

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Media Massa

Komunikasi massa (Mass Communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (Surat Kabar, Majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu Lembaga yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat (Qadaruddin, 1996: 4).

Definisi lain dari komunikasi massa juga dikemukakan oleh Joseph A. Devito dalam Nurudin (2011: 11) yang bila diterjemahkan berarti “Pertama komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, dan ini tidak berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku).

Tan dan Wright menjelaskan komunikasi media massa merupakan kelompok komunikator yang dapat menulis informasi dan selalu mengirimkannya kepada individu yang berbeda (Rakhmat, 1989: 3). Berbagai pertukaran jarang kali kita alami di proses kehidupan adalah salah satu media (alat) yang paling umum digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan menggunakan media, komunikator berusaha menyampaikan pesan melalui media yang perlu disampaikan kepada komunikan dalam jumlah besar atau banyak.

Menurut Nurudin (2011: 19), ciri-ciri komunikasi massa adalah :

1. Komunikasi Perusahaan
2. Pesannya bersifat universal
3. Terjadi komunikasi satu jalur
4. Andalkan alat-alat teknis
5. Dikendalikan petugas

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa siklus komunikasi massa erat kaitannya dengan komunikasi luas sebagai mekanisme untuk menyampaikan informasi kepada publik atau dapat dikatakan bahwa komunikasi luas memegang peranan penting dalam komunikasi massa.

2.1.2 Media Massa

Media massa menyebarkan isi pesan dan data umum dengan fokus pada isi pesan serupa yaitu pesan tertentu, tersebar, heterogen, misterius, dan tidak sistematis. Ini adalah cara untuk menjangkau sejumlah besar individu, itu berasal dari media sejenis dan tidak bisa memberikan kritik (JB. Wahyudi, 1991: 90).

a. Jenis media massa :

Ada dua jenis komunikasi media massa, yaitu :

1. Media massa berkala

Contohnya : komunikasi luas cetak (koran, majalah) dan komunikasi elektronik (radio, TV).

2. Media massa non-periodik

Contohnya : buku, pamflet, loading release, dan lain-lain. Media terus menerus tidak digunakan untuk membubarkan kerja redaksi.

b. Fungsi media massa :

Menurut, (McQuail 2011: 70-71) fungsi media massa adalah :

1. Informasi

- a. Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.

- b. Menunjukkan hubungan kekuasaan.
- c. Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.

2. Korelasi

- a. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
- b. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- c. Melakukan sosialisasi.
- d. Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
- e. Membentuk kesepakatan.
- f. Menentukan urutan prioritas dan memberikan status relative.

3. Kesenambungan

- a. Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
- b. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

4. Hiburan

- a. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
- b. Meredakan ketegangan sosial.

5. Mobilisasi

Mengampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

Keuntungan dari komunikasi yang luas adalah dapat memperjelas peluang dan kondisi di ranah publik, kemudian memperjelas dan menggambarannya sebagai data untuk meningkatkan kualitas dan ekspresi sosial dengan premis keberlanjutan. Ini sering menjadi hiburan, dan juga

dapat digunakan sebagai media untuk memerangi atau mempersiapkan penduduk setempat. Pada umumnya data yang disebarluaskan melalui diseminasi luas dapat diperoleh oleh penyebar dalam jumlah yang cukup besar. Oleh karena itu, untuk menyebarkan data, komunikasi yang ekstensif sangat berhasil menumbuhkan mentalitas, persepsi, dan perilaku komunikasi.

2.1.3 Penyiaran/*Broadcasting*

A. Definisi Penyiaran/*Broadcasting*

Broadcasting berasal dari kata kerja *to broadcast* yang diartikan sebagai alat berbicara atau menampakkan diri di radio atau televisi. Di samping itu, *broadcaster* (orang yang bekerja di penyiaran) merupakan sebutan profesional untuk orang yang bertugas mengirim program di radio dan televisi. Dengan demikian, maka media penyiaran yang dimaksud adalah televisi dan radio, yaitu dua media komunikasi yang menggunakan spektrum frekuensi untuk menyampaikan program dalam bentuk gabungan suara atau suara saja (Masduki, 2007:1).

The pervasive presence theory mengasumsi bahwa media penyiaran sangat dominan pengaruhnya terhadap masyarakat, melalui pesan yang begitu ofensif dan masuk pada wilayah pribadi sehingga perlu diatur agar semua kepentingan masyarakat dapat diwadahi atau tertampung dan terlindungi. Dalam teori ini mengharuskan peran sebuah negara melalui proses yang demokratis dalam membuat regulasi di mana di dalam yang mengatur isi media penyiaran. Dalam perannya media penyiaran terbagi menjadi dua yaitu sebagai *service provider*, dimana dalam hal ini media penyiaran menggunakan spektrum frekuensi dan *content provider*, dimana keberadaan media penyiaran ditentukan oleh basis material dan basis sosial kultural masyarakat (Masduki, 2007: 1-9).

