

**PERBANDINGAN GAYA KOMUNIKASI RADIO RADIO
MEUGAH FM DENGAN RADIO RRI BANDA ACEH**

Skripsi

Diajukan Oleh

SANTIANA

140401107



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM - BANDA ACEH
2019 M/ 1440 H**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**SANTIANA
NIM. 140401107**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

**Dra. Muhsinah, M. Ag
NIP. 196312311992032015**

Pembimbing II,

**Syabir Furgany, M.I.Kom
NIDN. 1328048901**

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**SANTIANA
NIM. 140401107**

Pada Hari/Tanggal

**Senin, 28 Januari 2019 M
22 Jumadil Awwal 1440 H**

di

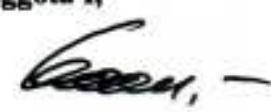
Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,


**Dra. Muhsinib, M. Ag
NIP. 196312311992032015**

Anggota I,


**Drs. Baharuddin AR, M. Si
NIP. 196512311993031035**

Sekretaris


**Syahril Furgany, M.I.Kom
NIDN. 1328048901**

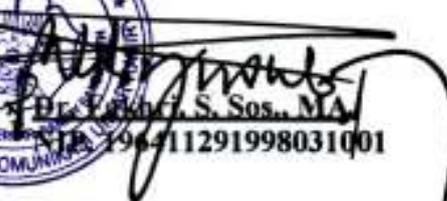
Anggota II,


**Arif Ramdan, M.A
NIDN. 0231078001**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




**Drs. Fakhri S. Sos., MA
NIP. 196411291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Santiana
Nim : 140401107
Jenjang : Strata Satu (S1)
Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini. Maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang telah berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 18 Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



Santiana
Santiana
140401107

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Perbandingan Gaya Komunikasi Radio Meugah FM dengan Radio RRI Kota Banda Aceh”**. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini juga.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, terutama oleh pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Fakhri, S.Sos.,M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah memberikan izin bagi penulis untuk mengadakan penelitian ini.
2. Dr. Hendra Syahputra, ST.,MM. Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
3. Dra. Muhsinah, M.Ag. sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
4. Syahril Furqany, M.I.Kom. sebagai pembimbing II yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
6. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada Ayahanda tercinta Jemarin dan Ibunda tercinta Halimah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk semua doa dan dukungannya.

7. Terima kasih juga buat sahabat-sahabat seperjuangan saya yang paling *the best* Salmawati dan seluruh angkatan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2014, seluruh Keluarga Besar Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas semangat yang diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 17 Januari 2019

Santiana

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR KEASLIAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasiona	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Yang Relevan	9
B. Hakikat Komunikasi.....	11
C. Hakikat Gaya Komunikasi	16
D. Komunikasi Massa	27
E. Lirik Lagu Dalam Gaya komunikasi	32
F. Radio	34
G. Teori Logika Pesan.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
B. Lokasi Penelitian	50
C. Informan Penelitian	51
D. Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data	54
G. Uji Keabsahan Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.....	56
B. Gaya Komunikasi Penyiaran Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.....	62
C. Improvisasi, Persuasif, dan Intonasi yang Dimiliki Penyiar Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh	76
D. Proses Pengkaderan Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh	85

BAB V	PENUTUP	93
	A. Kesimpulan.....	93
	B. Saran-Saran.....	95
DAFTAR PUSTAK	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Wawancara

Lampiran 2: Dokumentasi wawancara

Lampiran 3: Surat Izin Melakukan Penelitian

Lampiran 4: Surat Telah Selesai Melakukan Penelitian Dari kantor Stasiun Radio
Meugah FM

Lampiran 5: Biodata Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Perbandingan Gaya Komunikasi Radio Meugah FM dengan Radio RRI Kota Banda Aceh*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi penyiaran Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh, bentuk improvisasi, persuasi dan intonasi yang dimiliki penyiar Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh dan proses pengkaderan Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi penyiar radio Meugah FM jika dilihat dari aspek kualitas vokalnya saat melakukan siaran lantang dan jelas sesuai dengan isi pesan yang disampaikan, iklan yang disampaikan lebih bersifat sandiwara kegembiraan untuk menghibur pendengar, sekmen radio lebih cenderung pada pesan-pesan iklan yang ditujukan kepada anak muda seperti lagu dangdut, promosi suatu produk, pemahaman terhadap format radio kurang, menarik simpati dan empati pendengar cenderung untuk anak remaja dan para golongan pemuda. Gaya komunikasi penyiar radio RRI kualitas vokalnya jelas dan tegas, isi pesan yang disampaikan berupa informasi berita seperti bencana alam, berita politik dan kejadian dalam masyarakat, pemahaman penyiar terhadap format radio kuat, dalam menarik simpati dan empati pendengar, penyiar melakukan gaya bahasa, intonasi dan mimik muka sesuai isi pesan yang disampaikan dan keterlibatan penyiar dalam tim sangat baik seperti mempersiapkan statement, iklan dan fasilitas untuk kelancaran siaran. Improvisasi Radio Meugah FM cenderung mengarah pada hiburan musik dan bahasa yang sengaja diciptakan oleh penyiar, persuasif dilakukan untuk pendekatan mempromosikan produk dan Intonasi suara dilakukan cenderung menggunakan bahasa daerah. Improvisasi Radio RRI dilakukan oleh penyiar dalam bentuk hiburan cerita dan tanya jawab, persuasif dilakukan untuk membujuk agar pendengar tetap bertahan mendengarkan siaran radio dan intonasi lebih bersifat penekanan pada istilah-istilah yang asing bagi pendengar dan penekanan tinggi rendahnya pada suara.

Kata Kunci : *Perbandingan, Gaya Komunikasi, Radio Meugah FM, Radio RRI*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio sebagai salah satu media penyampaian informasi, memiliki sumbangsih yang cukup besar terhadap dunia periklanan. Radio merupakan sarana terhandal untuk menjangkau orang-orang yang mungkin tidak mempunyai akses ke media yang lain. Radio juga dapat menjangkau orang-orang yang buta huruf yang tidak dapat membaca surat kabar. Penggunaan suara, baik vokal maupun non vokal menjadikan radio sebagai suatu sarana iklan yang hidup dan lebih menarik jika dibandingkan dengan media iklan yang pasif dan statis. Efek suara juga dapat digunakan untuk menajamkan pesan. Pendengar radio secara otomatis akan terespon iklan yang disiarkan pada waktu mendengarkan radio.¹

Mengingat betapa pentingnya radio sebagai media informasi bagi masyarakat, memiliki kelebihan tersendiri yaitu kecepatannya dalam menyampaikan pesannya serta mudah untuk dipahami oleh masyarakat apalagi jika bahasa yang digunakan menggunakan bahasa daerah tempat radio itu berdominasi. Tidak saja itu, masyarakat tidak bosan dalam mengikuti informasi yang disampaikan karena radio juga memasukkan berbagai musik sebagai unsur yang esensial dalam menyampaikan informasi yang diiklankan.

Di Kota Banda Aceh keberadaan Radio tidak asing lagi bagi masyarakat, bahkan sebagian masyarakat Kota Banda Aceh telah menjadikan Radio sebagai

¹. Iqbal, *Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Bahasa Aceh Dalam Iklan Komersial di Radio Meugah FM, Skripsi*. (Banda Aceh: Unsyiah, 2016), hal. 2-3.

media untuk memperoleh berbagai informasi. Hal ini bisa terjadi tentu tidak bisa dilepaskan dari berbagai faktor seperti informasi yang disampaikan tidak diragukan lagi kebenarannya, produk yang ditawarkan sangat berkualitas dan salah satunya ialah peran aktornya dalam menyampaikan informasi penuh dengan gaya komunikasi tersendiri.

Gaya komunikasi yang baik dapat menjadi sarana yang tepat dalam meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh pihak pengelola Radio. Melalui gaya komunikasi yang baik penyiar atau komunikator dapat menarik pelanggan untuk aktif mendengar dan memanfaatkan jasa yang ditawarkan, melalui gaya komunikasi yang baik karyawan dapat bekerja sama satu sama lain. Sebagaimana yang dikatakan oleh Robbins bahwa komunikasi merupakan sebuah pentransferan makna maupun pemahaman makna kepada orang lain dalam bentuk lambang-lambang, simbol, atau bahasa-bahasa tertentu sehingga orang yang menerima informasi memahami maksud dari informasi tersebut.²

Hingga saat ini di Kota Banda Aceh telah terdapat beberapa stasiun radio seperti Radio Pro 1 RRI Banda Aceh, FM 97.7, Pro 2 RRI Banda Aceh, FM 88.6; Binkara FM 89,4, Serambi FM - 90,2, Seulaweut FM, Radio Meugah FM dan lain-lain. Berbagai radio ini memiliki visi dan misi yang berbeda seperti Seulaweut FM lebih cenderung menyampaikan pesan-pesan bernuansa islami berupa selawat, radio Serambi FM yang cenderung memberikan informasi yang berisi berita dan sebagainya.

². Robbins, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hal. 17.

Kajian ini memfokuskan pada dua radio yang terdapat di Kota Banda Aceh yakni Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh. Jika kita sering mendengar siaran pada radio ini, isi informasi yang disampaikan sangat jauh berbeda. Artinya Radio Meugah FM cenderung memberikan informasi terkait berbagai iklan dari produk-produk baru kepada masyarakat. Radio Meugah FM yang merupakan stasiun radio swasta yang memiliki ciri khas khusus dengan latar belakang musik Aceh sebagai ikon khas radio tersebut. Di dalam menjalankan peranannya radio lokal bernuansa daerah ini bahkan cenderung memberikan informasi mengenai musik Aceh dan juga telah membuat dan memproduksi banyak program-program siaran hiburan harian serta merumuskan berbagai macam kebijakan-kebijakan untuk program siaran harian musik Aceh.

Dengan berjalannya peran Radio Meugah FM tersebut telah menjadikan Radio Meugah FM sebagai pilihan utama masyarakat Kota Banda Aceh. Cara penyampaiannya dilakukan secara langsung oleh penyiar yang hanya berupa siaran suara dengan durasi tidak lebih dari 60 detik. Penyampaian informasi juga dilakukan dengan teknik rekaman sehingga membutuhkan naskah terlebih dahulu dengan durasi waktu antara 15-60 detik. Dalam menarik minat masyarakat gaya komunikasi berupa penggunaan bahasa dalam menyampaikan informasi pada Radio Meugah FM ini juga cenderung bahasa daerah.

Pemberian informasi oleh Radio Meugah FM berbeda dengan gaya komunikasi yang disampaikan pada Radio RRI Kota Banda Aceh. Perbedaan itu terlihat dari informasi yang disampaikan pada Radio RRI ini cenderung berupa berita di suatu daerah baik berkaitan dengan kasus yang terdapat didalam

masyarakat, berita politik dan bahkan sampai pada berita kehilangan barang berharga. Pada radio RRI Kota Banda Aceh sangat jarang dijumpai penyampaian berita tentang iklan produk sehingga menuntut penyiarnya memiliki gaya komunikasi tersendiri dalam menyampaikan berita informasi.

Perbedaan gaya komunikasi yang terdapat pada kedua radio ini tentu tidak bisa juga dilepaskan dari faktor kompetensi yang dimiliki oleh penyiarnya. Jika diperhatikan dan didengar penyampaian iklan di kedua radio terlihat kompetensi yang dimiliki oleh penyiarnya yang terdiri dari kompetensi *knowledge, skill, abilities, experience, attitude*. Dari kelima indikator kompetensi tersebut masing-masing radio Meugah FM dan radio RRI Kota Banda Aceh menampilkan hal yang berbeda. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan maka pada radio RRI Kota Banda Aceh indikator kompetensi yang paling menonjol dari penyiar adalah *skill*, karena rata-rata penyiar memang harus menguasai segala sesuatunya yang berkaitan dengan perangkat siar, penyiar-penyiar tersebut juga memiliki kualitas suara yang sangat baik, personality yang memancar, penguasaan materi siaran yang baik, dan kreatif. Sedangkan pada radio Meugah FM indikator yang paling terlihat ialah pengetahuan terhadap berbagai informasi produk yang disiarkan. Melihat perbedaan inilah sangat penting dilakukan gaya komunikasi penyiar, karena penyiar adalah salah satu komunikator yang sangat berpengaruh bagi keberhasilan dan citra sebuah radio.

Melihat adanya misi dari kedua radio ini, maka jelaslah bahwa akan munculnya berbagai gaya komunikasi yang unik dari penyiar masing-masing radio tersebut, yang sangat menarik untuk diteliti. Hal ini berguna agar segala informasi

yang disampaikan mudah dipahami oleh masyarakat Kota Banda Aceh. Berdasarkan keterangan dan alasan-alasan di atas, maka penulis tertarik ingin melakukan suatu penelitian dengan mengangkat tema “Perbandingan Gaya Komunikasi Radio Megah FM dengan Radio RRI Kota Banda Aceh”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana gaya komunikasi penyiar Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh ?
2. Bagaimana improvisasi, persuasi dan intonasi yang dimiliki penyiar Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh ?
3. Bagaimana proses pengkaderan Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gaya komunikasi penyiar Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui improvisasi, persuasi dan intonasi yang dimiliki penyiar Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui proses pengkaderan Radio Megah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.

D. Manfaat Penelitian

Adapun, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan komunikasi pada umumnya, dan khususnya tentang kajian perbandingan gaya komunikasi Radio Meugah FM dengan Radio RRI Kota Banda Aceh. Serta dapat dijadikan sebagai salah satu bahan rujukan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kepeduliannya terhadap Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh sebagai salah satu lembaga yang memberikan informasi kepada masyarakat.
2. Bagi lembaga Radio Meugah FM dan RRI, kajian ini bisa dijadikan rujukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas karyawannya khusus pada penyiar agar gaya komunikasinya dalam menyampaikan informasi lebih menarik.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan atau sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi penulis, karya ini dapat bermanfaat sebagai penambah wawasan pengetahuan terutama dalam mendalami ilmu pengetahuan komunikasi..

E. Defenisi Operasional

1. Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi. Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.”³

2. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak.⁴

3. Radio Meugah FM Banda Aceh

Radio Megah FM merupakan radio swasta yang bernuansakan kedaerahan (Aceh) yang sangat populer di kota Banda Aceh. Melalui program siaran harian musik Aceh unggulan yang mereka miliki, berupa pemutaran lagu-lagu Aceh yang

³. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal.18.

⁴. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal. 57.

stasiun radio sajikan kepada masyarakat, karena tujuan dan manfaat akhirnya adalah untuk mempopulerkan musik Aceh (lagu-lagu Aceh) tersebut.⁵

4. Radio RRI Banda Aceh

Radio RRI Banda Aceh merupakan salah satu stasiun radio yang terletak di Jalan Sultan Iskandar Muda Nomor 13, Sukaramai, Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh.

⁵Dedy Satria, *Peran Radio Meugah Fm 95.30 MHZ Dalam Mempopulerkan Lagu-Lagu Aceh Melalui Program Siaran Harian Musik Aceh*, (Banda Aceh: Unsyiah, 2016), hal. ii

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian yang Relevan

Agar mempermudah peneliti dalam mentelaah permasalahan dalam penelitian ini, maka dilihat beberapa kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan kajian ini.

Ichal Mantumaka menulis tentang “*Analisis Karakteristik Gaya Komunikasi Penyiar Program Siaran Musik Rri Pro 2 FM Kendari*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik gaya komunikasi penyiar dalam program siaran musik Di RRI Pro 2 Fm Kota Kendari terdiri dari gaya persuasif dilakukan penyiar, dengan cara berbahasa yang sederhana dapat di terima para pendengar, agar para khalayak tetap mendengarkan program musik mereka. Penyiar dalam program siaran musik di RRInPro 2 Fm Kota Kendari melakukan improvisasi dengan spontanitas, kreatifitas, daya cipta, daya khayal serta kepiawaian dalam menguasai keadaan. Penyiar dalam program siaran musik Di RRIPro 2 Fm Kota Kendari memaparkan sesuatu yang ingin di sampaikan kepada pendengar secara detil dan intonasi jelas supaya imajinasi pendengar sama dengan tujuan yang ingin di capai penyiar.¹

Nyoman Triadnyana juga menulis radio dengan judul “*Strategi Komunikasi Radio Pro 2 RRI Denpasar Dalam Menghadapi Perubahan Format Programa*”. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa segmentasi, target dan posisi dari Pro

¹ Ichal Mantumaka, *Analisis Karakteristik Gaya Komunikasi Penyiar Program Siaran Musik Rri Pro 2 FM Kendari*. Jurnal Ilmiah, (Kendari: **Universitas Haluoleo, 2016**), hal. ii

2 RRI Denpasar sudah ditentukan oleh LPP RRI Pusat, sehingga strategi komunikasi yang pertama adalah menentukan komunikator yaitu tim kreatif yang dibantu oleh Segsi Programa 2 dan Segsi Komunikasi Publik. Pro 2 RRI Denpasar melakukan audience research untuk mengenal khalayak. Pro 2 RRI Denpasar dalam menyusun pesan menggunakan sifat pesan informatif. Pro 2 RRI Denpasar menggunakan media konvensional berupa media elektronik, media luar ruang dan media format kecil. Pro 2 RRI Denpasar melakukan evaluasi dengan cara menghitung jumlah pendengar aktif yang dihitung melalui jumlah atensi SMS, telepon dan media sosial.²

Kajian Ryan Hardeanto dengan judul “*Gaya Komunikasi Penyiar Acara Musik Radio Ramaloka FM*”. Hasil kajian ini menjelaskan bahwa gaya komunikasi radio Ramaloka FM mayoritas menyesuaikan dengan pendengar yang dihadapinya. Radio Ramaloka FM juga mengutamakan pada interaksi para penyiar dan pendengar, sehingga para radio ini lebih mengutamakan pendengar aktif. Meskipun hal ini lebih efektif pada program acara dangdut. Pembawaan penyiar pada saat membawa suatu acara dilakukan dengan santai dan menghibur, serta gaya percakapan setiap penyiar yang memiliki karakter berbeda. Untuk lebih mengangkrapkan dengan pendengar, sering kali diadakan program off air yang melibatkan penyiar dan pendengar.³

² Nyoman Triadnyana, *Strategi Komunikasi Radio Pro 2 RRI Denpasar Dalam Menghadapi Perubahan Format Programa*, Skripsi, (Bali: Universitas Udayana, 2012), hal. 102

³ Ryan Hardeanto, *Gaya Komunikasi Penyiar Acara Musik Radio Ramaloka FM*, Skripsi, (Banteng: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2017), hal. ii

B. Hakikat Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi. Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.”⁴

Dalam Al-Qur’an komunikasi juga dianjurkan dengan baik, sebagaimana terdapat dalam Qs. Ali Imran ayat 20 yang berbunyi:

فَأَنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ

Artinya:

“Maka sesungguhnya kewajibanmu hanyalah menyampaikan”.⁵

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah tangga, di tempat kerja, di pasar, maupun dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dengan komunikasi walaupun bisa sekalipun tapi ia bisa menggunakan komunikasi nonverbalnya melalui simbol-simbol. Pada umumnya komunikasi diartikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, baik itu hubungan individu dengan individu, individu dengan kelompok

⁴. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,...hal.18.

