

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Radio Sebagai Media Komunikasi Massa

Radio adalah salah satu jenis media massa satu arah yang berfungsi utama untuk menyampaikan pesan berupa informasi, hiburan, maupun berita kepada publik secara luas. Sebagai media komunikasi massa, radio memiliki kemampuan menjangkau audiens yang luas, bersifat terbuka, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Anwar Arifin dalam (Hamid, 2021) menyebutkan bahwa radio adalah sarana komunikasi massa yang memungkinkan penyampaian ekspresi manusia secara umum dan terbuka melalui program-program suara yang tersusun rapi dan mencerminkan dinamika sosial masyarakat.

Secara teknis, radio memanfaatkan gelombang elektromagnetik untuk mentransmisikan suara. Maxwell dikutip dalam (Winda Kustiawan A. N., 2022) mengemukakan bahwa gelombang radio adalah gelombang magnetis yang dapat bergerak di ruang hampa dengan kecepatan yang setara dengan cahaya, yaitu sekitar 186.000 mil per detik. Teori ini dibuktikan oleh Heinrich Hertz pada tahun 1884 dan kemudian dikembangkan oleh Guglielmo Marconi, yang berhasil mengirimkan sinyal nirkabel menyeberangi Samudra Atlantik pada tahun 1906. Oleh karena itu, Marconi dijuluki sebagai "*The Father of Radio*".

Dalam konteks penyiaran, menurut Riswandi dalam (Ketut Wiriyanto, 2021), radio adalah media komunikasi massa yang menyampaikan ide atau informasi melalui suara, dikemas dalam bentuk program yang bersifat umum dan disiarkan secara konsisten. Hal ini juga sejalan dengan definisi dalam Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 1977, yang menyebutkan bahwa radio siaran adalah alat pemancar suara yang ditujukan langsung ke masyarakat dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai medianya (Winda Kustiawan S. T., 2023). Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, penyiaran radio didefinisikan sebagai kegiatan penyiaran yang dilakukan melalui perangkat transmisi darat, laut, atau ruang angkasa, menggunakan spektrum frekuensi radio yang dapat diakses masyarakat secara serempak dan dilakukan secara berkelanjutan dengan berkesinambungan.

Sebagai media komunikasi massa, radio tidak hanya berperan dalam menyebarkan informasi, tetapi juga memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dari media lainnya. Salah satu karakteristik utama radio adalah sifatnya yang auditif, yaitu hanya mengandalkan suara sebagai media penyampaian pesan (Khalid, 2019). Oleh karena itu, semua informasi harus dikemas secara menarik, jelas, dan komunikatif agar bisa diterima dengan baik oleh pendengar. Pesan-pesan yang disampaikan pun harus mampu membangun daya tarik melalui intonasi penyiarnya, musik, serta efek suara yang mendukung.

Dalam proses penyampaiannya, radio memanfaatkan gelombang transmisi melalui pemancar yang memiliki jangkauan tertentu. Artinya, penyebaran informasi sangat dipengaruhi oleh kekuatan pemancar yang dimiliki oleh stasiun radio tersebut. Namun, karena radio mengandalkan gelombang sebagai media transmisi, media ini sering mengalami kendala teknis seperti gangguan cuaca, kondisi geografis, hingga gangguan frekuensi bisa mempengaruhi kualitas siaran.

Salah satu daya tarik radio terletak pada kemampuannya dalam menciptakan *theatre of mind*, yaitu menghadirkan gambaran imajinatif dalam benak pendengar (Errol Jonathans, 2020). Dengan melalui kata-kata, musik, dan efek suara, radio mampu membangun suasana atau cerita yang hidup dan mendalam di pikiran audiens. Tak hanya itu, radio juga sangat identik dengan musik. Banyak pendengar menjadikan radio sebagai sarana hiburan utama karena lagu-lagu yang diputarkan sesuai selera mereka. Untuk menjangkau audiens yang lebih luas, stasiun radio pun mengembangkan berbagai strategi penyiaran musik. Ada yang menggunakan pendekatan *all segment*, yaitu memutar beragam genre musik dalam satu saluran, dan ada pula yang memilih *one segment*, yakni fokus pada satu jenis musik dengan beberapa variasi *sub-genre*. Strategi ini ditujukan untuk menarik sekaligus mempertahankan loyalitas audiens.

Dalam perannya sebagai media komunikasi massa, radio menjalankan sejumlah fungsi penting yang tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup peran edukatif, hiburan, dan mempengaruhi persepsi publik.

Menurut pendapat Effendy dalam (Awaluddin, 2019), setidaknya terdapat empat fungsi utama radio yang menggambarkan peran strategisnya dalam masyarakat.

1. To *Inform* (informatif), yaitu radio berperan sebagai sumber utama dalam menyampaikan berbagai informasi dan peristiwa terkini kepada masyarakat secara luas dan cepat. Lewat siaran yang menjangkau banyak orang, radio menjadi alat penting dalam memperluas wawasan publik terhadap isu-isu yang sedang berkembang.
2. To *Educate* (edukatif), dalam hal ini, radio bertindak sebagai sarana pendidikan yang memberikan pengetahuan dan nilai-nilai edukatif kepada pendengarnya. Melalui program-program bermuatan edukasi, radio ikut mencerdaskan masyarakat dan mendorong perkembangan kecerdasan mereka.
3. To *Entertain* (hiburan), hiburan juga menjadi bagian tak terpisahkan dari siaran radio. Dengan menyajikan musik, komedi, atau acara santai lainnya, radio memberikan hiburan yang menyenangkan dan menjadi pelengkap dari informasi berat yang sedang berkembang.
4. To *Influence* (mempengaruhi), dimana radio memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik. Melalui narasi yang disampaikan oleh penyiar maupun konten siaran, radio dapat membangun citra positif atau negatif terhadap individu, kelompok, atau suatu isu tertentu, yang pada akhirnya mempengaruhi cara pandang dan sikap audiens.