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, penyiaran memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar atau sarana transmisi di darat, dilaut dan di antartika dengan

menggunakan *spectrum frekuensi* (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Selain itu ada lima syarat yang harus dilengkapi untuk bisa melakukan siaran televisi atau radio :

- a. Harus tersedia *spectrum frekuensi* televisi atau radio.
- b. Wajib memiliki sarana pemancar (transmisi).
- c. Wajib memiliki perangkat penerima siaran (*receiver*).
- d. Wajib memiliki program atau acara untuk disiarkan.
- e. Harus bisa diterima secara serentak atau bersamaan.

B. Ruang Lingkup Penyiaran/*Broadcasting*

Ada beberapa ruang lingkup dalam *broadcasting*/penyiaran, yaitu sebagai berikut :

1. Presenter/Penyiar, menurut (Rahman, 2016: 103) dapat menunaikan tugas sebagai komunikator yang wajib menyampaikan pesan sampai ke tujuan, yaitu pemirsa secara efektif dan efisien.
2. Kameramen, menurut (Naratama, 2004: 69) orang yang bekerja untuk pengambilan gambar dari sebuah shot atau komposisi gambar yang sangat berpengaruh pada cara sang sutradara untuk memberikan komando penyutradaraan kepada seluruh kru produksi.
3. Wartawan Media, adalah sebutan lain dari para pemburu berita, juru wartawan, reporter, news gatter dan lainnya, yang mampu bekerja dengan memadukan kemampuan antara konsep wartawannya dengan perkembangan update tentang media now (Hidayat & Anisti, 2015: 296-300).
4. Produser, menurut (Latief dan Utud, 2017: 7) penanggung jawab atas seluruh pelaksanaan kegiatan produksi. Melakukan koordinasi pelaksanaan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam menjalankan tugasnya produser diawasi oleh produser eksekutif atau program director.

5. Sutradara, Masih banyak lagi keahlian yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah stasiun radio atau televisi. Profesi yang sangat populer adalah penyiar radio, presenter televisi dan produser, maka dari itu industri penyiaran sangat membutuhkan orang-orang yang kreatif, inovatif dan produktif.

C. Program Penyiaran/*Broadcasting*

Berbagai jenis program siaran dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu Program Informasi (berita) dan Program Hiburan (entertainment). Untuk Program informasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Sementara Program Hiburan terbagi atas tiga kelompok besar yaitu musik, drama permainan, dan pertunjukan.

1. Program Informasi (Berita/*News*)

Menurut (Morissan, 2008: 208), program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien.

1) Berita Keras (*Hard News*)

Segala informasi penting atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya, berita keras (*hard news*) disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja (*breaking news*) hingga program berdurasi 30 menit.

- a) Berita Langsung (*straight news*), yaitu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H (*who, what, where, when, why, dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.
- b) *Feature*, suatu program berita menampilkan berita-berita ringan misalnya informasi mengenai tempat makan yang

enak atau tempat liburan yang menarik, berita semacam ini disebut *feature*.

- c) *Infotainment*, berasal dari dua kata informasi dan *entertainment* atau hiburan. *Infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*) (Morissan, 2008:209-210).

2) Berita Lunak (*Soft News*)

Berita lunak atau soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk ke dalam kategori soft news yaitu : (Ardianto, 2005: 68).

- a) *Current Affair*, adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.
- b) *Magazine*, adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang.
- c) Dokumenter, adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan Pendidikan namun menyajikan dengan menarik.
- d) *Talk Show*, adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*).

2. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, dan pertunjukan.

1) Drama

Pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang melibatkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (*sinetron*) dan film.

2) Sinetron

Merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa dirangkum menjadi suatu kesimpulan.

3) Film

Layar lebar yang dibuat oleh perusahaan film, karena pembuatnya adalah untuk layar lebar (*theater*) maka biasanya film baru bisa ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu dipertunjukan di bioskop atau bahkan setelah film itu didistribusikan atau dipasarkan dalam bentuk VCD atau DVD.

4) Permainan

Suatu bentuk yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu (Morissan, 2008: 213-220).

Penulis bisa simpulkan, bahwa pengertian dari penyiaran adalah, salah satu bagian dari media massa : media cetak, media elektronik, dan new media. media elektronik memiliki dua media penyiaran yaitu televisi dan radio. Keduanya sama sama sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan kepada khalayak dan pemirsa, dengan menggunakan frekuensi televisi dan radio. Setiap stasiun televisi dan radio memiliki program siar yang terbagi dari beberapa macam: mulai dari berita (*News*) sampai Information dan Entertainment (*Infotainment*).