⁵. Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2008.

atau kelompok dengan kelompok.⁶ Hadist juga mengatakan bagaimana Rasulullah Saw mengajarkan berkomunikasi dengan baik, yang bunyinya :

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ كَانَ كَلَامُ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
كَلَامًا فَصْلًا يَفْهَمُهُ كُلُّ مَنْ سَمِعَهُ

Artinya :

“Dari Aisyah rahimahallah berkata “ sesungguhnya perkataan Rasulullah Saw adalah perkataan yang sangat jelas memahamkan setiap orang yang mendengarnya” (HR: Abu Daud, Sulaiman ibn al-Asy’as al-Sjastani al-Azdi).⁷

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat diartikan bahwa komunikasi pada umumnya kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau diartikan pula sebagai saling tukar menukar pendapat dan informasi. Komunikasi dapat juga diartikan sebagai hubungan yang saling mempengaruhi antar manusia baik individu maupun kelompok.

Menurut Cronkhite yang dikutip oleh Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, ada empat asumsi pokok komunikasi yang dapat membantu kita untuk memahami komunikasi, yaitu:⁸

- a. komunikasi adalah suatu proses (*communication is a process*);
- b. komunikasi adalah pertukaran pesan (*communication is transactive*);
- c. komunikasi adalah interaksi yang bersifat multi dimensi (*communication is muti-dimensional*), artinya karakteristik sumber, pesan, *audience*. Dan efek dari pesan semuanya berdimensi kompleks. Misalnya suatu pesan mempunyai

⁶. Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra aditya Bakti, 2003), hal. 61.

⁷. Arlina, *Pena Hitam All Right Reserved, Designed*, 2016.

⁸. Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017), hal. 3

efek yang berbeda-beda diantara audience. Tergantung pada keyakinan, nilai-nilai, kepribadian, motivasi maupun pola-pola perilaku yang spesifik seperti kebiasaan yang mendengar, membaca, berbicara, menulis dan pilihan *reference group* (kelompok eksternal yang menjadi orientasi);

d. komunikasi merupakan yang mempunyai tujuan-tujuan ataupun maksud ganda (*communication is multi-purposefull*).

Dari pengalaman, banyak yang kita lihat bahwa seorang akan cenderung menghindari sesuatu yang pernah dan akan merugikan dirinya sendiri, dan sebaliknya dia akan antusias melakukan sesuatu yang membawa keuntungan baginya. Dalam hal ini komunikator harus mempunyai pengetahuan psikologis untuk melakukan pendekatan kepada sasaran komunikasinya, dia harus bisa melihat manusia dalam segala dimensi (manusia sebagai subjek dan objek, jasmani dan rohani) dengan demikian kita mampu melihat betapa luasnya ruang lingkup yang disentuh oleh komunikasi tersebut.

Dalam komunikasi yang terjadi sebenarnya adalah saling mempengaruhi, dimana seseorang memberikan dan menerima ide-ide, gagasan-gagasan yang dituangkan dalam lambang-lambang tertentu yang sudah diberi pengertian yang sama. Manusia adalah makhluk yang paling senang dalam menggunakan lambang, bahkan dapat dikatakan bahwa salah satu karakteristik manusia yang membedakannya dengan makhluk lainnya adalah dalam hal kemampuannya menggunakan lambang-lambang (*symbolicum animale*). Manusia mengekspresikan pikirannya melalui lambang. Lambang yang dipergunakan dapat berupa huruf yang dirangkai menjadi kata tertentu sehingga mempunyai makna tertentu pula, dapat juga berupa

isyarat-isyarat, warna-warna, bunyi-bunyi dan apa saja yang dapat mewakili pikiran serta harus mempunyai makna tertentu semuanya disebut sebagai lambang.

Dari pengertian-pengertian di atas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan “suatu proses pengoperan lambang yang berarti dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap atau tingkah laku orang lain agar bertindak sesuai dengan sikap dan tingkah laku yang diharapkannya”.

Pada mulanya komunikasi yang tetap hanya terdapat pada masyarakat kecil kelompok orang hidup berdekatan yang merupakan satu unit politik. Tetapi sekarang akibat dari kecepatan informasi dan kompleksnya berbagai macam hubungan maka komunikasi telah menjadi masalah semua orang. Istilah komunikasi saat ini sudah demikian populer dan dipergunakan oleh kebanyakan orang ia dipergunakan dalam semua kesempatan baik dalam pembahasan maupun pembicaraan berbagai masalah. Kiranya sudah menjadi kodrat manusia yang senantiasa membutuhkan hubungan dengan sesamanya baik secara sepihak maupun timbal balik.

Manusia sebagai makhluk individu maupun makhluk sosial memiliki dorongan ingin tahu, ingin maju dan berkembang, maka salah satu sarannya adalah komunikasi. karenanya, komunikasi merupakan kebutuhan yang mutlak bagi kehidupan manusia. Dalam pepatah asing berbunyi “*Nature gave us two ears and only one mouth, so that we could listen twice as much as we speak*”. kata lain pepatah tersebut mengajak kita lebih banyak mendengar daripada berbicara (komunikasi). Mengapa demikian ? berbicara itu mudah, tetapi berkomunikasi dengan baik tidak mungkin demikian halnya. Berbicara saja belum dapat menjamin

apa yang dibicarakan itu dapat sampai kepada yang akan diharapkan memperolehnya. Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan sesuatu alat. Banyak komunikasi terjadi dan berlangsung tetapi kadang-kadang tidak tercapai kepada sasaran tentang apa yang dikomunikasikan itu dimungkinkan adanya komunikasi yang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan kalau terjalin persesuaian di antara keduanya.

Terlaksananya komunikasi yang baik banyak rintangan yang ditemui dan dihadapi baik rintangan yang bersifat fisik, individual, bahasa, dan sampai perbedaan arti yang dimaksud oleh orang yang diajak berkomunikasi. Saling pengertian dapat terjadi dengan menggunakan bahasa yang baik sehingga pihak yang menerima dapat mengerti apa yang diberikan atau yang dipesankan dengan demikian terciptanya situasi komunikasi yang serasi.

Dengan berkomunikasi orang dapat menyampaikan pengalamannya kepada orang lain sehingga pengalaman itu menjadi milik orang lain pula tanpa mengalaminya sendiri. Melalui komunikasi orang dapat merencanakan masa depannya membentuk kelompok dan lain-lain.⁹ Dengan komunikasi juga manusia dapat menyampaikan informasi, opini, ide, konsepsi, pengetahuan, perasaan, sikap, perbuatan, dan sebagainya kepada sesamanya secara timbal balik baik sebagai penyampai maupun penerima komunikasi. Sehingga demikian terbinalah pengembangan kepribadiannya baik secara diri pribadi baik kemasyarakatan sosial serta tercapainya kehidupan bersama dan bermasyarakat. Selain itu komunikasi

⁹. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan...*, hal. 4

juga mengajak orang ke jalan kebenaran dan menjauhi sifat kemungkar. Tolak ukur kebaikan dan kemungkar adalah syari'at dalam satu sisi, dan kemaslahatan rakyat dari sisi lain. Ini merupakan persoalan yang luas dari tuntutan rakyat pada penguasa, khususnya dalam mencegah kezaliman tidak menerimanya atau bersabar atasnya.

Dari apa yang dikatakan terbukti bahwa komunikasi yang dilakukan manusia sering kali dengan tanpa pikir sebenarnya merupakan kegiatan yang pokok dalam kehidupan bermasyarakat atau sebagaimana dinyatakan oleh seorang tokoh komunikasi bahwa "*communication is human existen and social proses*". Melalui komunikasi orang dapat mempengaruhi sikap tingkah laku orang lain membentuk suatu consensus yang dikenal sebagai pendapat umum, kelompok. Dari komunikasi memungkinkan suatu ide (baru atau lama) tersebar dan dihayati orang dituntut ataupun ditolak orang berhasil atau gagalnya proyek dan program pembangunan.

Inilah sebabnya mengapa akhir-akhir ini di Indonesia komunikasi makin penting dan diperhatikan orang. Hal ini karena komunikasi merupakan alat pembangunan, alat integrasi, alat kekuasaan, dan untuk itu komunikasi penting diketahui, dipahami serta dihayati oleh semua orang, khususnya untuk penyelenggara pembangunan sebab mereka lebih banyak berhadapan dan berhubungan dengan pelaksana pembangunan dan masyarakat luas.¹⁰

C. Hakikat Gaya Komunikasi

Gaya adalah segala hal yang terkait dengan bagaimana cara menyampaikan atau presentasi simbol, mulai dari pemilihan sistem simbol hingga makna yang kita

¹⁰ . Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan...*, hal. 6

berikan terhadap simbol termasuk perilaku simbolis mulai dari kata dan tindakan, pakaian yang dikenakan hingga perabotan yang digunakan. Penyampaian merupakan perwujudan simbol ke dalam bentuk fisik yang mencakup berbagai pilihan mulai dari nonverbal, bicara, tulisan hingga pesan yang diperantarai (*mediated message*). Gaya Komunikasi didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya Komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari suatu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengiriman (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).¹¹

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan anak-anak akan berbicara dengan gaya yang berbeda. Selain itu gaya yang digunakan dipengaruhi oleh banyak faktor, gaya komunikasi adalah sesuatu yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak. Sebagaimana budaya, gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.¹²

Gaya komunikasi didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Gaya komunikasi

¹¹. Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta : Kencana, 2013), hal. 63.

¹². Hariyana, *Komunikasi dalam Organisasi*, (Makalah Fakultas Ilmu Social Dan Politik Universitas Indonesia, 2009), hal.14-18.

merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak.¹³ Pengalaman membuktikan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis.

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Para ahli komunikasi telah mengelompokkan beberapa tipe-tipe atau kategori gaya komunikasi ke dalam sepuluh jenis:

1. Gaya dominan, gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
2. Gaya dramatis, gaya seorang individu yang selalu “hidup” ketika dia bercakap-cakap.
3. Gaya kontroversial, gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentative atau cepat untuk menantang orang lain.
4. Gaya animasi, gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.
5. Gaya berkesan, gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang sangat mengesankan.

¹³. Widjaja, A.W, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal. 57.

6. Gaya santai, gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.
7. Gaya atentif, gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap empati dan bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.
8. Gaya terbuka, gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blak-blakan.
9. Gaya bersahabat, gaya berkomunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respon positif, dan mendukung.
10. Gaya yang tepat, gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.¹⁴

Selain itu Mc Allister mengelompokan tiga jenis gaya dasar komunikator yaitu :

1. *Noble Style*, merupakan gaya terhormat, gaya standar, gaya sesuai dengan patokan yang seharusnya dilakukan.
2. *Reflective Style*, yaitu gaya yang dipahami sebagai gaya yang secara tidak langsung melakukan refleksi kepribadian.
3. *Socratic Style*, yaitu gaya yang selalu menampilkan perincian konten dan analisis yang digunakan dalam perdebatan.¹⁵

Gaya komunikasi lain yang populer adalah yang diklasifikasikan oleh *The Wilson Learning Corporation* dengan melihat tampilan kebiasaan. *Pertama*,

¹⁴. Ida Ri''Aeni, Kemiskinan Sebagai Komoditas Media (Analisis Strategi Komunikator Dalam Program Berita Bertema Kemiskinan Di Televisi), *Jurnal Ilmiah Semiotika Vol. 8. Nomor. 2.2014*. hal. 164-165.

¹⁵. Ida Ri''Aeni, *Kemiskinan Sebagai Komoditas Media*,...hal. 165.

assertiveness, yaitu gaya komunikasi yang muncul mempengaruhi dan mengontrol pikiran dan tindakan orang lain, seperti mencoba mempengaruhi kebiasaan mereka, menanyakannya dalam mengambil suatu langkah, dan mencoba memimpin daripada mengikuti yang lain. *Kedua, responsiveness*, adalah gaya komunikasi yang tampil mengontrol emosi atau perasaan diri sendiri. Seperti memfokuskan perhatian pada dirinya, menunjukkan perhatian pada apa yang ia sampaikan, dan menunjukkan perasaan.

Kredibilitas komunikator adalah seperangkat persepsi komunikate/komunikasikan tentang sifat-sifat komunikator. Sifat-sifat komunikator, komponen-komponen kredibilitas, yang meliputi keahlian (*expertness*), keterpercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*) serta kadang-kadang kekuasaan (*power*), khususnya informational power dan referent power. Komunikasi akan efektif apabila komunikatornya memiliki kredibilitas.¹⁶

Aristoteles secara lengkap menyebutkan tentang kredibilitas komunikator dengan prinsip ethos, pathos, dan logos. Ethos diartikan sebagai sumber kepercayaan (*source credibility*) yang ditunjukkan oleh seorang orator (komunikator) bahwa ia memang pakar dalam bidangnya, sehingga oleh karena seorang ahli, maka ia dapat dipercaya. Seorang komunikator yang handal, mau tidak mau harus melengkapi dirinya dengan dimensi ethos ini yang memungkinkan orang lain menjadi percaya. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).¹⁷ Sedangkan

¹⁶ Ibid, hal. 166.

¹⁷Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 38.

gaya komunikasi yang akan kita jadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *The Controlling Style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one way communications*.

Pihak-pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan, juga pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau *feedback* tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya.

Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha 'menjual' gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. *The controlling style of communication* ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respon atau tanggapan yang negatif pula.

2. *The Equalitarian Style*

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two way traffic of communication*). Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. *The equalitarian style* ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindakan berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.¹⁸

3. *The Structuring Style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (*sender*)

¹⁸Hariyana, *Komunikasi Dalam Organisasi*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2009), hal. 14

lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.¹⁹

Stogdill dan Coons dari *The Bureau of Business Research of Ohio State University*, menemukan dimensi dari kepemimpinan yang efektif, yang mereka beri nama Struktur Inisiasi atau *Initiating Structure*. Stogdill dan Coons menjelaskan mereka bahwa pemrakarsa (*initiator*) struktur yang efisien adalah orang-orang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

4. *The Dynamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesmen atau saleswomen*).

Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah mestimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

¹⁹Hariyana, *Komunikasi Dalam Organisasi*,...hal. 17

5. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

6. *The Withdrawal Style*

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Dalam deskripsi yang konkrit adalah ketika seseorang mengatakan: “Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini”. Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi. Gambaran umum yang diperoleh dari uraian di atas adalah bahwa *the equalitarian style of communication* merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: *structuring*, *dynamic* dan *relinquishing* dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Dan dua

gaya komunikasi terakhir: *controlling* dan *withdrawal* mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat.²⁰

Ada tujuh komponen yang diidentifikasi sebagai penyebab gaya interaksi yang mampu merefleksikan atau memberikan pandangan mengenai interaksi setiap individu. Dengan demikian faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi antara lain:²¹

1. Kondisi Fisik

Sesuai dengan penjelasan di atas terlihat jelas bahwasanya kondisi fisik dimana kita melakukan komunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan kapasitas minim dalam bertatap muka, hal tersebut akan berakibat pada ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara si pengirim dan penerima pesan. Selain itu dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau kenyamanan antara kedua belah pihak.

2. Peran

Persepsi akan peran kita sendiri (sebagai pelanggan, teman atasan) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran mereka sendiri dan orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu dengan lainnya.

²⁰. Hariyana, *Komunikasi Dalam Organisasi*,...hal. 14

²¹. Saphiere, *Communication Highwire Leveraging the Power of Diverse Communication Styles*, (Illustreret: Intercultural Press, 2005), hal.53

3. Konteks Historis

Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsa-bangsa, tradisi spiritual, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana kita memandang satu sama lain, dengan demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.

4. Kronologi

Bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, jika itu adalah pertama kalinya seseorang berinteraksi tentang sesuatu atau kesepuluh kalinya, jika interaksi masa lalu seseorang telah berhasil atau tidak menyenangkan. Maka akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.

5. Bahasa

Bahasa yang kita gunakan, "versi" dari bahasa yang kita ucapkan misalnya, Aussie, Inggris, atau versi bahasa Inggris Amerika dan kelancaran kita dengan bahasa tersebut. Semuanya memainkan peran dalam gaya berkomunikasi seseorang. Gaya komunikasi seseorang dalam bahasa Inggris berarti bahwa orang yang terbiasa berbahasa Jepang tidak sepenuhnya memahami dia dan kemampuan ini akan memberikan batasan pada seseorang untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.²²

²². Saphiere, *Communication Highwire Leveraging the Power of Diverse Communication Styles*,...hal.55.

6. Hubungan

Seberapa baik kita tahu orang lain, dan seberapa banyak kita suka atau percaya dia dan sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Selain itu, pola kita mengembangkan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek kumulatif pada interaksi selanjutnya antara mitra relasional.

7. Kendala

Metode yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi (misalnya, beberapa orang membenci e-mail atau panggilan telepon) dan waktu yang kita miliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode di atas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi.

D. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Secara sederhana komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui media massa. Media adalah bentuk jamak dari kata “*medium*”. Menurut Morissan dkk, menjelaskan bahwa istilah media massa adalah alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan masyarakat, dengan skala yang sangat luas.²³

Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang di tujukan kepada sejumlah khalayak yang

²³. Morissan, dkk., *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*, (Bogor: GhaliaIndonesia Anggota IKAPI, 2010), hal. 1.

tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.²⁴ Komunikasi massa memiliki unsur-unsur yang sangat penting, yaitu:

1. Komunikator yakni orang yang melakukan komunikasi atau penyampaian pesan. Dalam hal ini yang menjadi komunikator adalah sinetron.
2. Media adalah sarana yang digunakan dalam berkomunikasi seperti telepon, radio televisi surat kabar dan lain sebagainya.
3. Informasi (pesan) massa adalah isi atau intisari yang disampaikan dalam berkomunikasi. Yakni pesan yang disampaikan oleh sinetron.
4. *Gatekeeper* adalah orang atau kelompok yang mengatur, memilih, menyaring dan memantau arus komunikasi dalam suatu saluran komunikasi massa. Dalam sinetron yang berperan sebagai *gatekeeper* adalah seorang sutradara
5. Khalayak (publik) adalah orang yang menerima pesan komunikasi.
6. Umpan balik adalah reaksi dari penerima pesan yakni khalayak kepada komunikator.²⁵

Media massa bukan hanya sebatas sebagai salah satu sarana berkomunikasi dan menyampaikan pesan seperti sinetron. Akan tetapi dalam penyampaian pesan melalui media memiliki fungsi dan efek terhadap gaya dan perilaku bagi penerima pesan.

²⁴. Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makassar: Alauddin University Press, 2013), hal. 7.

²⁵. Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 15.

2. Fungsi Komunikasi Massa

Media massa dapat difungsikan oleh manusia sebagai sarana menjaga peradaban manusia agar lebih baik, lebih berkualitas, dan berkesinambungan. Hal ini sangat penting bagi manusia. Radio sebagai komunikasi massa yang dapat mempengaruhi khalayak melalui media massa memiliki berbagai macam fungsi. Adapun fungsi komunikasi massa dalam tatanan kehidupan, salah satunya dalam bidang sistem sosial, sebagai berikut:

1. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginan, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan Diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih

melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama ditingkat internasional, nasional dan lokal.

5. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan: penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas *horizon* seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, kesastraan, musik, komedi, olahraga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti, menghargai kondisi, pandangan keinginan orang lain.²⁶

3. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengkonsumsi pesan-pesan media massa.

