STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS SIARAN BERITA D'RADIO

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S.1) dalam Komunikasi Penyiaran Islam
Konsentrasi Ilmu Jurnalistik
Fakultas Dakwah

Oleh:
GITA SAVANA NOPEMBERIA
NIM: UK. 150254

JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
KONSENTRASI ILMU JURNALISTIK
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
JAMBI
2019

Samsu, S.Ag, M.Pd.I, Ph.D
Nurbaiti, S.Ag., M.Fil.I

Alamat : Fak. Dakwah UIN STS Jambi
Jl. Raya Jambi-Ma. Bulian
Simp. Sungai Duren
Muaro Jambi

Jambi, 1 Juli 2019

Kepada Yth.
Bapak Dekan
Fak. Dakwah
UIN STS Jambi
di-
JAMBI

NOTA DINAS

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan sesuai dengan persyaratan yang berlaku di Fakultas Dakwah UIN STS Jambi, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudari Gita Savana dengan judul "Strategi Peningkatan Kualitas Siaran Berita D'Radio" telah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah UIN STS Jambi.

Demikianlah yang dapat kami sampaikan kepada Bapak, semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Jambi, 1 Juli 2019

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Samsu, S.Ag, M.Pd.I, Ph.D	**Nurbaiti, S.Ag., M.Fil.I**
NIP. 197010082003121002	**NIP.196907091996032002**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Gita Savana Nopemberia
Nim	: UK 150254
Tempat/TanggalLahir	: Lubuk Linggau, 28 November 1997
Jurusan	: Ilmu Jurnalistik
Alamat	: Perumahan Aurduri 1 Blok D No. 02 RT 20
	Kel. Penyengat Rendah, Kec. Telanaipura, Kota Jambi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **"Strategi D'radio Jambi Dalam Meningkatkan Kualitas Siaran Berita Program D'jam Weker"**adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku di Indonesia dan ketentuan di Fakultas Dakwkah UIN STS Jambi, termasuk pencabutan gelar yang saya peroleh melalui Skripsi ini.

Demikianah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Jambi, 2019

Penulis,

Gita Savana Nopemberia

UK. 150254

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Raya Jambi-Ma. Bulian, Simp. Sungai Duren Telp. (0741) 582020

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh (**Gita Savana Nopemberia**) NIM. (**UK.150254**) dengan judul "**Strategi Peningkatan Kualitas Siaran Berita D'Radio**" yang dimunaqashahkan oleh Sidang Fakultas Dakwah UIN STS Jambi pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Juni 2019
Jam : 10.00-11.00
Tempat : Gedung Kubah Emas

Telah diperbaiki sebagaimana hasil sidang Munaqashah dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, pada Fakultas Dakwah UIN STS Jambi.

Jambi, 1 Juli 2019
TIM PENGUJI

Ketua Sidang	: Drs. Sururuddin, M.Pd	( )
Sekretaris Sidang	: Zakiah, M.Pd.I	( )
Penguji I	: Dr. Dian Mursidah, M.Ag	(2/7/2019)
Penguji II	: Neneng Hasanah, M.Pd.I	( )
Pembimbing I	: Samsu, S.Ag, M.Pd.I, Ph.D	( )
Pembimbing II	: Nurbaiti, M.Fil,I	(28/6-2019)

Dekan Fak.Dakwah

Samsu, S.Ag, M.Pd.I, Ph.D
NIP. 196110061993031001

MOTTO

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَـٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَـٰدِمِينَ ٦

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu". (QS. Al-Hujurat: 6).[1]

[1] Tim Penterjemah dan Penafsir al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI., 1985), 510.

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini
Untukmu Ayahku (Didi Aprianto), Ibuku (Suminingsih)...Terimakasih....
You both are my everything...
Kupersembahkan ungkapan terimakasihku kepada keluargaku,
Terima kasih untuk segala dukungan dan do'anya
Terima kasih kepada Ibu Nurbaiti dan Pak Samsu selaku dosen pembimbing skripsi, yang sudi merelakan waktunya untuk membimbingku dan memberikan saran serta masukan kepada ku.
Terimakasih kuucapkan Kepada Teman IJ, Kawan Posko KKN, Teman Angkatan 2015, Rekan di Jambi Independent, Rekan di D'Radio Jambi dan lainnya.
Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua. Terimakasih beribu terimakasih kuucapkan...
Believe in yourself and you can do everything.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya media elektronik yang mulai mengglobal, namun radio tetap eksis di kalangan pendengarnya, terutama siaran berita yang pada masanya menjadi program andalan. Di zaman sekarang ini, ada banyak media baru bermunculan, namun radio tidak kehilangan pendengarnya. Khususnya D'Radio Jambi, tentu hal ini memiliki strategi sendiri di setiap stasiun radio. Ada banyak stasiun radio swasta di Kota Jambi. Banyak dari mereka yang masih bertahan, namun ada juga yang tumbang dan menutup penyiaran, tentu ini karena banyak faktor. Untuk itu, penulis berusaha untuk mengungkap apa saja strategi dari D'Radio Jambi yang masih bertahan hingga saat ini dengan segala tantangan di era digital. Serta, kendala dan inovasi seperti apa yang dilakukan oleh D'Radio untuk mempertahankan eksistensi program beritanya ini.

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan kualitatif deskriptif, dengan mendeskripsikan Strategi Peningkatan Kualitas Siaran Berita D'Radio Jambi. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Pada penelitian ini penulis mengetahui bahwa D'Radio Jambi melakukan tahapan strategi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi untuk meningkatkan kualitas siarannya. Pada tahap perencanaan diadakan rapat setiap hari untuk menentukan suatu berita yang akan disiarkan, kemudian membentuk tim untuk meliput, memantau peristiwa, membuat berita dan menyampaikan berita dan selanjutnya berpikir beda untuk menghasilkan suatu berita. Sehingga, pada tahap pelaksanaannya selutuh tim bekerja dengan kompak dan konsisten mengerjakan apa yang telah direncanakan, adapaun evaluasi yang ditemukan ialah penyiar, reporter produksi dan seluruh *crew* harus bekerja sama untuk mendapatkan berita yang baik, ditambah perlunya publikasi yang baik dari media sosial.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang maha pengasih dan maha penyayang, atas taufiq dan hidayah-Nya maka penulis dapat meyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan benar tanpa ada halangan sedikitpun. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sang suri teladan umat, yang telah membawa umat-Nya kealam yang terang benderang dengan cahaya iman, taqwa dan ilmu pengetahuan.

Perjalanan panjang bercucuran keringat banting tulang siang dan malam. perjalanan panjang yang melelahkan ini terasa begitu indah akan selalu penulis kenang sebagai bahan candaan untuk anak dan istri diwaktu yang telah ditaqdirkan nanti, suka cita senang dan bahagia semua itu telah dirasakan dalam merampungkan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi D'Radio Jambi dalam Meningkatkan Kualitas Siaran Berita Program D'Jam Weker" untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Jurnalistik, Fakultas Dakwah di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Pencapaian ini adalah titik akhir dengan penuh rasa syukur dan bahagia.

Skripsi ini bukanlah hasil karya dari perjuangan diri sendiri, namun banyak pihak yang turut serta motivasi, bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada mereka, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Hadri Hasan, M.A selaku Rektor UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Su'aidi, MA, Ph.D, Bapak Dr. H. Hidayat, M.Pd, dan Ibu Dr. Fadhlillah selaku Wakil Rektor I, II, dan III UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Bapak Samsu S.Ag., M.pd,I., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Bapak Dr. Ruslan Abdul Gani, M.Hum selaku wakil dekan I Fakultas Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Bapak Samsu S.Ag., M.pd,I., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nurbaiti, M. Fil. I selaku Dosen Pembimbing II, yang selalu meluangkan waktu dalam membimbing dan memotivasi demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Sururuddin M.Pd selaku ketua prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dan Ibu Mardalina S.Ag,. M.Ud selaku sekretaris prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).
7. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Terimakasih banyak atas ilmu yang telah diberikan semoga dapat menjadi bekal bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu tersebut menjadi suatu ilmu yang bermanfaat didunia dan di akhirat.
8. Seluruh karyawan dan karyawati dilingkungan akademik Fakultas Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
9. Kepala perpustakaan UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi beserta stafnya serta kepala perpustakaan wilayah Jambi.

10. Ayah Tercinta Didi Aprianto dan Ibu Suminingsih.
11. Teman-teman jurusan IJ, teman-teman seperjuangan di kampus tercinta, teman-teman posko 28 KKN Desa Giri Purno, teman-teman D'Radio Jambi dan Jambi Independent, serta teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sedalam-dalamnya atas semangat dan dukungan kalian, sehingga penulis dapat terus optimis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan ridha dan keberkahan-Nya dalam kehidupan kita.

Jambi, 29 April 2019
Penulis

Gita Savana Nopemberia
UK. 150254

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....**i**
NOTA DINAS.....**ii**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....**iii**
PENGESAHAN.....**iv**
MOTTO.....**v**
PERSEMBAHAN.....**vi**
ABSTRAK.....**vii**
KATA PENGANTAR.....**viii**
DAFTAR ISI.....**x**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Permasalahan.....3
C. Batasan Masalah.....3
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....3
E. Kerangka Teori.....4
F. Metode Penelitian.....14
G. Pemeriksaan Keabsahan Data 18
H. Studi Relevan 19

BAB II PROFIL D'RADIO JAMBI
A. Sejarah D'radio.....21
B. Visi-Misi D'radio Jambi.....21
C. Sarana dan Prasarana.....22
D. Struktur Organisasi D'Radio Jambi 23
E. Program On Air D'Radio Jambi.....24
F. Sejarah Program D'Jam Weker.....27

BAB III TEKNIK PENYAJIAN SIARAN BERITA D'RADIO JAMBI
A. Perencanaan Strategi Siaran Berita Program D'Jam Weker ...29
B. Pelaksanaan Strategi Siaran Berita Program D'Jam Weker....35

BAB IV EVALUASI PELAKSANAAN STRATEGI PENINGKATAN PROGRAM SIARAN BERITA D'RADIO
A. Evaluasi Pelaksanaan Strategi.....59

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan.....68
B. Implikasi Penelitian.....68

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
CURICULUM VITAE

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa dan masyarakat adalah hal yang tak dapat dipisahkan, masyarakat selalu mencari informasi di suatu media. Baik itu media cetak seperti koran, majalah, media elektronik seperti televisi dan radio atau media digital seperti media *online* dan koran elektronik. Diminatinya suatu media oleh khalayak tentu karena sajian dari media tersebut, seperti informasi yang ditampilkan. Karena pada umumnya masyarakat akan mencari informasi dan hiburan dari suatu media. Diminati atau tidaknya suatu sajian informasi media seperti berita, tergantung cara penyajiannya. Pemaparan berita yang berkualitas, salah satunya dapat dilihat dari kebenaran data suatu berita. Yakni program dan berita atau informasi yang ditampilkan mumpuni, seperti akurat dan tidak hoax.

Dewasa ini, di tengah berkembangnya media digital, khususnya di Jambi ada beberapa media yang memilih gulung tikar. Tentu ada banyak faktor yang membuat suatu media harus gulung tikar. Diantaranya ialah faktor managemen atau strategi yang kurang baik, termasuk kurang baiknya strategi pemberitaan suatu media. Adapun media yang harus gulung tikar di Kota Jambi diantaranya, media radio Boss Fm, dan radio Metro Fm. Menurut pengamatan penulis, beberapa media tersebut harus gulung tikar karena strategi yang kurang baik, yaitu tidak ada perencanaan terhadap suatu program siaran, tidak konsistennya *crew* dalam menjalankan tugas dak kewajibannya, sehingga evaluasi akan pekerjaan pun tidak berjalan. Sementara, untuk mendapatkan kualitas yang baik harus diikuti dengan strategi yang baik yaitu dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Dengan strategi yang matang, maka suatu media dapat bertahan dan masih diminati khalayak, salah satu radio komersil di Kota Jambi yang masih bertahan dan eksis digandrungi pendengar dengan program siaran beritanya ialah D'Radio Jambi. Sebuah stasiun radio yang memiliki program siaran berita dengan nama

program D'Jam Weker, dengan singkatan "Jangan Malas Waktunya Kerja".[1] Untuk meningkatkan kualitas program siaran khususnya program berita yang memang diminati oleh khalayak, D'Radio Jambi selalu melakukan tahapan strategi, yakni perencanaan yang matang dengan seluruh crew, melaksanakan apa yang telah direncanakan dan mengevaluasi tercapai atau tidaknya perencanaan dengan pelaksanaan tersebut. Sementara, suatu berita dikatakan berkualitas apabila memenuhi syarat-syarat, diantaranya berdasarkan fakta atau kenyataan, aktual, berimbang, lengkap, akurat, sistematis, menarik dan mudah.[2]

Karena pada dasarnya, penyampai berita harus menyampaikan berita yang sesuai dengan fakta di lapangan atau tidak berbohong. Berita bohong atau hoax harus dipertanggung jawabkan oleh pemberi informasi, harus dicek terlebih dahulu kebenarannya, pun begitu dengan penerima informasi. Sebagai khalayak yang baik sudah seharusnya memilih program atau media yang tepat. Seperti dalil yang terdapat di Al-Qur'an sendiri ada perintah yang mengatakan harus meneliti kebenaran suatu berita, maka sudah seharusnya dalam menyampaikan berita harus yang berkualitas dan diperlukan strategi untuk itu.

Allah Ta'ala berfirman dalam QS. Al-Hujurat ayat 6:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu". (QS. Al-Hujurat: 6).[3]

Berita yang diteliti di sini merupakan berita pendek *(straight news)* dengan nama program "D' Jam Weker" yaitu, "Jangan Malas Waktunya Kerja" yang mencakup tentang berita kriminal, politik, kesehatan, dan ekonomi di Provinsi Jambi. Disiarkan pada pukul 07.00 WIB dengan durasi penayangan 120 menit, sehingga dengan melihat informasi yang dibutuhkan, maka sudah sewajarnya

[1] J B Wahyudi, *Komunikasi Jurnalistik*, (Bandung: Alumni, 1991), 55.

[2] Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa, 2017) 8.

[3] Tim Penterjemah dan Penafsir al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI., 1985), 510.

penyiar “D’Jam Weker” haruslah orang yang benar-benar bisa memberikan informasi yang menarik bagi pendengarnya.

Hal tersebut tentu tidak terlepas dari strategi dan manajemen program serta teknik siaran yang baik pada siaran radio. Sebagai mana menurut J B Wahyudi, “[P]engelolaan media massa bukanlah bersifat perorangan, tetapi merupakan lembaga, karena selain memerlukan tenaga kerja yang besar juga memerlukan pembiayaan yang tidak sedikit”.[4]

Melihat pembahasan di atas penulis tertarik untuk melanjutkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kualitas siaran berita d’radio Jambi.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, masalah pokok yang diangkat sebagai kajian utama ini adalah: *Bagaimana strategi peningkatan kualitas siaran berita D’Radio?* Dalam upaya mengkonkretkan pokok masalah tersebut, beberapa masalah krusial yang akan diangkat melalui karya ini adalah:

1. Bagaimana perencanaan peningkatan kualitas berita di D’Radio Jambi?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi perencanaan tersebut?
3. Bagaimana evaluasi pelaksanaan siaran D’Jam Weker?

C. Batasan Masalah

Sehubungan dengan banyaknya program siaran di D’radio Jambi, maka penelitian ini dibatasi pada lingkup program D’Jam Weker.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini secara umum diusahakan untuk mencapai mengetahui *Strategi Peningkatan Kualitas Siaran Berita D’radio Jambi.* Lebih khusus penelitian ini ditujukan pula untuk:

1. Memahami strategi peningkatan kualitas berita di D’Radio Jambi.
2. Memahami pelaksanaan strategi tersebut
3. Memahami evaluasi pelaksanaan siaran D’Jam Weker.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah: pertama, secara umum diharapkan dapat meramaikan wacana keilmuan jurnalistik; Kedua, dapat berguna

[4] J B Wahyudi, *Komunikasi Jurnalistik*, 55.

bagi radio komersil, dan penyiar radio; Ketiga, untuk UIN Sulthan Thaha Saifuddin penelitian diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan citra pendidikan jurnalistik yang kreatif, terutama dalam pengembangan radio kampus.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini diikat oleh teori mengenai strategi yang digunakan Dradio Jambi dalam upaya meningkatkan kualitas siaran berita. Bahwa dengan strategi yang baik, suatu media radio mampu bertahan dan masih digandrungi banyak audiens. Lebih jauh ada beberapa definisi terminologis yang digunakan dan perlu dijelaskan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Strategi

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan yang jelas, terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak atau sasaran.

> [C]arl Von Clausewits, seorang ahli strategi dan peperangan berpendapat bahwa strategi adalah penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan *"the use of engagements for the object of war"*. Kemudian dia menambahkan jika politik atau policy merupakan hal yang terjadi setelah terjadinya perang.[5]

Menurut *bussinesdictionary*, pengertian strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah, pengertian strategi adalah seni dan ilmu perencanaan dan memanfaatkan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif. Jika memperhatikan secara seksama pengertian strategi, maka strategi selayaknya harus ditunjang dengan perencanaan yang baik terhadap apa yang hendak dilakukan dalam rangka strategi itu sendiri.

Perencanaan harus mempertimbangkan penerapan prosedur kerja yang baik, sesuai dengan kondisi organisasi, agar mampu menunjang kegiatan

---

5. Supriyatno ,"On War", diakses melalui alamat https://id.wikipedia.org/wiki/Carl_von_Clausewitz, tanggal 26 Juli 2018

yang rutin dilaksanakan. Dengan kegiatan strategi merupakan upaya yang dilakukan terus-menerus dan berkesinambungan, sehingga tugas dan tanggung jawab untuk menciptakan iklim serta suasana yang menguntungkan bagi strategi yang harus diprioritaskan oleh organisasi mengacu pada permasalahan yang mendasar yaitu pada faktor sumber daya manusia koordinasi dengan unit kerja lain yang biasanya belum dilakukan dengan baik.