2.1.4 Radio

A. Pengertian Radio

Media dalam komunikasi massa dibagi atas dua jenis yaitu, media cetak dan elektronik. Media massa mampu menimbulkan keserempakan di antara khalayak yang sedang memperhatikan pesan yang dilancarkan oleh media tersebut, salah satunya media elektronik yaitu radio (Effendy, 2013: 26).

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (Gelombang elektromagnetik) (Oramahi, 2012: 120).

Radio merupakan 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, informasi yang disampaikan penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar.

Radio identik dengan musik atau lagu sehingga dijadikan media utama dalam memperdengarkan musik atau lagu. Umumnya musik merupakan kekuatan yang dimiliki sebuah stasiun radio untuk menyedot pendengar. Misalnya sebuah stasiun radio sengaja memilih format lagu pop agar para penikmat musik satu itu dapat menjadi pendengar setianya.

Komunikasi yang terdapat dalam radio sama halnya dengan komunikasi massa yang lain karena radio merupakan salah satu media massa, oleh karena itu radio juga memiliki beberapa sifat dari media massa yakni :

1. *Publisitas*, disebarakan kepada publik, khalayak umum dan orang banyak, tidak adanya Batasan yang ingin mendengarkan radio, semuanya tinggal *audience* yang menentukan sikapnya sendiri apakah akan mendengarkan atau tidak karena tidak ada unsur pemaksaan.
2. *Universal*, yang bersifat umum yang membahas tentang aspek-aspek kehidupan yang dialami oleh masyarakat umum, baik yang

berkenaan dengan dunia bisnis, hubungan sosial, mengenai persona hayati dan lain sebagainya.

3. *Periodisitas*, yakni radio bersifat tetap, misalkan *get in the moz* harian atau mingguan di sebuah radio pesan yang disampaikan hanya pada saat radio *on air*.
4. *Kontinuitas*, keseimbangan atau terus menerus sesuai dengan jadwal mengudaranya suatu radio, dan juga sebuah program siaran dari sebuah radio di setiap harinya. Walaupun ada sebuah yang baru tapi program tersebut juga akan diulangi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
5. *Aktualitas*, selalu berisi hal yang baru, seperti halnya sebuah informasi atau laporan dari sebuah peristiwa terbaru, tips-tips baru dengan berbagai macam bidang. Disisi lain aktualitas juga mencapai titik kecepatan dari penyampaian sebuah informasi kepada khalayak (Effendy, 2013: 79).

B. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain, media radio memiliki karakteristik khas sebagai berikut.

1. *Auditori*. Radio adalah "suara" untuk didengar, karena isi siaran bersifat "sepintas lalu" dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin "menoleh kebelakang" sebagaimana pembaca koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan.
2. *Transmisi*. Proses penyebarluasan atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancar (*transmisi*).
3. Mengandung gangguan. Seperti timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan Teknik "channel noise factor".
4. *Theatre of Mind*. Radio menciptakan gambar (*makes picture*) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui

kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarnya sendiri.

C. Format Siaran Radio

Banyaknya jumlah radio mengharuskan tiap radio tampil beda dengan format siarannya. siaran radio menjadi empat kategori, yaitu :

1. *Adult Contemporary* (AC) adalah segmen pendengar untuk golongan muda serta golongan dewasa, mulai dari usia 25-50 tahun. Biasanya siarannya berupa musik-musik kekinian, musik balada, plus informasi (siaran berita).
2. *Contemporary Hit Radio* (CHR) Atau top 40 radio adalah segmen pendengar remaja atau anak muda yang berusia antara 12-20 tahun, dalam program siaran berisikan lagu-lagu terbaru, lagu-lagu hits terkini, dan ada pula tips praktis sebagai informasi.
3. *All News/All Talks* dikenal juga sebagai radio berita atau informasi (*news radio*) dengan sasaran pendengar golongan muda dan dewasa, usia 25-50 tahun, dan biasanya siaran utamanya berisikan siaran berita (buletin atau paket berita, majalah melalui radio, *live report*, dan *talk show*).
4. *Classic/Oldies* adalah radio yang menyiarkan musik klasik dan lagu lama (tembang kenangan), biasanya siaran ini diperuntukan untuk lagu kalangan dewasa dan tua, berumur antara 35-60 tahun. (Syamsul & Romli, 2017: 57-58).

D. Peralatan Produksi Siaran Radio

Adapun peralatan yang digunakan dalam proses produksi siaran radio adalah :

1. *Mixer* merupakan alat pengatur, pengelola dan perekam suara. Dengan menggunakan *mixer* suara yang tadinya kurang bagus dan *noise* akan disempurnakan oleh *mixer*.