Umumnya dikaitkan dengan perubahan berdimensi kognitif, afektif dan konatif.

²⁶. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Peraktek*,...hal. 28.

1. Efek kognitif

Efek kognitif berkenaan dengan fungsi informatif media massa. Informasi media massa dipandang sebagai tambahan pengetahuan bagi khalayak. Pengetahuan yang dimiliki khalayak dapat meningkatkan kesadaran pribadinya serta memperluas cakrawala berpikirnya. Seseorang yang mengkonsumsi media massa khususnya dalam bentuk isi pesan informasi akan dapat membantunya dalam menambah wawasan dan pengetahuannya.²⁷

2. Efek afektif

Efek afektif berkenaan dengan emosi, perasaan, dan *attitude* (sikap). Pesan-pesan media massa yang dikonsumsi khalayak membangkitkan sikap, perasaan dan orientasi emosi tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi efek afektif adalah suasana emosional, skema kognitif, dan situasi terpaan media. Terkadang individu atau khalayak mengidentifikasi dirinya dengan sosok yang di lihat pada media massa. Kecenderungan sikap dan perasaan khalayak juga terkait dengan pola dan cara pengidentifikasikan diri khalayak terhadap sosok-sosok dalam isi media tersebut.

3. Efek konatif

Efek konatif merujuk pada perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Setelah khalayak menerima informasi media massa yang dilanjutkan dengan kecenderungan sikap tertentu yang didasarkan pada pengetahuan tersebut, khalayak terpengaruh dalam bentuk tindakan nyata.²⁸

²⁷. Abdul Halik, *Komunikasi Massa...*, hal.122

²⁸. Ibid, h.123.

E. Lirik Lagu dalam Gaya Komunikasi

Pesan atau aspirasi yang disampaikan dalam lirik lagu merupakan pengungkapan yang diwujudkan dalam bentuk bahasa. Pengungkapan perasaan atau makna pesan melalui bahasa dalam lirik lagu dalam musikal secara utuh yang mampu diterima dan dicerna oleh berbagai pihak. Perwujudan bahasa yang diungkapkan melalui lirik lagu dapat mempengaruhi orang-orang yang mendengarkannya. Gaya bahasa perumpamaan biasanya terdapat pada lirik lagu sindiran, bentuk protes dengan merumpamakan sesuatu untuk dapat mengenai sasaran. Lirik lagu percintaan memberikan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti. Lirik lagu perjuangan menampilkan bahasa yang sederhana namun memberikan semangat. Bahasa yang digunakan dalam lirik lagu bergantung pada genre apa yang akan diciptakan.²⁹

Lirik Lagu merupakan simbol komunikasi yang secara etimologis, simbol (symbol) berasal dari kata Yunani “sym-ballein” yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide. Menurut Herusatoto, “*symbolos*”, berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang. Biasanya simbol terjadi berdasarkan metonimi (metonymy), yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi atributnya dan metafora (metaphor), yaitu pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan. Arthur Asa Berger mengklasifikasikan simbol–simbol menjadi:

²⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakrya, 2006) hal. 155

1. Simbol-simbol konvensional, adalah kata-kata yang berdiri/ada untuk (menyebut/menggantikan) sesuatu. Lirik lagu juga memiliki kata-kata yang menyebut sesuatu dengan kata ganti. Lirik lagu diciptakan dengan segi bahasa yang memiliki kata-kata bermakna dan memiliki pesan.
2. Sebagai kontrasnya, simbol aksidental sifatnya lebih individu, tertutup dan berhubungan dengan sejarah kehidupan seseorang. Diciptakannya sebuah simbol aksidental pada lirik lagu guna mengungkapkan cerita atau pengalaman yang dimiliki. Lirik lagu memang sebuah ungkapan atau cerita menarik seseorang.
3. Simbol universal, adalah sesuatu yang berakar dari pengalaman semua orang. Adanya pengalaman dengan cerita yang sudah terjadi pada setiap orang dituangkan menjadi sebuah lirik lagu dan diciptakan dalam bahasa yang memiliki simbol atau lambang.³⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa lirik lagu merupakan simbol atau lambang yang diciptakan oleh pencipta melalui kata-kata sebagai simbol komunikasinya. Memahami makna yang terdapat dalam lirik lagunya dengan menginterpretasi tanda (sign) yang diciptakannya. Jika simbol merupakan salah satu unsur komunikasi, maka seperti halnya komunikasi, simbol tidak muncul dalam suatu ruang hampa-sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Dalam komunikasi massa proses menyampaikan simbol dapat dilakukan melalui lirik lagu, lirik lagu merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan, maksud dan tujuan seseorang. Melalui simbol-simbol komunikasi pada lirik lagunya merupakan

³⁰ Efendi Djohan, *Psikologi Musik*, (Yogyakarta : Penerbit Buku Baik, 2009), hal.34

perwujudan ungkapan perasaan pencipta. Simbol terlihat pada lirik lagu dengan kata-kata yang menyimpang, bermajas atau perandaian.

F. Radio

1. Pengertian Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat luar angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).³¹

Menurut Onong Uchjana Effendy pengertian siaran radio adalah penyebaran secara elektronik berbagai acara dalam bentuk kata-kata, musik, dan lain-lain yang sifatnya audial (untuk didengarkan) kepada khalayak yang tersebar.³² Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampaian berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga propaganda politik dan ideologi. Bagi pendengarannya radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, dan pemberi informasi.³³ Radio mudah beradaptasi dan sering dengan kehebatannya menyajikan bentuk siaran “*live*” (secara langsung), tidak memerlukan pemrosesan film, tidak perlu menunggu proses pencetakan. Bahkan pada saat ini radio digunakan sebagai media pendidikan yang menggunakan konsep dan juga fakta.

³¹. Triartanto, *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Pustaka Book, 2010), hal. 19

³². Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi* (Bandung: Mandar Maju, 1989), h. 301

³³. Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1983), h.

2. Karakteristik Radio

Beberapa karakteristik yang dimiliki radio yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu:

1. Radio adalah suara (*auditori*) untuk didengar karena isi siaran bersifat sepiintas lalu dan tidak dapat diulang.
2. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (*transmisi*).
3. Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis (*channel noise factor*).
4. *Theater of Mind*. Radio menciptakan gambar 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.
5. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.³⁴

3. Sifat Radio

Sebagai sebuah media massa dalam menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat, maka Radio memiliki beberapa sifat, yaitu:

³⁴Asep Syamsul M.Ramli, *Broadcast Journalism* (Bandung, PT.Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 22.

1. Auditif

Sifat radio siaran adalah auditif, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya sepintas lalu saja, ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah dan media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali. Pendengar yang tidak mengerti terhadap suatu uraian yang disampaikan melalui radio tidak mungkin untuk meminta ulang kepada pembicara.

2. Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi yang menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal akan memiliki dua faktor gangguan, gangguan pertama adalah apa yang disebut “*semantic noise factor*” dan yang kedua adalah “*Channel noise factor*”. Gangguan teknis dapat berupa “interferensi”, yakni dua atau lebih gelombang yang berdempetan, sehingga membuat isi siaran sukar dimengerti, atau gangguan karena pesawat penerima lainnya dan sebagainya.

3. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim, seorang penyiar seolah-olah berada dikamar pendengar dengan penuh hormat dan cekatan menghidangkan acara-acara yang menggembirakan kepada penghuni rumah, sifat ini tidak dimiliki oleh media lainnya.³⁵

4. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Media radio dapat dilihat dari kekuatannya/kelemahannya:

1. Kelebihan Radio

³⁵. Onong Uchjana Effendy, *Radio, Siaran, Teori, dan Praktek*, (Bandung: Alumni. 1983), hal. 87-89

- a. Langsung. Radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan menyampaikan isi kandungan program secara langsung. Begitu suara dipancarkan, telinga pendengar langsung menangkap dan mencernanya meski sambil mengerjakan aktivitas apapun.
- b. Cepat. Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio.
- c. Menciptakan gambar dalam ruang imajinasi pendengar. Dengan keunggulan suaranya radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaman diruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulan semua kalangan bisa mendengarkan.
- d. Tanpa batas. Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa menikmati. Dengan kemajuan teknologi satelit atau digital, radio bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.
- e. Tidak banyak pernik. Dibandingkan media lain, pada peliputan berita radionya cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa microphone dan sebuah handphone untuk melaporkan sesuatu secara langsung.
- f. Hangat dan dekat. Kendati tidak berhadapan langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dekat dan akrab.

- g. Mendidik. Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebagian besar pendengar yang bermukim diwilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya.
- h. Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat. Dengan karakternya yang intim dan hangat, radio memiliki kemampuan untuk cepat diakrabi oleh khalayak pendengar yang bisa sebagai tempat mencari informasi.³⁶

2. Kelemahan Radio

Selain memiliki kelebihan-kelebihan, radio sebagai media massa juga memiliki beberapa kelemahan.

- a. Durasi program terbatas. Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu, setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya, maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam yang terbagi-bagi dalam segmen acara.
- b. Sekilas dengar. Sifat radio adalah audiotori, untuk didengar. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar, untuk itu pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan. Artinya sifat pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.
- c. Mengandung gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah bunyi

³⁶.Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran; Membaca televisi, Melelihat Radio* (Yogyakarta: LP3Y, 2001),hal. 39.

atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat noise.

- d. Non visual. Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun narasumber yang akan on-air di radio, berbeda sekali dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan audio.
- e. Radio dapat memungkinkan untuk upaya mensukseskan pendidikan di dunia ini dengan menjadikan media radio sebagai media pendidikan bukan dijadikan sebagai media hiburan. Sehingga media radio dapat dimanfaatkan oleh berbagai publik yang haus akan informasi pendidikan dan pengetahuan.

Keuntungan dari radio adalah dapat menjangkau hampir seluruh warga negara dalam masyarakat, setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja (bahkan 30 orang buta huruf) serta dimana saja. Pendengar tidak harus tetap berada didepan pesawat radionya, tidak seperti halnya menonton televisi.³⁷

5. Gaya Komunikasi Penyiar Radio

Penyiar adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada para pendengar. Materi siaran tersebut adalah hasil yang telah diolah oleh bagian produksi siaran berdasarkan program yang telah disusun oleh staf khusus. Sampainya sebuah acara kepada para pendengar adalah hasil kerja sama penyiar, operator siaran dan petugas pemancar. Penyiaran adalah tak lain hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, Namun ditujukannya kepada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut akan sempurna apabila si

³⁷Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran; Membaca televisi, Melelihat Radio*,...hal. 40.

pendengar mendengar, mengerti, merasa tertarik, dan melakukan apa yang ia dengar itu”.³⁸ Untuk menjadi seorang penyiar yang baik harus memiliki sifat:

1. Cintai mic dengan seluruh jiwa dan segenap ragamu.
2. Punya wawasan yang luas.
3. Tau pasti isi acara yang akan dibawa.
4. Mempunyai gaya siaran yang sesuai dengan gaya siaran khas radio.
5. Punya pergaulan yang luas.
6. Update tentang lagu-lagu.
7. Think out of the box.
8. Jaga suara baik-baik.
9. Tetap semangat.³⁹

Seorang penyiar radio haruslah mempunyai wawasan yang luas, mengetahui informasi yang *up to date*, dan harus mempunyai pergaulan yang luas. Seorang penyiar mampu membawakan program siaran dengan format yang sudah ditentukan oleh pihak radio. Bahkan terkadang mereka juga harus memformat sendiri program siaran yang dibawakannya agar lebih menarik dan mampu menyedot banyak pendengar. Disinilah peran seorang penyiar berada. Sem menarik apapun program acaranya jika si penyiar tidak dapat membawakannya dengan baik, maka tidak diragukan lagi bahwa pendengar akan segan untuk mendengarkannya. Sebaliknya, jika penyiar bisa mengemas sebuah program acara semenarik mungkin

³⁸. Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia: 2010), hal. 77.

³⁹. Angraini, Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih Fm Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar, *Skripsi*, (Cirebon: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2013), hal. 11.

bagi pendengar, maka dia akan mendapat banyak sorotan. Memang, yang paling membedakan dalam menyajikan acara siaran di radio adalah suara manusia.

Dalam hal ini adalah penyiarnya. Ia tampil akrab, terkadang mengharukan, marah, pilu, atau mengajak tertawa pendengarnya. Dengan suara-suara seperti itu, sebuah peristiwa akan dapat disajikan lebih hidup. Informasi akan semakin jelas, menarik, dan mudah diserap bila dituturkan infleksi, lagu dan tekanan pada penuturannya. Vitalitas radio sesungguhnya terletak pada daya tarik ragam suara awal siarnya, juga ragam kosakata dan ungkapan lokalnya, nilai kepribadian radio yang manusiawi terletak di sini.

Perlu juga bahwa dalam dunia penyiaran radio, keberadaan pendengar perlu mendapat banyak perhatian. Karena mereka lah yang menentukan eksis atau tidaknya sebuah radio. Namun di balik itu semua ada sosok seorang penyiar yang mampu menggiring banyak pendengar sehingga radio bisa tetap eksis. Tidak dipungkiri jika akhirnya penyiar-penyiar ini memiliki banyak fans. Memang, salah satu yang membuat seorang penyiar bisa tetap eksis adalah penggemar. Meskipun mereka lebih dikenal lewat suara, namun tidak mengherankan kehadiran seorang penyiar mampu membuat pendengarnya tergiila-gila. Tidak jarang pendengar langsung main ke radio tersebut hanya untuk bertemu dengan penyiar favoritnya. Dan banyak pula yang pada akhirnya hubungan idola dan fans-nya ini berlanjut menjadi teman dekat atau sahabat. Berawal dari spesial program curhat dari sebuah radio.⁴⁰

⁴⁰. Angraini, *Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih Fm Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar...* hal. 12.

Penyiar yang bertugas membawakan acara tersebut akan dicap pendengar sebagai salah satu alternatif tempat curhat dan biasanya fans akan menghubungi penyiar, untuk meminta bertemu bisa curhat di luar jam siaran. Frekuensi bertemu yang terlalu sering bakal membuat hubungan akan merubah menjadi teman. Tidak dapat dipungkiri juga keberadaan seorang fans sangat penting. Ada beberapa station manager mempertahankan penyiarnya yang memiliki pendengar paling banyak. Disinilah peran seorang penyiar begitu terlihat. Ketika dia mampu membawakan sebuah program acara dengan baik dan menarik banyak pendengar, maka secara otomatis dia telah membuat radio yang ditempatinya tetap eksis dengan kehadiran pendengar-pendengar tersebut. Karena besarnya peran yang dimiliki seorang penyiar, maka ketika berpindah tempat ke stasion radio lain, pendengarnya pun juga akan mengikutinya. Sehingga dengan kata lain, keberadaan penyiar sangat berpengaruh bagi eksistensi radio. Selanjutnya, peran yang lebih luas terlihat pada pemasukan iklan. Radio dengan jumlah pendengar yang banyak, kemungkinan besar dapat meraih pangsa iklan yang besar juga. Para produsen iklan tidak akan segan untuk memasung iklan jika radio tersebut terbukti memiliki banyak pendengar.⁴¹

Semua itu kembali pada peran seorang penyiar. Walaupun sebenarnya bukan hanya sosok penyiar yang menentukan segalanya. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa memang penyiarlah yang memberikan kontribusi lebih banyak bagi radio. Layaknya sebuah film, maka penyiarlah pemain utamanya. Karena walaupun semua itu dalam prosesnya adalah kerja tim, namun pada akhirnya yang

⁴¹. Morissan, *Teori Komunikasi Massa*,..hal. 79.

tampil paling depan adalah penyiarnya. Oleh karena itu, kontribusi seorang penyiar sangatlah besar. Jika dia mampu bekerja profesional, menarik banyak pendengar maka pangsa iklan pun juga akan berdatangan. Hal inilah yang menjadi modal utama bagi sebuah radio untuk bisa tetap eksis di tengah persaingan bisnis media yang semakin marak saat ini.⁴²

6. Improvisasi

Improvisasi dapat disebut sebagai suatu karya atau hasil ciptaan seseorang atau sekelompok orang yang dilakukan secara spontan ketika mereka sedang bermain peran. Biasanya, orang tersebut merupakan seorang ahli dalam bidang drama.⁴³ Improvisasi dalam drama merupakan sebuah penciptaan cepat atau dengan seketika tanpa adanya persiapan atau rencana yang mendahuluinya. Improvisasi bagi seseorang yang memiliki pemikiran Spontanitas, Kreatifitas, Daya Cipta dan Daya Khayal yang tinggi akan sangat mudah melakukan sebuah improvisasi daripada orang yang memiliki pemikiran sifat pemalu, penakut, dan *Negative Thinking* berlebihan yang membuat mereka tidak bisa melakukannya.⁴⁴

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa improvisasi merupakan satu di antara aktivitas teater atau drama yang muncul karena adanya spontanitas dengan menggunakan daya kreativitas dan imajinasi seorang pemain teater. Hal tersebut pun dapat berhasil tergantung dari kepekaan suatu pemain yang berupa rangsangan atau situasi dari lawan main suatu peran. Dapat dikatakan juga bahwa improvisasi merupakan suatu bagian dari pelatihan teater dalam

⁴². Angraini, *Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih FM dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar...* hal. 13.

⁴³. Rendra, *Seni Drama Untuk Remaja*, (Jakarta: Pustaka Jaya, 1993), hal. 52

⁴⁴. Sudjiman, *Memahami cerita Rekaan*, (Jakarta: Pustaka Jaya, 1990), hal. 2

pembentukan dan pengembangan dasar dalam pelatihan teater, yang pelatihan-pelatihan tersebut termasuk dalam olah tubuh, olah vokal, olah rasa, olah pikir, dan beberapa teori teater lainnya yang berkaitan. Sehingga beberapa pelatihan tersebut perlu diperhatikan dan dipelajari dalam ilmu drama atau teater sebagai seorang pemain.

7. Gaya Bahasa Persuasif Penyiar Radio

Pengertian persuasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkannya; bujukan halus.⁴⁵ Persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau yang akan datang.⁴⁶ Tujuan akhir persuasi adalah agar konsumen melakukan sesuatu. Upaya-upaya yang dapat dilakukan agar tujuan tersebut tercapai misalnya menyuguhkan bukti, keunggulan produk, dan sebagainya.

Istilah persuasi merupakan alihan bentuk kata persuasion dalam bahasa Inggris. Bentuk kata persuasion diturunkan dari kata to persuade yang artinya membujuk atau meyakinkan.⁴⁷ Karangan persuasi adalah karangan yang berisi paparan berdaya-bujuk atau memiliki kekuatan untuk menghimbau. Daya bujuk itulah yang dapat membangkitkan ketergiuran pembaca untuk meyakini dan menuruti himbauan yang dilontarkan oleh penulis. Dengan kata lain, persuasi

⁴⁵. Poewardarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 302.

⁴⁶. Keraf, *Argumentasi dan Narasi*, (Jakarta: PT Gramdia Pustaka Utama, 2003), hal. 118.

