

Karakteristik Radio

Winda Kustiawan¹, Anis Safitri², Indah Sari³, Rani Puspita⁴, Siti Zahara⁵

Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak

Radio dianggap sebagai sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati sebuah perubahan lingkungan yang langsung dapat mempengaruhi khalayak pendengarnya. Memiliki banyak keunggulan serta mudah dijangkau oleh berbagai rentang usia membuat radio menjadi sarana yang banyak digunakan oleh masyarakat. Karakteristik dalam konteks radio ini memuat tentang khalayak media massa yang meliputi berbagai aspek seperti jenis kelamin umur, tingkat pendidikan serta jenis pekerjaan. Penelitian ini membahas tentang bagaimana karakteristik di dalam radio. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data yang didapat dari buku, jurnal, artikel dan juga internet.

Kata Kunci : Radio, Karakteristik

Abstract

Radio is considered as a source of information as well as a means of communication to observe a change in the environment that can directly affect the listeners. Having many advantages and easily accessible by various age ranges makes radio a means that is widely used by the public. Characteristics in the context of radio contains mass media audiences covering various aspects such as gender, age, level of education and type of work. This study discusses how the characteristics in the radio. This study uses a qualitative descriptive method by collecting data obtained from books, journals, articles and also the internet.

Keywords: Radio, Characteristics

PENDAHULUAN

Radio sebagai sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati perubahan lingkungan yang langsung dapat mempengaruhi khalayak pendengarnya.

Sebagai suatu aspek sarana komunikasi dan informasi tentunya radio memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan. Keunggulan tersebut diantaranya yaitu radio bersifat cepat dan langsung. Sebagai sarana tercepat yang melebihi dari koran dan TV. Didengar oleh pemilik radio. Selain itu juga radio merupakan suatu alat komunikasi dan informasi yang bersifat Tanpa Batas karena siaran radio ini menembus batas-batas geografis demografis Sara dan kelas sosial.

Radio lalu berkaitan dengan khalayak. Khalayak juga bisa disebut sebagai istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa audience, decoder atau komunikan. Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi.

Karakteristik radio yang berkaitan dengan khalayak media massa meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan titik berbagai ahli mengemukakan bahwa pendengar radio siaran memiliki sifat-sifat yang diamati diantaranya adalah heterogen selektif dan aktif. Dalam hal tersebut aktif akan berpikir Apakah ucapan oleh seorang penyiar bernilai benar atau tidaknya sehingga dari sinilah seorang jurnalis radio mesti menghindari redensi dengan meningkatkan lebih banyak informasi yang berguna bagi hal lainnya yang sesuai dengan fakta. Pesan yang harus dibuat oleh seorang jurnalis harus membuat hal-hal yang terfokus pada elemen-elemen kunci dari materi yang telah disiarkan sehingga dari situlah sebuah program radio akan berjalan dengan baik apabila memahami tentang bagaimana karakteristik dari radio itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan penulis adalah studi kepustakaan. Dimana hasil pembahasan penelitian ini bersumber pada buku, jurnal, dan tulisan-tulisan tertentu.

Penulis menggunakan metode deskriptif kepustakaan dengan berdasarkan tulisan yang mengarah pada hasil pembahasan jurnal ini. Penelitian deskriptif ini yaitu penelitian yang hanya dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan suatu keadaan tertentu.

PEMBAHASAN

Radio sebagai sumber informasi serta sarana komunikasi untuk megamati perubahan lingkungan yang langsung dapat mempengaruhi kahalayak pendengarnya. Oleh karena itu radio mempunyai karakteristik tersendiri yaitu:

1. Radio bersifat Langsung.
Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, suatu hal atau program yang disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks.
2. Radio siaran menembus jarak dan rintangan.
Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan yaitu bahwa radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan. selain waktu ruang pun bagi radio siaran tidak masalah. Bagaimanapun jauhnya sarana yang dituju, dengan radio dapat dicapainya, gunung – gunung, lembah – lembah, padang pasir, maupun lautan luas, semuanya tidak menjadi rintangan.
3. Radio siaran mengandung daya Tarik. Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan adalah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini adalah disebabkan sifatnya yang serba hidup.

Khalayak Radio

Khalayak biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, decoder, atau komunikan. Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi Changara, 2006. Radio yang merupakan salah satu media massa tentunya juga memiliki khalayak yang terlibat. Biasanya khalayak dari media massa radio disebut sebagai khalayak pendengar.