2. *Microphone* merupakan alat untuk mengubah gelombang suara menjadi gelombang listrik kemudian menyiarkan melalui penguat suara atau alat perekam.
3. *Headphone* merupakan alat dengar yang berfungsi sebagai *guide* bagi reporter untuk mendapatkan pengarahannya suara-suara hasil rekaman berita. *Headphone* juga berguna untuk memonitoring kekuatan volume suara penyiar. (Masduki, 2001: 101-102)

Dari penjelasan para ahli mengenai penyiaran radio, penulis bisa simpulkan radio bukan hanya menjadi media massa yang sangat personal tapi radio memiliki *element of surprise*, karena di dalam radio pendengar tidak tahu topik apa yang akan dibawakan oleh penyiar pada saat on air, musik-musik, dan program siarannya yang menghibur dan informatif, maka jelas setiap stasiun radio memiliki program yang kreatif dan sangat menarik.

2.1.5 Proses Produksi

Proses adalah cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber tenaga kerja, mesin, bahan, dan dana yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Sedangkan produksi sendiri adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa (Mulyani & Herawati, 2016).

Produksi siaran radio adalah hasil kerjasama antara penyiar dan operator sehingga terjadinya proses penyiaran yang menentukan baik tidaknya produksi siaran. (Effendy, 1991: 72).

Produksi siaran radio bertujuan meningkatkan pengetahuan secara teoritis dan kreatif dalam produksi acara siaran di radio, meningkatkan keterampilan dan profesionalisme dalam bidang produksi acara siaran di radio serta menumbuhkan semangat dan motivasi untuk terus belajar serta mengikuti perkembangan dunia penyiaran dalam produksi acara siaran radio.

Pada dasarnya produksi merupakan penciptaan atau penambahan manfaat atas faktor faktor produksi sehingga lebih bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia dan tiap tiap stasiun radio memiliki

kebijakan untuk menentukan waktu penyajian acara produksinya, karena produksi siaran radio sifatnya tidak baku untuk semua stasiun radio.

Menurut, Masduki proses produksi dapat dilalui berdasarkan beberapa tahap yakni Pra produksi, Produksi, dan Pasca produksi (Masduki, 2004 : 46).

a. Pra Produksi

1. *Planning*

Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu sekarang dan masa yang akan datang. Perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir, bila rencana tersebut telah ditetapkan, maka rencana harus diimplementasikan dan rencana juga memerlukan modifikasi agar tetap berguna. (Morrisan, 2008: 130-135).

2. *Collecting*

Collecting adalah pencarian dan pengumpulan materi musik dan kata yang dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber (jika acara berbentuk talk show). Sumber materi berasal dari perpustakaan, media massa, atau wawancara. Hasilnya materi materi siaran yang memadai dan siap untuk diolah dan diproduksi. (Masduki, 2004 : 46)

3. *Writing*

Writing adalah tahapan dimana seluruh materi yang diperoleh, lalu diklasifikasikan untuk ditulis secara utuh dalam kalimat yang siap baca atau disusun sedemikian rupa yang dirangkai naskah pembuka dengan penutup siaran atau naskah selingan. (Effendy, 1990 : 75).

Tujuan dari penulisan naskah yaitu untuk memudahkan dalam perencanaan produksi, menjadi media berpikir kreatif, menjadi sarana komunikasi seluruh kerabat kerja dan menjadi acuan materi yang akan direkam.

b. Produksi

Produksi acara siaran radio merupakan proses produksi berdasarkan karakteristik radio guna meningkatkan mutu suatu produk acara radio, yaitu pesan dalam bentuk acara yang dipublikasikan melalui gelombang frekuensi yang dapat diterima pendengar (Morissan, 2015: 300).

1. *Vocal Recording*

Vocal recording adalah tahapan perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekam. Perekam biasanya digunakan untuk produksi acara seperti siaran hiburan, sport dan siaran informasi. Sedangkan untuk program siaran interaktif tidak melakukan perekaman terlebih dahulu karena siarannya secara langsung baik di studio atau di lapangan. (Masduki, 2004: 47)

2. *Mixing*

Teknik–teknik mixing dalam produksi siaran yang populer diantaranya, yaitu :

1) *The Fade In*

The Fade In adalah bertambah masuknya suara berikutnya secara perlahan.

2) *The Fade Out*

The Fade Out adalah perpindahan antara satu sumber suara kesuara berikutnya berlangsung secara perlahan. Suara pertama menghilang secara bertahap.

3) *Cut To Cut*

Cut To Cut adalah teknik penggabungan bahan-bahan auditif secara tegas. Suara pertama dipotong menurut kelayakannya, kemudian potongan sumber berikutnya menyusul secara utuh dalam volume suara yang standar.

Pada umumnya stasiun radio sendiri memproduksi program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan program yang menarik di dengar.

