recording adalah tahapan perekaman suara presenter yang membacakan naskah diruang rekam.

B. *Mixing*

Mixing adalah pengabungan materi *vocal* presenter dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator dengan perangkat teknologi yang analog atau digital. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara.

C. *On Air*

On Air adalah penyayangan acara sesuai jadwal yang telah direncanakan. Ini merupakan tahap penyajian seluruh materi yang telah direncanakan.

Adapun format siaran dalam radio *on air* ada dua macam yaitu:

- a. Siaran langsung (*live*)
- b. Siaran tunda (*recorder*) (Masduki, 2004).

3) Pasca Produksi

Pasca produksi adalah langkah terakhir ditahapan produksi yang berupa evaluasi program yang telah disiarkan (Wahyudi J. B., 1994). Evaluasi disini mempunyai dua maksud. Maksud yang pertama, ialah evaluasi program yang bertujuan untuk menilai seberapa jauh program- program ini bisa dianggap baik menurut sasaran. Yang kedua ialah evaluasi intruksional. Disini dibicarakan mengenai kemampuan dan kelemahan program, tetapi yang diutamakan adalah audiens dalam memahami isi program intruksional yang diselenggarakan (Yusuf P. , 1990).

2.6.3 Program Siaran Radio

Siaran siaran radio merupakan suatu proses komunikasi yang hanya melalui siaran kata, musik dan bunyi-bunyi lainnya. Maka dari itu, dalam penyiarannya hendaknya stasiun radio memiliki program acara untuk disiarkan setiap harinya. Untuk mendapatkan perhatian dari pendengar, stasiun radio harus mengemas program acara yang menarik (Marfuah, 1997). Program siaran adalah segala hal yang disiarkan oleh stasiun radio untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Program atau acara yang disajikan tersebut merupakan faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan di stasiun radio. Dari hal ini terdapat sebuah rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar yang lebih besar, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar (Morissan, 2018).

1. Berita Radio

Berita radio merupakan sajian fakta berupa peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik bagi sebanyak mungkin pendengar. Dua bentuk populer berita radio adalah siaran

langsung dan siaran tunda. Siaran langsung adalah reporter menggali fakta di lapangan dan pada saat bersamaan melaporkannya dari lapangan pula, sedangkan siaran tunda adalah reporter menggali fakta di lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dahulu sebelum disiarkan. Siaran berita dibedakan dengan siaran informasi.

2. Iklan Radio

Ada dua jenis iklan, yaitu iklan komersial yang berisi tentang profil produk tertentu dan iklan layanan sosial dengan fokus isi pesan komunikasi sosial. Bentuk iklan yang diproduksi di radio ada tiga bentuk, yaitu yang pertama adalah Ad-lib (berupa naskah yang dibacakan saja dengan durasi 30 detik), yang kedua Spot (naskah iklan yang dipadu dengan musik, efek suara, petikan wawancara dengan durasi 30-60 detik) dan yang ketiga yaitu program khusus berupa ad-lib dan spot yang disiarkan bergantian sebagai pesan sponsor saat siaran acara tertentu.

3. Jingle Radio

Jingle atau radio air promo diartikan sebagai gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Durasi jingle umumnya antara 5-15 detik. Tujuan produksi jingle bagi radio adalah untuk mempromosikan keberadaan radio baru di tengah masyarakat, memberikan informasi symbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat pendengar, membentuk citra radio tertentu di benak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan dan sejenisnya. Ada tiga jenis jingle yaitu jingle untuk stasiun radio (radio expose), jingle untuk acara radio (programme expose) dan untuk penyiar radio (announcer expose).

4. Infotainment Radio

Infotainment merupakan singkatan dari information dan entertainment yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur. Infotainment dalam kemasan yang lebih lengkap sering disebut majalah udara, yaitu suatu acara yang memadukan antara musik, lagu, tuturan informasi, berita, iklan, dan bahkan drama. Dengan durasi sekitar 5 hingga 60 menit, acara infotainment terbagi ke dalam sejumlah segmen yang diselingi lagu-lagu atau jeda iklan.

2.7.1 Radio Streaming

Radio *Streaming* biasa disebut dengan radio internet atau radio *online*. Radio *streaming* adalah radio yang dalam siarannya melalui teknologi internet. Teknologi tersebut dapat mengirim dan menerima informasi dari satu pihak ke pihak lain menggunakan suatu alat yang dapat

menerima aliran media *streaming*. *streaming* berasal dari bahasa Inggris yaitu *stream* yang memiliki arti aliran atau mengalirkan. *Streaming* dapat diartikan sebagai suatu proses pemutaran media (file audio dan video) melalui jaringan lokal maupun internet.⁴⁸ Radio *streaming* atau radio *online* adalah radio yang ditransmisikan melalui internet. Media yang menggunakan *streaming* proses pengonsumsiannya berlangsung di waktu yang sama seperti ketika media tersebut didistribusikan melalui jaringan.