⁴⁷. Suparno dan Muhammad Yunus, *Keterampilan Dasar Menulis*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), hal. 57.

berurusan dengan masalah mempengaruhi orang lain lewat bahasa. Persuasi merupakan paragraf yang mengajak, membujuk, atau mempengaruhi pembaca agar melakukan sesuatu. Ciri-cirinya yaitu adanya bujukan atau ajakan untuk berbuat sesuatu. Suatu paragraf atau karangan yang mengandung unsur persuasi di dalamnya biasanya digunakan untuk mendukung dalam dunia politik, pendidikan, periklanan, dan dunia propaganda.⁴⁸

Karangan atau tulisan persuasif adalah karangan yang dapat menarik minat dan dapat meyakinkan bahwa pengalaman membaca merupakan suatu hal yang sangat penting.⁴⁹ Persuasi merupakan usaha untuk membujuk seseorang untuk mau mengikuti tujuan yang dikehendaki tanpa paksaan. Sementara itu persuasi bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain agar dapat menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan. Untuk dapat menyusun karangan persuasi yang efektif diperlukan kemampuan menciptakan persuasi, yaitu kemampuan memanfaatkan alat-alat persuasi (1) bahasa, (2) nada, (3) detail, (4) pengaturan atau organisasi, dan (5) kewenangan. Bahasa dapat menjadi alat persuasi yang baik tidak terlepas dari fungsi bahasa itu sendiri yakni sebagai alat komunikasi. Itu berarti bahasa dapat dipakai untuk kepentingan apa saja selama masih dalam batas-batas fungsinya sebagai sarana komunikasi.⁵⁰

Salah satunya bahasa dapat dikatakan sebagai alat yang cukup pokok dalam mewujudkan paparan persuasi. Nada sebagai alat persuasi maksudnya adalah nada pembicaraan. Pengarang tentunya harus pandai menentukan nada karangan

⁴⁸. Hikmat dan Solihati, *Bahasa Indonesia (untuk Mahasiswa S1 & Pascasarjana, Guru, Dosen, Praktisi, dan Umum)*, (Jakarta: Grasindo, 2013), hal. 89.

⁴⁹. Tarigan, *Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*, (Bandung. Penerbit Angkasa, 1994), hal. 113.

⁵⁰. Keraf, *Argumentasi dan Narasi*,...hal. 119.

persuasi yang dibuatnya. Pengarang harus bisa membayangkan respon apa yang mungkin ada pada pembaca. Karangan persuasi memiliki detail yang cukup penting kedudukannya. Detail di sini adalah uraian terhadap ide pokok sampai ke bagian yang terkecil yaitu detail yang baik dan esensial dalam mendukung tujuan persuasi.⁵¹

Hal ke-empat ialah pengaturan atau organisasi yang mengatur detail dalam sebuah karangan. Dalam persuasi, pengaturan detail menggunakan prinsip “mengubah keyakinan dan pandangan” artinya bagaimana pun pengaturannya diusahakan mampu mengarahkan keyakinan dan pandangan para pembaca. Paragraf persuasi bertujuan untuk membujuk pembaca agar mau melaksanakan sesuatu sesuai dengan keinginan penulisnya. Contoh persuasi yang sering kita temukan adalah propaganda yang dilakukan oleh berbagai lembaga, badan atau organisasi serta iklan yang disampaikan dalam berbagai media secara tegas untuk menarik perhatian konsumen dan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Kata-kata khas dari suatu wacana persuasi adalah “ayo” ataupun “mari”.⁵² Bentuk-bentuk persuasi yang biasanya sering dijumpai yaitu propaganda, selebaran, kampanye, dan iklan.⁵³ Semua bentuk persuasi tersebut tentu menggunakan bahasa persuasi di dalamnya sebagai upaya untuk membuat konsumen terpengaruh, percaya, dan yakin yang akhirnya akan melakukan sesuatu sesuai dengan kehendak dari produsen tertentu.

Berdasarkan banyak pendapat para ahli di atas dapat diketahui bahwa bahasa persuasi merupakan bahasa yang digunakan untuk membujuk dan

⁵¹. Suparno, *Keterampilan Dasar Menulis*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), hal. 54.

⁵². Suladi, *Paragraf*, (Jakarta: Pusat Pembinaan, 2016), hal.72.

⁵³. Keraf, *Argumentasi dan Narasi*,...hal. 118.

mempengaruhi seseorang agar mengikuti dan cenderung melakukan apa yang diminta atau disampaikan oleh penutur. Cara yang dapat dilakukan agar bahasa persuasi tersebut mencapai tujuannya adalah dengan menggunakan bahasa yang memiliki sifat mengajak, memberi saran, anjuran atau masukan, memerintah, dan menegaskan.

7. Intonasi Bahasa Penyiar Radio

Intonasi adalah keseluruhan lagu bicara waktu seseorang berbicara, termasuk didalamnya tinggi rendahnya nada, kuat kerasnya suara, panjang pendeknya ucapan, dan jeda.⁵⁴ Selanjutnya, intonasi dalam bahasa Indonesia sangat berperan dalam perbedaan maksud kalimat.⁵⁵ Bahkan, dengan kajian pola-pola intonasi ini, kalimat bahasa Indonesia dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), dan kalimat perintah (imperatif).

A. Teori Logika Pesan (*Message Design Logic*)

Logika penyusunan pesan dikemukakan oleh Barbara O'Keefe dengan asumsi bahwa manusia berpikir dengan cara yang berbeda tentang komunikasi dan pesan. Manusia menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang akan dikatakan kepada orang lain dalam sebuah situasi.⁵⁶ O'Keefe menggaris bawahi tiga logika penyusunan pesan yang mungkin mencakup dari orang yang kurang memusatkan diri hingga orang yang paling memusatkan diri.

1. Logika ekspresif adalah komunikasi untuk pengungkapan perasaan dan pemikiran sender. Pesan-pesan dalam cara ini bersifat terbuka dan reaktif,

⁵⁴. Lubis, *Teknik Mengarang*, (Jakarta: Kurnia Esa, 1988), hal. 18.

⁵⁵. Muslich, *Fonologi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 115.

⁵⁶Littlejohn, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hal. 165.

dengan adanya sedikit perhatian pada kebutuhan atau keinginan orang lain, dan banyak terpusat pada diri sendiri.

2. Logika conventional, memandang komunikasi sebagai sebuah permainan yang dimainkan dengan peraturan berikut. Di sini, komunikasi adalah sebuah cara pengungkapan diri yang berjalan sesuai dengan aturan-aturan dan norma-norma yang diterima, termasuk hak dan kewajiban setiap orang yang terlibat. logika ini bertujuan untuk menyusun pesan-pesan yang sopan, tepat, dan didasarkan pada aturan-aturan yang diketahui setiap orang.
3. Logika retorik, memandang perubahan aturan melalui negosiasi. Pesan-pesan yang disusun dengan logika ini cenderung luwes, berwawasan, dan terpusat pada seseorang. Mereka cenderung mengerangkakan kembali situasi, sehingga tujuan yang beragam tersebut, termasuk persuasi dan kesopanan bergabung dalam sebuah kesatuan yang kuat.

Komunikasi dialektis kader terhadap calon akseptor masih bersifat individual-listis, sehingga rentan dengan pertentangan. Komunikasi dalam conventional design logic mengutamakan ekspresi sebagai komunikator dengan berpedoman pada aturan dan norma yang berlaku, termasuk hak dan tanggung jawab dari masing-masing individu yang terlibat.⁵⁷

⁵⁷. O'keefe, *The Logic Of Message Design: Individual Differences In Reasoning About Communication*. Communication Monographs Volumer 55 Issue 1 1988

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Kirk dan Miller dalam Moleong penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.¹ Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode deskriptif komparatif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya.²

Sedangkan penelitian ini bersifat komparatif, yaitu penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Pada penelitian ini variabelnya masih mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda. Menurut Nazir penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.³

¹. Moleong, Laxy, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), h. 4.

².Narwawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*,(Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), h. 67.

³. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 85

Analisis komparasi atau perbandingan adalah prosedur statistik guna menguji perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Uji ini bergantung pada jenis data (nominal, ordinal, interval/rasio) dan kelompok sampel yang diuji. Komparasi antara dua sampel yang saling lepas (independen) yaitu sampel-sampel tersebut satu sama lain terpisah secara tegas dimana anggota sampel yang satu tidak menjadi anggota sampel lainnya.⁴ Komparasi dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, prosedur kerja, ide-ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau prosedur kerja. Dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan-perubahan pandangan orang, grup atau negara, terhadap kasus, terhadap orang, peristiwa atau terhadap ide-ide.⁵

Dalam penelitian ini peneliti ingin membandingkan gaya komunikasi penyiar radio Republik Indonesia dengan radio Megah FM yang keduanya terdapat di Kota Banda Aceh. Dalam penelitian ini tidak ada pengontrolan variabel, maupun manipulasi atau perlakuan dari peneliti. Penelitian dilakukan secara alamiah, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen yang bersifat mengukur. Hasilnya dianalisis secara statistik untuk mencari perbedaan diantara variabel-variabel yang diteliti.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada dua radio yang terdapat di Kota Banda Aceh, yaitu radio Meugah FM yang berlokasi di Jalan. Sisingamangaraja No.81, Mulia,

⁴ Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 126.

⁵ Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hal. 236.

Kuta Alam, Kota Banda Aceh dan Radio RRI Kota Banda Aceh yang terletak di Jalan Sultan Iskandar Muda Nomor 13, Sukaramai, Baiturrahman, Kota Banda Aceh.

C. Informan Penelitian

Informan adalah orang dalam latar penelitian. Fungsinya sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pemanfaatan informan bagi penelitian ialah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang benar-benar terjangkau.⁶ Dalam penelitian ini penulis akan memilih beberapa informan yang memiliki pengetahuan baik yang terlibat secara langsung maupun yang tidak terlibat langsung, namun memiliki pengetahuan terkait objek penelitian.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No.	Informan	Jumlah
1	Pimpinan Radio	2 orang
2	Penyiar Radio	4 orang
3	Karyawan	6 orang
Total		12 orang

Informan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti.⁷ Berdasarkan tabel di atas subjek/informan dalam penelitian ini ialah 12 orang, dengan rincian pimpinan radio 2 orang, penyiar radio 4 orang dan karyawan atau petugas 6 orang. Pemilihan subjek dengan menggunakan teknik *purposive*

⁶. Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 86

⁷. Faisal, Sanafiah, *Format-Format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 67.

sampling yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja, maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti.

D. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.⁸ Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari wawancara dengan informan kunci, dokumentasi dan hasil observasi lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁹ Adapun sumber sekunder terdiri dari berbagai literatur bacaan yang memiliki relevansi dengan kajian ini seperti skripsi, jurnal ilmiah, majalah, artikel dan situs internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian, maka digunakan teknik yaitu:

1. Wawancara

Wawancara ialah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula. Secara

⁸Burhan, Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, h. 132.

⁹. *Ibid.* 132.

sederhana wawancara diartikan sebagai alat pengumpul data dengan menggunakan tanya jawab antara pencari informasi dan sumber informasi.¹⁰ Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih untuk memperkuat data yang diperoleh untuk dokumentasi. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini ialah 12 orang, dengan rincian pimpinan radio 2 orang, penyiar radio 4 orang dan karyawan atau petugas 6 orang. Agar wawancara berjalan dengan baik, maka penulis terlebih dahulu menyiapkan daftar pertanyaan wawancara agar hasilnya terekam dengan baik maka perlu pula disiapkan alat perekam suara berupa *recorder*.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.¹¹ Adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa data profil kedua radio dan foto-foto penelitian.

3. Observasi

Observasi atau pengamatan ialah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra sebagai alat bantu utamanya, seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.¹² Dalam kegiatan ini penulis melakukan pengamatan secara langsung di lapangan seperti kegiatan penyiar dan karyawan di kedua radio tersebut.

¹⁰. Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*,h. 118

¹¹. Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*..., h.158.

¹². Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*,...h. 143

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, atau bahan-bahan yang ditemukan di lapangan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan model analisis interaktif. Sugiyono mengemukakan ada tiga komponen pokok dalam analisis data yakni:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data juga merupakan suatu bentuk analisis yang mempertegas, memperpendek, membuang hal yang tidak penting, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data diartikan sebagai pemaparan informasi yang tersusun untuk memberi peluang terjadinya suatu kesimpulan. Selain itu, dalam penyajian data diperlukan adanya perencanaan kolom dan tabel bagi data kualitatif dalam bentuk khususnya. Penyajian data yang baik dan jelas sistematikanya diperlukan untuk melangkah kepada tahapan penelitian kualitatif selanjutnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam penelitian dimana data-data yang telah diperoleh akan ditarik garis besar atau kesimpulan sebagai hasil keseluruhan dari penelitian tersebut.¹³

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,..., h. 10-112.

G. Uji Keabsahan Data

Kredibilitas penelitian kualitatif ini dilakukan melalui triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data-data tersebut. Keuntungan penggunaan metode triangulasi ini adalah dapat mempertinggi validitas, memberi kedalaman hasil penelitian sebagai pelengkap apabila data dari sumber pertama masih ada kekurangan. Untuk memperoleh data yang semakin dipercaya maka data yang diperoleh dari wawancara juga dilakukan pengecekan melalui pengamatan, sebaliknya data yang diperoleh dari pengamatan juga dilakukan pengecekan melalui wawancara atau menanyakan kepada responden. Untuk membuktikan keabsahan data dalam penelitian ini, teknik yang digunakan hanya terbatas pada teknik pengamatan lapangan dan triangulasi. Peneliti melakukan Triangulasi sumber dalam pencarian data, yang dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda. Dengan demikian tujuan akhir dari triangulasi adalah dapat membandingkan informasi tentang hal yang sama, yang diperoleh dari beberapa pihak agar ada jaminan kepercayaan data dan menghindari subjektivitas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda

Pada bagian ini terlebih dahulu dijelaskan gambaran umum atau profil singkat kedua radio yang menjadi objek kajian ini yakni Radio Meugah FM Kota Banda Aceh dan radio RRI Kota Banda Aceh.

1. Profil Radio Meugah FM Kota Banda Aceh

a. Sejarah Singkat Radio Meugah FM Banda Aceh

Radio Meugah FM Kota Banda Aceh didirikan tanggal 15 Februari 1993. Radio ini beralamat di Jalan Sisingamangaraja Nomor 81, Gampong Peunayong Kota Banda Aceh. Direktur Utama atau pemilik Stasiun Radio Meugah FM Kota Banda Aceh ialah Muhammad Alfiansyah. Radio Meugah FM ini lebih akrab disebut pendengar dengan sebutan Rakan Muda dengan gelombang frekuensinya mencapai FM 95,30 MHz.¹

b. Visi dan Misi Radio Meugah FM Banda Aceh

Radio Meugah FM Kota Banda Aceh memiliki visi “Sederhana Dalam Karya Indah Dalam Suara”. Banyak hal yang dilahirkan oleh Radio Meugah FM ini terutama dalam sebuah kesederhanaan, sehingga semua penyampaian dari program-program yang disajikan dan ditawarkan kepada masyarakat sangat mengacu kepada kesederhanaan. Adapun yang menjadikan misi Radio Meugah FM Kota Banda Aceh ialah mengembangkan kompetensi kesederhanaan dari budaya dan ciri-ciri tersendiri dari masyarakat dengan memutar lagu-lagu bernuasa

¹Kantor Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 2018

daerah yang disajikan kepada masyarakat dengan tujuan mempopulerkan lagu-lagu Aceh di kalangan publik mulai dari kalangan remaja, dewasa dan bahkan hingga masyarakat yang sudah tua.

c. Motto Radio Meugah FM Banda Aceh

Radio Meugah FM Banda Aceh memiliki sebuah motto yaitu “*Sederhana dalam Karya Indah dalam Suara Membangun Daerah Bersama*”. Bahkan Radio Meugah FM Banda Aceh menemani pendengar selama 18 jam dalam setiap harinya yang semuanya sudah terangkum di dalam berbagai macam rancangan program-program acara melalui siaran khas musik Aceh dan budaya Aceh lainnya yang tentunya melalui program-program serta prinsip kesederhanaan.²

2. Profil Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Banda Aceh

a. Sejarah Radio RRI Kota Banda Aceh

Pasca kekalahan Jepang di Perang Asia Timur Raya dari Sekutu dan berita kemerdekaan Indonesia yang baru diketahui di Aceh tanggal 21 Agustus 1945, seluruh kantor pemerintahan mulai ditinggalkan tugas oleh Jepang salah satunya Kantor *SyuSeicho Hodoka*. Di Kantor *Syu Seicho Hodoka*, terdapat dua kantor media komunikasi massa yaitu Surat Kabar *Atjeh Sinbun* dan Stasiun Radio *Hosokyoku* Kutaraja yang keduanya digunakan untuk kepentingan Jepang dan mengontrol seluruh siaran di *Atjeh Syu*. Akan tetapi, setelah Jepang meninggalkan kantor tersebut hanya percetakan *Atjeh Sinbun* yang tidak dirusak oleh Jepang karena ruang redaksi dikuasai oleh A. Hasjmy, T.A. Talsya dan kawan-kawan,

² Kantor Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 2018

selain daripada itu termasuk pemancar radio yang ada dirusak agar tidak bisa dipergunakan oleh penduduk.³

Perkembangan informasi di Aceh pada saat itu sangat minim, sebab Surat Kabar *Atjeh Sinbun* sudah ditutup oleh para anggota redaksi. Setiap informasi pemberitahuan kepada masyarakat digunakan selebaran yang disebar dan melakukan pidato terbuka, sedangkan untuk melakukan hubungan ke luar dan beberapa daerah di Aceh menggunakan telegram. Hal ini menyadarkan para Pemuda Republik Indonesia (PRI) (sebelumnya bernama IPI dan BPI) dipimpin oleh Ali Hasjmy mendirikan sebuah media massa pada tanggal 18 Oktober 1945 bernama Semangat Merdeka dengan menggunakan percetakan yang pernah ada. Kehadiran Surat Kabar Semangat Merdeka sedikit menjawab mengenai minimnya perkembangan informasi di Aceh dikarenakan terbatasnya waktu dan mahal biaya untuk penerbitan surat kabar.⁴

Pada tanggal 1 Februari 1945, Kantor Penerangan dan Penyelidikan Republik Indonesia didirikan di Aceh. Said Ahmad Dahlam ditunjuk sebagai pimpinan dengan dibantu anggota lainnya melakukan rapat untuk menyusun program kerja umum. Salah satunya adalah memberikan pendidikan kepada masyarakat umum berupa pengetahuan politik terutama tentang dasar-dasar republik, seperti Ketuhanan Yang Maha Esa, kebangsaan Indonesia, kedaulatan rakyat, demokrasi, keadilan sosial, dan lain-lain. Penggunaan media yang lebih efektif selain surat kabar juga menjadi pembahasan. Susahnya untuk melewati

³. Arsip Radio Republik Indonesia Kota Banda Aceh, 2018.