Menurut Ramli R. Merta Wijaya, strategi adalah cara-cara yang ditetapkan terlebih dahulu, dengan cara mana perusahaan akan berjalan kearah tujuan yang luas yang menyangkut finansial, operasi atau aspek-aspek sosial perusahaan.[6] Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, strategi hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan.[7]

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka penulis berkesimpulan bahwa strategi adalah serangkaian upaya yang telah ditetapkan oleh kelompok orang, dalam hal ini perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Adapun strategi meningkatkan kualitas siaran berita yang harus diperhatikan, yaitu:[8]

a. Strategi Kesesuaian *(Compability)*

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat. Program siaran

---

[6] Ramlie R. Merta Wijaya, Strategi Pengendalian Administratif, (Bandung: Aksara, 1991), 7.

[7] Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), 31.

[8] Susan Tyler Eastman, *Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices*, (California: Wadsworth Publishing Company, 1985), 10.

berita D'Jam Weker disiarkan pada pagi hari sangat tepat, karena bisa sebagai teman bagi pendengar dalam beraktifitas di pagi hari.

b. Strategi Pembentukan Kebiasaan *(Habit Formation)*

Pembentukan kebiasaan maksudnya adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

c. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar *(Control of Audience Flow)*

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain.

d. Strategi Daya Penarik Massa *(Mass Appeal)*

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal miungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

2. Radio

a. Pengertian Radio

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa, seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah. Secara umum, ia memiliki karakter yang sama dengan media lainnya, seperti publisitas (dapat diakses atau dikonsumsi oleh publik), universitas (pesannya bersifat uum), dan kontinuitas (berkesinambungan atau terus-menerus), serta

aktualitas (berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru). Radio adalah "suara", yakni siarannya untuk didengar atau dikonsumsi telinga.[9] Karenanya, apa pun yang disajikan melalui media ini harus berupa suara (*sound, audio*). Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kepadanya.[10]

b. Kelebihan Radio

Menurut Stanley R. Alten dan Newby, ada beberapa kelebihan radio

1) Sarana tercepat penyebar informasi dan komunikasi
2) Dapat diterima di daerah yang belum memiliki sambungan
3) Produksi siaran lebih singkat dan berbiaya terjangkau
4) Lebih merakyat karena buta huruf bukan hambatan
5) Harga radio tergolong murah dan mudah dibawa

Selanjutnya, menurut John Vivian, ada tiga kekuatan radio, diantaranya:

1) Mobilitas

   Radio bisa membawa pendengarnya kemana-mana sambil tetap sibuk

2) Imajinatif

   Radio menggiring pendengarnya ke dalam kenyataan dengan suara-suara aktual dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan

3) Cepat dan Langsung

   Radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat, bahkan secara langsung pada saat kejadian. Selain itu, pendengar juga bisa berinteraksi dengan penyiar secara langsung

[9]AS Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2006) 116.

[10]Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa, 2017) 13.

c. Kelemahan Radio

Ada beberapa kelemahan radio menurut Stanley R. Alten dan Newby

1) Hanya bunyi (auditif) dan tidak ada visualisasi
2) Tergantung pada kondisi dan stabilitas udara disaat siaran
3) Tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara detil
4) Terdengar selintas, sulit diingat, dan tidak bisa diulangi
5) Hanya bisa didengar dan tidak bisa didokumentasikan

3. Berita Radio

Berita radio adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan opini yang mempunyai nilai berita, penting dan menarik bagi sebanyak mungkin orang. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Untuk mendapatkan sajian berita radio yang menarik seorang penyiar berita selain memenuhi standar kualifikasi dalam siarannya, juga memerlukan kepiawaian dalam memilih berita-berita yang sedang hangat sehingga tetap menarik bagi pendengarnya.

Jurnalistik didefinisikan sebagai keterampilan atau kegiatan mengelola bahan berita, mulai dari meliput, memproduksi, dan melaporkan sebuah fakta menjadi berita. Jika dalam media cetak pengertian berita adalah peristiwa yang diulangi, maka dalam radio berita adalah peristiwa yang dikomunikasikan kepada pendengar pada saat yang bersamaan dengan peristiwanya.

Program berita radio tidak saja harus memperhatikan kode etik penyiaran, tapi juga harus menaati kode etik jurnalistik, seperti berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini, akurasi data, cek dan ricek, sumber berita, menghindari cabul (pornografi) dan SARA, dan penyampaian berita dengan “nada” netral, “formal”, dan tidak tendensius. Pengumpulan berita dilakukan oleh reporter atau mengutip (menulis ulang) berita dari media lain (koran, majalah, media online) jika radio tidak merekrut reporter khusus.[11]

[11] Ibid., 114.

Sebuah peristiwa yang layak diberitakan jika memiliki nilai berita, yakni:

a. *Magnitude*, peristiwa besar yang menghebohkan, seperti kecelakaan pesawat dan gempa bumi.
b. *Significance/Impact*, menyangkut kepentingan publik atau berdampak bagi kehidupan masyarakat, seperti ada wabah penyakit atau kenaikan harga BBM.
c. *Actuality/Timeliness*, hangat, sedang atau baru saja terjadi, menjadi isu terkini dan dibicarakan masyarakat.
d. *Proximity*, dekat secara geografis dan psikologis dengan publik pendengar. Memiliki kedekatan emosional.
e. *Prominence*, ketenaran, kemahsyuran, popularitas atau ketokohan orang atau lembaga yang terlibat, seperti *public figure*, artis, tokoh politik, dan orang "biasa" yang sedang "naik daun"
f. *Surprise*, peristiwa yang mengagetkan publik.
g. *Conflict/Suspense*, perselisihan, bentrokan, perang, ketegangan dan sebagainya.
h. *Unique*, unik mengandung keanehan atau keganjilan, langka.
i. *Human Interest*, peristiwa yang menyentuh perasaan kemanusiaan.

Selain memperhatikan nilai berita, berita radio juga memiliki karakter yang berbeda dengan media lainnya, yaitu:

a. *Auditif*. Untuk didengarkan, untuk telinga, untuk dibacakan atau disuarakan.
b. *Spoken Languange*. Menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam obrolan sehari-hari *(spoken words).* Kata-kata yang dipilih harus sama dengan kosakata pendengar agar langsung dimengerti.
c. Sekilas. Tidak bisa diulang. Karenanya harus jelas, sederhana, dan sekali ucap langsung dimengerti.
d. Global. Tidak detail, tidak rumit. Angka-angka dibulatkan, fakta-fakta diringkaskan.

e. Hindari kutipan langsung. Karena sifatnya "bercerita" *(story telling)*, naskah berita radio harus menghindari kutipan langsung, misalnya *("Saya siap melakukannya," ujar Presiden*, menjadi *Presiden menyatakan siap melakukannya*).[12]

Sedangkan karakter berita radio menurut Masduki, dapat ditentukan sebagai berikut:[13]

a. Segera dan cepat. Laporan peristiwa atau opini di radio sesegera mungkin dilakukan untuk mencapai kepuasan pendengar dan mengoptimalkan sifat kesegaraannya sebagai kekuatan radio.
b. Aktual dan factual. Berita radio adalah hasil liputan peristiwa atau opini yang segar dan akurat sesuai fakta, yang sebelumnya tidak diketahui oleh khalayak. Opini ini terkait dengan upaya pendalaman liputan (investigasi) atas suatu data atau peristiwa.
c. Penting bagi masyarakat luas. Harus ada keterkaitan dengan nilai berita *(news value)* yang belaku dalam pengertian jurnalistik secara umum, guna memenuhi kepentingan masyarakat.
d. Relevan dan berdampak luas. Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkannya dan akan mendapat manfaat optimal dari berita radio, yaitu pengetahuan dan kemampuan bersikap atau mengambil keputusan tertentu, sebagai respon atas sebuah berita.

Selain itu ciri khas berita radio ialah singkat, padat dan jelas. Redaktur berita radio yang ideal ialah apabila ia menulis berita tersebut sambil membacanya, sehingga dia dapat merasakan atau menghayati, bahwa begitulah bunyi berita tersebut apabila disampaikan atau dibaca oleh penyiar, dan didengar oleh pendengarnya.

Maka berdasarkan uraian di atas, menurut hemat penulis, berita radio yang berkualitas ialah peristiwa yang memiliki nilai berita, serta dalam proses penyiarannya mengikuti karakteristik berita radio. Selain memperhatikan kode penyiaran, kode etik jurnalistik juga diperhatikan.

---

[12] Ibid., 118.

[13] Masduki, *Jurnalistik Radio (Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar)*, (Lkis Yogyakarta: 2001), 12.

Sedangkan beberapa bentuk berita radio, yaitu:[14]

a. Berita tulis (*writing news, spot news*), yaitu berita pendek yang bersumber dari media lain atau ditulis ulang. Bisa pula berupa liputan reporter yang teksnya diolah kembali oleh studio.
b. Berita sisipan (*news with insert*), yaitu berita yang di mix dengan sisipan suara narasumber.
c. *News Feature,* yaitu berita atau laporan jurnalistik panjang yang lebih bersifat human interest
d. *Phone in News*, yaitu berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter via telepon.
e. Bulletin berita *(news bulletin),* yaitu gabungan beberapa berita pendek yang disajikan dalam satu blok waktu.
f. Jurnalisme interaktif *(news interview),* yaitu berita yang bersumber pada sebesar mungkin keterlibatan khalayak.

Namun, jenis berita yang lazim diberitakan di radio menurut Asep Syamsul M Romli, meliputi:

a. *Straight News*. Berita langsung, singkat, tidak detail, informasi peristiwa aktual yang segera disiarkan.
b. *Opinion News*. Berita Opini, yaitu pendapat, ide, komentar, atau pernyataan tentang suatu peristiwa atau masalah, juga secara ringkas.[15]

Ada lima asas yang harus diingat bila menulis untuk telinga (berita yang akan disiarkan):[16]

a. Diucapkan- *It's Spoken*

Berita radio adalah sesuatu yang diucapkan untuk didengar. Naskah berita yang belum disiarkan belum dapat dikatakan berita radio. Dan baru menjadi berita radio, apabila sudah diucapkan atau dibaca penyiar untuk disiarkan kepada pendengar.

---

[14]Ibid., 14.
[15] Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, 117.
[16] Hasan Asy'ari Oramahi, *Menulis untuk Telinga-Sebuah Manual Penulisan Berita Radio*, (Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama, 2003), 37-42.

b. Langsung- *It's Immediate*

Radio adalah media sekarang, bukan media kemarin atau media esok. Diantara kelebihan media disbanding surat kabar adalah ciri sekarang tersebut, karena sesuatu yang disiarkan melalui media radio, harus sampai ditelinga pendengar dan memberi kesan bahwa hal itu terjadi sekarang.

c. Antar Orang-*It's Person to Person*

Radio adalah media aku dan kau (*person to person*). Kendatipun jumlah pendengar radio tidak terbatas, komunikasi yng dibangun adalah oleh penyiar dengan hanya satu orang pendengar, dengan kata lain pendengar radio selalu tunggal adanya. Walaupun pesan (berita) radio agak lebih formal, namun harus diingat bahwa radio juga merupakan media hiburan *(entertainment medium)*. Jadi hindarilah bahasa-bahasa birokratik, sebab begitu menggunakan bahasa birokratik, pesan atau berita menjadi gersang, hambar dan tidak lagi diminati pendengar.

d. Terdengar Hanya Sekali- *It's Heard Only Once*

Radio merupakan media sekali pakai atau tepatnya media sekali dengar. Artinya, pendengar hanya memiliki satu kesempatan untuk mendengar pesan yang penyiar sampaikan, maka justru karena itu, kejelasan merupakan prioritas pertama.

e. Hanya Bunyi- *It's Sound Only*

Kata-kata adalah jembatan antara redaktur berita radio dengan pendengar. Kata-kata itu hanya dapat didengar, karena radio adalah media audio.

Untuk siaran berita, hal yang selalu diingat adalah bahwa karena radio hanya bersifat sekali dengar saja, maka pesan yang disampaikan harus jelas dan tidak membuat bingung pendengar. Struktur naskah berita radio terdiri atas kalimat pembuka *(lead)* dan tubuh berita *(news body).* Rumus yang dipakai adalah 5W+1H dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut[17]:

What; Apa yang terlibat? *When;* Kapan hal itu terjadi?

[17] Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, 104.

Who; Siapa yang terlibat? *Why;* Mengapa hal itu terjadi?

Where; Dimana terjadinya? *How;* Bagaimana kejadiannya?

Lead harus berisi fakta paling penting atau menarik perhatian ke unsur utama berita. Biasanya menggunakan *what* dan *who*. Sedangkan *news body* atau tubuh berita merupakan penjelasan tentang fakta yang dikemukakan dalam lead. Yaitu menceritakan berita dengan urutan yang logis; apa yang terjadi *(what),* kapan terjadi *(when),* dan siapa terlibat disana *(who).* Jika waktunya cukup, masukkan unsur bagaimana *(how).*[18]

4. Program D'Jam Weker

Program siaran berita di D'radio Jambi ialah D'Jam Weker, merupakan singkatan dari "Jangan Malas Waktunya Bekerja". Menemani pendengar dari pukul 07.00 WIB, dengan durasi waktu 120 menit. Pendengar D'Jam Weker di waktu pagi biasanya ialah usia 25 sampai 39 tahun yang *mobile* di pagi hari. Program ini sudah aja sejak tahun 2015 dan masih bertahan sampai sekarang, karena peminatnya yang ramai. Berita yang biasa disajikan adalah berita langsung *(straight news).* Isu yang sedang berkembang di Provinsi Jambi. Dengan durasi 90 menit, informasi yang disajikan beragam. Mulai dari kriminal, politik, kesehatan dan hal-hal terbaru. D'Jam Weker juga kerap mengadakan dialog dengan narasumber guna memberi informasi secara langsung kepada pendengar.

Untuk memberi variasi kepada pendengar. Program ini menentukan segmen masing-masing berita. Misalnya, satu jam pertama membahas mengenai info kriminal di Provinsi Jambi. Satu jam berikutnya membahas mengenai isu politik, dan satu jam terakhir membahas mengenai info kesehatan. Tidak lupa pada 120 menit itu diselingi dengan lagu yang membuat semangat pendengar di pagi hari.[19]

[18] Ibid., 106-108.

[19] Arif Ramadhan, Music Director Dradio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 18 Desember 2018, Kota Jambi, Rekaman Audio.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Kajian terhadap Strategi Peningkatan Kualitas Siaran Berita D'radio Jambi menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang diminati. Metode deskriptif adalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa, dimana pada hakikatnya metode deskriptif ini adalah mengumpulkan data-data.[20]

Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan suatu gejala sosial. Dapat dikatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala sosial. Dapat dikatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang sedang berlangsung saat penelitian. Terutama pada penjelasan metode deskriptif ini adalah menggunakan data lisan yang memerlukan informan. Pendekatan yang mengarahkan informan ini diarahkan pada latar dan individu yang bersangkutan secara keseluruhan sebagai bagian dari satu kesatuan yang utuh. Dengan menggunakan metode deskriptif ini, maka data yang diperoleh dari hasil penelitian dipaparkan dalam sebuah tulisan ilmiah.

2. Setting dan Subjek Penelitian

Setting penelitian adalah D'radio Jambi, Graha D'Radio Jl Pattimura No. 35 D Jambi. Pemilihan setting didasarkan atas pertimbangan rasional bahwa D'Radio berkembang cukup maju, terlebih dari segi pancaran sinyal suara dibandingkan radio lain. Subjek penelitian berpusat pada segenap tenaga pada D'Radio Jambi meliputi manajer, produksi, *music director* dan penyiar. Mengingat subjek yang baik adalah subjek yang terlibat aktif, cukup mengetahui, memahami, atau berkepentingan dengan aktifitas yang akan diteliti, serta memiliki waktu untuk memberikan informasi secara benar.[21]

Untuk memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi yang diteliti, dengan kata lain pengambilan sampel diambil berdasarkan kebutuhan penelitian. Maka digunakanlah *snowball sampling*, yakni teknik pengambilan

---

[20] Jalaluddin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007), 25.

[21] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 1989), 114-115.

sampel data yang pada awalnya jumlahnya sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka harus mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data.[22]

Jadi, penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung. Caranya yaitu seorang peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya itu peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap.[23]

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam jenis penelitian ini terdiri dari, manusia, situasi/peristiwa, wawancara dan dokumentasi. Sumber data manusia berbentuk perkataan maupun tindakan orang yang bisa memberitakan data melalui wawancara. Sumber data suasana/peristiwa meliputi ruangan, suasana, dan proses. Sumber data tersebut merupakan objek yang akan diobservasi. Sumber data dokumenter atau berbagai referensi yang menjadi bahan rujukan dan berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti.

Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui observasi atau wawancara di lapangan. Dalam hal ini yang diinginkan adalah strategi peningkatan kualitas siaran berita. Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua berupa dokumentasi serta peristiwa yang bersifat lisan dan tertulis. Seperti jurnal, buku dan struktur.

4. Metode Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam studi ini menggunakan tiga teknik yang dilakukan secara berulang-ulang agar keabsahan datanya dapat dipertanggung jawabkan, yaitu:

---

[22] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 300.

[23] Ibid., 301.

Pertama, pengamatan terlibat, pengamatan dilakukan dengan keterlibatan peneliti dalam aktivitas yang diamati, peneliti dalam hal ini hanya melakukan pengamatan, baik secara langsung ke tempat penelitian atau mendengarkan frekuensi penelitian tersebut.