3. *On-Air*

Dua model format siaran dalam radio saat on-air adalah :

- 1) Siaran Langsung (*live*) Proses acara dilakukan tanpa melalui proses penyuntingan, dengan menggunakan sarana komunikasi seperti seluler atau telepon umum.
- 2) Siaran Tunda (*recorder*) pada acara dilakukan dengan penggabungan dua teknik yaitu *fade in to fade out*, berupa penggabungan suara narasumber dan atmosfer (suasana lokasi peristiwa) dengan beragam musik pendukung dan teknik *cut to cut* yaitu teknik teknik penggabungan bahan-bahan auditif secara tegas.

Di dalam *standar operasional procedure* (SOP) disebutkan sebelum on air akan ada yang namanya *vocal recording*, perekaman suara presenter yang membacakan naskah buatan penulis naskah di ruang rekaman. *Mixing*, penggabungan materi *vocal presenter*, dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator atau *mixerman* dengan perangkat teknologi analog atau digital sehingga menghasilkan paket acara yang siap siar. (Masduki, 2004: 46)

Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara. On air, penayangan acara sesuai jadwal yang telah direncanakan. Khusus untuk produksi siaran yang bersifat

langsung (*live*), tidak perlu *vocal recording* terlebih dahulu. Proses itu dilakukan bersamaan dengan mixing saat on air oleh penyiar bekerja sama dengan operator.

c. Pasca Produksi

Evaluasi adalah proses untuk mengetahui apakah tujuantujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum (Masduki, 2004: 224).

Ini merupakan tahapan akhir dari produksi, setelah produksi berakhir produser yang sekaligus *programme director*, dan penyiar berkumpul di ruang rapat untuk mengadakan evaluasi. Segala kekurangan selama produksi akan dibahas, seperti berapa banyak SMS dan telepon yang masuk, banyak atau sedikit, kesalahan-kesalahan teknis selama produksi seperti mengapa suara penyiar tidak jelas, mengapa tiba-tiba telepon terputus, mengapa suara penelepon tidak jernih dan hal-hal teknis lainnya. Membahas pula kelebihan-kelebihan selama produksi sehingga menjadi lebih baik dan kesalahan-kesalahan yang terjadi tidak terulang lagi. Secara teknis rapat evaluasi dalam pasca produksi tidak jauh berbeda dengan rapat dalam pra produksi dengan produser yang memimpin jalannya rapat (Fachir Yusuf, 2016: 106).

Pada tahapan pasca produksi harus dikerjakan seteliti mungkin, karena sudah kita maklumi bahwa radio sebagai media massa elektronik yang pengaruhnya sangat besar. Karena itulah memproduksi acara siaran dituntut untuk bekerja lebih cermat agar hal-hal yang tidak diinginkan tidak terjadi.

Evaluasi juga dijadikan bahan penilaian agar produksi selanjutnya bisa dilakukan lebih baik lagi. Evaluasi terhadap kegiatan produksi dan penyelenggaraan acara siaran dilakukan dengan tiga cara, yakni :

1. Evaluasi kualitas produksi, evaluasi terhadap kualitas teknis yang dimaksudkan untuk mengukur kejernihan suara dan hal lain yang menyangkut teknis produksi atau penyajian oleh seorang penyiar. Evaluasi ini bisa juga untuk mengukur kinerja petugas atau penyelenggara acara siaran, apakah sudah sesuai dengan prinsip profesionalitas.
2. Evaluasi biaya produksi, untuk mengukur soal biaya apakah cukup efisien untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan produksi siaran.
3. Evaluasi khalayak, dilakukan untuk mengetahui sejauh mana jumlah khalayak yang mendengarkan serta bagaimana reaksinya terhadap suatu acara siaran. Evaluasi dapat dilakukan dengan cara sederhana, yaitu :
 - a. Menghimpun atensi, berupa surat tanggapan maupun telepon dari pendengar.
 - b. Diskusi dengan kelompok khusus dengan cara mengundang atau mendatangi kelompok – kelompok masyarakat untuk mengetahui reaksi dan keinginannya terhadap suatu siaran.
 - c. Dapat pula dilihat pada partisipasi pendengar dalam sebuah acara, melalui surat berisi jawaban kuis, telepon interaktif, sms pada acara request lagu dan dari hubungan via telepon dengan pendengar (FR. Sri Sartono, 2008: 110).

2.1.6 Program

A. Pengertian Program

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia program adalah rancangan mengenai atas usaha yang dijalankan (TIM Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005: 897). Kata program secara etimologis berasal dari Bahasa Inggris, “*programme*” atau “*program*” yang artinya acara atau rencana (Morissan,

2005: 97). Dan menurut John R. Bittner yang dikutip Masduki, program atau yang dikenal dengan acara merupakan unsur yang harus siap didengar oleh penonton (Masduki, 2005: 97).