Sebagai media massa yang masih populer hingga kini, radio memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya tetap diminati oleh khalayak. Salah satu keunggulan utama radio terletak pada kecepatan dan kemampuannya menyampaikan informasi secara langsung. Berbeda dari media massa lain seperti televisi atau koran yang memerlukan proses produksi panjang dan rumit, radio hanya membutuhkan alat sederhana seperti telepon untuk menyampaikan informasi secara *real-time* kepada pendengar.

Radio juga melekat erat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Kemudahan aksesnya memungkinkan pendengar untuk menikmati siaran kapan saja dan dimana saja, tanpa perlu meninggalkan aktivitas utama mereka. Sifat personal radio menjadi daya tarik tersendiri, dimana penyiar seolah berbicara langsung dengan masing-masing audiens, menciptakan hubungan emosional yang hangat dan akrab. Hal ini diperkuat oleh intonasi suara penyiar dan pemilihan musik yang sesuai, membangun suasana yang menyenangkan dan bersahabat. Selain itu, radio dikenal sebagai media yang sederhana, tidak memerlukan perangkat canggih, mudah dibawa, serta hemat biaya produksi dibandingkan media massa lainnya. Jangkauannya yang luas juga memungkinkan radio diakses oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa memandang latar belakang geografis, sosial, ataupun budaya, selama masih dalam cakupan frekuensi.

Namun, radio juga memiliki sejumlah keterbatasan. Karakter siaran yang bersifat selintas membuat informasi cepat berlalu dan sulit diingat karena tidak dapat diputar ulang seperti media digital lainnya. Selain itu, informasi yang

disampaikan seringkali bersifat umum, kurang mendetail, dan terkadang tidak akurat, terutama dalam penyampaian data numerik yang cenderung dibulatkan. Format siaran yang linier dan berbasis waktu juga membatasi fleksibilitas pendengar, karena mereka harus mengikuti jadwal yang telah ditentukan. Radio pun rentan terhadap gangguan, baik dari aspek teknis maupun lingkungan. Terakhir, jangkauan radio biasanya bersifat lokal, sehingga keterbatasan sinyal membuat siarannya hanya bisa dinikmati dalam wilayah tertentu.

2.2 Transformasi Radio di Era Digital

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam dunia penyiaran radio, dari sistem konvensional berbasis analog menuju format digital yang lebih modern dan efisien. Pada era sebelumnya, siaran radio mengandalkan gelombang analog seperti AM (*Amplitude Modulation*) dan FM (*Frequency Modulation*), yang sangat bergantung pada kekuatan sinyal pemancar dan kondisi geografis. Hal ini sering menyebabkan gangguan penerimaan, terutama di daerah pegunungan atau wilayah terpencil. Sebagai solusi atas keterbatasan tersebut, kini hadir teknologi *Digital Audio Broadcasting* (DAB) yang memungkinkan kualitas audio lebih jernih, minim gangguan, dan dapat menampung lebih banyak variasi siaran dalam satu *platform*. Di samping itu, kehadiran radio *streaming* semakin memperluas jangkauan siaran, memungkinkan audiens menikmati konten audio secara global hanya melalui perangkat digital seperti *smartphone*, tablet, atau komputer.

Perbedaan utama antara radio konvensional dan digital terletak pada cara penyiarannya. Jika radio tradisional disiarkan secara linier dengan jadwal tetap, maka radio digital menawarkan pengalaman yang lebih fleksibel dan personal melalui sistem *on demand* (Aspar, 2024). Pendengar kini bisa memilih konten yang mereka inginkan kapan saja, tanpa harus menunggu jadwal siaran. Interaksi antara penyiar dan audiens pun mengalami perubahan. Jika sebelumnya komunikasi terbatas pada panggilan telepon atau pesan singkat, kini pendengar dapat terhubung secara langsung melalui media sosial, aplikasi interaktif, atau fitur komentar *real time* yang meningkatkan keterlibatan dua arah. Salah satu bentuk konten digital yang semakin populer saat ini adalah *podcast*. Bentuk ini memberikan kebebasan bagi pendengar untuk memilih topik sesuai minat mereka dan mendengarkannya kapan pun mereka inginkan. Banyak stasiun radio mulai mengintegrasikan *podcast* ke dalam strategi penyiaran mereka, sebagai cara untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyesuaikan diri dengan kebiasaan konsumsi media digital masyarakat *modern*.

Perubahan besar ini juga tidak lepas dari fenomena konvergensi media. Istilah konvergensi yang berasal dari bahasa Inggris *convergence*, mengacu pada proses integrasi berbagai bentuk media, baik audio, visual, teks, hingga data yang menjadi satu kesatuan sistem yang saling terkoneksi. Konvergensi tidak hanya terjadi secara teknis, tetapi juga memengaruhi bagaimana konten diproduksi, disebarluaskan, dan dikonsumsi. Menurut Fiddler dalam (Dzulfikri, 2023), proses konvergensi didorong oleh kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang mendorong terciptanya inovasi teknologi baru. Namun, tidak semua inovasi langsung dapat

diterima karena terkendala infrastruktur dan sumber daya. Meski demikian, tekanan dan kebutuhan dari masyarakat modern membuat perubahan ini tidak terhindarkan.

2.3 Radio Programming

Radio *programming* adalah proses strategis dalam penyusunan dan pengelolaan program siaran yang disusun secara sistematis dalam bentuk jadwal harian, mingguan, atau bulanan. Tujuan utamanya adalah untuk menjangkau target audiens secara efektif dan mempertahankan loyalitas pendengar. Aktivitas ini mencakup perencanaan, pengaturan, dan pengawasan terhadap konten siaran agar sesuai dengan karakteristik audiens serta tujuan stasiun radio. *Programming* merupakan rangkaian acara yang disusun menyerupai pola mozaik berdasarkan waktu siar, sasaran audiens, serta kondisi objektif tertentu. Seluruh program tersebut harus disiarkan secara konsisten dan berkala. Dalam konteks penyiaran, *programming* juga diartikan sebagai proses *scheduling*, yakni penjadwalan berbagai program untuk ditayangkan sesuai dengan slot waktu tertentu.