⁴. Sudirman, *Peranan Media Massa Pada Masa Perjuangan Mempertahankan Kemerdekaan RI di Aceh 1945- 1949*, (BandaAceh: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2012), h. 16.

pertahanan musuh dalam menyebarkan surat kabar, mahalnya bahan baku dan waktu yang diperlukan untuk penerbitan dan penyebaran menjadi kendala.⁵

Inisiatif menggunakan media massa selain surat kabar dalam melakukan perjuangan diambil pada rapat selanjutnya yang dipimpin Said Ahmad Dahlan dan dihadiri oleh T. Alibasyah Talsya, Tuanku Ibrahim, Teungku Syekh Marhaban, A. Jalil Amin, Usman Raliby, Tuanku Machmud, Abd. Azis, dan Ghazali Yunus beserta pemuka-pemuka masyarakat, sepakat untuk menggunakan kembali pemancar Radio *Hosokyoku* Kutaraja yang ada di Gedung *Syu Seicho Hodoka*.⁶

Radio RRI Banda Aceh telah mengalami beberapa kali perubahan nama. Pada awal berdiri, RRI Banda Aceh bernama RRI Kutaraja (Radio Nasional Kutaraja). Nama yang disesuaikan dengan jarak jangkauan siaran yang hanya seputaran daerah Kutaraja. Penggunaan nama Pemancar RRI Aceh disebabkan karena hanya pemancar RRI Kutaraja yang dapat didengar dan terhubung dengan daerah di luar Aceh.⁷

Pergantian nama RRI Kutaraja menjadi RRI Banda Aceh dimulai dari tanggal 1 Januari 1963. Dikeluarkannya Surat Keputusan (SK) Gubernur Provinsi Daerah Istimewa Aceh, Nomor 153/1962, tertanggal 28 Desember 1962. Ketetapan yang dikeluarkan oleh Ali Hasjmy selaku gubernur pada saat itu diberlakukan untuk seluruh lembaga yang ada di Aceh. Sejak saat itu, RRI Kutaraja berganti menjadi RRI Banda Aceh yang sampai saat ini dipergunakan.⁸

⁵. Arsip Radio Republik Indonesia Kota Banda Aceh, 2018.

⁶. Wawancara: Andriansyah, Kepala Radio RRI Kota Banda Aceh, Tanggal 10 Desember 2018

⁷. Sudirman, *Peranan Media Massa Pada Masa Perjuangan Mempertahankan Kemerdekaan RI di Aceh 1945- 1949*,...h. 35.

⁸. Arsip Radio Republik Indonesia Kota Banda Aceh, 2018.

b. Asas, Tujuan dan Fungsi

Asas penyiaran berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, kebebasan, dan tanggung jawab. Tujuan penyiaran untuk memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera serta menembus industri penyiaran Indonesia. Fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol, dan perekat sosial, serta memajukan kebudayaan.⁹

c. Visi dan Misi Radio RRI Kota Banda Aceh

Visi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia adalah “Menjadikan LPP RRI radio berjangkauan terluas, pembangunan karakter bangsa, berkelas dunia”. Misi dari Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia adalah sebagai berikut:

- (1) Memberikan pelayanan informasi terpercaya yang dapat menjadi acuan dan sarana kontrol sosial masyarakat dengan memperhatikan kode etik jurnalistik/kode etik penyiaran.
- (2) Mengembangkan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan, dan memberdayakan serta mendorong kreativitas masyarakat dalam rangka membangun karakter bangsa.
- (3) Menyelenggarakan siaran yang bertujuan menggali, melestarikan dan mengembangkan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat bagi keluarga, membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus
- (4) Menyelenggarakan program siaran berperspektif gender yang sesuai dengan budaya bangsa dan melayani kebutuhan kelompok minoritas.

⁹. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002.

- (5) Memperkuat program siaran di wilayah perbatasan untuk menjaga kedaulatan.
- (6) Meningkatkan kualitas siaran luarnegeri dengan program siaran yang mencerminkan politik negara dan citra positif bangsa.
- (7) Meningkatkan partisipasi publik dalam proses penyelenggaraan siaran mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program siaran.
- (8) Meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumber daya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelolaan operasional pemeliharaan perangkat teknik.
- (9) Mengembangkan organisasi yang dinamis, efektif, dan efisien dengan sistem manajemen sumber daya (SDM, keuangan, asser, informasi dan operasional) berbasis teknologi informasi dalam rangka mewujudkan tata kelola lembaga yang baik (*good corporate overnance*).
- (10) Memberikan pelayanan jasa-jasa yang terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan asser negara secara profesional dan akuntabel serta menggali sumber-sumber penerimaan ain untuk mendukung perasional siaran dan meningkatkan kesejahteraan pegawai.¹⁰

d. Motto Radio RRI Kota Banda Aceh

Motto merupakan sebuah kata semboyan. Dalam konteks radio ditujukan untuk pendengarnya. RRI sendiri memiliki semboyan “ Sekali di Udara Tetap di Udara”.

e. Logo dan Arti Logo RRI

Sebagaimana lembaga-lembaga radio lainnya, Radio RRI Kota Banda Aceh juga memiliki lambang tersendiri yang tentunya memiliki makna tersendiri juga. Adapun lambang radio RRI Kota Banda Aceh dapat dilihat pada bagian lampiran

¹⁰. Arsip Radio Republik Indonesia Kota Banda Aceh, 2018.

akhir. Logo di RRI memiliki berbagai warna yang masing-masing warna tersebut memiliki makna tersendiri juga sebagaimana keterangan di bawah ini.

- (1) Bentuk persegi panjang tanpa sudut dan tanpa garis tepi. Empat persegi panjang menggambarkan kekokohan dan solidaritas. Sudut yang membulat (tidak meruncing) melambangkan fleksibilitas RRI. Tidak adanya garis tepi atau bingkai menandakan independensi RRI, serta keterbukaan RRI untuk bekerjasama dengan berbagai pihak.
- (2) Tulisan (*font type*) “RRI”. Huruf tulisan yang dirancang khusus menunjukkan RRI yang kokoh, tegas, dinamis, dan selalu bergerak maju.
- (3) Gambar pancaran radio. Sebuah *image* yang menggambarkan kuatnya pancaran RRI yang makin meluas. Tiga lapis pancaran yang terlihat pada logo juga melambangkan Try Prasetya RRI.
- (4) Warna biru, biru langit, dan putih untuk mempertahankan tradisi. Warna biru dipilih sebagai warna korporat RRI. Warna biru dan biru langit ini melambangkan universalitas RRI, sifat mengayomi, teduh, dan dapat dipercaya. Warna putih pada tulisan RRI melambangkan kejujuran, kebenaran, keberimbangan, dan akurasi.¹¹

B. Gaya Komunikasi Penyiaran Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh

Kajian ini melihat dua radio yang terdapat di Kota Banda Aceh yakni radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh. Pada bagian ini akan dijelaskan perbedaan gaya komunikasi penyiaran radio tersebut.

1. Gaya Komunikasi Penyiaran Radio Meugah FM Kota Banda Aceh

Sebuah stasiun radio akan mengalami perkembangan dan digemari oleh masyarakat banyak yang sangat dipengaruhi oleh gaya komunikasi dari penyiarannya. Hal ini dikarenakan penyiarlah yang selalu melakukan kontak komunikasi dengan

¹¹. Arsip Radio Republik Indonesia Kota Banda Aceh, 2018

masyarakat baik dalam penyampaian berita, mempromosikan produk, menayangkan lagu-lagu kedaerahan dan lain sebagainya. Jika penyiar tidak memiliki kompetensi yang baik maka akan berdampak terhadap kemajuan radio bersangkutan. Oleh karena itu Radio Meugah FM yang terdapat di Kota Banda Aceh telah melakukan upaya untuk menampilkan gaya komunikasi karyawannya khususnya para penyiar.

Penyampaian pesan dengan gaya komunikasi penyiar radio Meugah FM Kota Banda Aceh sangat beragam, hal ini disesuaikan dengan pesan apa yang disampaikan dan kepada siapa pesan tersebut disampaikan. Keterangan ini sebagai mana yang dijelaskan oleh salah seorang penyiar Radio Meugah FM bahwa:

Saya menyampaikan pesan pada siaran radio Meugah FM ini selalu memposisikan arah tujuan pesan tersebut. Artinya jika pesan itu ditujukan untuk masyarakat ramai seperti memperkenalkan produk, maka saya akan melakukan gaya komunikasi yang lebih akrab dan menarik minat masyarakat. Agar produk yang saya sampaikan dapat terjual dengan cepat.¹²

Keterangan terkait gaya komunikasi penyiar radio Meugah FM juga disampaikan oleh Nazar yang juga merupakan salah satu penyiar radio Meugah FM, yaitu sebagai berikut:

Saya biasanya sebelum menyampaikan siaran mencari tahu terlebih dahulu program-program yang akan disampaikan sehingga saya dapat mengatur gaya komunikasi saat menyampaikannya. Seperti misalnya penyampaian iklan lagu-lagu daerah, maka saya akan melayani masyarakat dengan gaya komunikasi memakai bahasa Indonesia yang saya selangi dengan bahasa Aceh. Hal ini saya lakukan agar pendengar tertarik dan mau mengikuti siaran sampai selesai.¹³

¹². Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018

¹³. Nazar, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018

Dari kedua keterangan penyiar radio Meugah FM di atas, maka dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi yang diterapkan oleh penyiar disesuaikan dengan pesan iklan yang akan disampaikan. Jika pesan tersebut ditujukan menarik minat pendengar, maka akan disampaikan dengan gaya komunikasi yang akrab dan tegas. Jika pesan komunikasi menyampaikan iklan-iklan lagu daerah maka akan disampaikan dengan gaya bahasa yang terpadu dengan bahasa Aceh.

Untuk mendukung gaya komunikasi penyiar dalam menyampaikan siaran, maka pihak stasiun radio mempersiapkan terlebih dahulu teks iklan yang akan disampaikan oleh penyiar, namun ada juga sebagian siaran yang dirancang sendiri oleh penyiarinya. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Fajar selaku karyawan Radio Meugah FM sebagai berikut:

Kami di stasiun radio Meugah FM ini segala sesuatu harus dikerjakan dengan sesama bergantung bidang yang diemban oleh masing-masing karyawan, termasuk dalam mempersiapkan teks pesan yang akan disampaikan dan diiklankan. Hal ini dilakukan agar tujuan lembaga dapat dicapai sepenuhnya serta masyarakat pendengar akan merasa terhibur dan puas.¹⁴

Jadi jelaslah bahwa dalam rangka menciptakan gaya komunikasi penyampaian pesan di stasiun radio Meugah FM pihak karyawan telah mempersiapkan terlebih dahulu berbagai keperluan siaran seperti berita acara, sarana dan fasilitas yang dibutuhkan saat berlangsungnya penyiaran.

a. Intonasi

Gaya komunikasi yang disampaikan oleh penyiar radio Meugah FM ini juga bergantung berita yang disampaikan. Artinya jika berita tersebut berupa musibah, maka intonasi suaranya akan lebih cenderung kearah nada yang sedih, begitu juga

¹⁴. Fajar, Karyawan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 13 Desember 2018

sebaliknya jika berita yang disampaikan berupa masukan kepada masyarakat, maka akan disampaikan dengan logat bahasa yang tinggi dan keras.

Adanya perbedaan gaya komunikasi yang diperlihatkan oleh para penyiar radio Meugah FM ini tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan melainkan juga disebabkan oleh faktor waktu dilaksanakan penyiaran. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Andi sebagai berikut:

Saya sering menyampaikan pesan siaran radio kepada masyarakat pada jam malam. Mulai dari habis magrib 7:30 hingga pukul 12:00 WIB. Selama rentang waktu ini gaya komunikasi yang saya lakukan dalam menyampaikan pesan berbeda. Artinya jika waktu masih menunjukkan pukul 7:30 – 22:00 WIB biasanya penyampaiannya masih dalam nada yang kuat dan menyampaikan pesan-pesan lucu agar pendengar ikut tertawa, namun jika sudah memasuki jam istirahat malam 11:00-12:00 maka nada komunikasi pun saya rendahkan.¹⁵

Berdasarkan keterangan di atas menunjukkan bahwa situasi waktu juga mempengaruhi gaya komunikasi para penyiar radio Meugah FM Kota Banda Aceh. Hal ini dilakukan agar masyarakat pendengar akan lebih berminat dalam mengikuti berbagai iklan dan pesan yang disampaikan oleh penyiar serta merasa terhibur atas kehadiran radio Meugah FM di Kota Banda Aceh. Untuk lebih jelasnya terkait gaya komunikasi yang dimiliki oleh penyiar radio Meugah FM di Kota Banda Aceh, dapat disimak pada uraian di bawah ini.

b. Kualitas Vokal

Kontrol suara atau kualitas vokal yaitu cara yang digunakan penyiar dalam mengontrol suaranya, sehingga suaranya layak untuk bersiaran. Setiap orang pada dasarnya memiliki vokal yang baik, namun sering sulit dikontrol. Setiap penyiar

¹⁵. Andi, Karyawan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 13 Desember 2018

perlu memiliki kemampuan untuk mengontrol suaranya sehingga bisa mengetahui letak kesalahan siaran. Penyiar Sorelam dalam melaksanakan siaran telah memperhatikan aspek kontrol suara ini. Selain karena menjadi kewajibannya untuk menjaga kualitas program sebagaimana yang menjadi batasan manajemen stasiun untuk meraih target pendengar, juga untuk memelihara perkembangan karir penyiar itu sendiri.

Kemampuan mengontrol suara yang tampak pada penyiar Sorelam tidak ada yang datang begitu saja, melainkan karena latihan dan pengalaman mereka. Kesulitan dalam mengontrol suara sering pula dialami oleh penyiar Sorelam, dimana ada kalanya mereka merasa vokalnya tidak terkontrol dengan baik. Hal ini dialami ketika mereka merasa kurang siap dengan materi yang hendak disampaikan, atau ketika kondisi fisik kurang sehat, maupun jika keadaan psikologinya kurang baik karena permasalahan pribadi. Walaupun mereka telah berusaha untuk tidak membawa persoalan pribadinya ketika siaran, namun terkadang tetap ada efek pada pelaksanaan pekerjaannya.

Menurut Karlis, penyiar radio Meugah FM di Kota Banda Aceh mengatakan bahwa:

Musuh utama seorang penyiar adalah suasana hati. Jadi ketika suasana hati penyiar lagi tidak bagus maka itu dapat mengganggu proses siaran mereka.¹⁶

Jelas bahwa yang menjadi hambatan seorang saat akan menyiar adalah mood yang berubah-ubah, apalagi ketika mood penyiar sedang tidak baik atau lagi

¹⁶. Wawancara: Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018.

ada masalah di luar studio. Menurut Nazar, penyiar radio Meugah FM di Kota Banda Aceh mengatakan bahwa:

Untuk menghilangkan mood yang lagi tidak bersahabat, biasanya saya datang lebih awal agar bisa nenangin diri dulu sebelum siaran, bangun suasana baru dan dengerin lagu yang disukai agar perasaan lebih tenang.¹⁷
Dari pemaparan informan kedua, dapat diketahui bahwa para penyiar

Sorelam berusaha profesional dalam pekerjaannya dan membuat para pendengarnya tetap terhibur walaupun mereka lagi dalam keadaan yang tidak baik.

c. Memahami Segmen Radio

Radio Meugah FM Kota Banda Aceh yang merupakan radio hiburan tentu memiliki sekmentasi khusus dalam penyiarannya. Berdasarkan hasil pengamatan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh mengutamakan segmennya pada radio dangdut, radio anak muda dan radio dewasa. Oleh karena itu seorang penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh harus mampu mengekspresikan gaya komunikasinya. Pada Radio Megah FM Kota Banda Aceh pemahaman penyiar terhadap segmen radio yang disampaikan sudah tergolong baik, hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Karlis, sebagai berikut:

Saya selaku penyiar pada siaran Radio Meugah FM Kota Banda Aceh selalu menyampaikan pesan siaran sesuai dengan segmen yang dijadwalkan. Jika segmen berupa radio dangdut, maka gaya komunikasinya lebih mengajak masyarakat untuk bergembira atau bersifat menghibur.¹⁸

Keterangan di atas menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang disampaikan oleh penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh sudah disesuaikan dengan segmen yang disiapkan. Artinya para penyiar telah memahami terlebih dahulu isi segmen yang ingin disampaikan.

¹⁷. Wawancara: Nazar, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018.

¹⁸. Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018.

d. Memahami Format Radio

Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh telah melakukan usaha untuk menyesuaikan diri dengan program yang dibawakan, dengan tim manajemen program, juga beradaptasi untuk dapat menghadapi situasi jika ada masalah ketika siaran seperti masalah ketidakhadiran mitra penyiar. Menurut Karlis, penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh mengatakan bahwa:

Salah satu syarat menjadi penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh adalah bisa mengoperasikan alat-alat yang ada di studio, karena di Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Radio tidak ada operatornya, jadi penyiar yang mengatur semuanya, dari musik, iklan dan lain-lain.¹⁹

Dari pemaparan informan diatas, dapat diketahui bahwa penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh dituntut tidak hanya dapat menjalankan tugas utamanya saja untuk membaca atau menyampaikan berita, tetapi juga mengoperasikan alat-alat yang mendukung pekerjaannya seperti memutar lagu, iklan serta program komputer lainnya.

e. Memperlihatkan Simpati dan Empati Terhadap Pendengar

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan berbagi pihak terutama dengan penyiar Radio Meugah FM penulis telah mendapatkan data, dimana secara umum para penyiar Radio Meugah FM menunjukkan sikap simpat dan empati dengan keramahan. Hal ini sangat terasa ketika penulis melakukan wawancara dengan penyiar Sorelam, dimana penerimaan mereka sangat baik, dan pelaksanaan wawancara dalam suasana yang akrab, meskipun penulis baru pertama kali bertatap muka dengan mereka dan kegiatan wawancara tentu telah banyak menyita waktunya. Menurut ungkapan Nazar penyiar Radio Meugah FM bahwa:

¹⁹. Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018.

Ketika siaran sebaiknya penyiar berusaha dekat dengan pendengarnya, anggap saja lagi berbicara dengan teman sendiri, tapi tetap tidak boleh sampai merendahkan pendengar dengan perkataannya.²⁰

Keterangan di atas didukung oleh pernyataan dari Melisa, salah satu pendengar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh mengatakan bahwa:

Kak Nazar selalu terdengar ramah dan bersahabat dengan pendengarnya ketika siaran, dan karena faktor itu juga saya selalu bisa menikmati program Radio Meugah FM Kota Banda Aceh yang mereka bawakan.²¹

Dari pemaparan informan di atas, dapat dikatakan bahwa dalam menyiar, penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh selalu berusaha mencari simpati dan empati pendengar dengan gaya komunikasi yang baik agar terdengar bersahabat dengan pendengarnya.

f. Mampu Bekerja dalam Tim

Keberhasilan gaya komunikasi seorang penyiar radio sangat ditentukan dengan terjalinnya kerja sama di antara karyawan dengan pihak penyiar. Pada Radio Meugah FM Kota Banda Aceh kerja sama antara penyiar dengan karyawan masih minim sehingga sering terkendala dalam penyusunan iklan yang akan disampaikan. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Nazar, bahwa:

Pada Radio Meugah FM Kota Banda Aceh antara karyawan dengan penyiar itu sama artinya pekerjaan yang seharusnya dikerjakan oleh karyawan khusus, tetapi yang mengerjakannya sering juga penyiar, padahal penyiar memiliki tugas khusus yakni menyampaikan iklan.²²

²⁰. Wawancara:Nazar, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 13 Desember 2018

²¹. Wawancara:Melisa, Pendengar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 13 Desember 2018.