Istilah program dalam dunia radio berarti acara, sementara yang dimaksud dengan program adalah susunan kesatuan acara dalam sehari (RM Soenarto, 2007: 1). Dalam program tentunya ada pesan-pesan yang disampaikan kepada pendengarnya. Penyampaian isi program tersebut di Indonesia dikenal dengan istilah siaran. Dalam konteks ini, program adalah segala sesuatu yang ditayangkan di radio untuk memenuhi kebutuhan pendengar (Morissan, 2005: 97).

Program merupakan hal yang sangat penting dalam dunia penyiaran, karena program berupa acuan dalam proses penyiaran berlangsung. Suatu program dapat dikatakan berhasil atau tidaknya tergantung dari bagaimana cara pengemasan suatu acara dengan sedemikian rupa, sehingga ketika menyajikan sebuah program acara target maksimal dapat diperoleh.

Dalam kegiatan penyiaran sebuah program radio harus dapat menarik khalayak, diperlukan kreatifitas dari pembuat program. Misalnya siaran tidak hanya menggunakan dialog, tetapi ditambah dengan unsur seninya seperti musik pengiring. Dengan penggabungan tersebut khalayak akan tertarik dan mempunyai tanggapan yang bagus serta imajinasi yang tepat terhadap apa yang dikomunikasikan penyiar dan mampu membangkitkan emosi pendengarnya.

B. Jenis-jenis Program

Pada dasarnya program radio tidak mempunyai banyak jenisnya, secara umum jenis program radio ada dua, yaitu musik dan informasi. Namun dari dua jenis program tersebut mempunyai tujuan, dan pada intinya dapat memenuhi kebutuhan pendengar dalam hal musik dan informasi.

a. Berita Radio

Siaran berita radio merupakan sajian peristiwa dalam bentuk fakta yang dikemas secara menarik oleh penyiaran sesuai dengan

aturan jurnalistik. Berita radio seharusnya berupa informasi yang memenuhi kebutuhan audien radio tersebut, jika sasarannya profesional muda maka berita yang disajikan terkait dengan mereka, bisa informasi bisnis, berita politik, perkembangan ekonomi dan sebagainya.

Ada dua bentuk penyajian berita radio, yaitu :

1. Siaran langsung (*live report*), yaitu laporan langsung reporter dari lokasi tentang peristiwa yang terjadi.
2. Siaran tunda, apabila reporter mendapatkan fakta di lapangan, kemudian kembali ke studio dan diolah sebelum melakukan siaran. Dalam hal ini berita dapat disajikan dalam bentuk narasi yang disampaikan penyiar dari studio atau berupa rekaman wawancara dengan narasumber.

Kemudian dalam hal laporan jurnalistik radio ada tiga elemen suara yang harus terdengar oleh pendengar, berupa narasi yang dituturkan penyiar, rekaman wawancara yang didapatkan dengan narasumber dan rekaman suara-suara asli dari suatu peristiwa (Morissan, 2008: 225-226).

b. Talk Show

Talk Show merupakan kombinasi dua keterampilan yaitu seni berbicara atau seni wawancara. Setiap penyiar pasti pandai berbicara, namun belum tentu pandai dalam wawancara. Seorang penyiar harus mempunyai brain nalar yang bagus, tidak cukup hanya terampil mengelola tinggi rendah suara (*pitch*), kecepatan ucapan (*speed*) dan kuat lemahnya vocal (*power*). Dalam talk show memberikan kesempatan untuk membuktikan kemampuan penyiar dalam memadukan ketiga hal tersebut dengan daya pikir yang bagus (Masduki, 2005: 79).

Program talk show biasanya diarahkan oleh penyiar atau *host* dengan mengundang narasumber. Kemudian membahas topik yang

telah ditentukan, atau topik hangat yang sedang diperbincangkan di masyarakat.

Ada tiga bentuk *talk show* yang sering digunakan stasiun radio, yaitu:

1. *One-on-one-show*, yaitu bentuk dialog yang ketika penyiar dan narasumber berdiskusi, sedangkan posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
2. *Panel discussion*, yaitu penyiar sebagai moderator hadir di tengah narasumber.
3. *Call in show*, yaitu program talk show yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik ditentukan terlebih dahulu, kemudian pendengar diundang untuk memberikan respon melalui telepon. Tidak semua respon pendengar layak disiarkan, untuk itu memerlukan operator sebagai penyeleksi sebelum di *on air* (Morissan, 2008: 227).

c. Infotainment Radio

Infotainment radio merupakan gabungan antara informasi dan hiburan. Infotainment dalam radio biasa disebut sebagai majalah udara (*air magazine*) yaitu acara yang memadukan antara musik, informasi, berita, iklan dan bahkan drama. Program ini mempunyai segmentasi sifatnya heterogen dan umumnya disampaikan secara *easy listening*. Durasinya berkisaran 5 sampai 60 menit dengan pembahasan berupa kupasan mengenai album baru, wawancara penyanyi atau artis, interaktif dengan pendengar dan dilakukan pemutaran beberapa lagu yang berkaitan (Ibid hal 84).