Joseph R. Dominick (2004) menjelaskan bahwa program siaran adalah susunan lengkap dari acara yang dimulai dari pembukaan (*tune in*) hingga penutupan (*tune out*). Sementara istilah "program" merujuk pada satuan acara dari keseluruhan susunan siaran. Dengan demikian, radio *programming* dapat dimaknai sebagai aktivitas perencanaan dan penempatan konten siaran ke dalam jadwal tetap yang dirancang sesuai dengan konsep, durasi, serta tujuan siaran. Secara umum, aktivitas *programming* mencakup tiga tahapan utama, yaitu; pertama, pemilihan program, menentukan jenis acara yang akan disajikan berdasarkan kebutuhan dan

minat audiens; kedua, penjadwalan program, mengatur slot waktu untuk setiap program agar sesuai dengan kebiasaan mendengarkan dari target pendengar; ketiga, pengawasan dan evaluasi program, melakukan pengamatan terhadap pelaksanaan siaran, mengevaluasi efektivitasnya, serta melakukan penyesuaian bila diperlukan untuk peningkatan kualitas konten.

Keberhasilan radio *programming* sangat bergantung kepada kemampuan stasiun radio dalam memahami siapa target pendengarnya dan bagaimana memenuhi kebutuhan mereka. Dominick menyebutkan tiga faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan format siaran, yaitu:

1. Identifikasi target audiens secara tepat dan pelayanan konten sesuai dengan preferensi mereka.
2. Kemampuan bersaing dengan stasiun radio lain melalui penyajian program yang lebih relevan dan menarik.
3. Membangun hubungan yang erat dengan pendengar, baik melalui interaksi langsung saat siaran (*on air*) maupun aktivitas di luar siaran (*off air*), agar terbentuk loyalitas pendengar.

Pada akhirnya, kunci keberhasilan dalam *programming* adalah sejauh mana pengelola radio mampu menentukan segmen audiens yang spesifik dan merancang konten yang sesuai dengan karakteristik unik dari audiens tersebut (*a unique niche*).

2.3.1 Jenis-Jenis Program Radio

Program siaran radio secara umum dibagi ke dalam dua kategori utama, yaitu program siaran artistik dan program siaran jurnalistik (Winda Kustiawan A. H., 2023). Keduanya memiliki karakteristik yang berbeda dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan serta minat audiens yang beragam.

1. Program Siaran Radio Artistik

Program siaran artistik adalah jenis program yang menekankan nilai estetika dan kreativitas dibandingkan informasi berita. Tujuannya adalah memberikan hiburan yang bernilai seni, orisinal, dan unik untuk menciptakan pengalaman auditif yang menyenangkan bagi pendengar. Program jenis ini sering ditemukan di radio komersial karena mampu menarik perhatian pendengar dan berpotensi mendatangkan pemasukan melalui iklan. Program siaran artistik biasanya menargetkan pendengar dengan rentang usia 15-60 tahun dan memiliki status ekonomi sosial kebawah. Beberapa bentuk program artistik meliputi:

- a. Program Musik, merupakan program paling umum di seluruh stasiun radio, kecuali radio khusus berita. Program ini bisa disajikan dengan pemilihan pemutaran lagu populer, tangga lagu, sesi *request*, hingga informasi tentang musisi dan lagu. Penggunaan format digital seperti MP3, WAP, ACC, WMA, Ogg Vorbis, Real Audio, atau MIDI membuat distribusi musik lebih praktis untuk disiarkan kepada pendengar. Penyajian musik yang menarik dan berbeda dapat

diwujudkan melalui beberapa hal penting. Salah satunya adalah dengan menyebutkan judul lagu dan nama penyanyi yang membawakannya, selain itu, memberikan sedikit informasi mengenai lagu atau penyanyi juga dapat menambah pengetahuan pendengar tentang musik. Penting juga bagi penyiar untuk memutar lagu secara penuh, karena memotong lagu di tengah dapat mengganggu kenyamanan pendengar dalam menikmati musik. Terakhir, penyiar juga harus memperhatikan permintaan atau *request* lagu dari pendengar, dengan tetap menyesuaikan pemilihan lagu tersebut pada format radio dan jenis program yang sedang disiarkan.

- b. Program Drama Radio, sebuah bentuk hiburan dengan menggunakan suara (dialog, musik, dan efek suara) untuk membangun imajinasi pendengar. Pendengar diajak untuk membayangkan drama tersebut melalui dialog-dialog yang berjalan dengan penggambaran dari audio. Meski sempat meredup, drama radio kini kembali populer, bahkan hadir dalam bentuk *audio series* dan *podcast*. Contoh suksesnya drama radio dibuktikan oleh kolaborasi Prambors dengan Netflix dan Box2Box atau serial audio dari Base Entertainment.
- c. Program Kuis Radio Program permainan (*game show*), program ini menghadirkan permainan interaktif dengan hadiah menarik. Meski sederhana, program kuis di radio sangat disukai karena menumbuhkan harapan dan partisipasi audiens. Peserta yang mengikuti program kuis dapat berasal dari berbagai kalangan. Aspek penting dalam program ini

adalah transparansi, keamanan, dan aturan main yang jelas agar tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi publik.

