



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini membuat berbagai macam media berkembang, sehingga bisa memudahkan para khalayak untuk mendapatkan informasi dan hiburan dengan cepat. Salah satu media massa yang tetap bertahan di tengah kemajuan teknologi saat ini adalah radio. Radio memiliki keistimewaannya sendiri dibanding dengan media massa lainnya. Sampai saat ini, radio masih dikonsumsi oleh khalayaknya karena karakteristiknya yang bersifat *mobile, flexible, personal, murah* dan media *theater of mind* (Astuti, 2013, h. 39).

Awal perkembangan jurnalistik radio di Indonesia adalah dimulai saat Jusuf Ronodipuro, Abdurrahman Saleh dan Maladi mendirikan radio resmi pertama di Indonesia adalah Radio Republik Indonesia (RRI) pada 11 September 1945 (muspen.kominfo.go.id, 2014, para. 10). RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang berfungsi memberikan informasi, pendidikan, pelestari budaya, hiburan yang sehat, perekat dan kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional (pusdatin.rri.co.id, 2014, para. 1).

Menurut Masduki (2006, h. 1-2) citra radio sebagai panutan media informasi di masa krisis pasca-kemerdekaan berubah menjadi media sekunder sekadar teman melepas lelah di masa orde baru. Tidak terelakkan jika kemudian

radio lebih dikenal sampai awal reformasi 1998, sebagai media hiburan, bukan media informasi apalagi pendidikan. Pada saat Orde Baru sistem politiknya represif membungkam media, membuat radio sebagai korban paling parah. Selain diharamkan untuk membuat berita sendiri, radio swasta juga diharuskan menyiarkan berita-berita pemerintah yang “memuakkan”: itu melalui RRI, 14 kali sehari.

Namun pada saat reformasi, jurnalistik radio di Indonesia seperti menemukan semangat baru sebagai insan independen dan media yang bertanggung jawab ke publik, insan radio berlomba-lomba untuk menawarkan program jurnalisme (Masduki, 2006, h. 2). Salah satu contoh yang diberikan lebih lanjut oleh Masduki adalah radio ikut menyiarkan detik-detik pengalihan kekuasaan dari Soeharto ke Habibie, hingga terpilihnya Gus Dur melalui pemungutan suara yang demokratis sebagai presiden RI keempat.

Menurut Siahaan (2015, h. 3) kehadiran internet sebagai media baru menjanjikan keunggulan teknologi yang melebihi semua media yang ada sebelumnya (media tradisional). Namun apakah dalam kondisi seperti itu masih bisa bertahan? Apakah jurnalistik radio masih dibutuhkan ketika kebutuhan informasi sudah diapat dipenuhi oleh media internet yang memiliki kepraktisan dari segi teknik penggunaannya maupun kecepatan informasinya?

Meski saat ini telah hadir internet sebagai media baru yang banyak menyita perhatian khalayak, radio tak lantas ditinggalkan oleh para pendengarnya. Sesuai dengan fungsi komunikasi massa-nya, radio tidak hanya memberi informasi dan hiburan, namun dengan karakteristik personal-nya, ternyata radio

menjadi media yang sangat cocok untuk fungsi sosial dan identitas diri (Siahaan, 2015, h. 43).

Radio adalah salah satu media elektronik yang mampu bersaing dengan media lainnya. Hal ini membutuhkan jika radio mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Dengan adanya konvergensi media, stasiun-stasiun radio memanfaatkannya dengan menghadirkan layanan *streaming* melalui *website* mereka.

Mendengar berita radio atau menggunakan radio untuk mencari berita juga dapat menjadi kebiasaan lagi karena sifat menghiburnya (sebagai bentuk emosionalitasnya) yang menyenangkan (Siahaan, 2008, h. 13). Kebanyakan orang mendengarkan berita radio bukan untuk tujuan ingin benar-benar mendengarkan sesuatu, melainkan hanya untuk menangkap sesuatu yang melintas di telinga seperti *update* berita atau informasi terkini (Siahaan, 2015, h. 42). Berita-berita yang disajikan di radio juga menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam percakapan sehari-hari, sederhana, serta isi berita yang dibuat secara ringkas (Siahaan, 2015, h. 41) membuat berita yang disampaikan bisa langsung dimengerti dalam sekali ucap.