Program infotainment yang populer di Indonesia ada tiga jenis, yaitu :

1. *Info-entertainment*, penyajian informasi dari dunia hiburan dengan selingan lagu. Antara pemutaran lagu dan penyajian

informasi, proporsi sajian sama meskipun liriknya tidak selalu berkaitan.

2. *Infotainment*, dengan proporsi yang seimbang antara informasi, promosi dan sebagainya dari dunia hiburan dan diselingi pemutaran lagu yang berkaitan dengan tema yang dibahas.
3. *Information* dan *entertainment*, sajian informasi dengan berita-berita aktual dan tidak selalu harus berhubungan dengan dunia hiburan, diselingi dengan lagu, iklan dan sebagainya. Untuk program infotainment, biasanya disiarkan mingguan karena produksinya relatif kompleks, walaupun begitu tetapi ada juga yang harian (Masduki, 2005: 85).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu mengenai Proses Produksi Program “Get in The Moz” Di 90, 8 FM OZ Radio Jakarta

No.	Nama Peneliti	Teori	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	<p>Nama Peneliti : Ivan Wirayumar, Dewi Anggraini, Retno Triwoelandari (2022)</p> <p>Judul Penelitian : Analisis Produksi Program Siaran “Pilihan Anda” Di Radio Fajri FM dengan Materi Parenting Islami</p> <p>Nama Jurnal : Jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol. 1, No. 4, Desember 2022</p>	Shannon dan Weaver	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pilihan anda dengan materi parenting islami memiliki format program live. Untuk proses pra produksi, penanggung jawab program dan editor melakukan rapat untuk menentukan tema yang akan disiarkan. Pada proses produksi file rekaman yang berisi materi dari narasumber dimasukan ke dalam format siaran. Setelah itu ada pasca produksi yaitu proses final yang menggabungkan seluruh material sebelum disiarkan, dengan berbagai proses seperti pengeditan suara, menyiapkan iklan, pengecekan suara, sehingga</p>	Judul dan program acara yang diteliti yaitu di Radio Fajri FM.