Kedua, wawancara mendalam, dilakukan melalui cara lisan atau tatap muka antara peneliti dengan sumber data manusia.

Ketiga, dokumentasi, merupakan metode pengumpulan data melalui data-data dokumenter, berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah ataupun foto.

Ketiga teknik pengumpulan data di atas digunakan secara simultan untuk saling melengkapi satu sama lain. Sehingga data yang penulis peroleh memeiliki validitas dan keabsahan yang baik untuk dijadikan sebagai sumber informasi.

5. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan sejak pengumpulan data secara keseluruhan. Data kemudian dicek kembali, secara berulang dan untuk mencocokkan data yang diperoleh, data diintrepertasikan secara logis sehingga mendapatkan data yang absah dan kredibel.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis menurut Miles dan Huberman, ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu[24]:

a. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian "data mentah" yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data terjadi secara kontinus melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa episode selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, pengodean, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat

[24] Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 129.

pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo). Reduksi data bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis.

b. Model Data (Data Display)

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data. Kita mendefinisikan "model" sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Model *(display)* dalam kehidupan sehari-hari berbeda-beda dari pengukur bensin, surat kabar, sampai layar komputer. Melihat sebuah tayangan membantu kita memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu analisis lanjutan atau tindakan-tindakan didasarkan pada pemahaman tersebut.[25]

Dalam tujuan pekerjaan kita, kita menjadi yakin bahwa model yang lebih baik adalah suatu jalan masuk utama untuk analisis kualitatif yang valid. Maka, ambil catatan secara hati-hati. Sebagaimana dengan reduksi data, menciptakan dan menggunakan model bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis, ia merupakan bagian dari analisis.

c. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah "makna" sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proposisi-proposisi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran dan kecurigaan, tetapi kesimpulan masih jauh, baru mulai dan pertama masih samar, kemudian meningkat menjadi eksplisit dan mendasar.

Kesimpulan "akhir" mungkin tidak terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang dana –

[25] Ibid., 131.

tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memroses secara induktif.[26]

G. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk memperoleh data yang terpercaya *(trustworthiness)* dan dapat dipercaya *(reliable)*, maka peneliti melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data yang didasarkan atas sejumlah kriteria. Dalam penelitian kualitatif, upaya pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan lewat empat cara yaitu:

1. Perpanjangan keikutsertaan

Pelaksanaan perpanjangan keikutsertaan dilakukan lewat keikutsertaan peneliti di lokasi secara langsung dan cukup lama, dalam upaya mendeteksi dan memperhitungkan penyimpangan yang mungkin mengurangi keabsahan data, karena kesalahan penelitian data (data distortion) oleh peneliti atau responden, disengaja atau tidak sengaja. Distorsi dari peneliti dapat muncul karena adanya nilai-nilai bawaan dari peneliti atau adanya keterasingan peneliti dari lapangan yang diteliti. Sedangkan distorsi data dari responden, dapat timbul secara tidak sengaja, akibat adanya kesalah pahaman terhadap pertanyaan, atau muncul dengan sengaja, karena responden berupaya memberikan informasi fiktif yang data menyenangkan peneliti, ataupun untuk menutupi data yang sebenarnya.

Distorsi data tersebut, dapat dihindari melalui perpanjangan keikutsertaan peneliti di lapangan yang diharapkan dapat menjadikan data yang diperoleh memiliki derajat realibilitas dan validitas yang tinggi. Perpanjangan keikutsertaan peneliti pada akhirnya juga akan menjadi semacam motivasi untuk menjalin hubungan baik yang saling mempercayai antara responden sebagai objek penelitian dengan peneliti.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti, rinci, dan berkesinambungan terhadap factor-faktor yang menonjol dalam penelitian. Faktor-faktor tersebut selanjutnya ditelaah, sehingga peneliti dapat memahami faktor-faktor tersebut. Ketekunan

[26] Ibid., 133.

pengamatan dilakukan dalam upaya mendapatkan karakteristik data yang benar-benar relevan dan terfokus pada objek penelitian, permasalahan dan fokus penelitian. Hal ini diharapkan pula dapat mengurangi distorsi data yang mungkin timbul akibat keterburuan peneliti untuk menilai suatu persoalan, ataupun distorsi data yang timbul dari kesalahan responden yang memberikan data secara tidak benar, misalnya berdusta, menipu dan berpura-pura.

3. Trianggulasi

Trianggulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data pokok, untuk keperluan pengecekan reabilitas data melalui pemeriksaan silang, yaitu lewat perbandingan berbagai data yang diperoleh dari berbagai informan. Terdapat empat macam teknik trianggulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik pemeriksaan menggunakan sumber, metode, penyidik dan teori. Trianggulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat realibitas suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

H. Studi Relevan

Dalam industri media, strategi terhadap suatu media agar tetap bertahan dan maju adalah hal yang paling penting, terlebih di zaman sekarang ini media komunikasi massa sangat menjamur. Berdasarkan penelusuran penulis terhadap beberapa karya yang membicarakan mengenai Strategi Radio, terdapat beberapa karya akademik mengenai Strategi radio. Pertama, karya akademik Skripsi Devi Damayanti, mahasiswa IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang berjudul *"Strategi Radio Metro Fm Jambi dalam meningkatkan Kualitas Siaran Program EBISS".* Kedua, skripsi Triyono mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "*Strategi Radio Global Fm dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar".* Ketiga, ada pula karya akademik yang membicarakan mengenai siaran berita, yaitu skripsi Ni'maturohmah, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul *"Teknik Siaran Berita Buletin Siang di Radio R2B FM Rembang"*. Keempat, jurnal karya Siantari Rihartono, Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UIN

Sunan Kalijaga, dengan judul *"Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-tengah Perkembangan Teknologi Internet".*

Sebagaimana terlihat dari studi relevan ini bahwa sudah banyak yang meneliti tentang strategi radio di beberapa radio yang ada di Indonesia, strategi tersebut juga bermacam-macam, strategi untuk meningkatkan kualitas penyiarnya, strategi meningkatkan suatu program siaran ekonomi hingga teknik siaran berita buletin, namun belum ada penelitian tentang strategi radio dalam meningkatkan kualitas siaran berita, terutama di D'radio Jambi. Pada penelitian ini penulis akan mencari tahu mengenai bagaimana strategi perencanaan untuk peningkatan kualitas siaran berita di D'radio Jambi, bagaimana pelaksanaan dari perencanaan tersebut hingga bagaimana evaluasi setelah strategi direncanakan dan dilaksanakan pada program D'Jam Weker.

Sehingga akan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya pada studi relevan ini, keempat karya tersebut dilakukan pada tempat yang berbeda dan fokus penelitian yang juga berbeda. Sehingga akan banyak perbedaan hasil penelitian. Melihat adanya perbedaan setting, tentu saja penelitian yang dihasilkan akan berbeda.

BAB II
PROFIL UMUM D'RADIO JAMBI

A. Sejarah D'radio

Sejarah berdirinya D'Radio Jambi bermula dari berdirinya PT. Radio Dian Irama. PT. Radio Dian Irama berdiri tahun 1968, dikenal dengan nama "Dira" dan mendapat perhatian yang baik dari masyarakat Jambi. Terbukti dengan banyaknya pendengar dan partisipasi yang mengikuti setiap program yang dibawakan oleh penyiar. Namun, pada 20 Juni 2015 "Dira" beralih ke manajemen baru, dengan nama D'Radio Jambi. Tetap dengan frekuensi yang sama, D'Radio hadir untuk memberikan nuansa yang lebih segar dengan program siaran *on air* yang lebih *fresh* dan didukung dengan *announcer* professional.

D'Radio adalah radio dewasa yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan pendengar yang sarat dengan aktifitas. Semua konten program *on air* dirancang untuk bisa merangsang otak dan fisik menjadi segar. Secara *global positioning* D'Radio adalah orang dewasa berusia 14 sampai 40 tahun yang aktif, menyukai musik terutama lagu-lagu Indonesia dan manca, suka bersosialisasi, peka terhadap isu-isu lingkungan dan hal-hal yang bersifat pembaruan. Peduli terhadap perkembangan karir, keanganan dan religius. Berdasarkan gambaran tersebut, maka program *on air* pun dirancang untuk memenuhi kebutuhan pendengar yang dekat dengan keluarga dan selalu memperbaharui diri dengan Indonesia terkini.

B. Visi dan Misi D'Radio Jambi

Visi:

Menjaga dan melestarikan kebudayaan bangsa, memberikan informasi yang syarat dengan nilai-nilai pendidikan dan juga hiburan.

Misi:

Menyiarkan acara atau program yang dikemas dengan semenarik mungkin informatif dan edukatif.

Gambaran umum rencana kerja D'Radio 5 tahun ke depan:

1. Tahun pertama memperkenalkan acara atau program siaran kepada pendengar

2. Tahun kedua berusaha menjadi radio yang dikenal baik oleh pendengarnya melalui sajian acara yang menarik dan dikemas dengan sebaik mungkin
3. Tahun ketiga berusaha memperkenalkan diri kepada client dengan cara memperkenalkan program acara sehingga menarik minat client untuk mempromosikan produknya di Radio Dian Irama
4. Tahun ke-empat untuk berusaha lebih baik lagi dengan berperan dievent-event lokal (mengadakan program off air)
5. Tahun kelima mengevaluasi serta menetapkan program yang layak disiarkan dan sangat digemari oleh pendengar juga memantapkan strategi pemasaran kedepan dalam meingkatkan daya saing di tengah-tengah radio lokal.

Sistem Penggajian :

PT. Dian Irama 104,3 Fm menggunakan sistem penggajian perbulan. Ditambah bonus dan lembur apabila siaran di luar jadwal. Untuk bonus, penyiar mendapat bonus apabila perusahaan mendapatkan keuntungan melebihi target. Intensif 10 % dari biaya pembuatan iklan dari kontrak iklan yang didapat penyiar selama iklan berjalan.

C. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu organisasi berguna untuk memperlancar semua proses siaran, karena apabila sarana dan prasarana kurang mendukung maka penyelenggaraan atau pelaksanaan siaran D'Radio Jambi tidak berjalan dengan baik. Begitu pula sebaliknya sarana dan prasarana yang mendukung akan memudahkan proses siaran pada D'Radio Jambi terutama dalam program D'Jam Weker.

Tabel : Keadaan dan kondisi sarana dan prasarana di dalam studio D'Radio Jambi

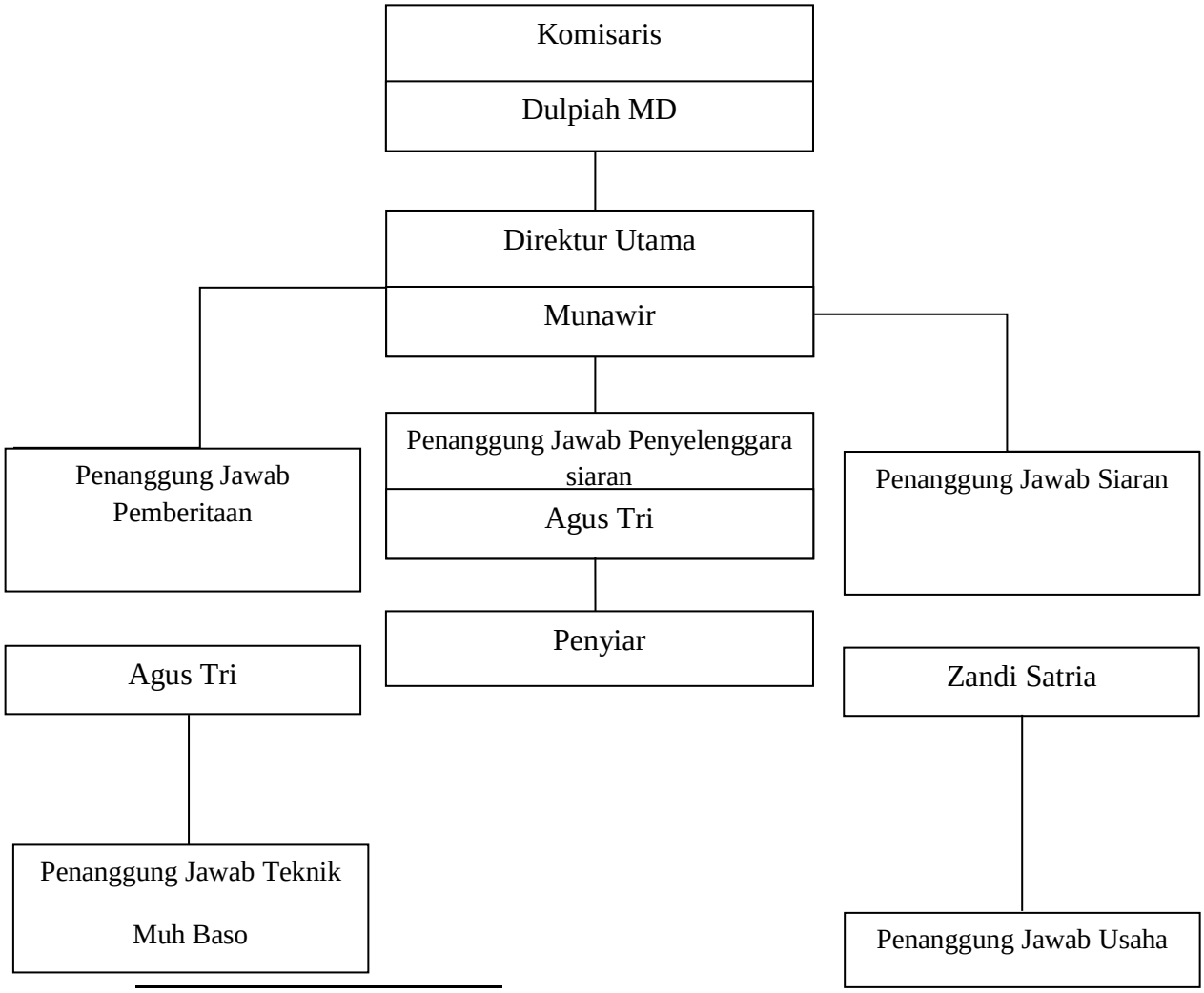
No	Jenis Sarana/Prasarana	Jumlah	Keterangan
1	Komputer	2 Unit	Baik
2	Microfon	4 Unit	Baik

3	Headphone	3 Unit	Baik
4	Mixer	1 Unit	Baik
5	Tablet Phone	1 Unit	Baik

Sarana dan prasarana yang ada di D'Radio Jambi keseluruhan dalam keadaan baik dan dapat digunakan untuk kegiatan yang ada di D'Radio Jambi, yakni siaran, baik itu siaran monolog atau pun interaktif dengan narasumber. D'Radio Jambi juga acap kali melakukan siaran langsung yang tentunya sarana dan prasarana tersebut sudah dimiliki doleh D'Radio.

D. Struktur Organisasi D'Radio Jambi

Tabel: Struktur Organisasi D'Radio Jambi 2019[1]



[1]Dokumentasi, Struktur Organisasi, D'Radio Jambi, 8 April 2018, Kota Jambi.

Penyiar D'Radio Jambi

NO.	NAMA PENYIAR	PROGRAM
1.	ANDRA	D' JAM WEKER, D'MALMING, D'CLASSIC, HAI D'RADIO
2.	ABRAHAM	D'OBROLIN
3.	ANTA	D'SINI AJA, HAI D'RADIO
4.	ARIS	D'WEEKEND
5.	CUT	D'KPOP, D'INSPIRASI
6.	DHEA	D'COVER, D'BAPER
7.	GITA	D'WEEKEND, D'SINI AJA
8.	NORA	D'SINI AJA
9.	NYIMAS	D'HARMONI
10.	RYAN	D'BAPER
11.	SANTI	D'SINI AJA

SDM dan Keahlian

NO	JABATAN	PENDIDIKAN
1	DIREKTUR	SARJANA MUDA/S3
2	KEPALA STUDIO	S1
3	MARKETING	D1
4	KEUANGAN	SMK
5	TEKNISI	STM
6	PROGRAMER/OPERATOR	SMK
7	HOST/ANNOUNCER	S1 & SMA

E. Program On Air D'Radio Jambi

NO	PROGRAM	JAM TAYANG	DESKRIPSI
1.	D'Jam Weker	Senin-Sabtu, 07.00-10.00	Program On Air "Show" in the morning. D'Jam Weker (Jangan

			Malas Waktunya Bekerja). Berbicara kegiatan sehari-hari tentang update news, olahraga jamming morning, live traffic, lifestyle, gossip, etc. More interactive and support untuk semangat kerja.
2.	Hai D'Radio	Senin-Sabtu, 10.00-12.00	A time for sharing experience all day long (Live Phoner at 085314336887). D'Listeners bisa request masalah rutinitas kegiatan sehari-hari, ngobrol asik, lucu-lucuan. Lagu-lagu Barat & Indonesia 80's sampai 2000-an dengan beat soft and very hits only akan menjadi playlistnya.
3.	D'Sini Aja	Senin-Sabtu, 12.00-15.00	Memberikan tips menu yang pas untuk di jam makan siang, life style dan informasi seputar selebriti.
4.	D'Baper	Senin-Kamis, 15.00-18.00	Sebuah program dengan target pendengar anak muda, request, sharing, curhat-curhatan dan memberikan solusi untuk para pendengar dan perequest.