²². Wawancara:Nazar, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 13 Desember 2018.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pada Radio Meugah FM Kota Banda Aceh kerja sama di kalangan penyiar dan anggota timnya masih belum efektif, sehingga mempengaruhi berbagai aspek lainnya termasuk kualitas para penyiarnya.

2. Gaya Komunikasi Penyiaran Radio RRI Kota Banda Aceh

Radio RRI Kota Banda Aceh termasuk salah satu radio terbesar yang ada di pusat Kota Banda Aceh dan bahkan dikenal banyak oleh berbagai kalangan masyarakat. Oleh karena itu sudah tentu karyawan terutama penyiarnya memiliki profesionalitas dan kompetensi yang tinggi, karena selalu dibina dengan tekun oleh pihak lembaga. Radio RRI ini dapat dikenal oleh masyarakat tidak bisa dilepaskan oleh faktor gaya komunikasi yang dimiliki oleh penyiarnya. Hingga saat ini penyiar Radio RRI tidak hanya dilakukan oleh pihak laki-laki, melainkan juga melibatkan peran besar perempuan dalam menarik minat pendengar.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan diketahui bahwa penyampaian pesan komunikasi di stasiun radio RRI ini melibatkan berbagai unsur seperti bidang penulisan agenda acara dengan pihak penyiar, hal ini dilakukan agar saat menyampaikan iklan kepada masyarakat kesalahan dapat dihindari. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Zaidar bagian penulisan agenda acara siaran, bahwa:

Kami semua staf karyawan stasiun RRI Banda Aceh dalam mencapai visi dan misi lembaga saling bekerja sama, terutama dalam menyampaikan pesan kepada pendengar. Saya selaku penulis agenda acara membuat tulisan pesan yang akan disampaikan dengan jelas dan menarik untuk disampaikan. Sehingga para penyiar dapat menyampaikannya secara baik dan juga menarik.²³

²³. Wawancara: Zaidar, Staf Bagian Penulisan Agenda Tanggal 14 Desember 2018

Keterangan di atas menunjukkan bahwa suksesnya penyampaian pesan pada siaran radio RRI Kota Banda Aceh tidak bisa dilepaskan dari adanya kerja sama di antara karyawan dan penyiar. Dalam menyampaikan pesan kepada pendengar penyiar radio RRI Kota Banda Aceh memiliki gaya komunikasi tersendiri yang tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor baik situasi, kondisi, isi pesan serta tujuan penerima pesan. Hal ini sebagaimana yang diterangkan oleh penyiar radio RRI Kota Banda Aceh sebagai berikut:

Saya dalam menyampaikan siaran radio RRI menggunakan intonasi serta gaya bahasa yang berbeda-beda sesuai dengan isi pesan dan tujuan penyampaian pesan itu sendiri. Jika pesan itu disampaikan kepada masyarakat umum seperti kabar berita atau penyampaian produk-produk, maka intonasi suara yang saya keluarkan agar tinggi dan lantang. Ini saya lakukan agar masyarakat dapat menyimak secara jelas atas pesan yang saya sampaikan. Namun sebaliknya jika hanya sekedar pesan informasi promosi biasanya saya sampaikan dengan logat bahasa biasa-biasa saja.²⁴

Berdasarkan pernyataan di atas jelaslah bahwa gaya komunikasi dalam penyampaian pesan oleh penyiar radio RRI Kota Banda Aceh disampaikan dengan gaya komunikasi yang berbeda dan bergantung isi pesan yang disampaikan. Jika kabar berita yang disampaikan sangat penting diketahui oleh masyarakat umum maka intonasi suara disampaikan secara lantang, sebaliknya jika pesan itu hanya ditujukan kepada kelompok masyarakat tertentu maka akan menampilkan gaya komunikasi yang berbeda.

Gaya komunikasi penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh juga dipengaruhi oleh penyiarnya. Jika penyiarnya dari kalangan laki-laki, maka akan terlihat intonasi suaranya yang kuat, sebaliknya jika pesan disampaikan oleh penyiar

²⁴. Wawancara: Juliani, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

perempuan, maka akan membawa pengaruh atas nada penyampaiannya.²⁵ Gaya komunikasi penyiar radio RRI ini juga mengikuti gaya mimik serta raut wajahnya. Jika pesan itu berisikan kesan lucu, maka pihak penyiar juga ikut tertawa hal ini sebagaimana yang diucapkan oleh Ahmad Muharso sebagai berikut:

Saya jika menyampaikan pesan di Radio RRI Kota Banda Aceh selalu menyesuaikan antara isi pesan dengan gaya mimik serta raut wajah. Jika pesan itu berisikan kabar gembira, maka saya akan memperlihatkan wajah cerah, jika pesan itu pesan yang berisi musibah atau duka cita, maka pesan dan raut wajah akan saya perlihatkan sedih, begitu juga pesan yang lainnya.²⁶

Maka jelaslah bahwa gaya komunikasi penyiar radio RRI Kota Banda Aceh juga dipengaruhi oleh isi yang tersirat dalam pesan yang disampaikan. Trik-trik semacam ini sangat penting agar para pendengar bisa masuk ke dalam imajinasi pesan yang disampaikan oleh penyiar.

a. Kualitas Vokal

Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh dalam menyampaikan iklannya juga memiliki kualitas vokal tersendiri yakni sesuai dengan isi segmen yang disajikan kepada pendengar. Menurut keterangan Juliani yang merupakan penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh bahwa:

Penyampaian iklan yang saya lakukan setiap penyiaran vokalnya sesuai dengan isi pesan yang sudah disiapkan oleh pihak Radio RRI Kota Banda Aceh, selain itu vokal tinggi dan rendah dalam penyiaran juga bergantung kepada siapa tujuan dari iklan tersebut. Jika pada bagian iklan membawa penekanan atau canda tawa, maka vokal yang disampaikan harus jelas agar bisa didengar oleh pendengar.²⁷

²⁵. Hasil Observasi Pada Tanggal 14 Desember 2018

²⁶. Wawancara: Ahmad Muharso, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

²⁷. Wawancara: Juliani, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh, Tanggal 14 Desember 2018.

Keterangan di atas menunjukkan bahwa vokal dalam gaya komunikasi penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh untuk penyampaian iklan sudah tergolong baik karena penyesuaiannya pada arah dan tujuan pendengar serta suasana dan situasi pendengar.

b. Memahami Segmen Radio

Pemahaman terhadap segmen radio oleh Radio RRI Kota Banda Aceh juga sudah baik hal ini ditandai dengan keterlibatan para penyiar dalam penyusunan pesan-pesan yang ingin disampaikan. Pada Radio RRI Kota Banda Aceh segmen radionya lebih cenderung berupa segmen berita yang terjadi di lingkungan masyarakat. Pemahaman penyiar terhadap segmen radio mempengaruhi gaya komunikasi penyiar saat menyampaikan pesan radio tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Muharso, sebagai berikut:

Saya sebelum tampil menyampaikan berita di Radio RRI Kota Banda Aceh terlebih dahulu beberapa hari sebelumnya mempelajari dan memahami pesan yang akan disampaikan sehingga saat menyampaikan tidak terjadi kesalahan seperti vokal yang tidak jelas, serta pembacaan teks iklan yang kurang lancar.

Keterangan di atas menjadi salah satu tolak ukur dalam melihat gaya komunikasi penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh karena dengan memahami teks serta isi yang terkandung di dalamnya akan membuat para penyiar mampu menampilkan vokal, gaya bahasa, intonasi, gaya mimik serta kelancaran saat proses penyampaian pesan.

c. Memahami Format Radio

Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh telah melakukan usaha untuk menyesuaikan diri dengan program yang dibawakan, dengan tim manajemen

program, juga beradaptasi untuk dapat menghadapi situasi jika ada masalah ketika siaran seperti masalah ketidakhadiran mitra penyiar. Menurut Muharso, penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh mengatakan bahwa:

Salah satu syarat menjadi penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh adalah bisa mengoperasikan alat-alat yang ada di studio, karena di Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Radio tidak ada operatornya, jadi penyiar yang mengatur semuanya, dari musik, iklan dan lain-lain.²⁸

Dari pemaparan informan di atas, dapat diketahui bahwa Radio RRI Kota Banda Aceh dituntut tidak hanya dapat menjalankan tugas utamanya saja untuk membaca atau menyampaikan berita, tetapi juga mengoperasikan alat-alat yang mendukung pekerjaannya seperti memutar lagu, iklan serta program komputer lainnya.

d. Memperlihatkan Simpati dan Empati Terhadap Pendengar

Dalam rangka mencari simpati dan empati pendengar pihak penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh melakukan berbagai cara gaya komunikasi. Hal yang utama dilakukan saat menyampaikan siaran ialah membawa masyarakat pendengar ke dalam alur pesan atau iklan yang disampaikan. Selain itu penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh juga menyampaikan sebagai berikut:

Saat menyampaikan siaran saya selalu berupaya menarik minat pendengar dengan gaya komunikasi tersendiri seperti penyampaian pesan dengan tegas yang disertai gaya mimik wajah sesuai dengan isi pesan yang disampaikan. Hal ini saya lakukan agar pendengar dapat memahami isi pesan berita yang disampaikan.²⁹

²⁸. Wawancara: Muharso, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

²⁹. Wawancara: Juliani, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018.

Ungkapan di atas menunjukkan bahwa gaya komunikasi penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh dilakukan oleh penyiarnya dengan terlebih dahulu menyesuaikan situasi dan kondisi serta isi dan makna pesan yang saya sampaikan.

e. Mampu Bekerja dalam Tim

Berdasarkan hasil pengamatan di Radio RRI Kota Banda Aceh penulis menyimpulkan bahwa kerja sama antara anggota karyawan Radio RRI Kota Banda Aceh lebih kuat dari Radio Meugah FM. Hal ini terlihat dari keterlibatan penyiar dalam mempersiapkan segala keperluan siaran yang hendak disampaikan. Dalam hal ini penyiar ikut berpartisipasi dalam memahami segmen berita yang akan disampaikan, bukan hanya sekedar sebagai penyiar semata. Dengan adanya kerja sama yang baik ini jumlah pengemar Radio RRI Kota Banda Aceh semakin bertambah yang salah satu faktornya disebabkan oleh gaya komunikasi penyiar dapat dipahami dengan baik oleh pendengar.³⁰

Berdasarkan hasil penelitian gaya komunikasi penyiar kedua radio di atas, maka dapat dibedakan sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Perbedaan Gaya Komunikasi Penyiar Radio Meugah FM dan RRI

No	Gaya Komunikasi Penyiar Radio Meugah FM	Gaya Komunikasi Penyiar Radio RRI
1	Kualitas vokal para penyiar Radio Meugah FM sesuai dengan kondisi penyiar serta isi pesan yang disampaikan. Gaya komunikasi lebih bersifat sandiwara kegembiraan untuk menghibur pendengar.	Kualitas vokal bersifat tegas karena pesan yang disampaikan cenderung berupa berita yang terjadi di lapangan
2	Memahami Segmen Radio, sekmen	Segmen radio lebih cenderung pada

³⁰. Hasil Observasi Pada Tanggal 17 Desember 2018.

	radio lebih cenderung pada pesan-pesan iklan yang ditujukan kepada anak muda seperti lagu dangdut, promosi suatu produk dan sebagainya.	pesan-pesan berita yang ditujukan kepada masyarakat umum seperti berita politik, bencana dan sebagainya
3	Pemahaman terhadap format radio kurang karena tidak adanya kerja sama yang baik antara karyawan	Pemahaman terhadap format radio kuat karena adanya kerja sama yang baik antara karyawan dan penyiar
4	Menarik simpati dan empati Pendengar cenderung untuk anak remaja dan para golongan pemuda lewat musik-musik seperti musik daerah.	Menarik simpati dan empati pendengar dengan pesan berita yang jelas dengan kejadian fakta
5	Bekerja sama dalam Tim kurang baik karena penyiar memiliki pekerjaan ganda di kantor Meugah FM	Bekerja sama dalam Tim sangat baik karena penyiar memiliki pekerjaan tersendiri yang dibantu oleh karyawan lain

Sumber: Hasil Wawancara, 2018.

C. Improvisasi, Persuasif, dan Intonasi yang Dimiliki Penyiar Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh

Pada bagian ini diuraikan terkait permasalahan kedua berupa pola improvisasi, persuasif, serta intonasi yang dilakukan oleh penyiar radio RRI dan Meugah FM yang terdapat di Kota Banda Aceh. Sehingga mendukung perbedaan dan persamaan gaya komunikasi kedua radio tersebut terutama dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada pendengar.

1. Improvisasi

Improvisasi adalah melakukan sesuatu tanpa persiapan. Biasanya terjadi secara serta merta karena di dukung oleh kondisi dan keadaan. Improvisasi bersifat spontan dan refleks. Biasanya dilakukan untuk mencairkan suasana atau sebagai pengisi waktu jeda. Improvisasi berhubungan erat dengan seni musik dan seni drama. Meski secara pengertian, definisi improvisasi dalam kehidupan dan dalam

kesenian hampir sama, namun ada sedikit beda dalam hal yang dilakukan. Improvisasi membutuhkan spontanitas, kreatifitas, daya cipta, daya khayal serta kepiawaian dalam menguasai keadaan. Seseorang yang berjiwa terbuka, rileks dan percaya diri lebih mudah melakukan improvisasi dari pada mereka yang cenderung pemalu, penakut, dan selalu negatif *thinking*.

Keterangan di atas menunjukkan betapa pentingnya improvisasi bagi seorang penyiar radio dalam menyampaikan pesan komunikasinya kepada pendengar. Hal ini dikarenakan para penyiar akan selalu dihadapi oleh hal-hal yang tidak diduga yang datang dari pendengar terutama dalam rangka menyampaikan pesan musik. Menyangkut improvisasi di kalangan penyiar radio khususnya Radio RRI Kota Banda Aceh menurut Rosma Warni sebagai Kepala Sub segsi programa 2 RRI Kota Banda Aceh bahwa :

Kalo menurut saya dalam menyiarkan siaran radio khusus siaran musik, improvisasi dari naskah yang diberikan diolah oleh penyiar yang tujuannya adalah memberikan hiburan yang lebih kepada pendengarnya.³¹

Keterangan tersebut di atas memberikan keterangan bahwa penyiar harus pandai-pandai berimprovisasi, dan bisa mengolah kata-kata dari naskah menjadi bahan hiburan oleh pendengar namun dengan bahasa yang dapat di terima oleh pendengar.

Sebagai media komunikasi yang tidak hanya fokus dalam penyampaian berita atau informasi kepada pendengar, stasiun radio yang ada di Kota Banda Aceh juga banyak memberikan hiburan-hiburan kepada pendengar terutama dalam aspek seni musik. Oleh karena itu improvisasi dapat diartikan sebagai penguasaan

³¹. Wawancara: Rosma Warni , sebagai Kepala Sub segsi programa 2Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

situasi secara spontan. Seperti saat adanya gangguan sedang menyanyi, lalu kehilangan nada, dari pada membiarkan suasana menjadi kacau balau maka akan lebih baik kalau penyiar berimprovisasi dengan bersenandung atau menciptakan lirik sendiri. Hal semacam ini juga sering dialami oleh para penyiar radio di Banda Aceh, seperti keterangan dari Fitri Azizi penyiar radio Meugah FM berikut ini:

Saya hampir setiap menyampaikan siaran pada Radio Meugah FM mengalami berbagai gangguan terutama saat menyiarkan siaran musik dimana sering terkadang kehilangan nada sehingga suasana penyiaran terhambat. Hal ini saya atasi dengan kompetensi yang saya miliki di luar persiapan sebelumnya.³²

Menurut ungkapan di atas, maka jelaslah improvisasi dalam komunikasi massa berupa penyiaran radio sangatlah penting untuk menutupi segala kekurangan yang terjadi, terutama dalam seni drama atau teater, improvisasi berarti mengembangkan adegan di luar skenario dengan inisiatif sendiri dan tanpa pengarahan. Selain berfungsi sebagai menutup kesalahan-kesalahan saat menyiarkan radio, improvisasi juga membutuhkan kreatifitas dengan tujuan untuk memeriahkan acara. Kreativitas seorang penyiar dalam berimprovisasi dapat berupa gerakan-gerakan atau ucapan-ucapan penyeimbang untuk lebih menghidupkan pesan komunikasinya.

Jika didengar siaran-siaran yang disampaikan oleh para penyiar radio RRI Kota Banda Aceh maka terlihat jelas adanya unsur kerativitas penyiar dalam menyampaikan pesan komunikasi seperti ucapan-ucapan yang bernada lucu serta bahasa yang mudah dipahami pendengar. Hal ini didukung oleh keterangan masing-masing penyiar kedua radio tersebut.

³². Wawancara:FitriAzizi, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 13 Desember 2018.

Saya dalam menyampaikan pesan komunikasi di Radio RRI Kota Banda Aceh sering dituntut untuk melakukan hal-hal yang kreatif seperti mengucapkan pesan-pesan hiburan kepada pendengar. Ini saya lakukan agar jalannya proses siaran yang saya berikan tidak kaku. Namun improvisasi yang saya lakukan ini tidak mendapat respon positif dari pendengar melainkan sebagian pendengar banyak yang mengomentari apa yang saya lakukan dan ucapkan.³³

Pernyataan di atas menggambarkan bahwa tidak selamanya improvisasi yang dilakukan oleh penyiar radio RRI Kota Banda Aceh berhasil menghadirkan hal-hal positif. Terkadang ada improvisasi yang gagal, di mana bukannya memperbaiki situasi malah memperkeruh suasana. Terlalu banyak melakukan improvisasi juga akan terkesan *overacting*. Improvisasi sewajarnya adalah lebih baik dari pada yang terlalu *over*. Sementara itu improvisasi menurut Karlis pihak Radio Meugah FM Kota Banda Aceh bahwa :

Radio dengan siaran musiknya membuat pendengar membayangkan seolah-olah apa yang didengarnya itu benar-benar terjadi dalam imajinasi mereka. dengan warna bunyi tertentu, intonasi dan aksentuasi dalam teknik *announcing* mampu membawa imajinasi pendengar untuk mengidentifikasi suasana dan situasi berdasarkan suara yang didengarnya. Secara harfiah, *theater of mind* berarti ruang bioskop di dalam pikiran. Radio mampu menggugah imajinasi pendengarnya, dengan suara, musik, vokal atau bunyi-bunyian. Imajinasi yang muncul di benak pendengar muncul seketika dan membangun sebuah ruang bioskop yang berbeda-beda di setiap kepala, meski materi yang disampaikan oleh radio Meugah FM sama.³⁴

Hasil wawancara tersebut memberikan pemahaman bahwa Perhatian dari penyiar yang disarankan untuk pendengarnya adalah karakteristik utama yang harus dimiliki oleh penyiar radio termasuk penyiar musik di Radio Meugah FM Kota Banda Aceh. Oleh karena itu seorang penyiar dituntut untuk memiliki

³³. Wawancara: Juliani, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

³⁴. Wawancara: Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember

kreativitas dalam berimajinasi untuk membawa pendengar ke dalam alunan musik atau pesan yang disampaikan.