- d. Program *Talkshow*, program radio yang menyajikan diskusi atau wawancara antara penyiar dan narasumber seputar isu yang sedang beredar. Program ini bersifat informatif, mendidik dan sekaligus memberikan hiburan dalam penyajiannya. Saat ini, *talkshow* juga hadir dalam bentuk *podcast*, yang dapat menjangkau pendengar melalui *platform* digital seperti *Spotify*, dengan memiliki beragam tema seperti komedi, horor, hingga curhat.
- e. Program Komedi/Humor, disajikan dalam bentuk sketsa atau dialog ringan dengan efek suara yang mendukung, program ini mampu menghibur pendengar tanpa perlu melihat visual dari *host*. Daya tarik utamanya adalah kemampuannya membuat audiens tertawa hanya melalui suara.
- f. Program Cerita Dongeng atau Legenda, program ini termasuk dalam program edukasi yang biasanya ditujukan untuk anak-anak. Program dongeng dan legenda menyajikan tentang cerita rakyat atau dongeng daerah dengan di dukung oleh narasi ekspresif, perubahan intonasi, *backsound*, dan efek suara yang menarik.

2. Program Siaran Radio Jurnalistik

Program jurnalistik atau yang lebih dikenal dengan jurnalisme radio adalah jenis siaran yang menyampaikan berita atau informasi faktual kepada publik melalui media suara. Dalam dunia radio, informasi ini disampaikan

melalui narasi penyiar, suara narasumber, dan rekaman suasana tempat kejadian peristiwa yang diberitakan. Program jurnalistik memiliki struktur bahasa yang khas, yaitu bahasa jurnalistik yang ringkas, padat, mudah dimengerti, dan sesuai fakta yang ada di lapangan. Jenis berita yang biasa disiarkan meliputi *straight news*, *live report*, *breaking news*, *flash news*, serta wawancara langsung. Penyiar juga dituntut memiliki kemampuan menulis, mewawancarai, dan menyampaikan berita dengan artikulasi dan intonasi yang baik agar pesan tersampaikan secara efektif kepada pendengar.

Penyusunan naskah berita radio berbeda dengan media cetak atau *online*, hal tersebut dikarenakan pendengar hanya dapat kesempatan satu kali untuk menangkap informasi berita yang disampaikan oleh penyiar. Jika penyiar tidak dapat menyampaikan informasi berita dengan jelas, maka pendengar akan kesulitan untuk mengerti makna dari berita yang disampaikan. Oleh karena itu, naskah berita yang akan disampaikan harus singkat, logis, dan ditulis dengan bahasa sehari-hari agar mudah dimengerti oleh pendengar. Penulisan naskah berita radio harus mengikuti kaidah jurnalistik, termasuk penggunaan format 5W+1H, serta memperhatikan aspek ketersegeraan (*actuality*), gaya penyampaian (*body style*), dan kedekatan lokal (*locality*). Sebelum disiarkan, berita melalui beberapa tahapan yang melibatkan penulisan naskah oleh *script writer*, revisi oleh editor, perekaman oleh penyiar, *mixing* dan penyempurnaan audio, hingga akhirnya siap untuk ditayangkan.

2.3.2 Struktur Jadwal Siaran

Dalam dunia penyiaran radio, pengelolaan dan pembagian waktu siaran menjadi aspek penting dalam strategi untuk menarik dan mempertahankan audiens. Secara umum, alokasi waktu siaran radio berlangsung antara 2 hingga 22 jam dalam sehari, bahkan beberapa stasiun radio memiliki jadwal siaran hingga 24 jam penuh. Penentuan waktu siaran ini didasarkan pada perilaku dan kebiasaan pendengar, seperti rutinitas harian serta waktu istirahat. Meskipun tidak semua orang beristirahat di waktu yang sama, radio tetap harus mampu hadir di berbagai momen aktivitas pendengarnya. Waktu siaran biasanya dikategorikan ke dalam dua jenis, yaitu:

1. *Prime Time*

Prime Time adalah periode dengan jumlah pendengar tertinggi, istilah ini biasanya dikaitkan dengan *drive time* atau saat orang-orang melakukan perjalanan, yang biasa terjadi pada pagi hari (sekitar pukul 06.00–10.00), dan sore hingga malam hari (sekitar pukul 16.00–20.00) saat mereka pulang kerja (Amalia, 2023). Di waktu ini, pendengar cenderung mencari hiburan atau informasi saat terjebak kemacetan atau dalam perjalanan. Karena tingginya jumlah pendengar pada periode ini, slot siaran *prime time* memiliki nilai strategis untuk suatu *brand*, khususnya bagi divisi marketing dalam menentukan tarif iklan.

2. Regular Time

Di luar jam sibuk pagi dan sore, siaran dikategorikan sebagai regular time. Hal ini mencakup waktu siang hingga malam hari mulai pukul 20.00 ke atas. Meski jumlah pendengar relatif lebih sedikit dibanding prime time, siaran pada waktu ini tetap penting karena radio harus bisa hadir dan relevan dalam berbagai aktivitas pendengarnya kapan pun.

Penetapan waktu siaran ini juga menjadi dasar bagi divisi program maupun pemasaran dalam menyusun strategi konten dan penjualan iklan, karena nilai komersial siaran meningkat saat jumlah pendengar sedang tinggi. Selain itu, penentuan waktu siaran ideal dilakukan melalui riset mendalam, kesepakatan bersama tim penyiaran, serta evaluasi rutin guna memastikan program radio selaras dengan kebutuhan dan kebiasaan pendengarnya.

2.4 Audiens Sebagai Fondasi Penting Perencanaan Programming

Dalam dunia penyiaran radio, penentuan target audiens merupakan fondasi penting dalam proses perencanaan hingga produksi program siaran. Target audiens adalah kelompok pendengar yang menjadi sasaran utama dari suatu program, dimana seluruh elemen siaran seperti gaya komunikasi, konten, dan jadwal penayangan harus disesuaikan dengan karakteristik kelompok tersebut.

Pendekatan dalam mengenali target audiens dilakukan melalui dua aspek utama, yaitu faktor demografis dan faktor psikografis. Pendekatan secara demografis mencakup data objektif seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, serta jenis pekerjaan. Sebagai contoh, program untuk remaja tentu berbeda dari segi isi maupun penyajian dibandingkan program yang ditujukan kepada pendengar usia dewasa. Sementara itu, pendekatan secara psikografis melibatkan aspek subjektif seperti gaya hidup, minat, opini, serta nilai yang diyakini pendengar. Misalnya, pendengar yang memiliki minat pada musik *indie* akan lebih tertarik pada program yang menyuguhkan informasi seputar musik *indie*, konser, dan budaya kreatif, daripada program musik populer atau *mainstream*.