5.	D'Obrolin	Senin-Jumat, 19.00-22.00	Obrolan tentang cinta, sport, MotoGP, selebriti Indo & Manca, tentunya obrolan hangat untuk di malam hari.
6.	D'Cover	Jumat-Sabtu, 15.00-18.00	Membahas tentang band-band indo maupun manca yang rilis single hits dan penyanyi cover terkenal saat ini.
7.	D'Malming	Sabtu, 19.00-22.00	Menyapa para pendengar yang sedang menikmati Weekend dan malam mingguan, dengan lagu pilihan top hits dan upbeat.
8.	D'Harmoni	Minggu, 06.30-09.00	Sebuah program mengenai tips hidup sehat, makanan maupun olahraga.
9.	D'Kpop	Minggu, 09.00-12.00	Membahas boy band dan girl band Kpop terkenal dan hits.
10.	D'Inspirasi Kita	Minggu, 12.00-15.00	Informasi tentang tips hijab, style, dan tokoh seseorang yang menginspirasi bagi seorang wanita.
11.	D'Weekend	Minggu, 15.00-18.00	Membahas wisata, travelling lokal indonesia dan merekomendasikan wisata yang

			pas untuk di weekend.
12.	D'Classic	Minggu, 19.00-22.00	Sebuah program dengan tema classic, membahas penyanyi tahun rilis, lagu, band terkenal di era tahun 80 sampai 90-an. Lagu-lagu yang pas dan santai menemani di malam hari.

F. Sejarah Program D'Jam Weker

Program D'Jam Weker, yang menjadi fokus pada penelitian ini ialah singkatan dari "Jangan Malas Waktunya Bekerja". Ialah program *On Air "Show" in the morning*. D'Jam Weker berbicara mengenai kegiatan sehari-hari tentang *update news,* olahraga *jamming morning, live traffic, lifestyle, gossip, etc. More interactive and support* untuk semangat kerja. Yang melatarbelakangi dibentuknya program ini ialah karena radio dekat dengan masyarakat dan dapat didengarkan sambil mengerjakan hal lainnya, maka D'Radio tetap ingin memberikan informasi seputar lokal dan nasional untuk menemani pendengar yang baru akan memulai aktifitasnya di pagi hari.

Hasil wawancara mengenai sejarah terbentuknya program D'Jam Weker, menurut penjelasan dari penyiar yang sedari awal telah membawakan program ini, yaitu Andra.

> [B]erdasarkan keinginan D'Radio untuk menyajikan informasi dan lagu, sesuai dengan tag line nya "News and Music", maka D'Jam Weker ini kita bentuk untuk itu. Yakni segmen dari program ini untuk pekerja yang beraktifitas di pagi hari, dengan suguhan lagu-lagu energik serta informasi-informasi aktual seputar Jambi dari berita pemerintahan, umum dan kriminal.[2]

Sesuai dengan tag linenya "News and Music", D'radio tidak hanya menyiarkan berita yang cenderung monoton, tetapi juga diselingi dengan lagu

[2] Andra, Penyiar D'Radio, Wawancara dengan peneliti 10 Maret 2019, Kota Jambi, Catatan Hasil Wawancara.

yang disesuaikan dengan target pendengar, yaitu lagu pop indonesia dan manca negara. Melalui program D'Jam Weker, ternyata banyak pendengar yang merasa terbantu, yakni sajian berita kerap kali membuat pekerja yang sedang berkendara di pagi hari terbantu. Hal tersebut disampaikan pendengar melalui sosial media D'Radio, yang juga diyakini sebagai bagian dari upaya D'Radio untuk mengikuti perkembangan zaman.

D'Radio, dalam hal ini program D'Jam Weker memanfaatkan sosial media untuk meningkatkan eksistensi radio. Hal tersebut disampaikan oleh general manager D'radio, Agustri saat wawancara dengan peneliti.

> [K]ita sering melakukan siaran langsung di instagram maupun di facebook, gunanya agar pendengar bisa lebih dekat dengan penyiar dan semakin loyal dengan radio kita. Kalau dulu pendengar harus ke radio biar bisa ketemu penyiar, kalau sekarang dengan kecanggihan media, visual dapat dilihat dari sosmed. Itu juga berguna untuk menarik pendengar, kita ajukan pertanyaan supaya dapat feedback dari pendengar. Dari situ juga kita tahu bahwa pendengar masih stay tune dengan radio kita, dan tidak jarang mereka memposting dengan caption yang mengatakan bahwa D'Radio banyak memberi informasi, salah satunya dari program D'Jam Weker.[3]

[3] Agus Tri, General Manager, Wawancara dengan peneliti 10 Maret 2019, Kota Jambi, Catatan Hasil Wawancara.

BAB III
PERENCANAAN STRATEGI DAN PELAKSANAAN PENINGKATAN KUALITAS BERITA DI D'RADIO JAMBI

A. Perencanaan Strategi Siaran Berita Program D'Jam Weker

Berbicara mengenai strategi, pada bab sebelumnya dikatakan bahwa strategi adalah seni dan ilmu perencanaan dan memanfaatkan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif. Untuk itu, strategi yang dilakukan dalam program D'Jam Weker meliputi:

1. Perencanaan

Penyusunan Program; penjadwalan kegiatan, penganggaran adalah ketiga kegiatan yang harus direncanakan dengan seksama, efektif dan efisien sehingga dapat dijadikan acuan dalam mendukung kegiatan penyiaran pemberitaan D'Radio Jambi. Penyusunan program pemberitaan sudah dilakukan pada divisi produksi dan dioptimalkan juga oleh penyiar, bahwa program pemberitaan tidak disusun secara statis dengan mempertimbangkan perkembangan dan trend pemberitaan yang kemungkinan akan terjadi dalam masyarakat. Reporter meliput kegiatan-kegiatan yang berbentuk kontrak pemerintahan, untuk selebihnya penyiar harus pandai dalam mengatur bahasan apa saja yang akan disampaikan. Maka, pekerja media dituntut untuk *up to date.*

Karena perencanaan adalah fungsi pertama dan utama manajemen. Dengan perencanaan orang dapat mengetahui apa, mengapa, dimana, kapan, siapa dan bagaimana suatu pekerjaan dilaksanakan. Di sini, menurut pengamatan penulis, hal utama yang direncanakan dalam program D'Jam Weker ialah perencanaan waktu jam siar. Karena dalam menentukan siaran suatu program tentu harus mengetahui siapa pendengar dan kemudian disesuaikan dengan materi siaran.

Dalam hal ini, D'Radio Jambi telah sepakat dan memilih jam siar yang tepat terkait program D'Jam Weker. Tayang di pagi hari dengan menyiarkan program berita daerah dan nasional dengan pembawaan yang lues dipercaya mampu menarik perhatian pendengar untuk mendengarkan stasiun radio

tersebut. Hal ini turut disampaikan oleh General Manager D'Radio Jambi dalam sesi wawancara bersama penulis.

> [K]ita memang sudah memiliki perencanaan yang matang terkait kapan jam siar, materi siarannya seperti apa, pembawannya bagaimana. Bahkan lagu yang tepat di jam siaran ini dan siapa penyiarnya memang sudah kita rencanakan dengan matang, sehingga saat pelaksanaan benar-benar sesuai dengan apa yang kita rencanakan.[1]

Hal senada juga dikatakan oleh Penyiar D'Radio saat wawancara dengan penulis.

> [Y]a sebelum membuat suatu program, kita terlebih dahulu rapat dengan seluruh crew, baiknya bagaimana. Sehingga memang program yang ingin kita buat, dapat bermanfaat untuk pendengar dan dinantikan selalu dalam jangka waktu yang panjang.[2]

Sebagaimana yang dikatakan oleh Andra selaku penyiar dan Agus Tri selaku Manager, memang program D'Jam Weker ini dibentuk melalui perencanaan yang matang sehingga dapat bertahan hingga sekarang dan selalu dinantikan oleh pendengar. Adapun tahapan dalam strategi perencanaan ialah perumusan strategi perencanaan peningkatan kualitas siaran berita D'Radio Jambi, sebagai berikut:

a. Merencanakan Produksi Program

Suatu perusahaan jika ingin berhasil tentu harus mengembangkan visi dan misi perusahaan. Visi adalah sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis, sedangkan misi merupakan pernyataan jangka panjang yang membedakan suatu bisnis dari bisnis serupa yang lain. D'Radio sendiri dalam program D'Jam Wekernya dalam mengembangkan visi dan misi membuat perencanaan yang matang, diantaranya mengadakan rapat setiap hari, ini untuk membicarakan mengenai progress selama program siaran, khususnya siaran berita berlangsung, apakah baik atau tidak. Selama rapat tersebut, program direncanakan secara matang. Meliputi, suatu program dicocokkan dengan jam siar, siapa yang membawakan, materi yang disiarkan dan

[1] Agus Tri, General Manager, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[2] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

siapa target pendengarnya. Seperti program D'Jam Weker yang disiarkan di pagi hari, dirasa oleh General Manager D'Radio Jambi, Agus Tri, sangat cocok, yakni target pendengar ialah para pekerja atau khalayak yang sudah mobile di pagi hari, ini diikuti dengan materi yang memiliki kedekatan dengan pendengar, seperti berita politik, berita yang sedang hangat di kota dan Provinsi Jambi, hingga berita *lifestyle* lainnya. Termasuk di sini menentukan penyiar, lagu yang disiarkan, iklan serta tambahan lainnya untuk membuat suatu program radio menjadi lebih berkualitas.

Strategi alternatif merupakan langkah yang menggerakkan perusahaan dari posisinya sekarang ini menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan. Strategi alternatif tidak datang dengan sendirinya, melainkan diturunkan dari visi, misi, tujuan (sasaran), audit eksternal dan audit internal perusahaan. Hal tersebut harus konsisten dengan dan dibangun atas dasar strategi-strategi sebelumnya yang pernah berhasil diterapkan.

D'Radio dalam program beritanya memiliki sejumlah materi siaran alternatif, apabila suatu materi berita yang telah ditentukan bersama tidak memungkinkan disiarkan pada hari yang telah ditentukan, maka sudah menyiapkan berita-berita lainnya. Ini turut disampaikan oleh penyiar D'Radio Jambi, Andra.

[K]ita sebagai penyiar harus fleksibel ya, harus siap dengan segala kondisi yang ada ketika di lapangan, ketika sedang mengudara. Misal, supaya tidak gugup, maka kita harus pahami dulu materi beritanya, atau tiba-tiba hilang fokus saat sedang open mic, ya kita harus pandai ngeles. Intinya, kita harus siapkan alternatifnya, kalau materi tiba-tiba hilang, ya kita harus siapkan materi lainnya.[3]

[3] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

b. Merencanakan Materi Berita dan Membentuk Tim

Sama seperti media pada umumnya, media radio khususnya D'Radio Jambi mengadakan rapat untuk membicarakan berita apa yang akan disiarkan pada program D'Jam Weker. Mereka dibagi tugas untuk meliput, memantau setiap kejadian, membuat naskah berita dan tugas penyiar untuk menyampaikan berita, baik itu rekaman atau bulletin berita, hingga berita siaran langsung. Yaitu berita yang langsung disampaikan penyiar ketika siaran berlangsung tanpa ada rekaman sebelumnya. Di sini, kepiawaian penyiar diperlukan. Maka, suatu berita radio dapat dikatakan berkualitas, jika yang menyampaikan berita dapat dengan baik menyampaikannya hingga membuat pendengar memahami maksud si penyiar tersebut.

Mengingat materi berita pada program siaran D'Jam Weker terbagi menjadi berita politik, kriminal, ekonomi, pemerintahan dan gaya hidup baik tingkat daerah, provinsi, nasional hingga internasional, diperlukan tupoksi masing-masing *crew*, seperti yang dikatakan oleh general manager D'Radio Jambi, Agus Tri kepada penulis saat wawancara.

[K]ita berbagi tugas, reporter tugasnya mencari berita yang telah kita tentukan pada rapat sebelumnya, jadi setiap hari ada proyeksi lah istilahnya, pergi ke A untuk nyari data Z, begitu. Terus, yang ada di kantor, misalnya admin kita, itu tugasnya mantengin media sosial untuk tahu info apa sih yang sedang heboh di Jambi saat ini. Karena sekarang kan sudah banyak akun sosial media yang memposting kejadian-kejadian, setelah itu reporter membawa hasil liputannya yang kemudian diolah menjadi sebuah berita dan diedit oleh bagian produksi, atau bisa dibilang redaktur, kemudian akan diserahkan untuk dibacakan oleh penyiar.[4]

Maka, pada tahap perencanaan ini, tim yang dibentuk akan menjalankan sesuai dengan tugasnya. Setelah rapat usai dan reporter

[4] Agus Tri, General Manager, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

mencari apa yang ditugaskan, admin memantau sosial media untuk mengabarkan apa berita yang sedang hangat diperbincangkan di Jambi. Lalu, reporter pulang membawa berita untuk diedit oleh produksi khususnya bagian pembuat naskah dan esoknya disampaikan kepada penyiar. Termasuk di sini bagaimana cara menulis berita yang baik untuk berita radio, lalu bagaimana seharusnya penyiar menyampaikan berita tersebut.

c. Menampilkan Berita Berkualitas yang Berbeda

Berita yang dikatakan berkualitas, yakni berdasarkan fakta atau kenyataan, aktual, berimbang, lengkap, akurat, sistematis, menarik dan mudah. Seperti, mudah dipahami oleh pendengarnya. Program siaran berita D'Jam Weker ini juga ingin menampilkan berita yang berbeda. Banyaknya media massa dan berkembangnya media sosial serta cepatnya laju media digital membuat media mainstream harus melakukan langkah yang berbeda. Keakuratan informasi sangat dinomor satukan dalam program D'Jam Weker ini, reporter dituntut untuk profesional menyari informasi sehingga mendapatkan sumber yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan, sementara penulis naskah dan penyiar diminta untuk piawai menyampaikan berita sehingga khalayak dapat paham terkait berita yang disiarkan tersebut. Mengingat, radio adalah media sekarang, yaitu hanya sekali dengar, tidak seperti media cetak yang dapat dibaca berulang kali, maka keakuratan, ketepatan dan kemudahan penyampaian sangat diperlukan di sini.

Tahap ini, termasuk mengetahui bagaimana kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, karena segala kegiatan dalam organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahan. Seperti yang

dibeberkan oleh General Manager D'Radio Jambi, Agus Tri kepada penulis.

[S]alah satu cara untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan radio atau media kita, ialah dengan mendengar dan melihat lalu membandingkan dengan radio lain. Saya selalu imbau kepada tim untuk monitor media lain, jadi kita tidak ketinggalan serta kita bisa tahu kurang dan lebihnya di mana si. Terlebih radio, media audio, ini sangat perlu sadar akan kelemahan, karena kalau salah sedikit, misal membosankan atau salah apa yang disampaikan, pendengar akan kecewa dan pindah frekuensi.[5]

Maka pada tahap ini, angle suatu berita akan dibuat menjadi berbeda dengan media lainnya, ini untuk menjadi ciri khas dan agar bisa membuat perbedaan informasi bagi masyarakat. Suatu perusahaan harus mengikuti perkembangan zaman. Media akan tertinggal jika hanya berjalan di tempat. Maka, D'Radio Jambi memanfaatkan media sosial yang ada untuk menunjang eksistensi stasiun radionya. Mulai dari memanfaatkan media sosial sebagai sarana pencari informasi, tetapi juga sosial media dimanfaatkan untuk publikasi.

Yakni, melakukan publikasi saat siaran, sehingga masyarakat yang cenderung menggunakan media sosial tetap dapat menikmati media radio. Karena, suatu perusahaan harus memikirkan tujuan hingga jangka panjang. Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang perlu dicapai organisasi dalam memenuhi misi utamanya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan juga penting untuk keberhasilan organisasi karena tujuan menentukan arah, membantu dalam melakukan evaluasi, menciptakan sinergi, menunjukkan prioritas, memusatkan koordinasi dan menjadi dasar perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian serta pengendalian kegiatan yang efektif.

[5] Agus Tri, General Manager, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Untuk mengetahui kinerja penyiar dan reporter sehingga dapat mewujudkan *output* berita yang aktual dapat dilihat dari proses pelaksanaan. Proses pelaksanaan dimaksud adalah berupa tahapan pengelolaan berita yang sudah dikumpul oleh reporter untuk kembali diudarakan. Proses pelaksanaan memerlukan kemampuan yang baik, bagaimanapun cepat dan akuratnya informasi yang diterima dan dihimpun tidak akan dapat menarik perhatian khalayak apabila tidak dikelola dengan baik dan seksama. Dalam pelaksanaan, tahap yang diteliti adalah meliputi: penentuan topik liputan, pengumpulan hasil liputan dan koordinasi.

B. Pelaksanaan Strategi Siaran Berita Program D'Jam Weker

Usai melakukan perencanaan, tentu bentuk realisasinya adalah dilaksanakan. Sejak tahun 2015, program D'Jam Weker mengudara hingga saat ini 2019, sejauh ini menurut pengamatan dan wawancara penulis program ini masih terus menjadi tungguan pendengar. Hal ini juga dikatakan oleh Andra, penyiar program D'Jam Weker.

> [K]ita ngerasa bahagia sewaktu tahu bahwa siaran kita ada yang dengerin, bahkan pendengar merasa sangat terbantu dengan saiaran kita. Kalau zaman dulu, 2015-an, pendengar sering main ke radio untuk ketemu penyiarnya bawain makanan dan bilang kalo siarannya keren. Itu loyalitas mereka zaman dulu. Tapi sekarang ini, pendengar millenial lebih aktif lagi di media sosial, emang sudah tidak main ke radio lagi, tapi bentuk apresiasi mereka adalah memposting radio kita yang sedang mereka dengarkan, lalu di tag ke sosial media radio kita. Dan mereka bilang dengerin D'Jam Weker ini kayak baca koran, tandanya mereka merasa memperoleh informasi.[6]

Dalam pelaksanaan yang pada dasarnya melakukan apa yang telah direncanakan juga diperlukan manajemen yang baik, seperti kedisiplinan. Hal ini juga dikatakan oleh General Manager dalam wawancara.

