

POLA KOMUNIKASI PENYIAR RADIO REPUBLIK INDONESIA BANDUNG TERHADAP PENDENGAR

Studi Kualitatif dengan Pendekatan Etnografi Komunikasi Penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung
Terhadap Pendengar

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh

Bagus Tri Hartarto

10080010262

Bidang Kajian Ilmu Jurnalistik



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG

2014

COMMUNICATION PATTERNS ANNOUNCERS TO LISTENERS OF RADIO REPUBLIK INDONESIA BANDUNG

Qualitative Study with Ethnographic Communication Approach of Radio Republik Indonesia Bandung
Announcer to Listeners

RESEARCH PAPER

Entitled for Completing The Bachelor Degree of Communication Science

By

Bagus Tri Hartarto

10080010262

Journalism Science Studies



THE FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE

ISLAMIC UNIVERSITY OF BANDUNG

2014

POLA KOMUNIKASI PENYIAR RADIO REPUBLIK INDONESIA BANDUNG TERHADAP PENDENGAR

¹Bagus Tri Hartarto, ²Santi Indra Astuti S.Sos., M.Si.

Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

¹bagustrih18@gmail.com, ²santi.indraastuti@gmail.com

Abstract. *Patterns of communications made to the broadcasters and listeners certainly have differences of each characteristic in each radio while announcer broadcast, it does not escape due to a segmentation in the event program and the target audience. Radio Republik Indonesia Bandung (RRI Bandung) has four segment, namely, Pro 1 Community Empowerment Center, Pro 2 Youth Creativity Center, Pro 3 National News Network (Broadcasting birthday of RRI Jakarta), and Pro 4 Education and Culture. This study was conducted to determine the various factor affecting communication patterns announcer to listeners in RRI Bandung with approach ethnography of communication. For deeping the analysis, conducted observations, interviews and review of various document related to the research conducted in the flagship program at each segmentation, that is program of events Harmony Pagi in Pro 1, Forum Mahasiswa in Pro 2, and Heuheuy Deudeuh in Pro 4. The results showed, model of communication pattern Laswell, dialogic model of communication pattern, model of communication pattern Laswell (Infotainment), and interactive model of communication pattern Schramm at the time of the announcer broadcast, then announcer must adjust the sound character and language announcer use while broadcast lasts each program in the event, so that communications made to the broadcaster can be achieved with a good listener.*

Keywords: *Radio, Segmentation, Broadcaster, Ethnography of Communication*

Abstrak. Pola komunikasi yang dilakukan penyiar terhadap pendengar tentu memiliki perbedaan dan ciri khas masing-masing di setiap radio yang penyiar tempati, hal tersebut tidak luput dikarenakan suatu segmentasi dalam program acara dan target pendengarnya. Radio Republik Indonesia Bandung (RRI Bandung) memiliki empat segmentasi yaitu, Pro 1 *Pusat Pemberdayaan Masyarakat*, Pro 2 *Pusat Kreativitas Anak Muda*, Pro 3 *Jaringan Berita Nasional* (Penyiaran ulang dari RRI Jakarta), dan Pro 4 *Pendidikan dan Budaya*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi pola komunikasi penyiar di RRI Bandung terhadap pendengar dengan pendekatan etnografi komunikasi. Untuk pendalaman analisis, dilakukan observasi, wawancara dan telaah berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, pada program acara unggulan disetiap segmentasi yaitu, program acara Harmony Pagi pada Pro 1, Forum Mahasiswa pada Pro 2, dan *Heuheuy Deudeuh* pada Pro 4. Hasil penelitian memperlihatkan, model pola komunikasi Lasswell, model pola komunikasi dialogis, model pola komunikasi Lasswell (*Infotainment*), dan model pola komunikasi Interaktif Schramm pada saat penyiar siaran, kemudian para penyiar harus menyesuaikan karakter suara dan bahasa yang penyiar gunakan dalam membawakan program acara yang mereka tempati, sehingga komunikasi yang dilakukan penyiar kepada pendengar dapat tercapai dengan baik.

Kata Kunci : *Radio, Segmentasi, Penyiar, Etnografi Komunikasi*

A. Pendahuluan

Pada tahun 2012, radio merupakan salah satu media yang mengalami penurunan pengkonsumsian oleh khalayak di Indonesia. Tetapi seiring berkembangnya teknologi yang digunakan oleh berbagai perindustrian media, perlu diketahui radio di tahun 2014 ini, tidak kalah menarik dengan media massa lainnya. Sekarang media radio dapat diakses dengan mudah dan dimana saja, dengan berbagai teknologi yang telah dikembangkan dan berbagai sasaran pasar industri untuk membuat suatu program yang berbeda.