Agar penyusunan program lebih tepat sasaran, dibutuhkan riset audiens yang mendalam. Riset ini bisa dilakukan melalui survei, wawancara, analisis media sosial, atau evaluasi terhadap data *streaming* dan interaksi pendengar. Hasil dari riset ini dapat membantu stasiun radio dalam menciptakan konten yang relevan, meningkatkan keterlibatan pendengar, serta membangun loyalitas audiens secara berkelanjutan. Dengan mengenal karakteristik audiens dari sisi demografis dan psikografis, penyiaran radio dapat lebih strategis dalam mengembangkan program yang tidak hanya diminati, tetapi juga mampu bersaing di tengah banyaknya pilihan media hiburan saat ini.

Dalam konteks tersebut, pemahaman mendalam terhadap audiens menjadi landasan utama bagi stasiun radio untuk tidak hanya menciptakan program yang sesuai dengan preferensi pendengar, tetapi juga untuk membuat strategi siaran yang

adaptif terhadap dinamika media saat ini. Informasi yang diperoleh dari riset audiens memungkinkan stasiun radio merancang pendekatan yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan perilaku konsumsi media. Hal ini menjadi sangat penting, terutama ketika radio harus bersaing dengan berbagai *platform* digital yang menawarkan beragam pilihan hiburan kepada masyarakat.

Strategi penyiaran radio terus mengalami perubahan di tengah perkembangan pesat teknologi digital saat ini. Agar tetap relevan dan mampu bersaing di tengah gempuran berbagai *platform* hiburan digital, stasiun radio harus menerapkan pendekatan yang adaptif dan inovatif dalam menarik serta mempertahankan audiens. Salah satu strategi utama yang kini banyak diterapkan adalah ekspansi ke ranah digital. Melalui pemanfaatan aplikasi *streaming* dan berbagai *platform* media sosial, radio tidak lagi terbatas oleh batasan geografis dan dapat menjangkau pendengar secara luas dan *real time*. Hal ini tidak hanya memperluas cakupan siaran, tetapi juga membuka peluang baru untuk menghasilkan pendapatan, khususnya dari iklan digital dan kerja sama sponsor.

Selain memperluas jangkauan, personalisasi konten menjadi aspek krusial dalam mempertahankan audiens. Dengan memanfaatkan data pengguna serta teknologi kecerdasan buatan, stasiun radio kini dapat menyajikan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pendengar. Penyesuaian konten ini memperkuat keterikatan emosional antara pendengar dan stasiun radio, menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih personal dan menyenangkan.

Strategi lainnya adalah dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak eksternal seperti *brand*, musisi, dan *influencer*. Kolaborasi semacam ini memungkinkan terciptanya konten yang lebih variatif dan menarik, serta mampu memperluas basis audiens. Selain itu, kerja sama tersebut membuka jalur pendapatan tambahan melalui sponsor atau promosi bersama yang menguntungkan kedua belah pihak.

Inovasi teknologi juga menjadi faktor penting dalam peningkatan kualitas siaran dan efisiensi operasional. Penggunaan perangkat lunak otomatisasi siaran serta perangkat keras yang lebih canggih membantu menekan biaya produksi sekaligus menghasilkan siaran yang lebih berkualitas. Hal ini tidak hanya mendukung operasional harian, tetapi juga membantu dalam pengembangan konten dan pengelolaan jadwal siaran secara lebih efektif.

Dalam konteks peluang di era digital, radio memiliki sejumlah keunggulan yang dapat dimaksimalkan. Salah satunya adalah kemampuan untuk menciptakan koneksi langsung dengan pendengar melalui media audio, yang membangun rasa komunitas dan kedekatan yang unik. Selain itu, keanekaragaman konten yang ditawarkan oleh radio, mulai dari siaran langsung musik, berita lokal, *talkshow* hingga segmen hiburan lainnya, menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh *platform streaming* musik atau *podcast* secara utuh.

Kemampuan radio menjangkau audiens dalam jumlah besar secara bersamaan menjadikannya tetap relevan sebagai media periklanan yang efektif. Di era digital, strategi promosi juga diperluas dengan teknik pemasaran *online* untuk

menarik perhatian pengiklan secara lebih luas. Stasiun radio kini juga mulai mengintegrasikan siarannya ke dalam bentuk *podcast* dan *platform* musik digital, sebagai bentuk adaptasi terhadap kebiasaan konsumsi konten yang semakin fleksibel.

Lebih jauh lagi, pemanfaatan teknologi berbasis data dan kecerdasan buatan membantu radio memahami pola konsumsi audiens dan menyesuaikan konten yang disuguhkan. Selain itu, tren berkembangnya *podcast* di kalangan anak muda membuka peluang baru bagi radio untuk membangun keterhubungan yang lebih erat dengan audiens muda melalui konten yang lebih casual, tematik, dan sesuai minat mereka. Pemanfaatan media baru seperti media sosial juga turut mendorong kreativitas dalam produksi konten. Dengan menghadirkan konten interaktif, visual, dan pendekatan berbasis komunitas, radio dapat memperkuat eksistensinya di ranah digital.

Dengan menggabungkan strategi digitalisasi, personalisasi konten, kolaborasi, serta inovasi teknologi, stasiun radio dapat terus bertahan, tumbuh, dan bersaing secara dinamis dalam industri media yang terus berubah.