> [A]gar suatu rencana berjalan dengan baik, maka perlu managemen yang baik pula. Salah satunya kedisiplinan, contohnya, siaran tidak datang terlambat. Karena pendengar yang loyal dengan radio atau penyiarnya atau bahkan loyal dengan programnya, pasti akan menunggu-nunggu penyiar

[6] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis,10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

> open mic di jam pembukannya. Jadi disiplin waktu dalam sairan juga menentukan berkualitas atau tidaknya program tersebut.[7]

Selain itu, bahasan dalam siaran juga tidak kalah penting menjadi perhatian pendengar untuk tetap bertahan atau meninggalkan stasiun radio. Maka dalam hal ini juga diperlukan konsistensi isi siaran. Seperti yang sudah dibahas di bab sebelumnya, bahwa program D'Jam Weker setiap harinya memiliki segmen yang berbeda di setiap jam siarnya. Mengudara selama 3 jam, D'Jam Weker memiliki bahasan tersendiri pada tiap waktunya. Pada 07.00 adalah segmen kepemerintahan daerah Jambi. Pada segmen ini penyiar akan menyajikan berita pemerintah dengan bahasan yang ringan, sehingga pendengar merasa nyaman, meskipun bahasan berat tapi dibawakan dengan seringan mungkin. Pada 08.00 adalah segmen politik yang ada di Jambi, Pada 09.00 penyiar akan menyajikan informasi mengenai kriminal, baik itu kejahatan, pembunuhan, kekerasan fisik dan lainnya. Pada 10.00 segmentasi umum, yaitu informasi ringan tentang kesehatan dan gaya hidup.

Dan menurut pengamatan penulis dari mendengarkan program tersebut, memang setiap harinya penyiar selalu konsekuen untuk menerapkan hal tersebut. Materi yang disiarkan pun dengan gaya yang ringan namun tetap *up to date* dan tidak hoax. Hal tersebut dikatakan oleh Manager D'Radio, karena memang sesuai dengan tag linenya *"news and music"*, D'Radio menyiarkan berita yang tidak hoax, selain membaca berita yang diliput oleh reporter, penyiar juga dibebaskan mencari berita dari media lain, seperti koran dan media online.

> [K]ita mengutamakan kebenaran suatu berita, karena sebagai penyampai berita, tentu kita tidak boleh menyebarkan hoax. Maka sebelum penyiar menyampaikan berita, kita tuntut untuk benar-benar yakin, apakah sumber tersebut kredibel atau tidak. Berita yang diliput oleh reporter kita ada, namun terkadang kita juga butuh referensi lain, nah untuk itu penyiar dibebaskan mencari sumber berita, yang terpenting kredibel. Dari koran, tv

[7] Agus Tri, General Manager, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

> atau media online yang sangat mudah diakses, namun media online yang kredibel.[8]

Hal tersebut juga dikatakan oleh penyiar program D'Jam Weker, Andra, bahwa menyampaikan berita adalah tanggung jawab, sehingga harus diperhatikan konten beritanya.

> [J]adi penyiar itu harus paham dengan materi yang disampaikan, maka harus pintar juga dalam memilah media yang akan kita jadikan sumber berita. Malah terkadang sebagai penyiar yang peka terhadap lingkungan, kita juga harus mengangkat berita yang sedang konroversi untuk kita netralkan. Berita hoax yang beredar, kita angkat kebenarannya.[9]

Sesuai dengan wawancara Manager dan Penyiar D'Radio, dapat dikatakan bahwa sumber berita yang disajikan dalam program D'Jam weker adalah dari reporter yang meliput, juga dari media massa lain yang kredibel. Isi siaran juga selalu konsekuen dengan apa yang telah direncanakan guna membuat pendengar selalu mendengarkan frekuensi stasiun radio tersebut, dan menjadi pendengar yang loyal.

Suatu program yang berkualitas tidak terlepas dari proses produksi yang baik. Program D'Jam Weker yang menyajikan berita ringan di pagi hari, mengudara dari tahun 2015 hingga sekarang 2019 tentunya dikarenakan produksi yang baik. Produksi di sini meliputi sajian berita, lagu, bumper, iklan, smash dan jingle. Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara penulis, berikut hal-hal yang dilakukan di bagian produksi dan dibantu dengan bagian terkait lainnya.

1. Pelaksanaan Produksi Program

Setelah merencanakan program siaran, maka seluruh tim harus bekerja untuk melaksanakan agar program tersebut dapat diterima oleh khalayak, diantaranya memperhatikan hal berikut:

a) Pelaksaan Produksi Musik

Tidak bisa dipungkiri bahwa radio dan lagu adalah satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Lagu menjadi teman yang begitu akrab dengan radio.

---

[8] Agus Tri, General Manager, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[9] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Musik adalah “ruh radio”. Musik bisa menjadi program radio tersendiri, juga dapat digunakan untuk tune penanda atau musik tema beragam acara. Dalam siaran radio, musik dapat berdiri sendiri sebagai program musik, seperti permintaan lagu dan top chart, tapi bisa juga berfungsi sebagai bagian dari siaran kata.

Fungsi musik atau lagu dalam siaran radio non-full music antara lain:

a. Menambah warna dan memperkuat suasana bagi acara siaran kata *(word programme)*
b. Menciptakan suasana siaran agar tidak monoton
c. Menciptakan situasi senang atau sedih, ketakutan atau kesenangan
d. Menciptakan imajinasi tentang suasana tertentu, seperti suasana pagi hari dengan suara kicau burung
e. Selingan acara *talk show* atau sajian informasi
f. Tanda pengenal suatu acara
g. Mempengaruhi secara psikologis
h. Membentuk karakter suatu acara

Musik yang baik dalam sebuah produksi adalah yang mampu menciptakan suasana yang tepat sesuai dengan tujuan program. Pemilihan jenis musik harus dilandaskan pada kepentingan untuk membantu memasukkan psan. Oleh karena itu, musik harus menjiwai suasana dan situasi. Maka, D’Jam Weker selain menyajikan berita juga menyajikan lagu untuk sesi breaknya. Lagu yang dipilih pun dengan pertimbangan dan perencanaan yang matang. Dalam hal ini ditugaskan kepada Music Director dan tentunya dibawah pengawasan Manager dan Produksi, serta koordinasi dengan penyiar.

Tugas Music Director (MD) ialah menyusun lagu untuk siaran. Dalam segmentasi waktu 3 jam, terdapat 30 lagu pilihan yang dapat diputar oleh penyiar. Tidak sembarang lagu yang dapat diputar, karena D’Radio sendiri memiliki format musik, yakni genre pop indo dan manca negara, indie, rock. Jenis musik dangdut dan lagu lainnya tidak masuk dalam daftar putar

D'Radio. Diperlukan pengetahuan musik yang baik juga untuk penyiar. Hasil wawancara penulis dengan MD, ialah sebagai berikut.

> [M]asing-masing segmen beda jenis lagunya, kalau pagi hari kita harus membangun mood pendengar, artinya tidak dianjurkan memutar lagu-lagu yang melow, playlist yang disediakan untuk penyiar putarkan ialah lagu yang *up beat*, sehingga tujuannya agar penyiar bersemangat di pagi hari.[10]

Dalam program siaran, musik dapat dibedakan menjadi beberapa jenis:

a. Musik tema *(tune)*
b. Musik pembukaan (intro)
c. Musik transisi
d. Musik jembatan
e. Musik latar belakang
f. Musik smash
g. Musik penutup

Musik tema yaitu musik yang menggambarkan watak atau situasi sesuatu program. Musik jenis ini sering juga digunakan sebagai musik pengenal studio, yaitu musik yang digunakan setiap kali studio itu akan melakukan siaran dan menutup studio. Sementara musik pembukaan merupakan musik yang berfungsi sebagai pembuka acara sehingga pendengar akan terkesan bahwa program audio dimulai bila musik tersebut sudah diputar. D'Radio Jambi menyebutnya "bumper". Dalam hal ini adalah tanggung jawab produksi. Dikatakan Zandi, saat wawancara dengan penulis bahwa dalam memproduksi bumper ini diperlukan beberapa tahapan.

> [P]roduksi bumper, kita menggabungkan *sound effect* dan semacamnya dengan beberapa suara penyiar, biasanya yang dominan itu suara penyiar yang akan siaran program itu, jadi ada ciri khasnya. Bumper pun selalu diputar ketika program tersebut, baik di opening, closing bahkan disela-sela siaran. Supaya pendengar kenal dengan program kita.[11]

---

[10] Arif, Music Directror, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 24 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[11] Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Musik transisi yaitu musik yang berfungsi sebagai selingan atau pengisi jeda antar program, lagu atau iklan. D'Radio biasa menyebutnya "jingle". Jingle ini merupakan audio dari frekuensi D'Radio, yakni "104,3 FM" yang dibuat seapik mungkin oleh bagian produksi, dengan pengisi suara penyiar D'Radio Jambi. Hasil wawancara penulis dengan produksi sebagai berikut:

> [J]ingle kita gunakan untuk transisi dari lagu barat ke lagu indo, dari lagu ke iklan, atau untuk transisi lainnya. Kita juga ada produksi tips, yaitu audio sekitar 10 detik yang menyampaikan tips singkat, yang dapat dijadikan selingan ketika siaran agar program tidak monoton hanya lagu iklan dan berita saja.[12]

Musik jembatan (bridge music) atau musik transisi yaitu potongan musik yang berfungsi untuk menjembatani adegan yang satu ke adegan berikutnya. Ada juga musik smash, yaitu musik atau suara lainnya yang datangnya secara tiba-tiba untuk memberikan kejutan. Disampaikan oleh Zandy bagian produksi D'Radio bahwa proses produksi smash ini memerlukan ide dan dituntut agar kreatif dan inovatif.

> [P]erbedaan proses produksi smash di radio dan televisi, kalau radio hanya audio, sementara televisi audio dan visual, maka di radio kita harus bisa membuat pendengar selalu teringat dengan program kita melalui audio. Sama halnya dengan bumper, smash juga kita gunakan suara penyiar yang mendukung dan disertai dengan bahan tambahan lainnya seperti sound effect.[13]

Musik latar belakang atau suala latar (backsound), yaitu musik yang berfungsi untuk melatarbelakangi atau mengiringi materi siaran yang sedang disiarkan. Mengingat fungsinya sebagai latar belakang, maka dalam memilih musik ini harus berul-betul sesuai dengan materi yang tengah disajikan dan sebaiknya jenis instrumental (tanpa vocal) agar vokalnya tidak bersaing dengan vokal penyiar atau suara pengisi acara. Penggunaan musik ini setidaknya akan menghidupkan dan mewarnai suasana. Hasil wawancara penulis terkait hal ini adalah sebagai berikut:

---

[12] Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio

[13] Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio

> [S]etiap program memiliki latar suara yang berbeda-beda, kita serahkan sepenuhnya kepada penyiar, selagi mereka paham dengan ritmenya. Apakah cocok atau tidak, jika digunakan pada jam siaran ini dan beatnya juga seimbang, ya boleh-boleh saja. Tapi, untuk program D'Jam Weker kita sudah ada latar suaranya.[14]

Rangkaian terakhir dari musik, ialah musik penutup *(extro music)* atau "lagu penutup", yaitu musik yang digunakan untuk mengakhiri program. Musik ini harus memberikan kesan kepada pendengar bahwa setelah musik ini berakhir, maka program yang disajikan telah selesai. Ciri khas adalah kunci utama agar sesuatu dapat menarik dan melekat di hati khalayak, sama halnya dengan musik pembuka dan musik transisi radio, suatu program siaran juga harus memiliki identitas. Pada program D'Jam Weker sendiri, musik penutup menggunakan jingle yang sudah diberi kode oleh produksi bahwa jingle tersebut adalah yang layak digunakan untuk musik penutup. Berikut hasil wawancara penulis dengan bagian produksi:

> [K]ita sudah kasih kode di setiap jingle atau musik transisi, mana yang digunakan untuk opening, closing, untuk perpindahan dikala siaran. Kalau opening ada smash, namun closing kita pakai jingle. Jingle yaitu suara penyiar yang menyebutkan frekuensi D'Radio Jambi, namun dengan nada dan suara efek tambahan yang berbeda, yang memang sesuai digunakan untuk closing.[15]

b) Pembuatan Iklan

Pada media swasta, iklan adalah sumber pendapatan utama. Untuk itu, bagian produksi harus bisa membuat tampilan iklan semenarik mungkin. Di radio yang hanya menonjolkan audio, maka produksi harus dapat mengelola iklan dengan baik dan menarik agar pendengar dapat betah mendengarkan frekuensi dan tidak merasa terganggu dengan iklan yang sedang diputar. Menurut pengamatan penulis di lapangan, dan dibenarkan oleh bagian produksi D'Radio Jambi, dalam pembuatan iklan radio, masih menggunakan suara penyiar yang mumpuni dan ditambah dengan proses edit yakni

[14] Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio

[15] Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio

penambahan efek suara tambahan agar penampilan terlihat baik dan layak jual.

> [I]klan itu adalah sumbernya kita, jadi kita harus bisa membuat pemasang iklan puas memasang iklan di radio kita. Maka, yang harus kita perhatikan ialah menyampaikan apa iklan yang ingin disampaikan dengan cara yang kekinian, yang bisa diterima oleh semua kalangan. Kita pertimbangkan dulu suara penyiar dengan iklan yang akan dibawakan, cocok atau tidak. Kemudian, kita benar-benar menuntut pengisi suara untuk profesional dan menghayati apa yang akan dia sampaikan. Misal, iklan produk teh dan sedang menyedu, maka kita benar-benar ciptakan suasana yang seperti itu. Jadi, benar-benar totalitas.[16]

Dikatakan oleh bagian produksi bahwa, iklan bagian terpenting dalam suatu program. Termasuk program berita, dikarenakan iklan yang terpasang di D'Radio Jambi ini bermacam-macam. Ada yang dari swasta, ada juga dari pihak pemerintahan atau layanan masyarakat, sehingga penting untuk dipublikasikan dan hal tersebut menjadi pendukung suatu program. Selain iklan berupa pemberitahuan atau promosi, ada juga iklan berita, yaitu iklan berupa berita yang dibacakan oleh penyiar, bak presenter TV. Iklan berita tersebut berdurasi 5-10 menit, yang merupakan pembacaan berita dengan gaya bahasa formal, berbeda dengan program berita D'Jam Weker yang bersifat live serta bisa dibawakan dengan santai.

> [I]klan tersebut dinamakan D'Jambi Kini, yaitu iklan berita yang telah reporter kami liput, kemudian setelah naskah dibuat, ada yang langsung dibacakan saat program, namun ada juga yang kita kumpulkan menjadi satu, sehingga akan terkumpul berita selama satu minggu. Nantinya, kita akan intruksi penyiar yang telah ditunjuk untuk membacakan berita, kita rekam, bukan live. Ibaratnya di TV, membacakan berita dengan gaya formal namun tetap cirinya radio. D'Jambi Kini ini, kita putar hanya di pagi, siang dan malam hari. Hanya sekilas info saja untuk pendengar, menyelingi di saat siaran program dan pemutaran iklan komersil.[17]

Bekerja di media, sudah seharusnya dituntut untuk kreatif dan berpikir inovatif, agar suatu media dapat diterima oleh khalayak. Terlebih radio,

---

[16] Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[17] Agus Tri, General Manager, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio

media yang menampilkan audio, maka harus benar-benar bisa membangun *"theatre of mind"* dari pendengarnya. Iklan, merupakan satuan yang tidak terpisahkan dari media. Untuk membuat iklan, bagian produksi dibantu oleh pembuat naskah iklan yakni *"copy writer".* Dalam hal ini, bagian produksi D'Radio merangkap menjadi seorang *Copy Write*r juga.

Seperti yang kita tahu bahwa, *Copy-writing* adalah penulisan naskah iklan atau promosi sebuah produk atau jasa, penulisnya disebut *copy-writer.* Teknis penulisan naskah iklan secara umum sama dengan teknis penulisan naskah siaran, seperti menggunakan bahasa tutur, sederhana, ringkas dan untuk konsumsi telinga. *Copy-writing* adalah bagian tekstual dalam sebuah iklan. Iklan sendiri didefinisikan sebagai informasi tentang sebuah produk yang bertujuan mendorong dan membujuk publik agar tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan. KBBI mengartikan iklan sebagai pemberitahuan kepada khalayak, mengenai barang dan jasa yang dijual atau dipasang di media massa, seperti koran, dan majalah atau di tempat-tempat umum.

Copy-writer adalah orang kreatif, pandai bermain dengan kata-kata dan menghasilkan sebuah kata, kalimat dan naskah yang menarik dan menggugah orang lain. Selain menguasai produk yang hendak diiklankan, seorang *copywriter* radio juga harus memahami karakter media radio, seperti auditif, media dengar, *theater of mind*, personal, sekilas, global dan portable atau mobile sehingga naskah iklan yang ditulisnya sesuai dengan karakteristik tersebut. Iklan di radio bisa didengarkan sambil melakukan pekerjaan lain, iklan ditayangkan hanya sekilas dan sekali dengar. Sehingga kata-kata yang digunakan hendaknya *to the point*, jelas dan lugas.

Definisi copywriter adalah:

a. Orang yang dipekerjakan untuk menulis iklan atau publisitas.
b. Orang yang bekerja sebagai bagian dari tim kreatif dalam sebuah organisasi atau departemen periklanan yang bertanggung jawab utama atas kontekstual atau verbal sebuah iklan.
c. Orang yang menulis naskah iklan teks yang digunakan untuk iklan.

d. Orang yang bertanggung jawab atas penulisan naskah iklan dan memadukan konsep kreatif sering dalam kolaborasi dengan direktur seni dan direktur kreatif.
e. Iindividu yang membantu dalam menyusun gagasan untuk iklan non komersial dan menulis kata-kata atau naskah untuk mereka
f. Orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan magis dengan kata-kata ia bertanggung jawab atas transformasi gagasan ke dalam kata-kata menulis tubuh naskah untuk iklan dan sebagainya
g. Seorang profesional yang menyusun judul sub judul dan tubuh naskah iklan brosur katalog penawaran surat langsung literatur produk dan sebagainya
h. Pencipta kata-kata untuk iklan dan komersial.