Untuk bisa lebih dekat dengan para pendengarnya, banyak stasiun radio yang kini menghadirkan layanan *streaming* berbasis aplikasi yang bisa diunduh di *smartphone*. Selain itu, mereka juga memanfaatkan media sosial seperti twitter untuk memudahkan berkomunikasi dengan para pendengarnya. Jika dulu untuk *request* lagu, menyapa penyiar, kirim salam, ikut kuis atau sekadar menanggapi

topik yang sedang dibahas oleh penyiar hanya bisa melalui layanan sms dan telfon interaktif, kini mereka bisa lebih sering berinteraksi lewat twitter.

Saat ini format radio semakin beragam, karena sasaran targetnya juga semakin banyak. Masing-masing radio memiliki berbagai macam format khas dan memiliki target pendengar tertentu. Format adalah upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan pendengarnya (Morissan, 2008, h. 220). Radio hiburan, radio musik, radio berita, radio olahraga, radio religi, hingga radio ramalan cuaca (Astuti, 2013, h. 9).

Menurut radioprssni.com, saat ini sudah tercatat ada 208 stasiun radio di Indonesia, dan 58 di antaranya berada di Jakarta. Di Jakarta sendiri, radio yang paling lazim ditemukan adalah radio yang berformatkan hiburan, musik, dan berita. Contoh radio hiburan di antaranya Trax FM, Hitz FM, HardRock FM, Prambors, Gen FM, Jak FM, Cosmopolitan FM, i-Radio, dll. Sedangkan untuk radio berita, hadir Radio Elshinta, Sindo Trijaya FM, Radio Sonora, RRI, dll.

Umumnya, segmen siaran berita di radio hiburan akan hadir pada saat siaran *prime time* di pagi hari dan sore hari dan disiarkan berupa “insert” di sela-sela program siaran non-berita, atau yang disebut dengan *Headline Newscast*. Dijelaskan oleh Oramahi (2003 h. 108) *Headline Newscast* ini biasanya hanya berdurasi antara 45 sampai 60 detik. Sebagian besar berupa cuplikan singkat dari hasil *monitoring*, atau laporan awal (*initial report*) dari sebuah laporan penting yang akan disiarkan dalam bulletin berita rutin.

Seperti contohnya, di Hitz Fm menghadirkan segmen *News Highlight* untuk menyiarkan berita-berita *hard news*, Info Sepintas (Info Seputar Lalu

Lintas) untuk melaporkan keadaan lalu lintas. Prambors dengan News Update-nya, Hard Rock FM dengan segmen *News Ancor*-nya, Berita Terkini dari Gen FM., dan segmen JakNews di Jak FM. Masing-masing radio menempatkan segmen-segmen siaran berita radio tersebut di jam dan dengan jumlah frekuensi yang berbeda-beda. Ada yang dalam satu program siaran non-berita, segmen ini bisa dibacakan 2-3 kali saja. Ada juga yang menyiarkannya dalam frekuensi setengah jam sekali.

Jika program siaran beritanya hanya dijadikan segmen selingan, biasanya akan ada *reporter* atau *newscaster* yang akan membacakan beritanya. Tak jarang juga, para penyiar di program tersebut membacakan berita atau topik yang serius kepada pendengarnya, namun tetap dengan gaya yang ringan.

Tidak halnya dengan Gen FM dan Jak FM, radio yang tergabung dalam Mahaka Radio Integra (MARI) ini meskipun berbasiskan hiburan dan musik, Gen FM dan Jak FM tidak lantas melupakan kaidah-kaidah jurnalistik radio.