Menurut Masduki 2002 dalam Puspitasari 2009 membagi pendengar radio dalam empat kategori yakni pendengar aktif, pasif, selektif, dan spontan. Pendengar spontan adalah pendengar yang tanpa sengaja mendengar suatu siaran radio dan relatif lebih mudah teralih perhatiannya pada hal lain. Pendengar pasif adalah pendengar yang sering mendengarkan suatu program radio tetapi jarang melakukan interaksi dengan penyiar dan hanya mendengarkan siaran radio saja. Pendengar selektif adalah pendengar yang hanya memilih untuk mendengarkan program siaran tertentu yang memang diminati olehnya, baik dikarenakan kualitas program yang ditawarkan maupun karena tertarik terhadap penyiar yang bersiaran. Pendengar aktif adalah pendengar yang selalu mendengarkan siaran suatu stasiun radio dan mereka juga sering aktif berinteraksi dengan penyiar pada saat siaran berlangsung dengan mengirimkan sms atau telepon ke stasiun radio yang bersangkutan.

Menurut McQuail 2005 karakteristik individu yang berkaitan dengan khalayak media massa meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan. Berbagai ahli mengemukakan bahwa pendengar radio siaran memiliki sifat-sifat yang dapat diamati, diantaranya adalah heterogen, selektif dan aktif. Effendy 2003 menyatakan bahwa salah satu sifat yang dimiliki oleh pendengar radio adalah heterogen, yang berarti pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak, terpencar-pencar dan tidak saling mengenal. Menurut McQuail 2005 sifat selektif dilihat dari segi pendengar dapat memilih program siaran radio yang disukainya. Selain itu pendengar radio juga bersifat aktif. Apabila menjumpai sesuatu yang menarik dari sebuah stasiun radio, pendengar aktif berfikir dan melakukan interpretasi, kemudian bertanya-tanya pada dirinya apakah yang diucapkan oleh seorang penyiar radio bernilai benar atau tidak.

Khalayak radio memiliki kendala psikologi sosial dalam menangkap pesan. Para pendengar mudah jenuh, bosan, dan mencari gelombang radio lain. Orang redaksi kerap melupakan bagaimana siarannya ditolak pendengarnya.

Daya Serap Informasi

Dalam sebuah eksperimen psikologi dari Alfred Mehrabian yang dalam penelitiannya mengungkapkan data keterambilan serapan makna dari indera manusia ketika menyimak sekian ragam media di sekeliling mereka secara persentase di peroleh data manusia 7 persen, makna yang di peroleh manusia berasal dari verbal, 38 persen berasal dari audio (pendengaran), dan 55 persen dengan perolehan terbesar mengarah pada nonverbal. Maka dari data tersebut perlu di perhatikan secara seksama bagaimana sebuah radio yang hadir di tengah-tengah masyarakat mesti memaksimalkan 38 persen serapan makna di terima oleh khalayak (pendengar).

Daya Tarik Radio

Menurut McQuail, bahwa daya Tarik radio bersumber pada suara, ciri yang lainnya adalah penggunaannya yang lebih mudah dan dapat di bawa kemanapun. Produksi radio juga lebih mudah, fleksibel dan relative lebih murah di bandingkan dengan televisi. Radio berpotensi untuk partisipasi dua arah, penggunaannya akrab dan bersifat personal. Konten radio juga di nilai lebih beragam dan juga lebih banyak bermain music. Tapi, sebagai media massa karakteristik dari radio di polakan sebagai distribusi yang terpusat atau centralized. Artinya, radio memegang peran sebagai penyedia konten bagi audiens.

Radio sebagai media penyiaran merupakan medium pemberi informasi, pendidikan, dan hiburan,. Konten radio sangat beragam dan dapat di sesuaikan dengan target pendengar radio yang di sasar. Informasi yang di sampaikan oleh penyiar dan music yang di susun dalam playlist radio di tujukan untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan audiens.

Konten radio yang hadir pada masa kejayaannya terdengar sangat bervariasi. Denin dan DFleur 2010 menyebutkan beberapa konten, seperti *comedian, popular dance band and*

singer, sport events, politicians, news broadcast, dan daytime 'soap opera'. Masing-masing konten tersebut dikemas dengan tujuan, mendekatkan radio kepada audiensnya.