Seperti Radio Republik Indonesia Bandung (RRI Bandung), sebagai lembaga penyiaran publik pusat radio untuk kawasan Bandung dan sekitarnya, merupakan media massa yang masih memegang teguh visi dan misi mereka, untuk tetap memberikan kontribusi kepada khalayak, yang mempertahankan independensi dalam memberitakan sesuatu yang akan diinformasikan kepada khalayak, tentunya berbeda dengan media massa yang lain, media massa lain biasanya hanya mencari pasar industri untuk bersaing dengan media massa lainnya, inilah hal yang membedakan RRI Bandung dengan media massa lain, yang harus bisa dipertahankan agar khalayak bisa mendapatkan informasi yang objektif dan dituangkan kedalam program acara yang telah mereka buat.

Segmentasi yang ada di RRI Bandung sangat beragam, dimana terdapat empat segmentasi yaitu, Pro 1 dengan segmentasi *Pusat Pemberdayaan Masyarakat*, Pro 2 dengan segmentasi *Pusat Kreativitas Anak Muda*, Pro 3 dengan segmentasi *Jaringan Berita Nasional* (Penyiaran ulang dari RRI Jakarta), dan Pro 4 dengan segmentasi *Pendidikan dan Budaya*. Berbeda dengan radio lainnya, yang biasanya mempunyai beberapa segmentasi yang hampir sama dengan berbagai macam program acara, yang didominasi untuk satu kalangan atau usia pada khalayak tertentu, contohnya seperti Radio 99ERS Bandung, CBL Bandung, dan KIDS Radio.

Segmentasi inilah yang menyebabkannya suatu radio memiliki ciri khas masing-masing. Radio yang mempunyai segmentasi anak remaja akan memiliki gaya siaran yang berbeda dengan radio yang mempunyai segmentasi umum ataupun anak-anak. Gaya penyiar ini yang membuat para khalayak atau pendengar, bisa

merasa nyaman terhadap suatu radio, sehingga pola komunikasi yang dilakukan oleh penyiar kepada pendengar, memiliki perbedaan satu sama lainnya bergantung terhadap segmentasi yang ada.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari titik permasalahan dan fenomena-fenomena yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sbb. “Bagaimana Pola Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar?” untuk menelaah permasalahan tersebut, peneliti mencoba mengembangkannya dengan etnografi komunikasi sebagai acuan dari apa yang hendak diteliti. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok sbb.

1. Bagaimana **situasi komunikatif** yang mengerangka pola komunikasi penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar?
2. Bagaimana **peristiwa komunikatif** yang mengerangka pola komunikasi penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar?
3. Bagaimana **tindakan komunikatif** yang mengerangka pola komunikasi penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar?

C. Kajian Pustaka

Penelitian ini erat kaitannya dengan radio, radio adalah sesuatu yang menghasilkan bunyi atau suara, karena dipancarkan oleh gelombang atau frekuensi melalui udara. Radio merupakan alat komunikasi massa, dalam arti saluran pernyataan manusia yang umum atau terbuka dan menyalurkan lambang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur, yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Kekuatan radio sendiri dapat membidik khalayak yang spesifik, radio bersifat *mobile* dan *portable*, radio bersifat intrusif, radio bersifat fleksibel, dan radio itu sederhana. Karakteristik radio terbangun oleh karakteristik radio siaran, dan karakteristik pendengar. Karakteristik radio siaran sendiri terdiri dari enam unsur, audiotori, *radio is the now*, imajinatif, akrab, gaya percakapan, dan menjaga mobilitas. Sementara karakteristik dari pendengar terdiri dari empat unsur yaitu, heterogen, pribadi, aktif, dan Selektif. (Syarifuddin, 2005: 9; Arifin, 2004: 27; Astuti, 2008: 40; Ardianto, 2007: 131-133; dalam Setiana, 2012: 37)

Dari kedua karakteristik tersebutlah suatu radio bisa menentukan suatu segmentasi. Segmentasi radio merupakan pembagian sasaran pendengar agar lebih spesifik, apa yang ingin dituju kepada suatu khalayak, sehingga program acara dapat tersusun dengan baik dan didengarkan oleh khalayak sesuai dengan karakteristik pendengar.