2.7.2 Karakteristik Radio Streaming

- 1) Radio internet memungkinkan pendengar mencari dan memilih siaran sesuai yang diinginkan. Memilih berdasarkan negaranya, jenis radionya, bahasa yang digunakan dan lain-lain.
- 2) Tidak memiliki keterbatasan geografis
- 3) Investasi cenderung lebih murah
- 4) Kualitas suara tidak kalah jernih seperti kualitas suara radio konvensional
- 5) Tidak perlu melakukan perizinan khusus untuk membuatnya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Adapun terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang berjudul “Proses Produksi Program Siaran ‘SAPA’ di Radio Itjen Kemendikbud” ini, yakni sebagai berikut :

Penelitian pertama merupakan dari Euis Fajar Siswoyo (Skripsi) Universitas Islam Negeri Suska Riau, dengan judul “Proses Produksi Program Siaran Berita Daerah di Radio Republik Indonesia Pekanbaru”. Permasalahan dari penelitian ini merupakan bagaimana proses produksi program siaran berita daerah di Radio Republik Indonesia Pekanbaru mulai dari tahapan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi program siaran berita Daerah di Radio Republik Indonesia Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh berdasarkan wawancara. Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Proses Produksi Program Siaran Berita Daerah di Radio Republik Indonesia Pekanbaru” ini yaitu dari proses pra produksi yang melakukan rapat agenda *setting* hingga pasca produksi yang merupakan tahap akhir.

Penelitian kedua yaitu dari Fachir Yusuf (Jurnal) Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, eJournal Ilmu Komunikasi, ISSN 2502-597X, Volume 4 Nomor 3, 2016:98-111, dengan judul “Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda”.

Permasalahan dari penelitian jurnal ini merupakan bagaimana proses terciptanya sebuah produk siaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Data penelitian diperoleh berdasarkan wawancara kepada 3 orang informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi program berita radio metro mulawarman memiliki beberapa tahapan yang telah sesuai dengan SOP mengenai proses produksi program acara yang terdiri dari pra produksi: penuangan ide, membuat skrip, production meeting, program meeting, technical meeting, brainstorming dan segala perencanaan yang mendukung proses produksi dan pasca produksi.

Penelitian ketiga merupakan dari Lisna Okdiana (Skripsi) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, dengan judul “Produksi Program Radio Analisis Program Sindo Pagi di Radio Sindo Trijaya FM”. Permasalahan dari penelitian ini merupakan bagaimana proses produksi program Sindo Pagi khususnya tahapan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dan apa saja isi program Sindo Pagi pada radio Sindo Trijaya FM tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi program Sindo Pagi dan proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa program yang terdapat di Sindo Pagi antarlain yaitu *The Power of Life, Start Your Day with VOA*, dan beragam berita lalu proses pra produksi merupakan dari penyiapan materi oleh *news writer* untuk naskah sindo *round up*, selanjutnya proses produksi dilakukan *on air* secara langsung dengan gaya penyampaian yang santai tidak terlalu kaku, dan yang terakhir proses pasca produksi mengevaluasi program tersebut sekitar enam bulan dan setahun sekali. Kesimpulan dari penelitian tentang Proses Produksi Program Radio Analisis Program Sindo Pagi di Radio Sindo Trijaya FM yaitu terdapat tiga program dan proses penyiarannya berlangsung dengan santai dan tidak formal. Adapun persamaan penelitian milik Lisna Okdiana dengan penelitian ini adalah, penulis sama sama bertujuan untuk melihat proses produksi berdasarkan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Selain itu metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif, yang mana data penelitian diperoleh berdasarkan wawancara lalu kemudian dianalisis. Perbedaannya yaitu pada penelitian milik Eko fokus penelitiannya adalah tentang proses produksi program Sindo Pagi di Radio Sindo Trijaya FM sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang proses produksi program SAPA di Radio Itjen.