2.5 Perangkat Siaran

Dalam proses siaran radio, penggunaan perangkat teknis merupakan aspek penting yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan penyiaran. Di dalam studio, berbagai alat bantu siaran digunakan untuk memastikan siaran berjalan lancar, berkualitas, dan sesuai standar teknis. Perangkat-perangkat ini tidak hanya terbatas

pada *microphone* yang sering dikenal oleh masyarakat, namun mencakup sejumlah alat penting lainnya yang memiliki fungsi masing-masing dalam mendukung keseluruhan proses produksi dan penyiaran, diantaranya:

- 1) *Audio Mixer*, alat ini berfungsi untuk mengatur dan mencampur sinyal elektrik yang berasal dari berbagai sumber seperti *microphone*, *tape recorder*, dan perangkat prosesor suara. Operator akan mengatur sinyal tersebut melalui tombol atau knop yang tersedia, sebelum sinyal dialirkan kembali ke perangkat lain seperti *recorder*, prosesor audio, atau *speaker* monitor. Saat ini, perkembangan teknologi telah menciptakan *mixer* dengan versi yang lebih canggih, yang juga berfungsi sebagai pemroses audio. Alat ini sering disebut dengan *mixer console* atau *consul*.
- 2) *Microphone*, yang berfungsi sebagai alat penangkap suara penyiar untuk kemudian disalurkan ke sistem audio. *Microphone* memiliki beragam jenis, mulai dari versi mono dan stereo, berkabel atau nirkabel (*wireless*), hingga *microphone* klasik dan *modern*. Alat ini menjadi ujung tombak dalam produksi suara karena kualitas suara yang diterima dari *microphone* sangat menentukan kejernihan siaran.
- 3) Komputer, juga menjadi bagian penting dalam studio radio. Perangkat ini digunakan untuk mengolah data, termasuk menyimpan dan mengatur *playlist* lagu, iklan, serta elemen siaran lainnya. Dengan bantuan berbagai aplikasi dan *software*, komputer mempermudah proses penyiaran karena dapat memproses input dan menghasilkan output secara otomatis, efisien, dan terorganisir.

- 4) *Software*, dalam mendukung komputer, digunakan pula *software* penyiaran khusus. Salah satu contoh perangkat lunak yang umum digunakan di radio FM adalah Matriks, yang terdiri dari beberapa modul utama seperti Modul *OnAir* (untuk siaran langsung), Modul *Traffic* (pengaturan iklan dan slot siaran), Modul *Music Director* (pengelolaan lagu), Modul Produksi, Modul SMS, dan Modul *News*. Masing-masing modul memiliki peran tersendiri dalam mengatur kelancaran operasional siaran.
- 5) *Headphone*, yang digunakan oleh penyiar untuk memantau siaran secara *real time*. Penggunaan *headphone* membantu penyiar menghindari gangguan atau umpan balik suara (*brooming*) yang dapat terjadi apabila menggunakan *speaker* konvensional, mengingat *microphone* juga aktif selama siaran berlangsung. Oleh karena itu, *headphone* menjadi alat wajib yang digunakan saat penyiar sedang melakukan siaran.
- 6) *Hybrid Telephone*, yaitu perangkat yang memungkinkan sambungan telepon dari pendengar bisa dihubungkan langsung ke audio *mixer*. Dengan alat ini, penyiar dapat berinteraksi secara langsung dengan pendengar melalui sambungan telepon tanpa mengganggu alur siaran.
- 7) Antena, antena menjadi komponen penting dalam sistem penyiaran radio. Fungsinya adalah untuk mentransmisikan sinyal radio FM ke udara, mengubah sinyal listrik menjadi gelombang elektromagnetik yang kemudian diradiasikan. Tanpa antena, sinyal radio tidak dapat menjangkau pendengar dan siaran tidak akan tersampaikan dengan baik.

Keseluruhan perangkat siaran ini bekerja secara terintegrasi untuk mendukung kegiatan siaran radio yang profesional, berkualitas, dan dapat dinikmati oleh pendengar dengan baik di berbagai wilayah jangkauan.

2.6 Proses Produksi Radio Siaran

Dalam industri penyiaran radio, proses produksi merupakan hasil kolaborasi yang erat antara penyiar dan operator (Erwan Effendy, 2023). Produksi dalam konteks ini diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang bertujuan menciptakan dan meningkatkan nilai dari sebuah program siaran.

2.6.1 Pra Produksi

Kualitas sebuah siaran sangat ditentukan dari seberapa baik persiapan dilakukan sejak tahap awal. Tahap pertama dari keseluruhan proses produksi disebut pra produksi, yakni tahap perencanaan dan persiapan sebelum program direalisasikan ke dalam bentuk siaran. Pra produksi mencakup berbagai kegiatan penting, antara lain:

1. Penentuan Topik

Pemilihan topik menjadi langkah awal yang penting dalam pra produksi karena dapat berperan besar dalam menarik minat pendengar. Topik yang diangkat sebaiknya relevan dengan isu terkini atau sesuai dengan kebutuhan target audiens agar mampu menciptakan daya tarik terhadap program yang akan disiarkan.

2. Pemilihan Narasumber

Dalam program yang memerlukan wawancara atau diskusi, memilih narasumber yang ahli dan relevan dengan topik adalah hal yang sangat penting. Misalnya, untuk topik kesehatan, narasumber idealnya berasal dari kalangan dokter atau tenaga medis, sedangkan untuk topik politik, dibutuhkan praktisi atau pengamat politik yang kredibel.

3. Pengumpulan Data dan Informasi

Untuk memperdalam penguasaan terhadap topik, seorang penyiar perlu mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti berita *online*, koran, dokumen atau arsip, maupun kantor berita resmi.

4. Pemilihan Musik Pendukung

Musik berfungsi sebagai elemen pelengkap untuk menciptakan suasana dan menghindari kebosanan pendengar. Tugas ini dilakukan oleh *music director*, yang bertanggung jawab untuk memilih musik latar, efek suara, maupun musik ilustratif sesuai dengan karakter program.