Setelah penetapan segmentasi yang dilakukan oleh media radio, tentu radio akan melakukan penyiaran. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerimaan siaran. Tentunya dengan penyiaran inilah suatu program acara siaran akan dapat didengar oleh khalayak. Orang yang melakukan siaran disebut dengan penyiar, penyiar adalah seseorang yang bertugas menyebarkan (syair) suatu atau lebih informasi yang terjamin akurasiya dengan menggunakan radio dengan tujuan untuk diketahui oleh pendenganya, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami (dalam Budhjianto, 2010: 78; Prayudha, 2006:11)

Tidak mudah untuk menjadi seorang penyiar, karena tidak hanya sekedar berbicara dan melakukan komunikasi kepada pendengar. Penyiar harus mempunyai kualitas *vocal* yang memadai, mampu melaksanakan *adlibbing* dan *script reading* dengan baik, memahami format radionya dan format *clock*, memahami secara mendalam segmen radionya, memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya, mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya, mampu bekerja sama dalam tim. Kemudian penyiar juga harus mengetahui prinsip dasar siaran radio, yang harus mampu seolah-olah berbicara kepada seorang pendengar, bukan kepada banyak orang dan harus memiliki kaidah selalu tersenyum. (Pryudha, 2006: 87-91; dalam Setiana, 2012: 48-49)

Tidak hanya hal tersebut, penyiar pasti memiliki karakteristik atau ciri khas masing-masing yang telah mereka bangun sebagai pola komunikasi kepada para pendengarnya agar tercapai dengan baik. pola komunikasi disini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dimensi pola komunikasi terdiri dari dua macam, yaitu pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi

pada sosial yang mempunyai arah hubungan yang berlainan. (Djamarah dalam Ferira, 2013: 26; Sunarto, 2006: 1)

Faktor-faktor dasar tersebutlah yang membuat pola komunikasi seorang penyiar pada saat mereka siaran untuk disampaikan kepada pendengar memiliki perbedaan ataupun persamaan satu sama lainnya, dimana pola komunikasi yang akan penyiar lakukan, ditentukan dengan kemampuan penyiar itu sendiri ataupun berbagai kaidah yang telah ditentukan oleh pengelola media radio.

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, penelitian ini tidak menggunakan alat-alat pengukur, dan situasi lapangan penelitian bersifat natural. (Nasution, 2003: 18) Dalam hal ini, berbagai fakta dan data yang akan dipaparkan adalah pola komunikasi yang dilakukan oleh penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung pada program acara unggulan, dengan mendeskripsikan unit-unit diskrit aktivitas komunikasi dalam etnografi Dell Heymes yaitu, situasi komunikatif, peristiwa komunikatif, dan tindakan komunikatif. (dalam Kuswarno, 2008: 14)

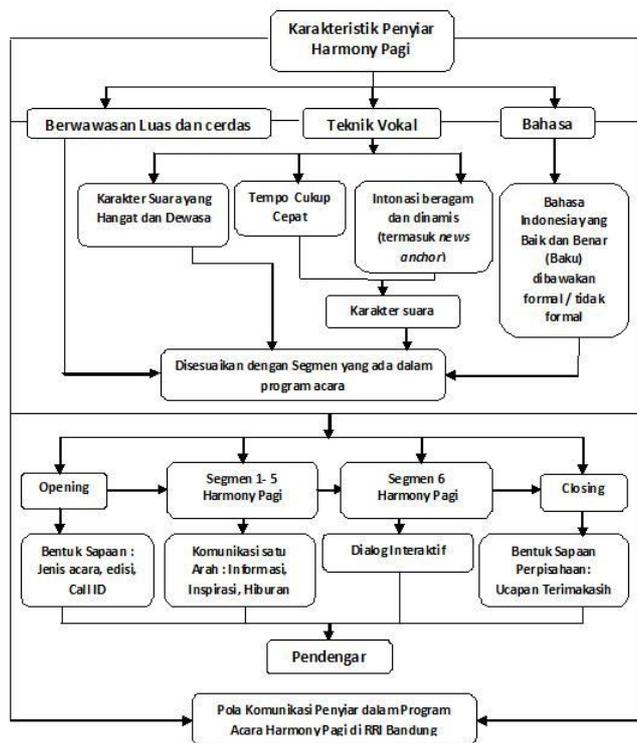
Guna memudahkan pengambilan data, peneliti memilih program acara unggulan yang ada di setiap Pro, yang terbagi menjadi tiga yaitu, program acara Harmony Pagi pada Pro 1, program acara Forum Mahasiswa pada Pro 2, dan program acara *Heuheuy Deueuh* pada Pro 4. Teknik pengambilan data yang dilakukan dengan tiga cara, yaitu (1) observasi pada saat program acara tersebut siaran, (2) wawancara dengan sejumlah narasumber kunci yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti penyiar, produser acara, dan pendengar, dan (3) telaah berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini bermaksud memperlihatkan faktor-faktor penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung menggunakan pola komunikasi yang dilakukannya terhadap pendengar.