Adapun jenis iklan yang ada di D'Radio Jambi, adalah :

a. Spot berbentuk narasi dan atau dialog dengan backsound musik dan sound effect berdurasi antara 30 sampai dengan 60 detik, yang berisi informasi mengenai produk atau jasa yang diproduksikan. Biasanya disiarkan beberapa kali dalam satu hari selama periode waktu tertentu.
b. *Ad lips*, berupa *script* atau naskah yang dibacakan oleh penyiar bisa berupa *pointers* yang disampaikan dengan improvisasi penyiar, bisa pula berupa naskah lengkap. Biasanya dibacakan berapa kali dalam satu hari selama periode waktu tertentu, kebanyakan berisi promosi kegiatan namun tidak jarang juga digunakan untuk promosi produk ataupun jasa. Di beberapa radio, tarifnya lebih mahal ketimbang iklan spot, karena durasinya bisa lebih lama dan lebih berdampak yang disampaikan langsung penyiar kepada pendengar setianya.
c. Sponsor program. Iklan khusus yang disiarkan pada acara tertentu, promosi produk ataupun jasa pengiklan mendominasi iklan yang disiarkan selama acara berlangsung biasanya disertai kuis dengan hadiah disediakan sponsor. Nama sponsor biasanya dipakaikan dengan *tune* ataupun *bumper*.

d. *Blocking Time*. Iklan yang disiarkan khusus pada durasi tertentu, misalnya 1 jam siaran pihak pengiklan membeli *air time* sehingga hanya satu ikon itu yang disiarkan selama acara berlangsung.
e. *Times signal*, iklan yang disiarkan pada momentum tertentu misalnya penanda waktu sholat atau kumandang adzan saat buka puasa Romadhon atau pergantian jam. Misalnya, "saatnya Adzan Dzuhur, toko busana muslim xxx mengucapkan selamat menunaikan sholat ingat busana muslim ingat xxx di jalan anu Bandung".
f. *Bisnis Expose*, acara khusus yang di desain untuk mempromosikan produk jasa atau perusahaan tertentu berupa narasi obrolan dialog kreasi lainnya yang berisi detail tentang produk jasa perusahaan yang disampaikan sendiri oleh pihak pemasang iklan dengan dipandu oleh penyiar. Atau oleh penyiar sendiri dengan naskah yang sudah disiapkan, biasanya program ini membuka kesempatan bagi pendengar untuk berdialog bersama dengan narasumber.
g. *Program expose*. Ini iklan internal radio, spot iklan yang mempromosikan sebuah program radio, biasanya program baru ataupun perubahan jam siar.
h. *Public service atau PSA*, iklan layanan masyarakat atau disebut juga iklan non komersial, atau iklan sosial. Iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial untuk membangkitkan kepedulian atau kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah, misalnya iklan pemakaian helm bagi pengendara sepeda motor, narkoba dan lain sebagainya.[18]

Adapun elemen yang harus diperhatikan seorang copywriting adalah sebagai berikut, dengan rumus "AIDCA". Sebuah naskah iklan radio harus memenuhi unsur yang terangkum dalam formula global sebuah iklan, sebagai berikut:

a. *Attention*, menarik perhatian, head line atau pembuka yang aktif atau menarik.
b. *Interest*, menciptakan minat deskripsi produk ataupun jasa.

[18] Dokumentasi, Daftar Iklan D'Radio Jambi, 8 April 2018, Kota Jambi.

c. *Desire*, memunculkan hasrat untuk menggunakan produk penawaran, ataupun juga proposisi.
d. *Conviction,* memberi keyakinan bahwa produk itulah yang cocok bagi konsumen jaminan ataupun garansi.
e. Action. Menyegerakan aksi konsumen membeli atau menggunakan produk, ajakan aksi *call to action.*

Untuk iklan radio biasanya ditambahkan 1 unsur lagi, yaitu "menghibur" misalnya lucu atau paling tidak membuat pendengar tersenyum sehingga mereka tidak bosan mendengarkannya. Sumber kreativitas copywriter utamanya adalah fakta produk dengan berbagai keunggulannya dibandingkan produk lain dan eksplorasi aspek emosional dan citra yang melekat pada produk tersebut.

Selain memperhatikan unsur untuk menarik peminat, radio juga perlu memperhatikan kode etik iklan. Yaitu etika dalam menyampaikan iklan. Berikut etika iklan radio :

a. Tidak boleh berisi dusta atau membohongi masyarakat
b. Tidak boleh menjelek-jelekkan produk lain
c. Penyiaran iklan sejenis akun tidak boleh berurutan, tapi harus diselingi oleh iklan yang tidak sejenis
d. Hindari penggunaan bahasa asing yang sulit dimengerti
e. Hindari pesan berbau sara.

Sejauh ini, menurut penelitian dan observasi dari penulis, iklan yang terpasang di D'Radio Jambi dalam program D'Jam Weker sudah memperhatikan etika iklan tersebut.

Adapun struktur *copywriting* :

a. *Opening* : *introduction* atau *attention getter*
b. *Information* : *featuring problem and interest*
c. *Message* : *to solve the problem,* solution
d. *Identification : the sender*

Selain hal di atas, penting juga untuk suatu radio memperhatikan prinsip-prinsip iklan radio diantaranya:

a. Seimbang. Ilustrasi suara tidak boleh mendominasi isi.
b. Ringkas. Iklan harus dapat bekerja cepat, singkat, tajam dan langsung ke sasaran. Iklan radio standar produksi maksimal 60 detik.
c. Sederhana. Hindari detail yang rumit, mudah didengar dan mudah diingat.
d. Atensi. Menarik perhatian, berani tampil beda.

Sementara, untuk durasi spot iklan radio antara 30 sampai dengan 60 detik dengan rincian sebagai berikut :

a. 5 sampai 10 detik pertama berupa building situation
b. 11 sampai 25 detik berisi konflik dialog ataupun masalah
c. 45 sampai dengan 60 detik berisi solusi dan deskripsi produk

Adapun tim produksi iklan radio :

a. Produser/konseptor/sales manager
b. Copywriter/Penulis naskah iklan
c. Voice over, pengisi suara
d. Musik ataupun pengisi musik
e. *Recording dan mixing man*, yaitu teknisi editing audio.[19]

Menurut data tersebut, D'Radio Jambi juga menerapkan hal yang sama pada bagian produksi iklannya, sejauh ini kendala yang dihadapi untuk iklan ialah pengisi suara. Dimana, pengisi suara ini sering kali diisi oleh orang yang sama, dikarenakan memang kecocokan pada suatu iklan. Untuk hal itu, pihak D'Radio menuntut penyiarnya untuk dapat mempelajari bagaimana bisa menjadi pengisi suara yang baik.

2. Pelaksanaan Materi Berita dan Pembentukan Tim

1. Pembuatan Naskah Berita

Naskah siaran adalah materi siaran yang akan disampaikan penyiar dalam siaran dengan teknik "membaca naskah". Penyiar yang menyampaikan siaran secara adlibtium tentu tidak memerlukan naskah, kecuali sedikit catatan tentang pokok-pokok materi yang akan dibicarakannya. Selain berfungsi sebagai materi atau bahan siaran, naskah juga berfungsi sebagai

[19] Dokumentasi, Daftar Iklan D'Radio Jambi, 8 April 2018, Kota Jambi.

pengendalian siaran agar tepat waktu dan sesuai visi misi program, penyeragaman tata bahasa bagi penyiar dan pembentuk image radio di benak pendengar.

Penulisan nasah harus diringi kesadaran penuh bahwa naskah itu akan dibacakan penyiar, namun harus terdengar seolah-olah penyiar tidak membaca, tetapi berbicara dan dikonsumsi oleh telinga. Jadi, penulisan naskah radio adalah "menulis untuk telinga", "layak dengar", untuk didengarkan, bukan untuk mata atau dibaca dan karenanya harus:

a. Mudah dibaca oleh penyiar
b. Mudah dimengerti oleh pendengar.

Menurut buku pedoman di D'Radio Jambi, ada lima asas yang harus diingat bila menulis untuk radio atau telinga (berita yang akan disiarkan):

a. Diucapkan

Berita radio adalah sesuatu yang diucapkan untuk didengar. Naskah berita yang belum disiarkan belum dapat dikatakan berita radio. Dan baru menjadi berita radio, apabila sudah diucapkan atau dibaca penyiar untuk disiarkan kepada pendengar. Maka, proses penulisan naskah oleh reporter ialah ditulis sebagaimana kata-kata tersebut akan diucapkan. Penulisan naskah berita radio dengan media cetak atau media online berbeda. Contoh:

Di media cetak, kita menulis "Saya akan menurunkan harga BBM", ujar Presiden SBY, Sabtu (10/10)"

Namun untuk berita radio, kita harus menggunakan bahasa yang akan diucapkan penyiar, yakni:

"Presiden SBY mengatakan bahwa dia akan menurunkan harga BBM, hal tersebut dikatakannya hari Sabtu 10 Oktober."

Seperti yang dikatakan di awal, bahwa seorang penyiar harus memahami isi berita, sehingga ketika menyiarkan sudah paham dan dapat diimprovisasi dengan gaya bahasa sendiri.

b. Langsung

Radio adalah media sekarang, bukan media kemarin atau media esok. Diantara kelebihan media dibanding surat kabar adalah ciri sekarang tersebut, karena sesuatu yang disiarkan melalui media radio, harus sampai ditelinga pendengar dan memberi kesan bahwa hal itu terjadi sekarang.

c. Antar Orang

Radio adalah media aku dan kau *(person to person).* Kendatipun jumlah pendengar radio tidak terbatas, komunikasi yng dibangun adalah oleh penyiar dengan hanya satu orang pendengar, dengan kata lain pendengar radio selalu tunggal adanya. Walaupun pesan (berita) radio agak lebih formal, namun harus diingat bahwa radio juga merupakan media hiburan *(entertainment medium).* Jadi hindarilah bahasa-bahasa birokratik, sebab begitu menggunakan bahasa birokratik, pesan atau berita menjadi gersang, hambar dan tidak lagi diminati pendengar.

Andra, penyiar D'Radio mengatakan untuk membangun *chemistry* dengan pendengar cukup bayangkan bahwa sedang ngobrol dengan orang terdekat, dan anggap pelantang sebagai teman baik ketika siaran. "[K]etika lagi siaran kita harus berusaha mencairkan suasana, maka perlu berakting bahwa kita sedang berbicara dengan satu orang, dan berteman baik dengan microfon kita."[20]

d. Terdengar Hanya Sekali

Radio merupakan media sekali pakai atau tepatnya media sekali dengar. Artinya, pendengar hanya memiliki satu kesempatan untuk mendengar pesan yang penyiar sampaikan, maka justru karena itu, kejelasan merupakan prioritas pertama. Untuk membuat jelas suatu siaran maka diperlukan kejelasan terhadap naskah siaran yang akan dibacakan, sehingga ini menjadi tugas reporter untuk menulis naskah dengan jelas mengingat radio tidak ada siaran ulang.

[20] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Reporter di D'Radio Jambi pada dasarnya diback up oleh bagian produksi, yakni Music Director, selain mengurusi musik, MD juga menjadi reporter.

> [D]alam menulis berita radio, kita paham bahwa harus jelas, radio tidak berbelit dan tidak ada siaran ulang maka kita menulis apa yang akan dibacakan oleh penyiar dan tidak lupa menambahkan atribusi yakni (-), (/), (//) untuk memperjelas penyiar dalam membaca, dibagian teknik script writting.[21]

2. Teknik Siaran Berita

Menurut ahli, L. James Havery, teknik adalah prosedur logis dan rasional untuk merancang suatu rangkaian komponen yang berhubungan satu dengan yang lainnya dengan maksud untuk berfungsi sebagai suatu kesatuan dalam usaha mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Sementara menurut John Mc Manama, teknik adalah sebuah struktur konspetual yang tersusun dari fungsi-fungsi yang saling berhubungan yang bekerja sebagai suatu kesatuan organik untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Maka menurut hemat penulis, teknik adalah seperangkat unsur yang saling terkait atau tersusun atau cara, dalam usaha mencapai suatu tujuan.

Jika dikaitkan dengan *teori uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan) dimana teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi (pengamatan) diperoleh data tentang strategi dalam hal meningkatkan kualitas siaran berita diperlukan teknik penyiar dalam menyampaikan berita. Dalam menyampaikan siarannya penyiar harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan familiar. Selain itu, penyiar juga diharapkan memiliki

[21] Arif, Music Directror, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 24 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

kesederhanaan menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetapi juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya mengkomunikasikannya. Kesederhaan sering kali menunjukkan keaslian dan kemurnian sikap.[22]

Penyiar *Radio (Radio Announcer, Radio Broadcaster, Radio Presenter, Radio DJ, Host, Radio Personality)* adalah orang yang membawakan acara di radio. Penyiar merupakan ujung tombak stasiun radio, ia mewakili radio dan berinteraksi langsung dengan pendengar. Baik buruknya siaran, berpengaruh terhadap reputasi atau baik buruk dan integritas radionya. Itulah sebabnya, penyiar disebut juga *radio personality* atau kepribadian radio. Sukses tidaknya sebuah acara (radio program) ditentukan oleh penyiarnya. Secara definisi, penyiar radio adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita atau informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menghandel olah raga, pewawancara, diskusi, quiz dan narasi. Dalam bahasa inggris, penyiar disebut announcer (arti harfiyah: orang yang mengumumkan). Penyiar radio memang mengumumkan atau menginformasikan judul lagu, penyanyi, tips dan materi siaran lainnya di ruang siaran. Sementara, definisi penyiar radio menurut ahli M. Habib Bari ialah, seorang yang bertugas menyebarkan suatu atau lebih informasi yang terjamin akurasinya dengan menggunakan radio dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti dan dipahami. Menurut Prof. Onong Uchjana Effendy, penyiar radio adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada pendengar.

Karena seorang penyiar radio sudah seperti nahkoda, mengatur kemana kapal akan di bawa, sementara itu menurut hemat penulis, beberapa jenis berita yang disajikan pada program D'Jam Weker ialah santai namun apa yang menjadi tujuan dapat tersampaikan. Penyiar program D'Jam Weker menuntut penyiar untuk peka terhadap isu kedaerahan dan umum, sesuai dengan bahasan pada segmentasi program. Selain itu, karena program ini di

[22] Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), 19.

pagi hari, maka penyiar hendaknya ramah dan ceria. Sebagaimana yang dijelaskan oleh penyiar D'Jam Weker kepada penulis.

[S]ejatinya penyiar itu luwes, bisa membawa suasana yang baik saat siaran, terlebih lagi di pagi hari. Seperti halnya D'Jam Weker khalayaknya ialah pekerja yang mobile di pagi hari. Sebisa mungkin selalu ramah dan ceria dalam menyampaikan siaran, apa lagi berita dengan bahasan yang agak berat, kita sampaikan dengan bahasa yang ringan. Penyiar itu harus luwes, selalu ada bahan lelucon, tidak kaku dan pandai ngeles.[23]

Penyiar juga harus bisa mempunyai rasa kedekatan dengan para pendengarnya dan juga dapat mengetahui target audiensnya. Penyiar harus tahu pasti siapa saja pendengarnya pria atau wanita, umur, pendidikan, pekerjaan, minat maupun program apa yang mereka butuhkan dan mereka sukai. Di sini, seorang penyiar juga harus tahu bagaimana teknik siaran, menurut Andra, penyiar di D'Radio Jambi biasanya menggunakan teknik ini untuk mengudara, yang diambil dari buku pedoman D'Radio Jambi yaitu:

1. **Ad Libtium**
    a. Menggunakan bahasa yang sederhana, yaitu bahasa sehari-hari yang biasa digunakan dalam percakapan antar pribadi (bahasa tutur).
    b. Mencatat terlebih dahulu pokok-pokok penting yang akan disampaikan selama siaran agar sistematis dan sesuai waktu yang tersedia. Penyiar berbicara dengan bantuan catatan tersebut.
    c. Menguasai information behind information, yakni memahami keseluruhan informasi yang disajikan dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan informasi yang disampaikan. Dengan begitu penyiar bisa berimprovisasi dalam siaran secara proporsional dan tidak melantur *(out of context).*
    d. Menguasai istilah-istilah khusus (jargon) dalam bidang-bidang tertentu sehingga pembicaraan tampak berkualitas dan meyakinkan.
    e. Menguasai standarisasi kata, antara lain pengucapan slogan atau motto stasiun radio, sapaan pendengar *(station call),* terminologi

[23] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

musik atau lagu, frekuensi dan line telepon yang bisa dihubungi pendengar untuk minta lagu, berkomentar atau berinteraksi dengan penyiar atau narasumber.

f. Mencegah atau menghindari pengucapan kata-kata yang tidak wajar atau melanggar rasa susila, menyinggung perasaan, melecehkan suku dan pemeluk agama lain atau melanggar SARA.

Menurut Andra, teknik menyampaikan berita dengan Adlibtium ini adalah teknik yang paling fleksibel karena bisa improvisasi, tidak terpaku dengan teks, namun tetap menyampaikan isi yang akan disampaikan.