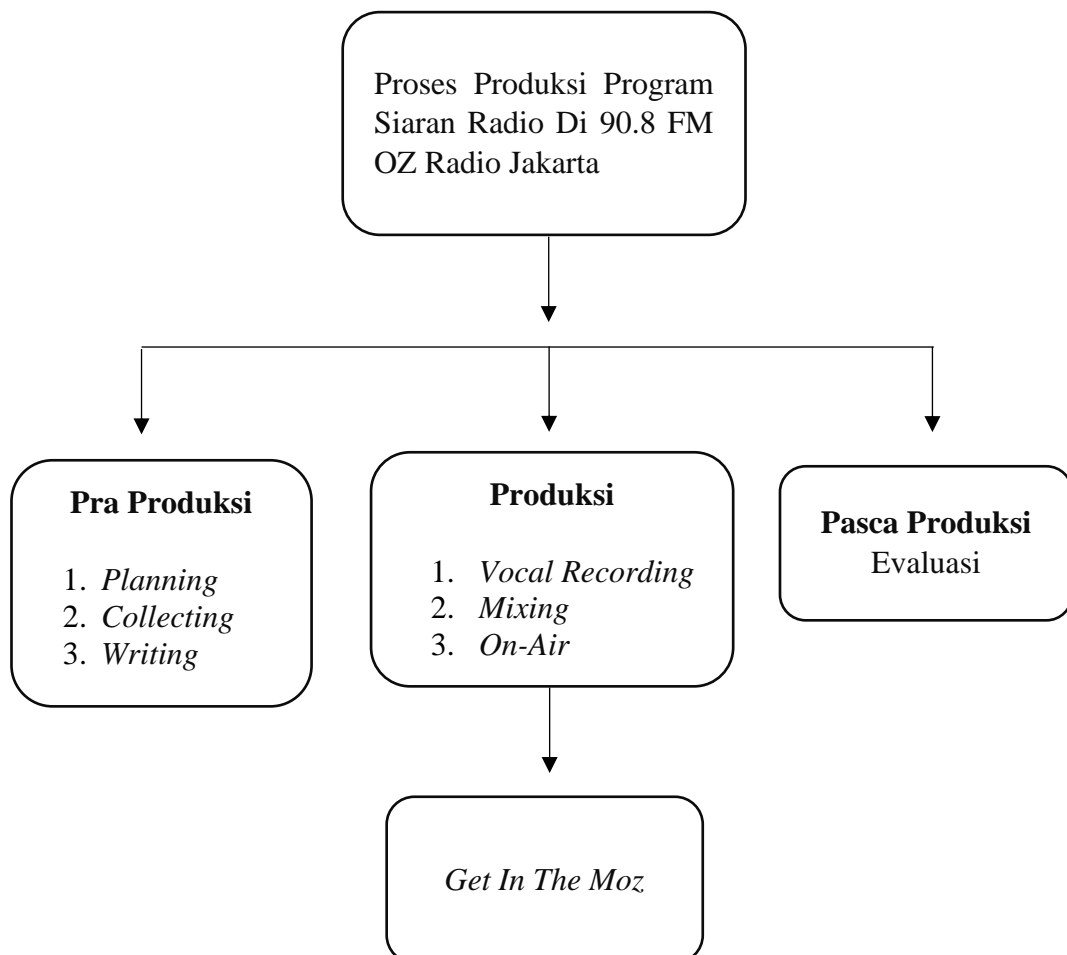
				kemudian siap untuk disiarkan.	
2.	<p>Nama Peneliti : Hadfina Nur Amalina, Dudi Iskandar (2019)</p> <p>Judul Penelitian : “Strategi Penyiar Program Banda Jakarta Pada radio Mersi 93,90 FM Dalam Menjalin Komunikasi Dengan Pendengar”.</p> <p>Nama Jurnal : PANTAREI, Vol. 3, No. 4, 2019.</p>	Konstruktivisme	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan strategi penyiar dalam menciptakan percakapan yang lebih menarik dilakukan tidak hanya di awal interaksi tetapi juga dilakukan melalui keseluruhan proses. Misalnya seperti cara penyiar menyampaikan materi siaran (yang menghibur), gaya percakapan dan vokal yang penuh karakter, memiliki banyak pengetahuan, dan memainkan daftar musik hits di sela-sela acara percakapan. Dengan meningkatnya jumlah pendengar, proses komunikasi antara penyiar dan pendengar akan lebih efektif.</p>	<p>Judul dan program acara yang diteliti yaitu di radio Mersi 93,90 FM.</p>
3.	<p>Nama Peneliti : Fachir Yusuf (2016)</p> <p>Judul Penelitian : “Analisis Proses Produksi</p>	Shannon dan Weaver	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi program berita radio metro mulawarman memiliki beberapa tahapan yang telah</p>	<p>Judul dan program acara yang diteliti yaitu di radio Metro</p>

	<p>Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda”.</p> <p>Nama Jurnal : Journal Ilmu Komunikasi, Vol 4, No. 3, 2016 : 98 - 111</p>		<p>sesuai dengan SOP mengenai proses produksi program acara yang terdiri dari pra produksi: penguangan ide, membuat skrip, production meeting, program meeting, technical meeting, brainstorming dan segala perencanaan yang mendukung proses produksi dan pasca produksi.</p>	<p>Mulawarman Samarinda</p>
--	---	--	--	-----------------------------

2.3 Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah suatu bentuk keseluruhan dari proses penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses produksi program siaran *get in the moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta. Adapun kerangka konsep pada penelitian ini.

Tabel 2. 2
Kerangka konsep Penelitian



Dari kerangka konsep diatas, dapat dilihat bahwa proses produksi siaran *get in the moz* dimulai dari :

1. Pra Produksi, merupakan tahapan awal dalam proses audio dalam proses produksi ini beberapa hal yang perlu dipersiapkan yaitu mulai dari ide untuk menentukan tema produksi hingga penulisan naskah audionya. Berikut beberapa langkah yang harus dipersiapkan saat proses pra-produksi :
 - a. *Planning* adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya.
 - b. *Collecting* adalah pencarian dan pengumpulan materi musik dan kata yang dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber.
 - c. *Writting* yang terdiri dari kejelasan naskah, kelincahan naskah serta keanekaragaman naskah.
2. Produksi, merupakan kegiatan dilakukannya perekaman produksi audio yang akan dilakukan. Kegiatan yang dilakukan dalam proses produksi ini akan mengacu pada perencanaan yang sudah dibuat pada tahap pra-produksi. Tahapan produksi ini meliputi :
 - a. *Vocal recording* adalah tahapan perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekam.
 - b. *Mixing* diantaranya yaitu The Fade In, The Fade Out, serta Cut To Cut.
 - c. *On-Air* dua model format siaran dalam radio saat on-air adalah siaran langsung dan siaran tunda.
3. Pasca Produksi, merupakan tahapan akhir dari produksi, setelah produksi berakhir *programmer director*, produser, dan penyiar berkumpul di ruang rapat untuk mengadakan evaluasi.