E. Temuan Penelitian

1. Harmony Pagi

Seperti terlihat pada Gambar 1, yang memperlihatkan fakta dan data yang telah diperoleh dalam penelitian ini pada program acara Harmony Pagi di Pro 1 RRI Bandung. Terdapat enam segmen dalam program acara

Harmony Pagi, pada segmen pertama hingga segmen kelima, penyiar menyampaikan sebuah cerita inspirasi, berbagai informasi, dan hiburan musik, yang sifatnya termasuk pada komunikasi satu arah, karena tidak ada timbal balik secara langsung dari pendengar. Sementara pada segmen keenam, penyiar bisa berinteraksi secara langsung dengan pendengar dan narasumber untuk membahas suatu topik yang telah ditentukan dan dibicarakan secara bersamaan. Sementara itu penyiar wajib menyampaikan jenis acara, edisi, dan *Call ID* pada saat *opening*, sementara pada saat *closing* penyiar wajib mengucapkan terimakasih kepada para pendengar.

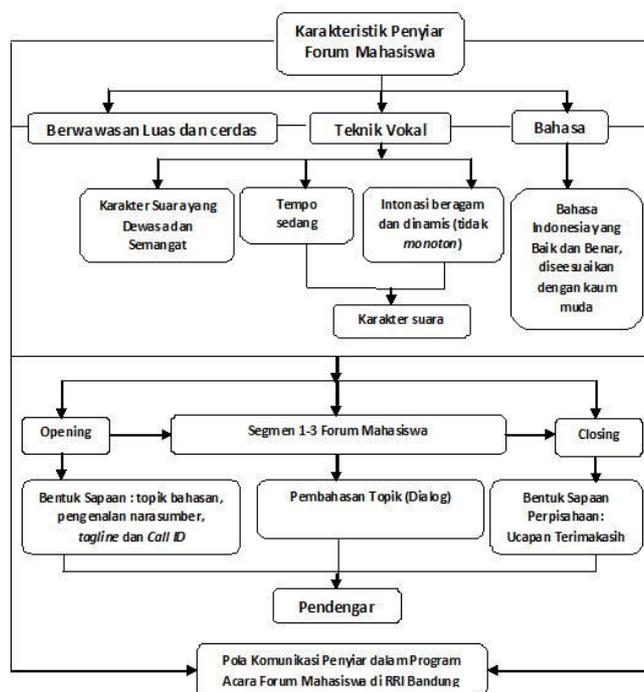


Gambar 1. Faktor- Faktor Pola Komunikasi Penyiar dalam Program Acara Harmony Pagi di RRI Bandung terhadap Pendengar
 Sumber : Hasil Olahan Penelitian

Faktor yang mempengaruhi pola komunikasi yang dilakukan penyiar pada program acara Harmony Pagi, disebabkan oleh dua faktor, *pertama*, faktor waktu siaran, siaran ini dilakukan pada waktu pagi hari, sehingga penyiar harus memiliki karakter suara yang hangat dan dewasa, tempo cukup cepat, dan intonasi beragam, hal ini dikarenakan untuk menemani para pendengar yang akan memulai aktivitasnya, sehingga pendengar bisa mendapatkan berbagai informasi untuk memulai harinya. *Kedua*, faktor sasaran pendengar, dalam program acara Harmony Pagi, sasaran pendengarnya untuk kalangan dewasa, sehingga bahasa yang

harus penyiar gunakan harus menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta santun, dan disesuaikan dengan target pendengarnya. kedua faktor tersebut harus disesuaikan oleh penyiar berdasarkan segmen yang ada dalam program acara Harmony Pagi, karena program acara tersebut formatnya adalah majalah udara, sehingga penyiar harus mampu melakukan berbagai intonasi yang beragam dan disesuaikan dalam segmen yang ada. Kemudian penyiar harus memiliki wawasan yang luas, dikarenakan pada segmen dialog, tentu terjadi dialog dari berbagai hal bidang, baik politik, ekonomi dan yang lainnya, sehingga penyiar mampu memperdalam pembahasan topik.

