

**PROGRAM RADIO MOST FM ACARA LAJANG
SHOW DALAM MENUMBUHKAN MINAT
DENGAR REMAJA TEGAL SARI MANDALA III**

SKRIPSI

Oleh :

DINA AFRIANI
NPM 1303110164

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017

ABSTRAK

PROGRAM RADIO MOST FM ACARA LAJANG SHOW DALAM MENUMBUHKAN MINAT DENGAR REMAJA TEGAL SARI MANDALA

III

DINA AFRIANI
NPM 1303110164

Skripsi ini berisi penelitian mengenai program acara “Lajang Show” di Radio MOST FM Dan Minat Pendengar Remaja Tegal Sari Mandala III. Program tersebut merupakan program yang membahas tentang hiburan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh program hiburan di radio MOST FM Medan terhadap minat pendengar MOST FM di Tegal Sari Mandala III. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SOR yang merupakan singkatan dari Stimulus-Organism Response. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala III Kecamatan Medan Denai yang berjumlah 35 orang. Dari hasil responden remaja Tegal Sari Mandala III memiliki antusias dalam mendengarkan radio Most FM dalam program Lajang Show dikarenakan bersifat menghibur bagi para pendengar yang sedang sedih dan gundah gulana dan juga pengaruh yang di dapatkan oleh pendengar pada saat mendengarkan siaran radio Lajang Show dapat memberikan dampak positif bagi pendengarnya

Kata kunci : Program Acara, Isi Program Acara, Minat Mendengar

KATA PENGANTAR



Assalamual'aikum, Wr.Wb.

Puji dan Syukur diucapkan kehadirat Allah SWT. Berkat Rahmat dan Karunia-Nya pada akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi yang disusun dengan tujuan memenuhi salah satu mata kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini diajukan dengan judul **“Program Radio Most FM Acara Lajang Show Dalam Menumbuhkan Minat Dengar Remaja Tegal Sari Mandala III”**.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka untuk itu dengan besar hati dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari.

Dalam menyelesaikan laporan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan serta dorongan dari semua pihak baik bantuan moral maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Muhammad Thariq, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan ilmunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak/Ibu dosen serta seluruh karyawan/Wati Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
6. Teristimewa kepada Ayahanda Ramli Syarif dan Ibunda Aliyetna yang telah banyak memberikan bantuan moral, materil, dan dorongan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah menemani penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua. Kiranya Allah SWT yang dapat membalas kebaikan dan dukungan serta bantuan yang diberikan semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Oktober 2017

Hormat Saya

Dina Afriani
130311016

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II URAIAN TEORITIS.....	9
A. Komunikasi.....	9
1. Pengertian Komunikasi.....	9
2. Unsur-unsur Komunikasi.....	10
3. Fungsi Komunikasi.....	12
4. Tujuan Komunikasi.....	14
5. Arah Komunikasi.....	15
6. Proses Komunikasi.....	16
B. Media Massa.....	19
1. Pengertian Media Massa.....	19
2. Karakteristik Media Massa.....	19
3. Jenis Media Massa.....	21
4. Fungsi dan Peranan Media Massa.....	24
5. Pengaruh Media Massa.....	25

C. Penyiaran	28
1. Pengertian Penyiaran.....	28
2. Sifat Media Penyiaran	29
3. Teknik Penyiaran	31
D. Radio	34
1. Pengertian Radio	34
2. Manfaat Radio.....	35
3. Karakteristik Radio	37
4. Jenis-jenis Radio	38
E. Remaja	42
1. Pengertian Remaja	42
2. Ciri-ciri Masa Remaja	42
3. Tahap Perkembangan Masa Remaja	44
4. Perkembangan Fisik Pada Remaja	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Kerangka Konseptual	47
C. Definisi Konsep	48
D. Kategorisasi	49
E. Narasumber/Informan.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	52
H. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53

1. Lokasi Penelitian.....	53
2. Waktu Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil	54
1. Profil Most FM	54
2. Visi Misi Most FM.....	57
3. Struktur Organisasi dalam Radio	59
B. Pembahasan.....	60
1. Pedoman Wawancara	61
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiens. Program radio harus benar dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiensnya. setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audiens yang menjadi target stasiun radio. Hal ini pada akhirnya menentukan format stasiun penyiaran yang harus dipilih.