[Y]ang paling enak itu adalah siaran seperti bercerita, luwes mengalir apa adanya. Untuk itu sebelum menyampaikan isi siaran, penyiar terlebih dahulu membaca materi. Sehingga yang disampaikan adalah poin-poinnya saja. Kita harus bisa membedakan antara bahasa tutur dan bahasa baca. Karena berita radio sifatnya hanya terdengar sekali, maka semua harus jelas. Artikulasi jelas, apa yang disampaikan jelas, jadi sebelum siaran, penyiar sudah paham dengan materi yang akan disiarkan.[24]

Menurut pengamatan penulis, teknik Adlibtium ini adalah ketika materi siaran diambil oleh penyiar dari sumber berita lain, seperti koran atau media online, sehingga penyiar menyampaikan dengan bahasanya sendiri. Namun yang perlu diperhatikan adalah pemahaman sebelum menyampaikan berita, agar tidak ada ruang kosong ketika siaran. Artikulasi jelas dan yang disampaikan juga jelas, tidak keluar topik dan mutar-mutar membuat pendengar bingung.

2. Script Writing

Script writing yaitu penyiar melakukan siaran dengan cara membaca naskah yang sudah disusunnya. Agar tidak terkesan membaca seorang penyiar harus mengutarakan kata demi kata seolah-olah diucapkan tanpa bantuan naskah. Hal-hal yang harus diperhatikan adalah:

a. Memahami dan menghayati isi naskah secara keseluruhan
b. Jika diperlukan, menggunakan tanda-tanda khusus dalam naskah
c. Mengeluarkan suara seakan sedang bercerita dengan orang lain

[24] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

d. Menggunakan gerakan tubuh dan senyuman untuk menambah bobot bicara
e. Sebelum mengudara, berlatih dengan mengeluarkan suara, sekaligus melatih intonasi, aksentuasi, artikulasi dan *speed.*
f. Meletakkan di tempat yang mudah dijangkau.
g. Jangan sampai terpaksa membalik halaman naskah sambil berbicara-naskah tidak boleh bersambung.

Sebagai penyiar yang menciptakan suasana *"theatre of mind",* sudah seharusnya penyiar bisa akting. Membaca naskah seolah sedang tidak mmebaca termasuk bagian dari akting, yakni penghayatan terhadap naskah berita. Maka penyiar lagi-lagi harus memahami isi siaran sebelum disiarkan. Andra selaku penyiar program D'Jam Weker mengatakan intonasi harus disesuaikan dengan materi yang disiarkan dan dengan segmentasi waktu siaran.

[K]arena kita membangun *theatre of mind*nya pendengar, maka kita harus bisa membawa suasana. Kalau materi sedih, kita juga harus menyampaikan dengan sedih dan sebaliknya disampaikan dengan bahagia jika itu kabar gembira. Jadi penyiar juga ada tekniknya. Misalnya setiap hari latihan artikulasi dengan senam wajah, berbicara sambil tersenyum. Siaran pagi, siang, sore dan malam juga beda pembawaannya. Kalau pagi harus lebih semangat, karena pagi hari pendengar inginnya yang bahagia, jangan yang loyo.[25]

Ada berbagai cara yang digunakan dalam sebuah lembaga untuk menjadi lebih baik tergantung apa yang hendak diperbaiki dan dicapai. Sebagai media massa yang cukup banyak digemari oleh pendengarnya, sebuah radio harus bisa menyajikan sebuah program siaran yang dapat menarik minat pendengarnya. Salah satu hal yang bisa membuat sebuah acara makin menarik adalah terkait bagaimana seorang penyiar dalam menyajikan sebuah program.

Agar bisa menjadi seorang penyiar yang bisa menyajikan sebuah program siaran dan bisa diterima oleh seluruh pendengar maka penyiar

[25] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Catatan Hasil Wawancara.

harus bisa meningkatkan kualitas siarannya terutama untuk penyiar baru. Salah satu bentuk upaya yang bisa dilakukan diantaranya adalah dengan rutin mengadakan berbagai bentuk pelatihan tentang *broadcasting*. Pelatihan ini tentunya bisa memberikan ilmu baru hingga bisa dipraktekkan saat siaran.

Dapat disimpulkan, berdasarkan data yang penulis dapat bahwa teknik penyiar D'Radio dalam menyampaikan berita, ialah pahami isi berita yang akan disampaikan, menyampaikan dengan luwes seolah sedang bercerita, artikulasi jelas dan paham dengan segmentasi waktu siaran dengan cara pembawaan siaran.

3. *Talk Show*

Sementara itu, D'Jam Weker juga mempunyai segmentasi talkshow, yang mana juga terdapat teknik ketika talkshow ini. Dikatakan oleh manager D'Radio bahwa program talkshow selalu dilakukan setiap minggunya, baik dengan pihak pemerintah dan swasta. Menurutnya agar ada variasi di setiap siaran, tidak monoton.

[K]ita selalu ada program talkshow, baik itu dengan pemerintah ataupun dengan swasta, selain agar pendengar tidak bosan juga agar pendengar mendapat informasi langsung dari yang bersangkutan. Ini juga bentuk visi dan misi kita. Ketika talkshow kita juga membuka program interaktif, yang merupakan strategi dalam meningkatkan kualiatas siaran berita dan juga menarik perhatian pendengar[26]

Hal senada juga dikatakan oleh bagian produksi D'Jam Weker, bahwa talkshow merupakan teknik D'Radio untuk menarik perhatian pendengar dan dalam rangka meningkatkan kualitas berita siaran.

[B]agian produksi ikut berperan aktif dalam setiap program, tak terkecuali di D'Jam Weker, setiap akan talkshow kita selalu berembuk siapa yang baik untuk diundang ke radio, jam siarnya berapa lama dan kapan, itu kita perhitungkan dengan baik, karena itu mempengaruhi audiens kita. Sebelum talk show, kita juga sounding brosur di media sosial, termasuk strategi kita

[26] Agus Tri, General Manajer D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

agar pendengar tertarik mendengarkan berita yang disampaikan pun bisa mengena ke pendengar.[27]

Setiap medan, tentu beda cara mengatasi permasalahannya, begitu juga dengan teknik saat siaran monolog dengan siaran talk show yaitu siaran dengan wawancara narasumber. Seperti yang diketahui bersama, bahwa ketika wawancara dengan narasumber seharusnya menciptakan rasa nyaman sehingga apa yang ingin kita ketahui dari narasumber dapat diketahui dan untuk membangun mood yang baik, terlebih ketika siaran nantinya akan mendapat "tik tok" yang baik antara penyiar dan narasumber. Andra mengatakan terdapat beberapa teknik yang perlu diperhatikan agar program talkshow dapat berjalan dengan baik dan sukses.

[S]ebagai tuan rumah dan *leader*, kita harus menciptakan suasana nyaman dengan narasumber sehingga pendengar pun nyaman untuk mendengarkan. Sebelum siaran kita bisa *briefing* dengan ngobrol ringan terlebih dahulu, juga menanyakan terlebih dahulu terkait pertanyaan yang akan diajukan, ngobrol ringan tentang keseharian dan mengetahui mengenai bahasan, sehingga obrolan nyambung dan tidak kaku.[28]

Maka, dalam talkshow ini diperlukan skill penyiar yang dapat membangun suasana agar tercipta rasa nyaman dalam berkomunikasi sehingga pendengar betah mendengarkan. Dan segmen *talkshow* juga merupakan teknik dalam meningkatkan kualitas berita, karena kualitas tidak hanya pada isi siaran namun juga segmentasi apa yang ditampilkan, juga kualitas dari penyiar dan rangkaian dalam program termasuk lagu, iklan dan lain sebagainya yang akan dibahas pada bab selanjutnya.

Berdasarkan observasi dan wawancara penulis, teknik penyiar dalam menyampaikan berita untuk meningkatkan kualitas siaran ialah dengan teknik adlibtium, script writting dan talk show, yang harus memperhatikan pemahaman isi, pembawaan yang tepat yang mampu membawa pendengar berimajinasi.

---

[27] Zandi Satria, Produksi D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Catatan Hasil Wawancara.

[28] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Catatan Hasil Wawancara.

C. Menampilkan Berita Berkualitas yang Berbeda

1. Angle Berita Berbeda

Diperlukan kepekaan terhadap suatu berita agar bisa mendapatkan berita yang baik dan berbeda dari media lainnya, sehingga suatu media ini bisa menjadi ciri khas dan diingat dengan mudah oleh khalayak. Agus Tri mencontohkan, angle berita yang berbeda yaitu misal suatu media mengambil angle A, sebagai media yang bersaing, maka seharusnya bisa mengangkat dari sisi B, seperti yang dia ceritakan kepada penulis.

> [J]adi, misalnya ada berita mengenai pelantikan pejabat di bawah teriknya matahari, kebanyakan media akan mengangkat dari sisi uniknya, kenapa pejabat dilantik panas-panasan, nah sebagai media yang bersaing dan ingin tampil beda, kita lihat ada berapa jumlah yang dilantik dan bagaimana kondisinya setelah berjemur saat pelantikan tersebut, ada yang pingsan atau tidak, nah itu yang kita sampaikan ke masyarakat. Atau, kita angkat kenapa tempat itu yang dipilih pemerintah sebagai tempat pelantikan, intinya membuat yang berbeda dari media lain. Harus peka.[29]

Agus Tri juga menambahkan, bisa dibuat berbeda dari banyaknya narasumber yang disiarkan, sajian penyiar yang dibikin tampil beda.

2. Memanfaatkan Sosial Media

Dalam pelaksanaannya, D'Radio Jambi dalam program D'Jam Weker memanfaatkan sosial media seperti instagram, facebook dan streaming aplikasi. Ketika penyiar akan, sedang dan usai siaran akan dipublikasi di sosial media tersebut, ini untuk mengingatkan pendengar bahwa ada program kesayangan mereka, dan bisa lebih akrab dengan pendengar sehingga mereka bisa memberikan koemntar dan ada timbal balik. Fungsi dari aplikasi streamingnya juga selain untuk mengikuti perkembangan yang ada, memudahkan pendengar untuk tetap terhubung dengan D'Radio. Itu adalah cara untuk mendapatkan kualitas yang baik dari program siaran, termasuk program berita. Karena semua hal menjadi berkaitan, tidak hanya berita yang bagus, namun berita yang berkualitas juga ditunjang dengan berkualitasnya

[29] Agus Tri, General Manajer D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

program yang tidak terlepas dari produksi program serta faktor eksternal lainnya.

BAB IV

EVALUASI PELAKSANAAN STRATEGI PENINGKATAN PROGRAM SIARAN BERITA D'RADIO

A. Evaluasi Pelaksanaan Strategi

Agar output berita dapat optimal, sangat dibutuhkan tindakan evaluasi sehingga semua target penyiaran yang sudah ditetapkan dapat diwujudkan dengan baik, tepat dan efektif. Di D'Radio Jambi evaluasi dilakukan dalam bentuk rapat seluruh *crew* yaitu 3 bulan sekali. Menurut pengamatan penulis, dan hasil wawancara dengan pihak terkait, bahwa dalam rapat nantinya akan membahas perkembangan setiap program dan sejauh mana harus dilakukan pengembangan.

> [3] bulan sekali kita rapat. Namanya rapat triwulan, oleh seluruh *crew* D'Radio, termasuk penyiar, admin dan produksi. Kita membahas masing-masing program baiknya dilakukan hal inovatif seperti apa, karena setiap harinya zaman terus berkembang. Maka kita harus melakukan pembaruan agar tidak ketinggalan dan ditinggal pendengar.[1]

1. Evaluasi Produksi Program

Berdasarkan wawancara penulis dengan penyiar, dikatakan bahwa untuk program D'Jam Weker sendiri selama evaluasi perlu adanya pembaruan dalam hal siaran agar tidak monoton, tujuannya agar pendengar tidak bosan, namun tetap mengedepankan visi dan misi program yakni menyampaikan berita di pagi hari untuk pendengar.

> [D']Jam Weker sejauh ini selalu dinanti pendengar, namun kita selalu melakukan pembaruan terhadap siaran agar selalu ada yang baru dan tidak membosankan. Tentunya ini melibatkan dari semua pegawai D'Radio. Karena semuanya saling berkaitan.[2]

Menurut pengamatan penulis, untuk meningkatkan kualitas suatu program di D'Radio ini tidak hanya menjadi tugas penyiar dan manager, tetapi juga merupakan tugas bagian produksi, admin dan music director. Mengingat suatu strategi harus adanya sinergitas yang baik antar masing-masing pihak terkait.

---

[1] Agus Tri, General Manager D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[2] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Untuk mendapatkan hasil berita yang baik, tentu memerlukan data yang baik pula. Data harus akurat, sehingga dapat menyajikan berita yang berimbang. Berimbang maksudnya adalah berita yang disajikan tidak memihak, pernyataan dari kedua belah pihak harus ada. Program berita radio tidak saja harus memperhatikan kode etik penyiaran, tapi juga harus menaati kode etik jurnalistik. Seperti berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini, akurasi data, cek dan ricek, sumber berita, menghindari cabul (pornografi) dan SARA, dan penyampaian berita dengan "nada" netral, "formal", dan tidak tendensius. Pengumpulan berita dilakukan oleh reporter atau mengutip (menulis ulang) berita dari media lain (koran, majalah, media online) jika radio tidak merekrut reporter khusus.

2. Evaluasi Materi Berita dan Pembentukan Tim

Untuk mendapatkan hasil berita yang baik, tentu memerlukan data yang baik pula. Data harus akurat, sehingga dapat menyajikan berita yang berimbang. Berimbang maksudnya adalah berita yang disajikan tidak memihak, pernyataan dari kedua belah pihak harus ada. Program berita radio tidak saja harus memperhatikan kode etik penyiaran, tapi juga harus menaati kode etik jurnalistik. Seperti berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini, akurasi data, cek dan ricek, sumber berita, menghindari cabul (pornografi) dan SARA, dan penyampaian berita dengan "nada" netral, "formal", dan tidak tendensius. Pengumpulan berita dilakukan oleh reporter atau mengutip (menulis ulang) berita dari media lain (koran, majalah, media online) jika radio tidak merekrut reporter khusus.

Di D'Radio sendiri, terdapat reporter berita, yakni untuk pemerintahan. Menurut manager D'Radio, reporter di sini adalah khusus untuk pemerintahan yang telah kontrak publikasi.

> [K]ita kontrak dengan Pemerintahan Provinsi dan Kota Jambi. Sehingga, berita pemerintahan tersebut akan diliput langsung oleh reporter di lapangan. Namun tidak menutup kemungkinan untuk meliput berita peristiwa lainnya,

> dan reporter juga koordinasi dengan penyiar untuk menyiarkan berita yang dilansir dari media cetak, tv dan elektronik (online).[1]

Adapun untuk meningkatkan kualitas reporter dalam menyajikan berita yang baik, menurut Manager D'Radio Agustri, seorang reporter D'Radio harus menguasai dasar jurnalistik, 5W + 1H, dan bisa menulis naskah untuk radio.

> [D]asar dari menulis berita ialah paham 5W+1H. Itu dasarnya, lalu bisa dikembangkan dengan berjalannya waktu. Reporter juga akan mendapat arahan terkait hal yang akan diangkat, jadi reporter juga dituntut untuk peka terhadap lingkungan. Selain itu, reporter juga bisa menulis untuk dibaca kembali. Artinya menulis dengan bahasa tutur. Mengenai isinya, akan ada pengeditan. Kebetulan, Saya penanggung jawab isi berita. Jadi seperti di media mainstream lainnya, setelah proses edit dari redaktur, baru bisa naik beritanya.[2]

Seperti yang disampaikan pada bab sebelumnya, bahwa menulis untuk dibaca kembali, maka harus menggunakan bahasa tutur. Untuk proses penulisan, reporter D'Radio sekaligus berperan sebagai Music Director, Arif Rahman mengatakan agar diadakan pelatihan menulis untuk reporter, sehingga ilmu yang didapat dapat tidak hanya otodidak, namun juga langsung tahu dari narasumber yang kredibel.

> [S]aya sebagai reporter berharap ada pelatihan menulis jurnalistik. Selama ini memang sudah ada, kadang kita dikirim ke luar kota untuk pelatihan dan studi banding. Namun ada baiknya kalau dilakukan secara rutin dalam beberapa bulan ada pelatihan sekian kali. Karena setiap harinya kan zaman berubah, jadi akan selalu ada hal baru. Maka ilmu mengenai kejurnalistikan pun harus diperbarui.[3]

Selain koordinasi antara reporter dengan pimpinan atau redaktur, reporter juga dituntut untuk peka terhadap lingkungan. Isu atau kejadian yang terjadi harus segera ditelusuri untuk kemudian dikembangkan dan dapat disiarkan oleh penyiar.