2. Forum Mahasiswa



Gambar 2. Faktor-Faktor Pola Komunikasi Penyiar dalam Program Acara Forum Mahasiswa di RRI

Bandung terhadap Pendengar

Sumber : Hasil Olahan Penelitian

Seperti terlihat pada Gambar 2, yang memperlihatkan fakta dan data yang telah diperoleh dalam penelitian ini pada program acara Forum Mahasiswa di Pro 2 RRI Bandung. Terdapat tiga segmen dalam program acara Forum Mahasiswa, pada segmen pertama hingga segmen terakhir, penyiar dengan pendengar maupun narasumber melakukan dialog bersama untuk membahas suatu topik yang telah ditentukan, pada segmen pertama penyiar berdialog dengan narasumber dan mahasiswa yang mewakili suatu perguruan tinggi yang berpartisipasi di studio *on air* Pro 2, yang dikategorikan sebagai pendengar. Pada segmen kedua sama

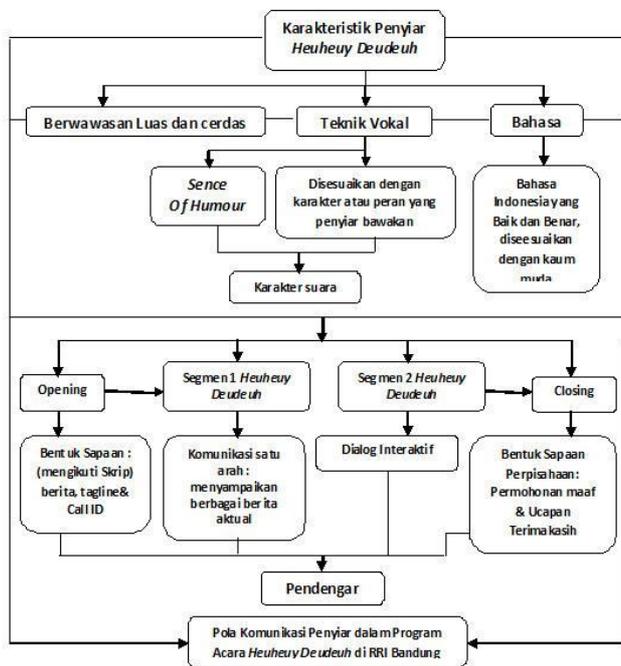
halnya dengan segmen pertama, namun ada interaksi secara langsung dari pendengar mahasiswa yang melalui telepon ataupun SMS sebagai partisipan dialog. Kemudian di segmen ketiga narasumber dan mahasiswa yang berada di studio *on air* Pro 2 serta penyiar menyimpulkan dialog yang telah dibahas secara bersama. Sementara itu penyiar wajib menyampaikan topik bahasan, pengenalan narasumber, *tagline* dan *Call ID* pada saat *opening*, sementara pada saat *closing* penyiar wajib mengucapkan terimakasih kepada para pendengar.

Faktor yang mempengaruhi pola komunikasi yang dilakukan penyiar pada program acara Forum Mahasiswa, disebabkan oleh dua faktor, *pertama*, faktor waktu siaran, siaran ini dilakukan pada waktu sore hari, sehingga penyiar harus memiliki karakter suara yang semangat dan dewasa, tempo sedang, dan intonasi beragam, hal ini dikarenakan untuk memacu para pendengar untuk antusias mendengarkan program acara tersebut, sehingga pendengar tidak mengalami kebosanan dan mampu tertarik akan pembahasan topik. *Kedua*, faktor sasaran pendengar, dalam program acara Forum Mahasiswa, sasaran pendengarnya untuk kalangan remaja hingga dewasa yang dikategorikan pelajar atau mahasiswa, sehingga bahasa yang harus penyiar gunakan harus menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta disesuaikan dengan target pendengarnya yang merupakan kaum muda, dan penyiarpun memiliki kaidah interaksi terhadap pendengar dengan sebutan “sahabat kreatif” dan “rekan-rekan aktifis mahasiswa”. Karena program acara tersebut merupakan sebuah dialog, sehingga penyiar harus memiliki wawasan yang luas, dikarenakan pembahasan dialog dari berbagai hal bidang, baik politik, ekonomi dan yang lainnya, sehingga penyiar mampu memperdalam pembahasan topik.

3. *Heuheuy Deudeuh*

Seperti terlihat pada Gambar 3, yang memperlihatkan fakta dan data yang telah diperoleh dalam penelitian ini pada program acara *Heuheuy Deudeuh* di Pro 4 RRI Bandung. Terdapat dua segmen dalam program acara *Heuheuy Deudeuh*, pada segmen pertama, penyiar menyampaikan berbagai informasi, yang sifatnya termasuk pada komunikasi satu arah, karena tidak ada timbal balik secara langsung dari pendengar. Sementara pada segmen kedua, penyiar bisa berinteraksi secara langsung dengan pendengar untuk membahas, mengomentari, serta membagi informasi mengenai berita yang telah diinformasikan kepada

pendengar. Sementara itu penyiar wajib mengikuti skrip untuk menyampaikan berita yang akan disampaikan, *tagline*, dan *Call ID* pada saat *opening*, sementara pada saat *closing* penyiar wajib mengucapkan terimakasih kepada para pendengar dan permohonan maaf kepada para pendengar.