2. Persuasif

Kemampuan atau kompetensi mempersuasifkan komunikasi sangat penting dalam sebuah radio terutama pada karyawannya dan terkhususnya oleh penyiar dikarenakan upaya ini akan meningkatkan spontanitas radio itu sendiri. Begitu juga pada lembaga radio RRI Kota Banda Aceh dan Radio Meugah FM. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh penyiar dari kedua radio tersebut sebagai berikut:

Juliani selaku penyiar radio RRI Kota Banda Aceh menyatakan sebagai berikut:

Selama ini saya saat menyampaikan siaran pada Radio RRI selalu menggunakan pendekatan persuasif. Hal ini saya lakukan untuk membujuk serta meyakinkan pendengar atas pesan yang saya sampaikan sehingga mereka akan mengikuti siaran radio yang saya sampaikan hingga habis.³⁵

Keterangan penyiar radio RRI Banda Aceh di atas menunjukkan bahwa dalam penyampaian siaran kepada pendengar, maka diperlukan trik-trik tertentu agar para pendengar terus berminat mendengar pesan-pesan komunikasi yang disampaikan. Hal serupa juga dilakukan oleh penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, dimana dalam penyampaian pesan komunikasinya lebih mengutamakan aspek persuasif. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Nazar bahwa:

Saya sudah berprofesi sebagai penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh selama 3 tahun dalam menyampaikan siaran kepada pelanggan saya

³⁵. Wawancara: Juliani, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

biasanya cenderung melakukan pendekatan persuasif yakni dengan merayu pendengar melalui pesan-pesan lucu dan menarik. Hal ini saya lakukan agar para pendengar tidak bosan dengan apa yang saya siarkan.³⁶

Berdasarkan keterangan di atas, jelaslah bahwa penyiar Radio Meugah FM dalam melakukan komunikasi media massa juga memiliki kriteria tersendiri yakni menggunakan pendekatan persuasif dengan tujuan merayu dan membujuk agar para pendengar betah dan bertahan mendengarkan siaran yang disampaikan. Jika dilihat dari aspek persuasif, maka tidak terdapat perbedaan mendasar dari kedua penyiaran radio tersebut, karena keduanya memiliki tujuan yang sama yakni menarik minat pendengar untuk tetap mendengarkan pesan komunikasi yang disampaikan. Hanya saja cara dalam menyampaikan pesan terdapat trik-trik tertentu yang membedakan penyiaran pesan dari Radio RRI dan Meugah FM Kota Banda Aceh. Tidak adanya perbedaan dalam aspek persuasif dari kedua penyiaran radio ini dikarenakan persuasif ialah bagian dari kegiatan psikologis untuk meyakinkan orang lain. Argumen di atas didukung oleh ungkapan Rosma Warni selaku Kepala Sub Segsi Program 2 Radio RRI Banda Aceh sebagai berikut:

Dalam sebuah siaran radio terutama pada penyampaian pesan komunikasi baik nasehat ataupun pemberitahuan oleh penyiar sangat diperlukan kompetensi persuasif karena unsur ini merupakan suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan penyiar. Dalam hal ini penyiar radio yang saya pimpin ini juga dibina cara untuk membujuk pendengar tanpa memaksanya. Lebih lanjut dikatakan bahwa persuasi dalam konteks komunikasi interpersonal maksudnya adalah ketika seseorang mencoba membujuk

³⁶. Wawancara: Nazar, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018

orang lain supaya berubah, baik dalam kepercayaan, sikap, atau prilakunya.³⁷

Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penyampaian pesan di kedua lembaga radio RRI dan Meugah FM Kota Banda Aceh juga menekankan aspek persuasif kepada pendengar dengan tujuan agar dapat memfokuskan perhatian pendengar serta mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan sasaran persuasi atau pendengar, serta mengajak mereka untuk bertindak dengan cara tertentu terhadap pesan komunikasi yang disampaikan.

Sementara itu Karlis sebagai penyiar radio Meugah FM Banda Aceh memberikan keterangan menyangkut persuasif yang dimiliki oleh penyiar radio Meugah FM Kota Banda Aceh sebagai berikut:

Bagi saya sebagai seorang penyiar musik di Radio, mempersuif pendengar adalah sangat penting, mengingat sasaran kami adalah pendengar itu sendiri, kami mempersuif pendengar dengan memberikan ucapan, atau kata kata yang dapat secara langsung membujuk atau mempengaruhi mereka dengan cara kami sendiri agar mereka betah mendengarkan siaran kami.³⁸

Hasil wawancara tersebut memberikan pemahaman bahwa persuasif sangatlah penting untuk di lakukan penyiar, dengan cara berbahasa yang sederhana dapat di terima para pendengar, agar para khalayak tetap mendengarkan program musik mereka. Sedangkan menurut Ahmad Muharso sebagai sebagai penyiar radio RRI Kota Banda Aceh bahwa :

Penyiar mempunyai tujuan untuk membuat pendengar tertarik, antusias, dan ingin kembali mendengarkan lagu-lagu yang di putar, selain lagu, penyiar juga harus membuat pendengar berminat untuk mendengarkan spot iklan

³⁷. Wawancara: Rosma Warni, Kepala Sub Segsi Programa 2 Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

³⁸. Wawancara: Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018

yang di putar, mengikuti pesan-pesan di dalam spot iklan tersebut dengan rasa ingin tahu bahkan mempercayai pesan-pesan yang di sampaikan. penyiar adalah salesrespon yang mampu mengemas seluruh komponen barang dagangannya yang berupa lagu.³⁹

Hasil wawancara tersebut memberikan pemahaman bahwa seorang pembawa acara pun harus memiliki tujuan untuk kenyamanan pendengarnya.

3. Intonasi

Untuk mempertahankan keberadaan stasion radio agar tetap mengudara, maka setiap stasion radio akan berusaha untuk meraih pendengar sebanyak-banyaknya dengan cara mempertahankan pendengarnya dan juga dengan memperoleh pendengar yang baru. Hal ini dapat di lakukan melalui program acara. Peningkatan kualitas program acara sangat penting karena publik bersikap selektif memilih acara, hanya acara menurut penilainya baik yang diminati, sementara acara yang menurutnya tidak baik akan di lewatkan begitu saja termasuk harus memiliki penyair yang baik untuk siaran musiknya.

Dalam hal ini intonasi di radio RRI dan Meugah FM Kota Banda Aceh yang dimaksud ialah lagu kalimat yang meliputi nada atau tinggi dan rendahnya kalimat, dan dinamik atau keras dan lemahnya kalimat pesan. Intonasi akan mempengaruhi spontanitas dari kedua radio tersebut di kalangan masyarakat. Artinya jika intonasi kurang pas bisa menyebabkan kesalahan dalam sebuah komunikasi dari penyiar. Untuk itu perlu penyiar RRI dan Meugah FM memahami intonasi pada saat menyampaikan siaran khususnya saat bercakap dengan orang lain. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan dan diperkuat dengan hasil pendengaran terhadap

³⁹. Wawancara: Ahmad Muharso, Penyiaran Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

beberapa iklan yang disampaikan, maka dapat disimpulkan bahwa dengan kedua pihak radio RRI diperoleh informasi bahwa:

Pola intonasi setiap kalimat tergantung pada tujuan yang dimaksudkan oleh penyiar, artinya apabila penyiar bermaksud memberitahukan, maka intonasinya kuat, sedangkan untuk menanyakan sesuatu maka pola intonasinya menurun, demikian pula ketika penyiar bermaksud mengajak atau menyuruh pendengar maka pola intonasinya cenderung meninggi.⁴⁰

Jadi jelaslah bahwa intonasi yang dimiliki oleh penyiar RRI dan Meugah FM memiliki gaya tersendiri sesuai dengan pesan apa yang disampaikan serta maksud dari pesan tersebut. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Ahmad Muharso sebagai penyiar bahwa :

“Saya menggunakan intonasi sesuai dengan pesan yang ingin saya sampaikan. Seperti cara penyampain informasi musik dengan tekanan – tekanan kalimat yang gunanya untuk mempertegas maksud dalam menyampaikan siaran musik. Dan hal itu selalu saya lakukan.⁴¹

Hasil wawancara tersebut memberikan pemahaman bahwa cara penyiar melakukan tekanan-tekanan di saat membawakan acara bertujuan untuk memperjelas program musik yang sedang di siarkan Karlis sebagai penyiar Radio Meugah FM berpendapat bahwa :

Menurut saya sebagai seorang penyiar pada radio Meugah FM, intonasi adalah hal yang sangat di perlukan, karena dalam membawakan acara ada saat-saat untuk penekanan suara yaitu pada waktu menyebutkan nama, tempat,alamat,atau menunjukan waktu (pukul), di situ penyiar akan memberikan tekanan dan memperlambat tempo bicaranya, hal ini bertujuan pendengar dapat mendengar sangat jelas, dimana tempat alamat dan waktu atau pukul berapa.⁴²

⁴⁰. Wawancara:Juliani, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

⁴¹. Wawancara:Ahmad Muharso, Penyiar Radio RRI Kota Banda Aceh Tanggal 14 Desember 2018

⁴². Wawancara:Karlis, Penyiar Radio Meugah FM Kota Banda Aceh Tanggal 11 Desember 2018

Keterangan tersebut memberikan pemahaman bahwa intonasi dari seorang penyiar sangat di perlukan pada saat menyampaikan nama, alamat, ataupun menunjukkan waktu (pukul) dan memperlambat tempo bicara pada saat menyampaikan.

Tabel 4.4
Perbandingan Improvisasi, Persuasif, dan Intonasi Antara Penyiar Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh

No	Radio RRI	Radio Meugah FM
1	Improvisasi dilakukan oleh penyiar dalam bentuk hiburan cerita dan tanya jawab dengan pendengar	Improvisasi cenderung mengarah pada hiburan musik dan bahasan yang sengaja diciptakan oleh penyiar
2	Persuasif dilakukan untuk membujuk agar pendengar tetap bertahan mendengarkan siaran radio	Persuasif dilakukan untuk pendekatan mempromosikan produk agar pendengar bersedia membeli produk yang ditawarkan.
3	Intonasi lebih bersifat penekanan pada istilah-istilah yang asing bagi pendengar dan penekanan tinggi rendahnya pada suara	Intonasi/Tinggi rendahnya suara dilakukan dengan penggunaan bahasa daerah agar pendengar lebih memahami

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

D. Proses Pengkaderan Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh

Dalam meningkatkan kualitas penyiar setiap radio punya strategi tersendiri. Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan penyiar yang berkualitas. Disini Radio Meugah FM dan RRI Kota Banda Aceh juga melakukan beberapa upaya untuk melahirkan dan meningkatkan kualitas kader penyiarnya. Langkah-langkah pengkaderan yang dilakukan oleh kedua radio tersebut berbeda, sekalipun ada juga kesamaan-kesamaan program, namun dalam aplikasinya selalu beda.

1. Proses Pengkaderan Radio Meugah FM

Pengkaderan yang dilakukan oleh pihak Radio Meugah FM adalah dengan membuat rumusan strategi kemudian melaksanakan strategi dan melakukan evaluasi strategi yang telah dijalankan. Secara rincinya pelaksanaan dari strategi pengkaderan tersebut adalah:

Karyawan khususnya para penyiar (*announcer*) adalah pihak yang bertugas memajukan dan membawakan atau memandu acara di radio. Semua orang pada dasarnya bisa menjadi penyiar selama dia tidak punya kelainan dalam cara bicara, misalnya gagap, bersuara tidak normal. Namun demikian, untuk menjadi penyiar profesional, seseorang harus memiliki kecakapan (*skill*). Seseorang yang memiliki *skill* tidak diragukan lagi kemampuannya.

Hal semacam di atas juga menjadi sasaran utama dari radio RRI dan Meugah FM dalam menciptakan kader-kader yang andal terutama khusus pada penyiarnya. Adapun proses pengkaderan penyiar radio pada stasiun radio Meugah FM adalah sebagai berikut:

a. Pencarian Calon Kader Karyawan dan Penyiar Radio Meugah FM

Sebagai lembaga stasiun radio yang masih berstatus swasta, maka pencarian calon karyawan termasuk penyiar dilakukan dengan ketentuan pimpinan. Pada stasiun Radio Meugah FM kader dicari dengan memberikan pengumuman lowongan pekerjaan di media massa seperti koran, media online serta situs internet.⁴³

⁴³. Wawancara: Indra, Pimpinan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 11 Desember 2018

b. Pemenuhan berkas lamaran oleh calon kader Radio Meugah FM

Setelah para calon kader karyawan dan penyiar mendatangi kantor stasiun Radio Meugah FM, maka pihak kantor memberikan lembaran formulir serta memberitahukan kepada calon kader. Syarat-syarat yang harus dipenuhi dan diantar kembali ke stasiun Radio Meugah FM untuk diseleksi berkas tersebut.⁴⁴ Adapun berkas yang wajib dipenuhi seperti mengajukan permohonan, melampirkan ijazah terakhir, FC KTP, biodata pribadi, rekaman suara dalam bentuk CD.⁴⁵

c. Tes kompetensi calon kader Radio Meugah FM

Salah satu yang terpenting dalam membina kader pada stasiun Radio Meugah FM Kota Banda Aceh ialah tes kompetensi baik secara lisan maupun tulisan. Tes kompetensi kader ini dilakukan setelah calon kader dinyatakan lewat dalam seleksi berkas yang ditentukan oleh pihak lembaga stasiun Radio Meugah FM.⁴⁶ Menurut keterangan Indra selaku manajer Radio Meugah FM Kota Banda Aceh terdapat beberapa kompetensi yang wajib dikuasai oleh para kader yang akan bergabung dengan Radio Meugah FM, di antaranya:

1. Kemampuan berbicara, pekerjaan penyiar adalah berbicara, mengeluarkan suara atau melakukan komunikasi secara lisan. Karena itu seorang penyiar Radio Meugah FM harus bicara dengan kualitas vokal yang baik seperti pengaturan suara, pengendalian irama, artikulasi, tempo dan sebagainya.
2. Kemampuan membaca, dalam hal ini kemampuan *Spoken Reading*, yakni membaca naskah siaran namun terdengar seperti bertutur atau tidak membaca naskah.

⁴⁴. Wawancara: Indra, Pimpinan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 11 Desember 2018

⁴⁵. Wawancara: Indra, Pimpinan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 11 Desember 2018

⁴⁶. Wawancara: Fazar, Karyawan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 13 Desember 2018

3. Menulis, yaitu menulis naskah siaran. Karena sering kali sebagian penyiar Radio Meugah FM harus menyiapkan naskah siaran sendiri. Karena seorang penyiar harus memiliki kemampuan menulis naskah.
4. Tingkatan, menjadi penyiar pada radio Meugah FM selain harus bisa berbicara minimal sudah lulus SMA Juga berpenampilan menarik dan energik dalam membawakan suatu program acara.
5. Berkomitmen tinggi stasiun radio siaran Meugah FM juga memprioritaskan calon penyiar yang memiliki dedikasi dan komitmen yang tinggi terhadap dunia penyiaran. Karena hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap baik buruknya sebuah acara siaran radio.⁴⁷

Kelima indikator tersebut menjadi syarat utama pihak Radio Meugah FM dalam melakukan pengkaderan yang baik. Setelah menjadi karyawan dan penyiar di Radio Meugah FM, para kader-kader tersebut akan terus menerus mendapatkan bimbingan profesi dari atasan dan seniornya. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mampu bersaing dengan beberapa yang terdapat di Kota Banda Aceh.⁴⁸

Tidak hanya itu para kader yang ingin bergabung dengan kedua stasiun ini juga dituntut untuk mengikut tes, memberi training selama dua bulan lalu bisa langsung menyiar kalau belum bisa ikut training terus sampai bisa nyiar, diajar bagaimana intonasi suara dan menggunakan elektronik siaran. Harus bisa berbahasa aceh dengan baik khususnya untuk radio Meugah FM, wawasan luas.

⁴⁷. Wawancara: Indra, Pimpinan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 11 Desember 2018

⁴⁸. Wawancara: Indra, Pimpinan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 11 Desember 2018

Pelatihan dari Dinas Balai Bahasa dan tidak berbuat salah dalam nyiar tidak menegur langsung.⁴⁹

2. Proses Pengkaderan Radio RRI Kota Banda Aceh

Proses Pengkaderan yang dilakukan oleh pihak Radio RRI Kota Banda Aceh, seorang karyawan khususnya penyiar adalah pihak yang bertugas untuk memajukan atau membawakan serta memadukan acara di radio. Seorang penyiar di radio RRI ini harus memiliki kemampuan (*skill*) agar bisa menjadi penyiar yang seutuhnya dan sesuai dengan yang diharapkan oleh stasiun radio ini. Seseorang yang sudah memiliki *skill* maka tidak diragukan lagi kemampuannya untuk menyiari.

Hal semacam di atas juga menjadi sasaran utama di radio RRI Kota Banda Aceh dalam menciptakan kader-kader yang baik khususnya pada penyiarnya. Adapun proses pengkaderan penyiar radio pada stasiun radio RRI Kota Banda Aceh ini adalah sebagai berikut:

a. Pencarian calon kader karyawan dan penyiar Radio RRI

Sebagai lembaga stasiun radio yang sudah berstatus negeri dan lebih dikenal oleh masyarakat sebagai penyampaian berita informasi, maka pencarian calon karyawan termasuk penyiar dilakukan dengan ketentuan pimpinan. Pada stasiun Radio RRI ini kader dicari dengan memberikan pengumuman lowongan pekerjaan di media massa seperti koran, media online serta situs internetan.⁵⁰

⁴⁹. Wawancara: Indra, Pimpinan Radio Meugah FM Kota Banda Aceh, 11 Desember 2018

⁵⁰. Wawancara Ardiansyah : Kabit media baru di Radio RRI Kota Banda aceh 14 Desember 2018.

b. Pemenuhan berkas lamaran oleh calon kader Radio RRI

Setelah para calon kader karyawan dan penyiar sudah memenuhi persyaratan sebagai calon kader di Radio RRI Kota Banda Aceh kemudian mendatangi kantor stasiun Radio RRI, maka pihak kantor Radio ini memberikan lembaran formulir untuk diisi, serta diseleksi langsung oleh pihak Radio yang bersangkutan apakah layak untuk menjadi kader di stasiun radio ini. Pada stasiun Radio RRI ini tingkat pendidikan dan pengalaman sangat menentukan untuk diterima sebagai calon kader.⁵¹ Adapun berkas yang wajib dipenuhi seperti mengajukan permohonan, melampirkan ijazah terakhir, FC KTP, biodata pribadi, rekaman suara dalam bentuk CD.

c. Tes kompetensi calon kader Radio RRI

Salah satu yang terpenting dalam membina kader pada stasiun Radio RRI Kota Banda Aceh ialah tes kompetensi baik secara lisan maupun tulisan. Tes kompetensi kader ini dilakukan setelah calon kader dinyatakan lewat dalam seleksi berkas yang ditentukan oleh pihak lembaga stasiun Radio RRI. Menurut keterangan Ardiasyah selaku Kabid Media Baru Radio RRI Kota Banda Aceh terdapat beberapa kompetensi yang wajib dikuasai oleh para kader yang akan bergabung dengan Radio RRI ini, di antaranya:

1. Kemampuan berbicara, pekerjaan penyiar adalah berbicara, mengeluarkan suara atau melakukan komunikasi secara lisan. Karena itu seorang penyiar Radio RRI harus bicara dengan kualitas vokal yang jelas dan tegas saat

⁵¹. Wawancara Ardiasyah : Kabid media baru di Radio RRi Kota Banda aceh 14 Desember 2018.

menyampaikan berita informasi seperti pengaturan suara, pengendalian irama, artikulasi, tempo dan sebagainya.