Penelitian keempat merupakan dari Dyah Fitria Kartika Sari (Jurnal) Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, September 2017, 65-78 ISSN 2302-6790 (print), ISSN 2541-2841 (online) dengan judul “Proses Produksi Iklan Radio di LPP Radio Republik Indonesia Palu”. Permasalahan dari penelitian ini merupakan bagaimana cara memproduksi sebuah iklan di stasiun radio khususnya di LPP Radio Republik Indonesia Palu dibuat dengan sedemikian kreatif dan praktis, sehingga pendengar mampu menangkap pesan yang ingin disampaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih jauh tentang apa saja jenis-jenis iklan radio berdasarkan cara penyajian yang ada di LPP RRI Palu, bagaimana proses produksi iklan radio di LPP Radio Republik Indonesia Palu berdasarkan jenis penyajiannya, serta faktor-faktor yang menghambat dan mendukung dalam proses produksi iklan radio di LPP RRI Palu. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh berdasarkan observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan jenis-jenis iklan yang ada di LPP RRI Palu antara lain : Iklan *ad lib* atau iklan baca langsung dengan persentase penayangan 50% penayangan iklan setiap hari, Iklan Spots atau iklan yang memadukan antara voice, musik dan juga sound effect, dengan persentase 50% penayangan iklan setiap harinya, dan Iklan Sponsor Program, yaitu iklan yang mensponsori suatu program acara. Iklan jenis ini sendiri sangat jarang ditayangkan dikarenakan biaya yang harus dikeluarkan sangatlah besar. Iklan ini sendiri dalam setahun kadang hanya sekali kadangkala tidak ada sama sekali.

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

No	Nama/Jenis Penelitian/Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Euis Fajar Siswoyo/Skrripsi/Universitas Negeri Islam Suska Riau/2018	Proses Produksi Program Siaran Berita	Untuk mengetahui proses produksi program siaran berita di Daerah	Tahap pra produksi dimulai dari <i>agenda setting</i> pada pukul 08.30-09.00 WIB, lalu tahap produksi dimulai dari liputan berita dan diserahkan	Menganalisis proses produksi di berbagai stasiun

		Daerah di Radio Republik Indonesia Pekanbaru.	Radio Republik Indonesia Pekanbaru.	kepada <i>desk edittor</i> sebelum dikirimkan kepada penyiar.	radio yaitu stasiun RRI Pekanbaru.
2	Fachir Yusuf/Jurnal /Universitas Mulawarman/2016	Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda	Untuk mengetahui proses produksi program berita di Radio Metro Mulawarman Samarinda	Tahap pra produksi ini diantaranya mencari topik-topik yang akan diangkat saat siaran lalu tahap produksi yakni berlansungnya siaran oleh penyiar dan didampingi oleh pengarah acara, dan tahap pasca produksi merupakan evaluasi mengenai kekurangan yang terjadi saat produksi.	Menganalisis proses produksi program berita di Radio Metro Mulawarman Samarinda
3	Lisna Okdiana/Skripsi/Universitas Islam Negeri Syarif	Analisis Program Sindo Pagi di Radio	untuk mengetahui isi program Sindo Pagi dan proses pra produksi, produksi,	program yang terdapat di Sindo Pagi antarlain yaitu <i>The Power of Life</i> , <i>Start Your Day with VOA</i> , dan beragam berita lalu proses pra	Menganalisis proses produksi program Sindo Pagi dan