Gambar 3. Faktor-Faktor Pola Komunikasi Penyiar dalam Program Acara Heuheuy Deudeuh di RRI

Bandung terhadap Pendengar

Sumber : Hasil Olahan Penelitian

Faktor yang mempengaruhi pola komunikasi yang dilakukan penyiar pada program acara *Heuheuy Deudeuh*, disebabkan oleh dua faktor, *pertama*, faktor waktu siaran, siaran ini dilakukan pada waktu pagi hari, sehingga penyiar harus memberikan hiburan kepada para pendengarnya melalui karakter atau peran penyiar pada program acara tersebut, hal ini dikarenakan untuk menemani para pendengar yang akan memulai aktivitasnya, dengan memulai hari dengan candaan yang berbobot dari berita yang telah disampaikan pendengar, sehingga pendengar merasa *relax* dan tidak terbebani dengan masalah yang ada. *Kedua*, faktor sasaran pendengar, dalam program acara *Heuheuy Deudeuh*, sasaran pendengarnya untuk kalangan dewasa, sehingga bahasa yang harus penyiar gunakan harus menggunakan Bahasa Sunda Loma (Bahasa Sunda yang biasa digunakan sehari-hari dalam masyarakat), karena target pendengarnya ini dewasa, sehingga masyarakat dapat mengerti sosok peran yang dibawakan oleh para penyiar. Karena program acara tersebut merupakan penyampaian informasi dan dialog, sehingga penyiar harus memiliki wawasan yang

luas, dikarenakan penyiar harus mengerti terhadap berita yang akan disampaikan kepada pendengar, serta dialog dari berbagai hal bidang, baik politik, ekonomi dan yang lainnya, karena berita yang disampaikan diambil dari berbagai hal bidang, sehingga penyiar mampu memperdalam pembahasan topik.

F. Diskusi

Temuan-temuan penelitian memperlihatkan bahwa di Radio Republik Indonesia Bandung, terjadi **model pola komunikasi Lasswell** yang sifatnya satu arah pada segmen pertama hingga segmen kelima di program acara Harmony Pagi, seperti pada Gambar 4, Unsur sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendali pesan, sedangkan unsur pesan (*say what*) merupakan bahan untuk analisis isi.



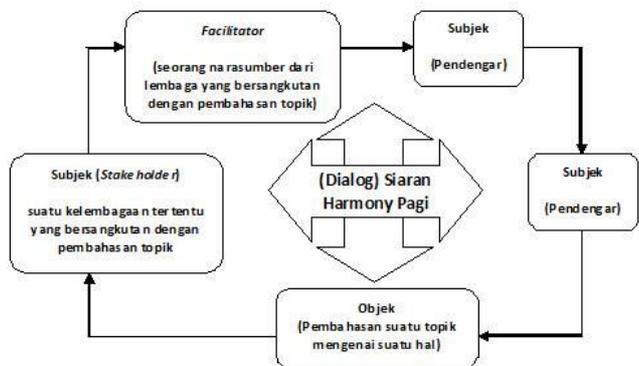
Gambar 4. Model Pola Komunikasi Lasswell dalam Program Acara Harmony Pagi

(Komunikasi Satu Arah)

Sumber : Hasil Olahan Penelitian

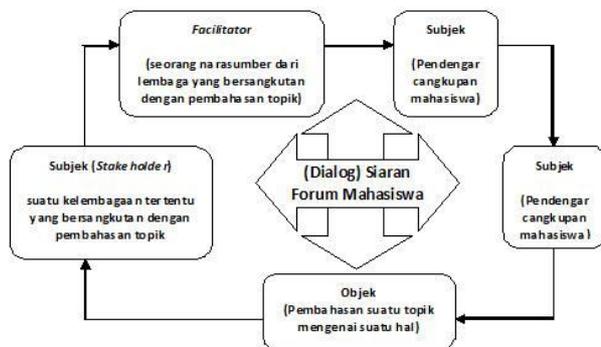
Saluran komunikasi (*in which channel*) dikaji dalam analisis media. Unsur penerima (*to whom*) dikaitkan dengan analisis khalayak, sementara unsur pengaruh (*with what effect*) jelas hubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. (Mulyana, 2010: 148) Dan terjadi perubahan antara penyiar dengan pendengar pada segmen keenam dalam program acara Harmony Pagi yaitu, **Model pola komunikasi dialogis** seperti pada Gambar 5, yang terdapat juga pada program acara Forum Mahasiswa, seperti pada Gambar 6. Pola komunikasi dialogis ini terdapat dalam paradigma pembangunan partisipatoris. Dengan basis masyarakat dalam paradigma partisipatoris, melibatkan semua *stakeholder* dalam seluruh tahap pembangunan. Dimana modal sosial diletakkan sebagai motor penggerak pelaksanaan pembangunan dalam menanggulangi sesuatu. Proses dialogis dalam paradigma pembangunan direncanakan dan dilaksanakan oleh semua *stakeholder*, baik

pemerintah maupun masyarakat sasaran program. Pembangunan digunakan untuk menyejahterakan masyarakat dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dimana setiap proses pembangunan selalu dilekatkan dengan realitas. (Wiyati, 2011: 378)