2. Kemampuan membaca, dalam hal ini kemampuan *Spoken Reading*, yakni membaca naskah siaran namun terdengar seperti bertutur atau tidak membaca naskah.
3. Pengalaman, dalam hal ini *eksperience* sangat diutamakan bagi calon kader khususnya bagi penyiar agar bisa lebih cepat untuk bisa menyiar di radio RRI.
4. Menulis, yaitu menulis naskah siaran. Seorang karyawan di radio ini menyiapkan naskah terlebih dahulu yang akan dibuat oleh karyawan dalam bidang menulis naskah.
2. Tingkatan, menjadi penyiar pada radio ini selain harus bisa berbicara juga menentukan pendidikan, pengalaman, serta berpenampilan menarik.
3. Berkomitmen tinggi, stasiun radio ini juga memprioritaskan calon penyiar yang memiliki dedikasi dan komitmen yang tinggi terhadap dunia penyiaran. Karena hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap baik buruknya sebuah acara siaran radio.

Ke-enam indikator di atas menjadi syarat utama pihak Radio RRI Kota Banda Aceh dalam melakukan pengkaderan yang baik. Setelah menjadi karyawan dan penyiar di Radio RRI, para kader-kader tersebut akan terus menerus mendapatkan bimbingan profesi dari atasan dan seniornya. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mampu bersaing dengan beberapa yang terdapat di Kota Banda Aceh.

Para kader yang ingin bergabung dengan kedua stasiun ini juga dituntut untuk mengikuti tes, memberi training selama dua bulan lalu baru bisa langsung menyiarkan kalau belum bisa, ikut training terus sampai bisa menyiarkan, diajarkan bagaimana intonasi suara dan menggunakan elektronik siaran. Harus bisa berbahasa Indonesia dengan baik, wawasan luas, serta pengalaman.⁵²

Tabel 4.5
Perbedaan Sistem Pengkaderan Penyiar Radio Meugah FM dan RRI

No	Pengkaderan Penyiar Radio Meugah FM	Pengkaderan Penyiar Radio RRI
1	Tidak harus memiliki ketentuan pendidikan calon kader	Harus memiliki ketentuan pendidikan calon kader
2	Mampu berbahasa Indonesia dan bahasa Aceh	Mampu berbahasa Indonesia dengan baik
3	Mengikuti Tes yang dibuat oleh lembaga	Mengikuti Tes kompetensi seperti bahasa dan kesehatan serta jadwal yang bisa dimanfaatkan.
5	Memakai pakaian busana muslim	Berbusana sesuai dengan syariat Islam
6	Tidak ada kewajiban penyiar mengikuti setiap kegiatan peningkatan kompetensi.	Wajib bagi penyiar untuk mengikuti segala kegiatan peningkatan kompetensi

⁵². Wawancara Ardiansyah : Kabit Media Baru di Radio RRI Kota Banda Aceh 14 Desember 2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan terkait perbandingan gaya komunikasi penyiar Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi penyiar radio RRI Kota Banda Aceh kualitas vokalnya bersifat tegas, segmen yang disampaikan cenderung berupa pesan-pesan berita yang terjadi di lapangan seperti berita politik, bencana dan sebagainya, pemahaman terhadap format radio kuat karena adanya kerja sama yang baik antara karyawan dan penyiar, menarik simpati dan empati pendengar dengan pesan berita yang jelas dengan kejadian fakta dan bekerja sama dalam tim sangat baik karena penyiar memiliki pekerjaan tersendiri yang dibantu oleh karyawan lain. Gaya komunikasi penyiar radio Megah FM kualitas vokalnya sesuai dengan kondisi penyiar serta isi pesan yang cenderung bersifat sandiwara kegembiraan untuk menghibur pendengar, tidak memiliki segmen tertentu, pesan yang disampaikan cenderung berisi pesan-pesan iklan yang ditujukan kepada anak muda seperti lagu dangdut, promosi satu produk, tidak adanya kerja sama yang baik antara karyawan, menarik simpati dan empati pendengar cenderung untuk anak remaja dan para golongan pemuda lewat musik-musik seperti musik daerah dan bekerja sama dalam tim kurang baik karena penyiar memiliki pekerjaan ganda di kantor Meugah FM.

2. Perbandingan improvisasi, persuasif, dan intonasi antara penyiar radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh terlihat pada aspek berikut: (1) improvisasi penyiar Radio RRI disampaikan dalam bentuk hiburan cerita dan tanya jawab dengan pendengar, persuasif dilakukan untuk membujuk agar pendengar tetap bertahan mendengarkan siaran radio dan intonasi lebih bersifat penekanan pada istilah-istilah yang asing bagi pendengar dan penekanan tinggi rendahnya pada suara. (2) improvisasi penyiaran Radio Meugah FM, cenderung mengarah pada hiburan dan musik dengan bahasan yang sengaja diciptakan oleh penyiar, persuasif dilakukan untuk pendekatan mempromosikan produk agar pendengar bersedia membeli produk yang ditawarkan dan Intonasi suara dilakukan dengan penggunaan bahasa daerah agar pendengar lebih memahami.
3. Perbandingan sistem pengkaderan penyiar Radio Meugah FM dan RRI terlihat dari beberapa aspek, yaitu: (1) Radio RRI memiliki sistem pengkaderan yang jelas dan terukur, dimana para kader harus memenuhi syarat memiliki ketentuan pendidikan calon kader, mampu berbahasa Indonesia dengan baik, mengikuti tes kompetensi seperti bahasa dan kesehatan serta jadwal yang bisa dimanfaatkan, berbusana sesuai dengan syari'at Islam dan wajib bagi penyiar untuk mengikuti segala kegiatan peningkatan kompetensi. (2) Radio Meugah FM sistem pengkaderan harus memenuhi syarat tidak harus memiliki tentuan pendidikan calon kader, Mampu berbahasa Indonesia dan bahasa Aceh, mengikuti Tes yang dibuat oleh lembaga, memakai pakaian busana muslim

dan tidak ada kewajiban penyiar mengikuti setiap kegiatan peningkatan kompetensi.

B. Saran

Agar kajian ini dapat terealisasi maka diajukan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penyiar agar terus meningkatkan kompetensi gaya komunikasinya agar dapat menarik minat pendengar di Radio meugah FM dan Radio RRI Kota banda Aceh.
2. Bagi pengurus radio agar terus mengupayakan berbagai kepentingan Radio meugah FM dan Radio RRI Kota banda Aceh sehingga apa yang dicita-citakan dapat terealisasi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Qur'an dan terjemahannya*. 2008. Departemen Agama RI. Jakarta, Bumi Restu.
- Bugin, Burhan, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Cangara, Hafied, 2006, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta :Raja Grafindo Persada.
- Djohan, Efendi, 2009, *Psikologi Musik*, Yogyakarta : Penerbit Buku Baik.
- Effendi, Onong Uchjana, 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana, 1989, *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.
- , 1983, *Radio Siaran, Teori dan Praktek*, Bandung: Alumni.
- Effendy, Onong Uchjana, 2007, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Peraktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Faisal, Sanafiah, 2007, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Halik, Abdul, 2013, *Komunikasi Massa*, Makassar: Alauddin University Press.
- Hikmat dan Solihati, 2013, *Bahasa Indonesia (untuk Mahasiswa S1 & pascasarjana, Guru, Dosen, Praktisi, dan Umum)*, Jakarta: Grasindo.
- Idrus, Muhammad, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangngga
- Keraf, 2003, *Argumentasi dan Narasi*, Jakarta: PT. Grafindo Pustaka Utama.
- Littlejohn, 2009, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Lubis, 1988, *Teknik Mengarang*, Jakarta: Kurnia Esa.
- Moleong, Laxy, 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- M.Ramli, Asep Syamsul, 2004, *Broadcast Journalism*, Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- Morissan, dkk, 2010, *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*, Bogor: GhaliaIndonesia Anggota IKAPI.
- Morissan, 2013, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta : Kencana.

- Mulyana, 2017, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Narwawi, Hadari, 2007, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Muslich, 2008, *Fonologi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, 2005, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Poedarwarminta, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmat, 2001, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rendra, 1993, *Seni Drama Untuk Remaja*, Jakarta: Pustaka Jaya.
- Robbins, 2012, *Perilaku Organisasi*, Jakarta :Salemba Empat.
- Satria, Dedy, 2016, *Peran Radio Meugah Fm 95.30 MHZ Dalam Mempopulerkan Lagu-Lagu Aceh Melalui Program Siaran Harian Musik Aceh*, Banda Aceh :Unsyiah.
- Siregar, Ashadi, 2001, *Menyingkap Media Penyiaran; Membaca televisi, Melihat Radio*, Yogyakarta: LP3Y.
- Sobur, Alex, 2006, *Semiotika Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakrya.
- Sudjiman, 1990, *Memahami Cerita Rekaan*, Jakarta: Pustaka Jaya.
- Suladi, 2016, *Paragraf*, Jakarta: Pusat Pembinaan.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Suparno dan Muhammad Yunus, 2009, *Keterampilan Dasar Menulis*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Suwandi , Basrowi, 2008, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tarigan, 1994, *Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*, Bandung: Angkasa.
- Tamburaka, Apriadi, 2012, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Triartanto, 2010. *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book.
- Widjaja, 2000, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta :Rineka Cipta.

Skripsi:

Angraini, 2013, *Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih Fm Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar, Skripsi*, Cirebon: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Iqbal, 2016, *Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Bahasa Aceh Dalam Iklan Komersial di Radio Meugah FM, Skripsi*, Banda Aceh :Unsyiah.

Jurnal dan Makalah:

Arlina, 2016. *Pena Hitam All Right Reserved*, Designed.

Hariyana, 2009, *Komunikasi dalam Organisasi*, Universitas Indonesia : Makalah Fakultas Ilmu Social Dan Politik.

O'keefe, 1988, *The Logic Of Message Design: Individual Differences In Reasoning About Communication*. Communication Monographs Volumer 55 Issue 1 .

Ri'Aeni, Ida, 2014, *Kemiskinan Sebagai Komoditas Media (Analisis Strategi Komunikator Dalam Program Berita Bertema Kemiskinan Di Televisi)*, *Jurnal Ilmiah Semiotika Vol. 8. Nomor. 2*.

Shapiere, 2005, *Communication Higwire Leveraging The Power Of Diverse Communication Style*, Illustreret : Intercultural Press.

Terjemahan Akhmad hasan, 2000. *Amar Ma'ruf nahi Munkar (Perintah kepada kebaikan larangan dari kemungkaran)*, (Departemen urusan keislaman wakaf, dakwah, dan pengarahan kerajaan arab Saudi. Syeikhul islam Ibn Taimiyyah.

INSTRUMEN WAWANCARA

Identitas Informan :

Nama :

Umur :

Pekerjaan/Jabatan :

Alamat :

A. PERTANYAAN UNTUK PENYIAR

Mohon bapak/ibu berikan informasi terkait gaya komunikasi penyiaran Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh, meliputi:

1. Sudah berapa lama saudara/i berprofesi sebagai penyiaran radio ?
2. Program acara apa saja yang saudara bawakan selama menjadi penyiar radio?
Seperti apa program acaranya?
3. Apakah saudara/i mempromosikan program acara seperti iklan? Bagaimana cara penyampaiannya?
4. Apakah pada program acara yang Anda bawakan ada saling bertukar pikiran atau sharing antara Anda dengan pendengar? Apa saja biasanya hal yang dibahas ?
5. Bagaimana cara Anda mengakrapkan diri dengan pendengar?
6. Apakah pendengar mendapatkan hiburan, pendidikan dan informasi dari acara yang saudara/i bawakan?
7. Apakah dalam penyampaian setiap iklan saudara menggunakan gaya komunikasi yang berbeda juga ? jika ia bagaimana perbedaannya ?
8. Apa tujuan saudara/i menyampaikan iklan dengan bahasa yang berbeda ?
9. Bagaimana pola intonasi suara saat saudara menyampaikan pesan ?

10. Bahasa apa yang saudara/i gunakan pada saat melakukan siaran?
11. Bagaimana pengemasan kalimat dan bahasa yang digunakan agar mudah dipahami pendengar ?
12. Apakah sebelum siaran, saudara/i menyiapkan materi terlebih dahulu? Atau adakah persiapan lain yang Anda lakukan?
13. Yang lebih banyak bergabung di acara yang Anda bawakan , apakah anak muda atau dewasa?.
14. Apakah saudara/i dapat melakukan siaran dengan gaya yang berbeda dari biasanya? Jika dapat bagaimana gaya komunikasinya?
15. Bagaimana saudara/i menyesuaikan gaya komunikasi ketika berinteraksi dengan pendengar yang memiliki usia berbeda?
16. Bagaimana gaya saudara berimajinasi dalam menyampaikan siaran radio?
17. Saat menyampaikan siaran apakah saudara/i menggunakan media sosial sebagai media lain untuk berinteraksi dengan pendengar ? jika ia media sosial apa yang digunakan?

B. PERTANYAAN UNTUK PENYIAR DAN KARYAWAN

Mohon bapak/ibu berikan informasi terkait improvisasi, persuasi, dan intonasi yang dimiliki penyiar Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.

1. Bagaimana saudara mengemas pesan yang disampaikan kepada pendengar ?
2. Apakah pesan yang saudara sampaikan merupakan bahan perseorangan ?
3. Bagaimana cara saudara dalam memilih kata saat menyampaikan siaran radio ?
4. Berapa kali saudara/i menjadi penyiar radio dalam satu hari ?

5. Siapa pelatih saudara untuk menjadi penyiar radio ?
6. Bagaimana proses sehingga saudara bisa menjadi seorang penyiar radio?
7. Kenapa saudara tertarik bekerja sebagai karyawan radio ?
8. Bagaimana pihak radio memberikan motivasi kerja kepada saudara/i?
9. Apa saja pekerjaan yang harus saudara/i selesaikan setiap harinya ?
10. Apa saja sangksi yang diberikan pihak lembaga radio jika saudara/i melakukan pelanggaran ?
11. Apa saja bimbingan yang diberikan pihak atasan kepada karyawan dalam rangka meningkatkan kompetensi karyawan ?
12. Iklan apa saja yang saudara sampaikan saat menyampaikan siaran radio ?
13. Bagaimana cara saudara/i menyampaikan pesan iklan pada radio secara detil agar pelanggan mudah memahami apa yang anda sampaikan?
14. Bagaimana pola persuasif yang saudara lakukan saat menyampaikan siaran pada iklan radio ?
15. Bagaimana saudara/i melakukan improvisasi saat menyampaikan iklan pada radio?
16. Apa saja sarana dan prasarana yang saudara/i manfaatkan saat melakukan siaran ?

C. PERTANYAAN UNTUK PIMPINAN/DIREKTUR

Mohon bapak/ibu berikan informasi terkait proses pengkaderan Radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh.

1. Bagaimana proses perekrutan karyawan radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh ?

2. Bagaimana sistem pengkaderan penyiar radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh ?
3. Bagaimana strategi pengkaderan karyawan radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh jika dilihat dari perencanaan program, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan ?
4. Bagaimana strategi radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh dalam mengkader penyiar di Kota Banda Aceh?
5. Apa contoh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pihak radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh dalam mengkader karyawannya?
6. Bagaimana standar kompetensi yang harus dimiliki karyawan pada radio yang bapak/ibu pimpin ?
7. Bagaimana standar kompetensi yang harus dimiliki penyiar pada radio yang bapak/ibu pimpin ?
8. Apakah para karyawan radio pernah mengikuti pelatihan ? jika ada bagaimana bentuknya ?
9. Bagaimana bimbingan atau arahan atasan kepada karyawan jika ada pekerjaan yang dikerjakan tidak baik ?
10. Faktor apa yang mendukung radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh dalam melakukan pengkaderan karyawan dan penyiar?
11. Faktor apa saja yang menghambat pihak radio Meugah FM dan Radio RRI Kota Banda Aceh dalam melakukan pengkaderan karyawan dan penyiar?

DOKUMENTASI



Foto Dokumentasi Saat Penulis Mewawancarai Manager Radio Meugah FM Pada 11 Desember 2018



Foto Dokumentasi Saat Penulis Mewawancarai Penyiar Radio Meugah FM Pada 11 Desember 2018



Foto Dokumentasi Saat Penulis Mewawancarai Karyawan Radio RRI Pada 14 Desember 2018



Foto Dokumentasi Saat Penulis Mewawancarai Penyiar Radio RRI Pada 14 Desember 2018



Foto Dokumentasi Saat Penulis Mewawancarai Kabid Media Baru Radio RRI Pada 14 Desember 2018



Foto Dokumentasi Saat Penulis Mewawancarai penyiar Radio RRI Pada 14 Desember 2018

Gambar 7. Logo Radio Republik Indonesia Kota Banda Aceh





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah. arraniry.ac.id

Nomor : B.5654/Un.08/FDK.I/PP.00.9/11/2018

Banda Aceh, 30 November 2018

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada

Yth, 1. Pimpinan Radio Meugah FM
2. Pimpinan Radio RRI Kota Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Santiana / 140401107**
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat sekarang : Prada Utama

saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "*Perbandingan Gaya Komugikasi Radio Meugah FM dengan Radio RRI Kota Banda Aceh.*"

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam

an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,





Jl. Sisingamangaraja No. 81C - Banda Aceh
Telp. (0651) 22900, 22700 Fax. (0651) 22700
e-mail : megah_fm@yahoo.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. 235/MGH/I/2019

Direktur Utama PT. Radio Swara Cadek Jaya Megah (Megah FM) Banda Aceh,
bersama ini menerangkan bahwa :

N a m a : Santiana
N I M : 140401107
Tempat Tgl. Lahir : Blangkejeren, 10 Mei 1995
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas : UIN Ar Raniry - Banda Aceh

Benar yang bersangkutan telah melakukan Penelitian pada Station Radio kami.
Demikian Surat Keterangan ini dikeluarkan untuk dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 15 Januari 2019



PT. RADIO
SWARACADEK BANDA ACEH


M. Arifiansyah
Direktur Utama

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Santiana
2. Tempat / Tgl Lahir : Blangkejeren, 10 mei 1995
Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo Lues
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 140401107 / KPI
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Desa Badak
 - a. Kecamatan : Dabun Gelang
 - b. Kabupaten : Gayo Lues
 - c. Provinsi : Aceh
8. Email : Santyyana1@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. SDN 02Dabun Gelang2008
10. MTsNBlangkejeren 2011 :
11. SMK N 2Blangkejeren2014
12. Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2019

Orang Tua / Wali

13. Nama Ayah : Jemarin
14. Nama Ibu : Halimah
15. Pekerjaan Orang Tua : Petani
16. Alamat Orang Tua : Desa Badak
 - a. Kecamatan : Dabun Gelang
 - b. Kabupaten : Gayo Lues
 - c. Provinsi : Aceh

Banda Aceh, 4 Februari 2019
Peneliti,

Santiana