Karakteristik radio bersifat lokal menyebabkan kemasan konten di tuju untuk memenuhi target audiens yang menjangkau wilayah tertentu. Sebagai media 'selintas', konten radio di siarkan dengan konsep repetisi atau berulang-ulang agar pesan dapat di terima audiens. Hal ini di sebabkan pula oleh keterbatasan radio yang tidak memungkinkan audiens melakukan pause atau rewind atas infomasi yang di sampaikan. Tata Bahasa penyiar juga di tuturkan dengan Bahasa yang mudah di mengerti (1. Perebinossoff, gross dan gross 2005).

Orang-Orang Radio

Dalam penyiar radio tentu di perlukan orang-orang yang bertanggungjawab dalam menyiarkan program radio. Diantaranya :

1. Penyiar Radio (Announcer atau DJ) Merupakan bintangnya dan asset dari sebuah program di radio. Selain itu penyiar radio adalah orang pertama yang di dengar oleh pra audiens. Oleh Karena itu dia harus mampu menyampaikan berbagai informasi dengan baik. Tidak hanya itu, mereka harus punya skill siaran atau announcing skill yang mumpuni mulai dari olah suara, memiliki wawasan luas, memperhatikan intontasi saat berbicara, personality yang baik, dan mampu menempatkan pendengar sebagai teman ngobrol.
2. Music Director (MD). Orang yang berperan penting dalanpenataan music dan siaran onair. Menjadi MD itu harus bisa tahu aliran dan rasa dari radionya. Tidak hanya itu saja, mereka juga di tuntutan untuik bisa selalu update dengan perkembangan musik terkini dan menjalin kerjasama dengan label musik demi menunjak ketersediaan lagu di radio.
3. Produser radio bertanggungjawab mulai dari memastikan ketersedianya materi siaran, melakukan briefing kepada semua tim yang terlibat, memantau flow acara agar tetap sesuai jalur, dan melakukan evaluasi setelah acara untuk perbaikan kedepannya.
4. Penulis Naskah (*script writer*). Orang yang bertugas menulis naskah siaran yang akan di bacakan oleh penyiar. Penulis naskah harus memiliki teknis menulis kreatif dan mudah di pahami oleh penyiar radio. Tidak hanya itu, penulis naskah radio juga harus selalu update dengan perkembangan terkini dan memiliki wawasan yang luas. Serta membuat naskah iklan baik di bicarakan dengan penyiar langsung (adlibes) dana tau iklan yang di rekam (spot).

Lembaga Dan Regulasi Radio

Lembaga

Lembaga penyiaran publik yang sangat populer adalah televisi dan radio. Radio jauh lebih dulu hadir mengisi kebutuhan ruang public yang kemudian baru di susul televisi. Kendatipun hanya mengandalkan audio, namun sampai kini lembaga penyiar radio masih eksis dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Jika lembaga penyiaran diindonesia pada awalnya di gagas kan di prakarsai oleh negara atau pemerintah, maka pada perkembangan selanjutnya muncul lembaga-lembaga penyiaran yang di kelola swsta dan masyarakat. Wujud dari semua itu berupada lembaga penyiaran public (radio/tv public), lembaga penyiaran swasta (radio/tv swasta), lembaga poenyiaran komunitas (radio/tv komunitas) dan lembaga penyiaran berlangganan (radio/tv berlangganan). Keempat radio lembaga tersebut mempunyai kekhasan masing-masing dengan persamaan berupa sama-sama mengolah informasi yang di pancar luaskan kearena publik melalui teknologi keradioan.

Lembaga penyiaran yang di jadikan topik bahasan paad kesempatan ini yakni lembaga penyiaran publik khususnya Radio Republik Indonesia (RRI). Sebagaimana dikemukakan dalam pasal 14 ayat 1 UUD 32/2002 : bahwa yang di maksud lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang di dirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Kemudian dalam ayat 2 di kemukakan bahwa lembaga penyiaran publik yang di

maksud terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun pusat penyiarnya berada di dibukota negara RI.

Regulasi

Dunia penyiaran berkembang pesat memasuki era digitalisasi informasi, produk hukum UU Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran sudah tidak mampu lagi mengakomodasi situasi dan kondisi perkembangan penyiaran dewasa ini dengan menjadi regulator di negeri ini. Perkembangan internet telah jauh menjadi “media” tersendiri, yang bahkan mempunyai kemampuan interaktif ketika sinergi dengan industri penyiaran dengan apa yang di sebutnya konvergensi atau penyiaran digital.