Gambar 5. Model Pola Komunikasi Dialogis dalam Program Acara Harmony Pagi

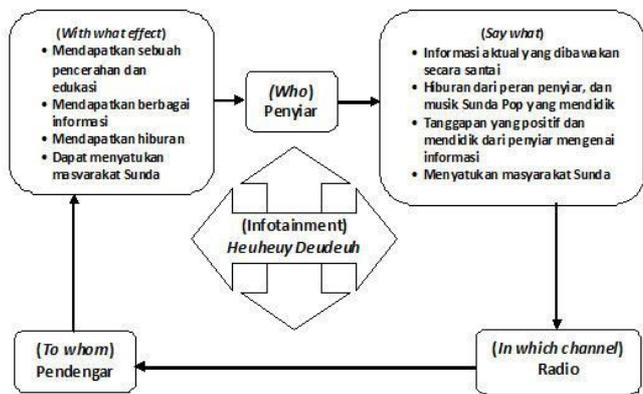
Sumber : Hasil Olahan Penelitian



Gambar 6. Pola Komunikasi Dialogis dalam Program Acara Forum Mahasiswa

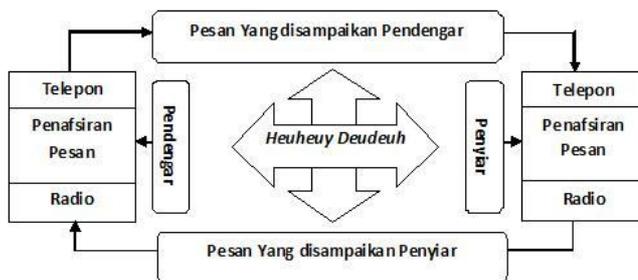
Sumber : Hasil Olahan Penelitian

Kemudian terjadi pula **model pola komunikasi Lasswell** yang bersifat satu arah, dan yang dikaitkan dengan **infotainment** yang terjadi dalam segmen pertama, pada program acara *Heuheuy Deudeuh*, seperti yang terlihat pada Gambar 7, dan terjadi perubahan **model pola komunikasi Interaktif Schramm** pada segmen kedua dalam program acara *Heuheuy Deudeuh*, seperti yang terlihat pada Gambar 8.



Gambar 7. Model Pola Komunikasi Lasswell (Infotainment) dalam Program Acara Heuheuy Deudeuh

Sumber : Hasil Olahan Penelitian



Gambar 8. Model Pola Komunikasi Interaktif Schramm dalam Program Acara Heuheuy Deudeuh

Sumber : Hasil Olahan Penelitian

Proses komunikasi ada sekaligus sebagai enkoder dan dekoder. Kita secara konstan menyandi-balik tanda-tanda lingkungan kita, menafsirkan tanda-tanda tersebut, dan menyandi sesuatu sebagai hasilnya. Proses menyandi-balik tersebut disebut umpan balik (*feed back*), yang memainkan peran sangat penting dalam

komunikasi, karena hal itu memberi tahu kita bagaimana pesan kita ditafsirkan, baik dalam bentuk kata-kata sebagai jawaban dan sebagainya. (Mulyana, 2010: 152-153)

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pola komunikasi yang dilakukan penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung, dalam hal penyiar harus memiliki wawasan yang luas, cerdas dan kreatif, hal ini erat kaitannya dengan *air personality* atau biasa juga disebut dengan *air personality*. Kepintaran, kreativitas, dan kepribadian yang dibentuk sendiri oleh penyiar dengan ciri khas yang mereka kembangkan sendiri yang disesuaikan dengan program acara yang mereka bawakan. *Air personality* dibentuk dari kepintaran, kreativitas dan kepribadian. *Air personality* tidak harus merupakan kepribadian kita yang sesungguhnya, tetapi lebih pada pencitraan ‘kesan’ kepribadian kita pada saat siaran, yang boleh saja berbeda dengan kepribadian sehari-hari yang sesungguhnya. Karakter suara yang hangat, akrab, dan semangat yang telah ditemukan dalam program acara yang telah dibahas sebelumnya merupakan bagian dari hal lumrah bagi seorang penyiar radio yaitu, *basic announcing* sebagai prinsip dasar siaran radio. (Ricky, 2013; Zaini, 2012)

G. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan analisis mengenai pola komunikasi penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar, penulis menyimpulkan bahwa untuk mengetahui pola komunikasi dengan menganalisis melalui aktivitas komunikasi. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pola komunikasi penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar :

1. Situasi komunikatif yang terjadi di Radio Republik Indonesia Bandung antara penyiar dengan pendengar, memperlihatkan **model pola komunikasi Lasswell** yang sifatnya satu arah, dan terjadi perubahan pada segmen keenam menjadi **model pola komunikasi dialogis** dalam program acara Harmony Pagi. Ditemukan pula **model pola komunikasi dialogis** dalam program acara Forum Mahasiswa selama siaran. Kemudian pada program acara *Heuheuy Deudeuh* ditemukan **model**

komunikasi Lasswell (*infotainment*) yang sifatnya satu arah, dan terjadi perubahan pada segmen kedua menjadi **model pola komunikasi Interaktif Schramm** antara penyiar dengan pendengar.

2. Peristiwa komunikatif penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar pada saat *on air*, memiliki kekhasan tersendiri dalam setiap program acaranya, baik program acara Harmony Pagi, Forum Mahasiswa, dan *Heuheuy Deudeuh*. Kekhasan tersebut terlihat adanya perbedaan tujuan setiap program acara, norma-norma yang ada dalam program acara, dan kaidah interaksi di setiap program acara yang harus dilakukan oleh penyiar untuk disampaikan kepada pendengar, meskipun hal yang lainnya memiliki persamaan, namun hal-hal tersebutlah yang dapat memberikan kekhasan pola komunikasi yang dilakukan penyiar kepada pendengar di Radio Republik Indonesia Bandung.
3. Tindak komunikatif yang menyebabkan pola komunikasi penyiar di Radio Republik Indonesia Bandung terhadap pendengar, disebabkan oleh beberapa faktor, yang terdiri dari karakteristik penyiar yang dilihat dari teknik vokal dan penggunaan bahasa, kemudian *opening* dan *closing* di setiap program acara yang mereka bawakan, baik dalam program acara Harmony Pagi, Forum Mahasiswa, dan *Heuheuy Deudeuh*. Dari ketiga faktor tersebut, terlihat faktor yang paling mencolok perbedaannya pada teknik vokal dan bahasa yang penyiar gunakan pada saat siaran, hal ini disebabkan agar penyiar dapat memberikan kenyamanan untuk para pendengarnya, baik itu terkait dengan penyesuaian waktu, pembahasan topik, latar yang dibangun dalam program acara, serta tujuan program acara itu sendiri agar dapat bermanfaat bagi para pendengarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2004. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Budhjianto, Danrivanto. 2010. *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran & Teknologi Informasi Regulasi & Konvergensi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Prayudha, Harley. 2006. *Penyiar It's Just Not a Talk*. Malang: Bayumedia.
- Sunarto. 2006. *Keluargaku Permata Hatiku*. Jakarta: Jagadhita Publishing.
- Syaifuddin, Didin. 2005. *Radio Siaran*. Sidoarjo : Selaras Dua Birdikari Entertain.

Sumber Lain :

- Ferira, Putri. 2013. "Pola Komunikasi Penyiar Radio Harmoy FM dalam Menjalin Komunikasi dengan Pendengar". Skripsi. Serang: Perpustakaan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Ricky Hans. 2013. "Air Personality," <http://the-ricky-hans-radio-school.blogspot.com/2013/10/air-personality>. Tanggal akses 31 Mei 2014, pk. 07.34 WIB.
- Setiana, Kirizki. 2012. "Pola Komunikasi Penyiar Kids Radio: Studi Kualitatif dengan Pendekatan Etnografi Komunikasi Penyiar di 99,2 FM Kids Radio Bandung". Skripsi. Bandung: Perpustakaan Universitas Islam Bandung.
- Wiyati, Eni Kardi, 2011. "Peran Komunikasi dalam Pembangunan Modal Sosial dan Kelembagaan," dalam Buku Jurnal Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan. Jakarta: Kencana. Ed. 1. Cet. 1; xviii.
- Zaini, Achmad. 2012. "Air Personality Penyiar. Cara Jadi Penyiar Jempolan," <http://orangradio.blogspot.com/2012/05/air-personality-kadangdisebut-juga.html>. Tanggal akses 2 Juni 2014, pk. 01.43 WIB.