Seperti yang dikutip dalam artikel republika.co.id (2011, para. 4) Gen FM hanya membutuhkan beberapa bulan untuk menciptakan *awareness* yang kuat sebagai radio yang fun, lokal, dan muda, dengan target pendengar berusia 18-24 tahun.

Radio-radio ini tetap menyiarkan berita-berita *hard news* dalam segmen Berita Terkini dan JakNews, yang disiarkan setiap setengah jam sekali di program prime time dan satu jam sekali di program reguler. Tak ketinggalan pula, *live report* yang melaporkan mengenai keadaan lalu lintas di Jakarta.

Bahkan untuk mencari dan membuat berita radio, MARI memiliki divisi khusus yang difokuskan untuk produksi berita. Produksi yang dilakukan oleh divisi ini adalah mulai dari pencarian berita hingga pengolahan berita agar sesuai dengan karakternya pada elemen suara dan harus dieksplorasi sehingga menjadi berita radio yang menarik dan enak didengar. Yang perlu jurnalis radio lakukan adalah mencari angle dari isu atau topik tersebut yang menarik dan cocok untuk dijadikan berita radio (Siahaan, 2015, h. 92).

Helena Ollie (2006, h. 18) menjelaskan bahwa sifat pendengar radio heterogen. Berbeda dalam usia, pendidikan, jenis kelamin, dan status kehidupan. Jadi, kekuatan radio sama sekali belum menjamin bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh reporter dapat diterima oleh khalayak. Oramahii dalam bukunya Menulis Untuk Telinga (2003, h. 15) juga mengatakan bahwa perlu diingat, kita menyiarkan untuk pendengar, bukan untuk pesawat radio. Oleh karena itu seorang penyiar harus tau dan sadar bahwa:

- Pendengar memiliki keterbatasan waktu untuk mendengar siaran kita.

Pendengar radio sama halnya dengan penonton televisi. Mereka tidak mengkonsumsi program siaran radio/televisi secara terus menerus. Bisa saja mereka hanya mendengar radio di saat sedang berada di dalam mobil, atau streaming siaran radio melalui aplikasi yang ada di smartphone mereka, saat sedang beristirahat atau menunggu aktivitas selanjutnya.

- Tidak sanggup menyerap banyak informasi dalam waktu singkat

Menurut Siahaan (2015, h. 35) Sekilas dengar dan keterangan secara global adalah beberapa karakteristik yang dimiliki oleh berita radio. Sekilas dengar yang berarti berita tidak bisa diulang, sehingga harus jelas, sederhana dan sekali ucap langsung bisa dimengerti. Sedangkan keterangan secara global berita berisi keterangan yang dibuat secara ringkas, bukan detail atau rumit.

Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan hiburan dan juga informasi.

Dalam proses memproduksi siaran berita di radio tersebut, tidak terlepas dari pelaksanaan fungsi manajemen media oleh departemen berita MARI, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Karena pada dasarnya, manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan menjadi jauh lebih sulit (Morissan, 2008, h. 127).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana pelaksanaan manajemen penyiaran berita di Mahaka Radio Integra. Karena meskipun Gen FM dan Jak FM adalah radio yang berformatkan hiburan, namun tetap memperhatikan jurnalisme radio dengan menghadirkan departemen berita yang memproduksi berita *hard news*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan manajemen penyiaran berita di departemen berita Jak FM dan Gen FM sebagai radio yang berformat hiburan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen penyiaran berita di departemen berita Jak FM dan Gen FM sebagai radio yang berformat hiburan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian tentang radio dan menjadi sebuah referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai radio hiburan yang tetap menjalankan jurnalisme radio dengan menghadirkan departemen berita dan bagaimana pelaksanaan manajemen dan produksi *hard news* di radio hiburan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada para pengelola radio, terutama radio hiburan, bahwa masih ada radio hiburan yang tetap menjalankan jurnalisme radio dengan menyiarkan segmen berita dengan frekuensi yang tidak sedikit, dan ingin menerapkan di radionya.