---

[1] Agus Tri, , General Manager D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[2] Agus Tri, , General Manager D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[3] Arif Rahman, , Reporter D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Ini berdasarkan hasil wawancara penulis dengan General Manager D'Radio Jambi:

> [K]ita menuntut reporter untuk peka. Jadi, ketika tidak ada giat dari pemerintahan terkait kontrak, reporter juga mampu mengangkat berita mengenai isu yang sedang berkembang. Misal, sedang musim hujan dan beberapa bangunan ada yang longsor dan menyebabkan kerugian pada masyarakat. Reporter harus tahu itu, dan bisa dibicarakan kepada pimpinan untuk diarahkan siapa narasumber yang harus ditemui. Misalnya, menemui Kadis PU, Anggota Dewan Komisi terkait, warga dan RT atau lurah setempat. Jadi, sama seperti media cetak, kita juga ada target pemberitaan. Apa lagi, di D'Jam Weker ini isu Jambinya yang harus banyak kita tonjolkan. Selain nantinya penyiar dapat mengambil referensi dari media online, tapi reporter juga diharuskan untuk mengasah penciuman jurnalistiknya[4]

Berdasarkan data yang penulis amati di lapangan, bahwa seorang reporter wajib paham 5W+1H sehingga bisa menghasilkan sebuah berita, dan tidak terlepas dari peran penting penyiar dalam menyampaikan berita tersebut. Karena bagus atau tidaknya berita radio, dapat diketahui ketika sudah disiarkan. Untuk itu, menjadi seorang reporter dan penyiar yang pada dasarnya skill komunikasi diperlukan. Mengingat, komunikasi adalah proses sosial melalui satu orang (komunikator) yang kemudian memperoleh respon dari orang lain (komunikan) dengan menggunakan simbol. Komunikator dalam penyiaran radio lebih sering dilakukan secara kelompok daripada personal. Disebut sebagai kelompok karena output siaran dilakukan oleh banyak orang seperti penyiar, produser, penulis naskah/reporter, penata musik dan lain-lain. Namun, ketika tampil, siaran diwakili oleh satu ujung tombak, yaitu penyiar. Ada tiga keahlian utama yang mutlak harus dimiliki oleh seorang penyiar, yaitu:

1. Berbicara. Pekerjaan seorang penyiar adalah berbicara, mengeluarkan suara atau melakukan komunikasi secara lisan. Karena itu seorang penyiar haruslancar bicara dengan kualitas vokal yang baik seperti pengaturan suara, pengendalian irama, tempo, artikulasi dan sebagainya. Kelancaran berbicara dengan kualitas vokal yang baik dapat dibentuk dengan:

[4] Agus Tri, , General Manager D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

a. Latihan pernafasan untuk bisa mengeluarkan suara diafragma, yaitu suara yang terbentuk dari rongga perut.
b. Latihan intonasi (nada suara) untuk berbicara secara berirama, cepat dan lambat serta tidak datar atau monoton.
c. Latihan aksentuasi untuk mampu berbicara dengan penekanan pada kata-kata tertentu.
d. Latihan speed atau kecepatan bicara.
e. Latihan artikulasi atau kejelasan pengucapan kata-kata.

2. Membaca. Dalam hal ini maksudnya adalah kemampuan spoken reading, yakni membaca naskah siaran namun terdengar seperti bertutur atau tidak membaca naskah.
3. Menulis. Dalam hal ini maksudnya adalah menulis naskah siaran karena seringkali penyiar harus menyiapkan naskah siaran sendiri. Karenanya, seorang penyiar harus memiliki kemampuan menulis naskah.

Peran seorang penyiar pada dasarnya adalah sebagai komunikator yaitu menyampaikan segala bentuk informasi kepada audience. Onong Uchjana Effendy mengungkapkan bahwa, fungsi komunikator adalah mengutarakan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat atau perilakunya. Seorang penyiar, selain harus menguasai pesan yang disampaikan juga harus bisa menguasai pendengarnya dan memiliki wawasan yang luas. Secara umum, ada tiga keterampilan yang harus dikuasai oleh para penyiar:

1. *Announcing skill*, yaitu keterampilan menuturkan segala sesuatu menyangkut musik kata atau lirik lagu yang disajikan.
2. *Operating skill*, yaitu keterampilan mengoperasikan segala peralatan siaran.
3. *Musikal touch*, yaitu keterampilan merangkai musik dalam tatanan yang menyentuh emosi pendengar, bercita rasa dalam seleksi harmonis dan rangkaian.

Ketika persaingan semakin tinggi dalam perkembangan industri media radio di masa sekarang, pada umumnya Stasiun Radio siaran akan memprioritaskan

calon penyiar yang memiliki dedikasi dan komitmen yang tinggi terhadap dunia ke penyiaran. Karena hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap baik buruknya sebuah acara siaran radio.

Agar punya kualitas yang baik dari sisi internal seorang penyiar radio paling tidak dapat memenuhi kriteria kriteria sebagai berikut:

1. Penyiar diharapkan mempunyai kualitas vokal yang memadai. Dan untuk menilai apakah kualitas suaranya memadai atau tidak, sangat tergantung pada pendengarnya. Satu hal yang paling penting adalah bagaimana seorang penyiar mampu mengoptimalkan jenis suaranya sehingga sesuai perencanaan program dan harapan pendengar.
2. Mempunyai wawasan yang luas dan memiliki wacana serta mampu menganalisis situasi serta kondisi dari berbagai aspek, misalnya pandangan ideologi politik sosial budaya maupun bidang lain yang terkait dengan kepenyiaran. Dengan wawasan yang luas, serta memiliki wacana penyiar nantinya akan dapat mampu untuk melakukan teknik *ad libbing* dan *script reading* atau membaca naskah.
3. Dalam menjalankan tugasnya, seorang penyiar harus memahami format radionya, baik format kata maupun format musik serta aturan-aturan lain yang berlaku pada hasil radionya. Yang jelas format disini lebih merupakan ramuan pokok atau rencana program yang diarahkan pada pendengar tertentu.
4. Memahami secara mendalam tujuan acara radionya. Karena dengan begitu, penyiar akan sangat paham tentang target pendengarnya. Penyiar juga mampu mengetahui program apa yang pendengarr butuhkan dan pendengar sukai.
5. Penyiar harus bisa memperlihatkan simpati dan juga harus dapat berempati, maksudnya adalah dalam upaya melayani secara optimal sebaiknya bisa mewujudkan rasa kedekatan dengan pendengar sekaligus harus bisa berpikir dari sudut pandang pendengar.
6. Seorang penyiar perlu menjadi kreator atau menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya, karena tugasnya menghibur

pendengar dengan kata-katanya. Penyiar yang tidak mempunyai kemampuan tersebut, penampilannya di siaran akan terasa hambar dan menjemukan.

7. Memiliki kemampuan bekerjasama dalam tim serta mampu untuk saling pengertian, menghargai dan saling mengingatkan untuk menghasilkan output siaran yang berkualitas. Menjadi penyiar yang baik harus benar-benar mempunyai kebanggaan pada pekerjaannya. Maksudnya adalah cakap dan hati-hati terhadap hal-hal kecil dan cara kerja ataupun prosedur dan sistem-sistem serta bagaimana peraturan-peraturan yang ditegakkan dengan baik

Setelah mengetahui beberapa hal yang harus penyiar kuasai, General Manager D'Radio menyampaikan penyiar juga harus dievaluasi kinerjanya. Mulai dari kedisiplinan hingga cara penyampaian siaran. Berikut wawancara penulis dengan Manager D'Radio Jambi:

> [K]arena ujung tombaknya adalah penyiar, maka kita memilih penyiar yang dapat tampil. Dalam artian, mampu berkomunikasi dengan baik dan ada ciri khasnya masing-masing. Untuk meningkatkan kualitas kinerjanya, kita perlu evaluasi. Misalnya, 3 bulan sekali kita akan adakan evaluasi dengan rapat bersama seluruh crew. Kita lihat sejauh mana kedisiplinan penyiar ini, apakah sering terlambat atau tidak. Lalu, ketika si penyiar membawakan program, bagaimana respon dari pendengar, itu kita tahu dari aplikasi yang kita gunakan. Terlebih lagi program interaktif, seperti D'Jam Weker ini, siapa saja yang menelpon, berapa banyaknya. Itu kita nilai, uintuk bahan pertimbangan ke depan.[5]

Evaluasi penyiar merupakan cara untuk mengetahu kinerjanya, yang kemudian dapat dibenahi agar bisa menjadi lebih baik lagi. Adapun menurut penyiar, untuk meningkatkan kualitas kerja, diperlukan beberapa poin yang harus dilakukan oleh perusahaan. Seperti, kenaikan honor, adanya studi banding ke radio nasional hingga desk yang sesuai dengan yang ditentukan.

> [M]ungkin dengan harus adanya pemandu untuk pemilihan materi sesuai program setiap harinya, supaya tidak ada materi yang berulang disampaikan. Misal, penyiar 1 bawain materi tentang A, nah bagaimana si penyiar 2 ini tahu

[5] Agus Tri, , General Manager D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

> hal tersebut. Kalau berita yang dari reporter sudah pasti beda terus setiap harinya. Yang dikhawatirkan ini ketika berita yang penyiar adopsi dari media online lain, itu sudah dibacakan oleh penyiar sebelumnya. Jadi harus ada koordinasi antara penyiar dengan staff yang mengetahui bahasan yang disampaikan oleh penyiar di program yang sama. Karena sering kali penyiar ini minta gantikan di hari tertentu.[6]

Ada juga penyiar yang menyampaikan untuk meningkatkan kinerja, dibutuhkan disiplin yang baik serta bertanggung jawab dengan desk masing-masing. Berikut wawancara penulis dengan penyiar D'Radio Jambi:

> [D]iadain monitoring perbulan untuk penyiar. Yang monitor penyiar senior, jadi selain dimonitoring pastinya sekalian diajarin. Dan juga sebaiknya diikutin ke pelatihan penyiaran skala nasional gitu supaya si penyiar-penyiar bisa berdaya saing nasional. Bisa direfresh ke radio-radio nasional gitu.[7]

Sementara, penyiar lainny6a mengatakan seharusnya ada rasa tanggung jawab dari masing-masing penyiar terhadap jam siarannya, sehingga kualitas siaran pun dapat ikut meningkat.

> [A]da rasa tanggung jawab dengan menanamkan kedisiplinan, jadi kalau misalnya siaran itu tidak telat, karena ini mempengaruhi kinerja penyiar juga. Biasanya kalau sudah telat, itu semangat menjadi berkurang ya, karena ingin mempercepat proses siaran sehingga menjadi tidak konsen. Perusahaan juga bisa memperhatikan kesejahteraan penyiarnya, dengan cara menaikkan gaji. Karena itu juga memacu penyiar untuk total dalam siarannya.[8]

Beberapa alasan tersebut diaminkan oleh penyiar utama program D'Jam Weker. Bahwa untuk meningkatkan kinerja reporter atau penyiar, dilakukan hal-hal tersebut. Dia menambahkan melalui wawancara penulis bahwa seorang penyiar juga harus bisa membentuk karakter sendiri.

> [S]aya menambahkan, sebenarnya yang disampaikan oleh teman-teman itu benar sekali. Tapi juga perlu diingat penyiar harus membentuk karakternya sendiri sehingga dikenal oleh pendengarnya. Dengan cara tetap menjadi diri

---

[6] Santy, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[7] Nyimas, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[8] Cut, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

> sendiri, namun lebih mengasah apa yang ingin ditonjolkan, mungkin salah satu caranya adalah melihat role model nya kita siapa.[9]

Dapat penulis simpulkan berdasarkan data di lapangan, bahwa untuk meningkatkan kinerja reporter dan penyiar adalah dengan koordinasi yang baik dengan pihak terkait, dilakukan pelatihan monitoring dan evaluasi serta adanya kenaikan gaji terkait perhatian dalam kesejahteraan karyawan.

3. Evaluasi Berita Berkualitas yang Berbeda

Beberapa poin yang ada pada pelaksanaan strategi ini setelah dilaksanakan oleh pihak D'Radio mengatakan, menjadi beda dari media lain bisa memberi efek yang bagus. Setiap berita tentu memiliki sudut pandang yang berbeda, tergantung bagaimana orang mengelolanya. Ketepatan seorang penyiar yang menyampaikan diakui mampu memancing pendengar untuk selalu bertahan pada frekuensi media, bahkan meninggalkan komentar yang baik, ini seperti yang disampaikan oleh general manager D'Radio Jambi, Agus Tri kepada penulis.

> [K]ita memang selalu menonjolkan *news and music*, sesuai dengan *tagline*. Jadi, pendengar selain menikmati berita juga nyaman dengan pilihan lagu yang tepat yang telah disusun oleh *Music Director* kita. Tapi satu hal yang tak luput ialah pembawaan penyiar yang *humble* dan dapat diterima oleh pendengar. Bahkan tidak sedikit yang memberi komentar positif di akun media sosial kita karena program berita D'Jam Weker ini. Ada yang bilang, dengerin D'Radio pagi hari seperti sedang baca koran, lengkap namun mudah ditangkap. Padahal si pendengar itu lagi berkendara, nah itu lah kuncinya karena radio ini media yang bisa didengarkan sekali lewat, maka ketepatan informasi dari penyiar itu dibutuhkan. Sejauh ini, hanya beberapa penyiar yang sudah mampu seperti itu.[10]

Menurut pengamatan penulis, membuat angle yang berbeda pada suatu berita mampu menarik perhatian pendengar didukung dengan penyampaian yang baik dan luwes serta adanya publikasi di sosial media, mampu mengangkat kualitas suatu siaran menjadi lebih baik.

---

[9] Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

[10] Agus Tri, , General Manager D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi peningkatan kualitas siaran berita di D'Radio Jambi yaitu dengan melakukan tahapan strategi, yakni perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, seluruh crew melakukan rapat dan kemudian melakukan perencanaan terhadap program D'Jam Weker yaitu, perencanaan pembentukan program, perencanaan materi berita dan pembentukan tim kemudian perencanaan untuk membuat berita yang berbeda dengan media lainnya. Setelah itu dilanjutkan pada tahap pelaksanaan.

Tahap selanjutnya yakni, pelaksanaan terhadap yang sudah direncanakan. Seluruh crew melaksanakan program yang telah dibentuk yakni menyiapkan segala kebutuhan produksi seperti lagu, bumper, iklan, penyiar hingga materi iklan. Lalu semua tim bekerja sesuai tupoksinya, ada yang mencari berita sesuai kesepakatan, ada yang memantau info terkini, ada yang menulis naskah berita dan selanjutnya tugas penyiar untuk menyampaikan informasi tersebut.

Kemudian, pada strategi ini juga mengevaluasi atas apa yang telah dikerjakan. Dari hasil penelitian, semua tim harus bersama-sama bekerja untuk mendapatkan kualitas berita yang baik, dituntut untuk berpikir kreatif dan berbeda sehingga suatu media dan program berita bisa berarti di hati pendengar.

B. Implikasi Penelitian

Setelah peneliti menyimpulkan perbab pembahasan yang ada di skripsi ini maka ada baiknya peneliti menyampaikan saran-saran untuk lebih mengembangkan program siaran berita D'Jam Weker di D'Radio Jambi.

Agar siaran semakin diminati oleh pendengar, tidak salah jika dalam seminggu melakukan beberapa kali live report terkait suatu berita. Ini agar pendengar tidak jenuh dengan siaran berita yang bisa dikatakan monolog dan monoton. Selain itu, live report juga pendengar jadi tahu langsung bagaimana situasi dan suasana yang terdengar melalui audio. Untuk mempromosikan pendengar, selain dengan produksi yang baik, ada baiknya program dan radio tersebut melakukan publikasi melalui media sosial (lebih ditingkatkan

lagi), juga langsung turun ke lapangan, misalnya Radio *goes to campus*. Ini untuk menggaet pendengar.

Untuk membentuk penyiar atau reporter yang lebih baik dan dapat menghasilkan berita yang baik, mungkin diperlukan *study* banding. Yaitu, penyiar/reporter belajar ke radio luar daerah/pusat sehingga bisa memiliki referensi lain.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemah

Tim Penterjemah dan Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama RI, 1985.

Buku

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara, 1989.

Asy'ari Oramahi, Hasan. *Menulis untuk Telinga-Sebuah Manual Penulisan Berita Radio*, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Eastman, Susan Tyler. *Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices*, California: Wadsworth Publishing Company, 1985.

Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.

Haris Sumadiria, AS. *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2006.

Masduki, *Jurnalistik Radio (Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar),* Yogyakarta: Lkis, 2001.

-----. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Jendela: 2004.

Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.

Romli, Asep Syamsul M. *Dasar-Dasar Siaran Radio.* Bandung: Nuansa, 2009.

-----. Ed. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio.* Bandung: Nuansa, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Wahyudi, J B. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994.

-----.Ed. *Komunikasi Jurnalistik*. Bandung: Alumni, 1991.

Yusup, M Pawit. *Ilmu Informasi. Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Harley Prayudha, *Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005

Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast Journalsm: Panduan Menjadi Penyiar, reporter dan Script Writer,* (Bandung: Penerbit Nuansa, 2004),

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002

Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LkiS, 2004), 119.

Hasil Wawancara

Agustri, General Manajer D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Andra, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 10 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Arif Ramadhan, Music Director Dradio Jambi Wawancara dengan Penulis. 18 Desember 2018. Kota Jambi. Rekaman Audio.
Cut, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.
Nyimas, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.
Santy, Penyiar D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 26 April 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.
Zandi, Produksi, D'Radio Jambi, Wawancara dengan Penulis, 27 Maret 2019, Kota Jambi, Rekaman Audio.

Internet

Supriyatno, "On War" https://id.wikipedia.org/wiki/Carl_von_Clausewitz tanggal 26 Juli 2018

Jurnal

Rihartono, Siantari. "Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-tengah Perkembangan Teknologi Internet", *Jurnal.*

Skripsi

Damayanti, Devi. "Strategi Radio Metro Fm Jambi dalam meningkatkan Kualitas Siaran Program EBISS", *Skripsi.* Jambi: Program Sarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2017.
Ni'maturohmah. "Teknik Siaran Berita Buletin Siang di Radio R2B FM Rembang", *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
Triyono, "Strategi Radio Global Fm dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar", *Skripsi*. Yogyakarta: Program Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2004.

FOTO DOKUMENTASI

Wawancara bersama bagian produksi D'Radio Jambi, Zandy

Wawancana bersama penyiar program D'Jam Weker, Andra

Andra saat melakukan siaran D’Jam Weker

Alat untuk siaran D’Radio (Mixer, Mic, Komputer, Earphone)

CURRICULUM VITAE

A. Informasi Diri

1. Nama : Gita Savana Nopemberia
2. Tempat Tanggal Lahir : Lubuklinggau, 28-11-1997
3. Pekerjaan : Mahasiswa
4. Alamat : Perumahan Aurduri 1 Blok D. No. 02 RT 20 Kel. Penyengat Rendah, Kec. Telanaipura, Jambi

B. Riwayat Pendidikan

1. S1 UIN STS Jambi : 2015-2019
2. SMA ISLAM AL-FALAH JAMBI : 2012-2015
3. SMP N 7 Kota Jambi : 2009-2012
4. SD N 219 Kota Jambi : 2003-2009