Membangun sebuah regulasi yang konperhensif dan berdimensi jangka panjang tentu saja bukan hak yang mudah. Bahkan dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi yang makin cepat, regulasi yang berdimensi jangka panjang nampaknya hampir menjadi satu hal yang mustahil. Adagium tentang regulasi yang selalu ketinggalan dibandingkan perkembangan teknologi yang mesti di sikapi secara bijak. Pasalnya, sebuah bangunan kebijakan selalu mengandung celah multiinterpretasi sehingga bisa saja hal itu di dimanfaatkan untuk menampilkan citraan media yang luput dari tujuan kebijakani

Di sisi lain, pada saat sebuah kebijakan di sahkan dan diimplementasikan, boleh jadi telah muncul varian teknologi baru yang tak tertangkap oleh regulasi tersebut. Ini tidak berarti bahwa pembuatan regulasi tak harus di lakukan, bagaimana pun produk hukum baru yang mengakomodasi media baru atau konvergensi media merupakan kebutuhan yang mendesak agar ada kepastian hukum dalam bisnis media interaktif, serta agar teknologi komunikasi baru tidak menjadi instrument degradasi moral dan penyebaran informasi yang tidak semestinya ke ruang public dan ruang public lainnya.

Dalam hal menetapkan regulasi baru, institusi yang paling berwenang adalah pemerintah atau negara. Cara pandang demikian dapat di pahami jika dilihat dari fungsi negara sebagai *regulatory agent* di dalam menjaga hubungan antara pasar dan masyarakat. Di situ negara memegang kedaulatan publik dan disisi lain negara mempunyai apparatus yang berfungsi menjaga efektif tidaknya sebuah regulasi. Namun demikian, semestinya negara tidak serta merta melalui lembaga independen tidak menutup diri dari pola hubungan yang ideal antara tiga aktor konvergensi (negara, pasar, masyarakat) sehingga akan berlangsung harmonis dan seimbang. Jangan sampai terjadi salah satu pihak mendominasi yang lain.¹ Misalnya pelaku media cenderung mendominasi, memonopoli pasar dan masyarakat, sementara masyarakat tidak punya pilihan lain selain menerima apa adanya tampilan-tampilan di media.

Dalam undang-undang penyiaran No.32/2002 yang berlaku di Indonesia memiliki jenis-jenis lembaga penyiaran sebagai berikut :

1. Lembaga penyiaran public, seperti RRI dan TVRI
2. Lembaga penyiaran swasta
3. Lembaga penyiaran radio komunitas seperti radio di kampus
4. Lembaga penyiaran berlangganan, seperti indovision.

KESIMPULAN

Karakteristik radio merupakan sebuah sumber informasi dan sarana komunikasi untuk mengamati perubahan lingkungan yang langsung dapat mempengaruhi hal pendengarnya. Karakteristik ini bersifat langsung menembus jarak dari rintangan serta mengandung daya tarik.

Dalam hal karakteristik radio, khalayak menjadi salah satu aspeknya. Karena merupakan istilah yang dipakai untuk penerima serta pendengar radio tersebut.

¹ Ido Prijana Hadi, *Radio Siaran Interaktif Dan Layanan Public*, (Jawa Timur : Qiara Media, 2019), h.235-236

Dalam ruang lingkup ini terdapat sebuah lembaga dan regulasi radio titik di mana lembaga penyiaran publik sangat populer yaitu televisi dan radio. Sedangkan dalam regulasi radio dijelaskan bahwa membangun sebuah regulasi yang komprehensif dan berdimensi jangka panjang bukanlah hal yang mudah. Karena dijelaskan bahwa dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat pun, regulasi yang berdimensi jangka panjang nampaknya hampir menjadi satu hal yang mustahil karena adanya pemanfaatan citraan media yang luput dari tujuan kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

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

Masduki, 2004, *Menjadi Broadcaster Professional*, Yogyakarta, Lkis.

Morissan, 2019, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, Jakarta, Kencana Prenada Media.

Mufid, Muhammad, 2003, *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta : Kencana

Onong Uchjana, 2003. *Penyiaran Radio*, Jakarta : Renika Cipta.

Santi Indra Astute. 2008. *Jurnalisme Radio : Teori Dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Septiawan Santana K, 2005, *Jurnalisme Kontemporer Edisi Kedua*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Siswanto, Joko. *Politik kebangsaan*, (Malang : CV IRDH)

Sri Ulya Suskarwati, 2019. *Radiomorfosis, Transformasi Radio Dalam Komunikasi*

Sunarjo dan Djoenaesih, 1997, *Himpunan Istilah Komunikasi*, Liberty, Yogyakarta.