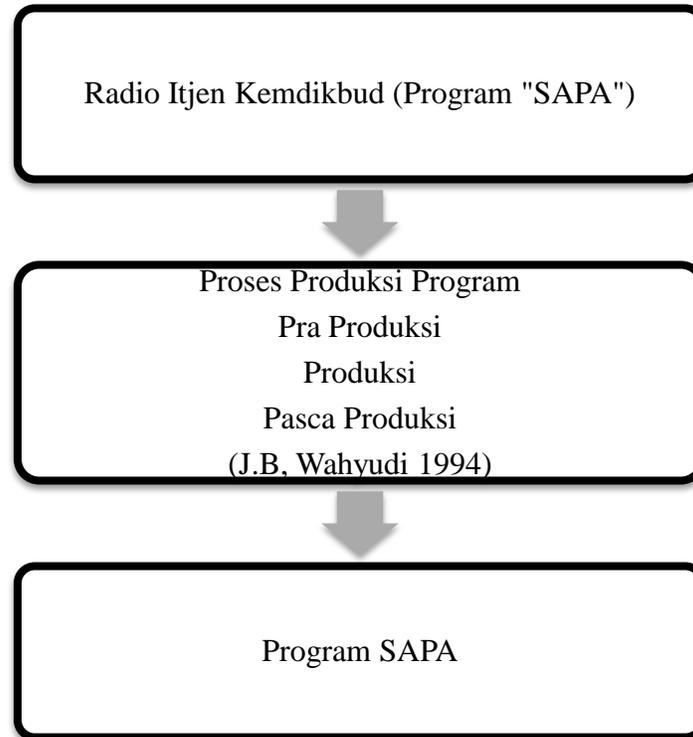
	Hidayatullah /2015	Sindo Trijaya FM	hingga pasca produksi	produksi merupakan dari penyiapan materi oleh <i>news writer</i> untuk naskah <i>sindo round up</i> , selanjutnya proses produksi dilakukan <i>on air</i> secara langsung dengan gaya penyampaian yang santai tidak terlalu kaku, dan yang terakhir proses pasca produksi mengevaluasi program tersebut sekitar enam bulan dan setahun sekali	isi program Sindo Pagi di stasiun radio Sindo Trijaya FM.
4	Dyiah Fitria Kartika Sari/Jurnal/ Universitas Tadulako/20 17	Proses Produk si Iklan Radio di LPP Radio Republi k Indones ia Palu	untuk mengkaji lebih jauh tentang apa saja jenis- jenis iklan radio berdasarkan cara penyajian yang ada di LPP RRI Palu,	jenis-jenis iklan yang ada di LPP RRI Palu antara lain : Iklan ad lib atau iklan baca langsung dengan persentase penayangan 50% penayangan iklan setiap hari, Iklan Spots atau iklan yang memadukan antara voice, musik dan juga sound effect,	Mengana lisis tentang jenis- jenis iklan dan proses produksi sebuah iklan di stasiun radio

			<p>bagaimana proses produksi iklan radio di LPP Radio Republik Indonesia Palu berdasarkan jenis penyajiannya, serta faktor-faktor yang menghambat dan mendukung dalam proses produksi iklan radio di LPP RRI Palu.</p>	<p>dengan persentase 50% penayangan iklan setiap harinya, dan Iklan Sponsor Program, yaitu iklan yang mensponsori suatu program acara.</p>	<p>RRI Palu.</p>
--	--	--	--	--	------------------

2.9 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan bentuk keseluruhan dari proses penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi program siaran “SAPA” di Radio Itjen Kemendikbud. Adapun kerangka konsep pada penelitian ini dibawah :

Gambar 2.1 : Kerangka Konsep



Dari kerangka konsep diatas dapat diartikan bahwa :

Radio Itjen Kemdikbud yang merupakan singkatan dari Radio Inspektorat Jenderal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yakni radio yang berada dibawah naungan Itjen Kemdikbud, yang dibentuk pada tanggal 22 November 2012 dengan format streaming dan dapat diakses melalui laman www.radio.itjen.go.id. Lebih lanjut tujuan mengudaranya radio ini adalah untuk mengubah pandangan publik yang sebelumnya melihat pengawasan atau inspektorat menakutkan menjadi mitra yang dekat sehingga publik juga lebih leluasa dalam berkomunikasi.

Suatu program atau siaran radio yang menarik tentu akan diminati oleh khlayak, sebelum produksi disiarkan yang perlu diperhatikan yaitu bagaimana menyajikan siaran yang baik menurut JB Wahyudi isi program atau siaran harus meliputi: program atau siaran mempunyai tujuan pendidikan, penerangan, ataupun hiburan, dari segi teknik harus baik dan tidak membosankan.

1. Pra Produksi, langkah ini merupakan tahapan awal dan penting dari sebuah produksi program siaran radio. Pada tahapan ini segala perencanaan dan persiapan produksi dimulai. Proses pra produksi yang dilakukan antara lain yaitu penemuan ide, perencanaan, dan persiapan.
2. Produksi, pada langkah ini setiap ide yang telah disiapkan di tahap sebelumnya yaitu pra produksi menjadi konkret. Produksi program siaran radio adalah hasil kerjasama antara penyiar dan operator seperti pembacaan naskah diruang rekaman oleh penyiar, pengabungan materi vocal presenter dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu serta siaran langsung dan siaran tunda.
3. Pasca Produksi, tahapan ini merupakan tahap akhir sekaligus penyempurnaan dari produksi, kemudian produser yang sekaligus programmer director, dan penyiar mengadakan evaluasi program-program siaran tersebut.

Program SAPA Radio Itjen merupakan progam yang dibidang dalam menyampaikan informasi mengenai info lalu lintas terkini, prakiraan cuaca dan informasi pada bidang pendidikan dan kebudayaan, maupun informasi yang sedang hangat dibicarakan di Indonesia maupun mancanegara.