5. Penulisan Naskah

Naskah siaran biasanya disusun oleh *script writer*, yang bertugas menulis *rundown* acara sebagai acuan dalam proses produksi secara lengkap dan kreatif, termasuk teks yang akan dibacakan oleh penyiar. Naskah harus

mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan bervariasi untuk menjaga perhatian pendengar.

6. Perencanaan Siaran

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah tahap awal yang meliputi pengorganisasian kegiatan, penentuan waktu, metode pelaksanaan, serta penunjukan siapa saja yang terlibat. Proses perencanaan bersifat dinamis dan berkelanjutan, meskipun telah disusun, rencana harus dijalankan dan disesuaikan sesuai kebutuhan agar tetap relevan. Perencanaan yang baik dapat dibuat dengan mempertimbangkan situasi dan kemungkinan kondisi di waktu yang akan datang. Guna menunjang kelancaran produksi dan kualitas siaran, maka perencanaan perlu dilakukan melalui tahapan berikut:

- 1) Rencana Siaran Bulanan, topik siaran disusun dalam bentuk garis besar yang mencakup semua jenis program selama satu bulan. Setiap kategori topik siaran biasanya diberi kode warna untuk memudahkan visualisasi dan pengelompokan, seperti siaran dengan topik hiburan berwarna biru, siaran dengan topik pendidikan berwarna hijau, siaran dengan topik kebudayaan berwarna merah muda, atau siaran dengan topik berita berwarna merah.
- 2) Rencana Siaran Mingguan, memuat rincian program untuk satu minggu depan, dari hari Minggu hingga hari Sabtu, perencanaan ini termasuk menentukan jenis siaran, apakah *live* atau rekaman

(*tapping*), serta nama penyiar dan operator yang akan bertugas nantinya.

- 3) Rencana Siaran Harian, merupakan penjabaran dari rencana mingguan dan memuat perencanaan lebih detail seperti judul acara, nama produser, daftar lagu beserta penyanyi dan penciptanya, jenis penyajian (*live* atau *tapping*), alat dan studio yang akan digunakan, serta nama operator yang akan bertanggung jawab. Dalam praktiknya, sering terjadi perangkapan peran dalam proses produksi. Misalnya, seorang penyiar bisa sekaligus merangkap menjadi operator. Meskipun begitu, kerja sama tim tetap menjadi fondasi utama dalam kelancaran siaran.

b. Pengumpulan Materi (*Collecting*)

Pada tahap ini mencakup pencarian dan pengumpulan semua bahan siaran, mulai dari musik, *script*, hingga kontak narasumber, terutama jika program berbentuk *talkshow*. Sumber materi bisa diperoleh dari perpustakaan, media massa, hasil riset, atau wawancara langsung. Hasil dari tahap ini akan menjadi bahan mentah yang siap diolah dalam proses produksi.

c) Penulisan Naskah (*Writing*)

Penulisan naskah siaran memerlukan perhatian khusus terhadap tiga aspek penting, yaitu:

- 1) Kejelasan (*clarity*), naskah harus disusun dalam bahasa yang sederhana, menggunakan kalimat yang singkat dan mudah dipahami, dengan penyajian ide yang terstruktur dan didukung contoh konkret.
- 2) Kelincahan (*vividness*), agar menarik perhatian audiens, naskah siaran harus disampaikan dengan gaya yang khas, dinamis, dan bisa menggugah emosi pendengar. Pendekatan yang ringan melalui unsur humor, atau konflik ide dapat dilakukan pada saat produksi siaran.
- 3) Keanekaragaman (*variety*), naskah yang baik harus memiliki ritme yang bervariasi. Penggunaan kalimat panjang dan paragraf yang berbeda agar penyampaian tidak monoton dan agar mampu memikat perhatian pendengar.

2.6.2 Produksi

Produksi siaran radio merupakan proses inti dalam menciptakan sebuah program radio yang disampaikan melalui gelombang frekuensi kepada khalayak. Proses ini dilakukan berdasarkan karakteristik radio sebagai media auditif, yang menekankan kualitas penyampaian pesan melalui suara. Tujuannya adalah menghasilkan konten siaran yang menarik, komunikatif, serta memenuhi standar teknis dan estetika yang telah ditentukan. Dalam

proses produksinya, terdapat dua metode utama yang biasa digunakan, yaitu siaran langsung (*live*) dan rekaman (*tapping*).

1. Siaran Langsung (*Live*)

Siaran langsung adalah metode penyiaran dimana program ditayangkan secara real time, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Siaran ini bisa dilakukan di studio maupun di luar studio, tergantung pada jenis acaranya. Salah satu contohnya adalah liputan upacara kenegaraan yang disiarkan dari lokasi istana negara dengan menggunakan peralatan khusus seperti *Outside Broadcasting Van* (OB Van). Peralatan yang digunakan dalam siaran langsung umumnya mencakup mikrofon, *mixer* audio, *amplifier*, *tape recorder*, pemutar kaset, pemancar, serta perlengkapan pendukung seperti kabel power, kabel audio dan genset. Prosesnya dimulai dengan pelaporan langsung oleh reporter yang berada di lapangan yang terhubung ke *mixer*, lalu dicampur dengan suara musik atau efek suara, diteruskan ke *amplifier*, direkam, dan dipancarkan melalui pemancar ke studio untuk disiarkan kepada publik.

2. Siaran Rekaman (*Tapping*)

Berbeda dengan siaran langsung, *tapping* dilakukan dengan memproduksi program terlebih dahulu di studio, lalu disiarkan di waktu yang telah dijadwalkan. Program direkam menggunakan *tape recorder*, dan hasil rekaman ini kemudian disunting untuk memperbaiki kualitas suara dan struktur narasi sebelum akhirnya disiarkan. Rekaman menjadi pilihan untuk

jenis program yang memerlukan pengeditan atau penyempurnaan, seperti program hiburan, dokumenter, atau siaran informatif. Proses ini memungkinkan produser dan tim teknis melakukan penyempurnaan sebelum materi diputar dan disalurkan ke pemancar untuk didengar oleh pendengar.

Setelah proses siaran rekaman selesai dilakukan, langkah selanjutnya yang tidak kalah penting adalah tahap pengolahan lanjutan atau proses tambahan dalam produksi siaran. Tahapan ini mencakup berbagai kegiatan teknis untuk menyempurnakan hasil rekaman sebelum disiarkan, seperti perekaman suara penyiar secara terpisah di ruang rekam (*vocal recording*), penggabungan berbagai elemen suara melalui teknik mixing, hingga penentuan format penyiaran apakah akan disiarkan secara langsung atau dalam bentuk siaran tunda. Seluruh proses tambahan ini bertujuan untuk memastikan kualitas audio yang optimal dan penyajian konten yang menarik bagi pendengar.

a) Perekaman Suara (*Vocal Recording*)

Vocal recording adalah proses perekaman suara penyiar yang membaca naskah di ruang rekaman. Teknik ini digunakan untuk produksi acara non interaktif seperti siaran berita, hiburan, atau olahraga. Sementara program interaktif tidak melalui proses ini karena disiarkan secara langsung.

b) Mixing

Mixing adalah proses penggabungan berbagai elemen suara seperti vokal, musik, efek suara, dan latar suasana agar terdengar harmonis dan dinamis saat disiarkan. Beberapa teknik mixing yang umum digunakan di dunia penyiaran radio antara lain:

- *Fade In*, teknik masuknya suara baru secara perlahan hingga mencapai volume normal.
- *Fade Out*, suara yang perlahan menghilang untuk memberi transisi ke suara berikutnya.
- *Cut to Cut*, penggabungan antar sumber suara secara langsung dan tegas tanpa efek transisi, menciptakan perpindahan yang cepat namun tetap jelas.

c) On Air

Dalam tahap ini, program yang telah diproduksi siap untuk disiarkan.

Terdapat dua format umum dalam proses *on air*:

- 1) Siaran Langsung (*Live*), disiarkan secara *real time* tanpa melalui proses editing. Umumnya menggunakan sarana komunikasi seperti telepon atau ponsel, khususnya untuk program *talkshow* atau *breaking news*.
- 2) Siaran Tunda (*Recorder/Delayed Broadcast*), merupakan hasil penggabungan berbagai elemen suara, seperti narasumber, atmosfer lokasi, musik pendukung, dan efek suara menggunakan teknik mixing

seperti *fade in*, *fade out* dan *cut to cut*. Format ini memungkinkan kontrol yang lebih baik terhadap kualitas isi siaran.

Proses produksi siaran radio menuntut koordinasi yang baik antar tim, peralatan yang memadai, serta keterampilan teknis dalam mengolah suara agar konten yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan nyaman untuk didengar.

2.6.3 Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dalam proses produksi program siaran radio. Tahapan ini berfungsi sebagai penutup sekaligus penyempurna keseluruhan rangkaian kerja produksi. Pada siaran langsung, proses pasca produksi umumnya hanya mencakup evaluasi, sedangkan untuk program yang direkam, tahapan ini melibatkan evaluasi dan proses editing untuk memastikan kualitas siaran tetap optimal sebelum disiarkan.

a) Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana tujuan program telah tercapai serta mengidentifikasi aspek teknis dan non teknis yang perlu diperbaiki. Kegiatan ini dipimpin oleh produser dan diikuti oleh seluruh tim. Evaluasi mencakup diskusi terkait konten, koordinasi tim, serta performa teknis selama proses penyiaran berlangsung. Evaluasi menjadi acuan penting dalam mengembangkan kualitas program berikutnya agar lebih baik

dan sesuai harapan audiens. Secara umum, evaluasi pasca produksi dibagi menjadi tiga kategori:

- 1) Evaluasi Kualitas Produksi, meliputi penilaian terhadap aspek teknis siaran seperti kejernihan suara, kualitas penyajian, dan profesionalisme kru produksi.
- 2) Evaluasi Biaya Produksi, bertujuan mengukur efektivitas penggunaan anggaran produksi, apakah telah sesuai dengan kebutuhan dan efisien dalam pelaksanaannya.
- 3) Evaluasi Respons Pendengar, diperlukan untuk mengetahui sejauh mana program mendapat perhatian pendengar serta bagaimana reaksi mereka terhadap isi dari program siaran. Metode evaluasi audiens dapat dilakukan melalui:
 - Mengumpulkan tanggapan langsung dari pendengar lewat surat, telepon, atau pesan singkat.
 - Mengadakan diskusi dengan sekelompok masyarakat tertentu untuk memperoleh masukan langsung terhadap program siaran.
 - Menganalisis tingkat partisipasi pendengar dalam program, misalnya melalui interaksi saat siaran request lagu, kuis, atau program interaktif lainnya.

b) Editing

Proses editing pada siaran rekaman bertujuan untuk menyempurnakan hasil rekaman agar siap disiarkan. Proses ini mencakup penghapusan bagian-bagian yang tidak relevan atau mengganggu, serta penambahan elemen suara pendukung (*sound effect*) agar siaran terasa lebih hidup dan menarik. Beberapa bentuk *sound effect* yang digunakan dalam proses editing antara lain:

- 1) *Background Sound*, seperti suara latar dengan contoh angin, aliran air, atau kicauan burung yang digunakan untuk menciptakan suasana tertentu.
- 2) *Hard Effect*, suara keras seperti ledakan, tabrakan, atau pintu yang dibuka dan ditutup untuk memperkuat suasana.
- 3) *Folley*, teknik rekayasa suara buatan seperti suara langkah kaki atau aktivitas manusia lainnya.
- 4) Musik ilustrasi, musik instrumental yang ditambahkan untuk memperkuat emosi atau mendukung narasi dalam siaran.

Setelah proses evaluasi dan *editing* selesai, program dianggap siap untuk ditayangkan ke publik melalui pemancar radio.