Seiring dengan perkembangan jaman dan perubahan cara pandang terhadap kemajuan teknologi informasi, kini bahasa tidak saja dilihat sebagai alat komunikasi dan asset kebudayaan melainkan sebagai sarana perhubungan dan asset bidang ekonomi, politik, dan strategi hubungan global. Bahasa memiliki dua pengertian. Pertama, bahasa sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Kedua, bahasa adalah sistem komunikasi yang mempergunakan simbol-simbol vokal (bunyi ujaran) yang bersifat arbitrer. Bahasa digunakan alat komunikasi antar dua orang atau lebih dengan alat bantu yang disebut media. Media adalah sebagai wadah atau sarana. Dalam bidang komunikasi, istilah media yang sering kita sebut sebenarnya adalah penyebutan singkat dari media komunikasi. Media komunikasi

atau biasa disebut media massa sangat berperan dalam mempengaruhi perubahan masyarakat.

Radio adalah sarana imajinasi, komunikasi dan sahabat sehingga lebih dari sekedar penyampaian dilapangan. Sebagaimana sifatnya radio hanyalah media massa auditif yang tidak menyuguhkan rangkaian gambar peristiwa. Oleh karena itu, radio membutuhkan komunikator jenis baru yang bisa membantu pendengar untuk beraktifitas dan berimajinasi serta mendapatkan informasi. Komunikator jenis baru itu adalah penyiar (announcer) yang mana juga berfungsi sebagai juru bicara radio kepada listener.

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmentasinya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (programming) tetapi juga bagaimana memasarkan siaran itu (*marketing*).

Untuk sebuah stasiun radio baru amat penting untuk menentukan format siaran sebelum memulai kegiatan siaran. Proses penentuan format dimulai dari penentuan visi dan misi yang ingin dicapai, pemahaman tentang pendengar yang dituju melalui riset ilmiah untuk mengetahui apa kebutuhan dan bagaimana perilaku sosiologis-psikologis mereka. Dari sisi ditentukan format siaran apa yang relevan beserta implementasinya pada wilayah program dan pemasaran.

PT Radio Khama Sutra (MOST FM) sudah berkiprah di dunia broadcasting selama 40 tahun lamanya. Dengan sistem teknologi digital berstandarisasi broadcast radio yang cukup berkualitas, MOST FM memajukan musik Indonesia mulai dari tahun 1970 sampai sekarang yang jatuh di frekuensi 99,1 Mhz. MOST FM memiliki slogan “Paling Ter Indonesia” yang artinya meskipun music yang disuguhkan adalah musik hasil karya anak bangsa dengan cita rasa Nasional, tetapi MOST FM mencoba agar musik Indonesia menjadi musik yang berkelas Internasional.

Fungsi radio saat ini tidak hanya sebatas media hiburan saja, tetapi sudah berkembang sedemikian pesatnya. Salah satu fungsi radio yang menarik berbagai segmen umur adalah radio sebagai media penyampai berita. Berbagai berita aktual yang terjadi di dalam negeri maupun luar negeri dapat dengan cepat diketahui oleh masyarakat melalui media radio. Untuk itulah, maka radio sebagai salah satu alternatif media massa patut menjadi pilihan bagi penyebaran informasi pendidikan baik formal maupun non formal.

Bagi sebagian orang membaca buku merupakan hal yang membosankan. Banyak orang yang mencari cara belajar tanpa harus sering membuka buku, makanya munculah banyak cara atau metode belajar yang asyik. Salah satunya dengan mendengarkan radio. Sekarang radio menjadi salah satu metode belajar selain televisi, terbukti beberapa sekolah mulai dari sekolah dasar sampai menengah atas mencoba memakai metode ini. Malahan yang berbagi ilmu adalah siswa-siswanya. karena kita tidak luput dari mendengarkan radio, dan akan lebih mudah mendapatkan ilmu dengan mendengar radio. Di beberapa stasiun acara radio

juga mempunyai program radio education seperti mari belajar bahasa inggris , disalah satu stasiun radio. Walaupun frekuensi waktu siarannya tidak terlalu banyak, mereka lebih memprioritaskan lagu-lagu, ini sangat disayangkan.

Pada rancangan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2000 tentang Penyiaran memiliki beberapa pasal yaitu diantaranya Pasal 1 ayat (1) yang berbunyi : “Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melaluisarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa denganmenggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran”. Kemudian Pasal 1 ayat (7) berbunyi: “Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklannonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut”.

Kemudian ada empat kriteria utama lembaga penyiaran publik yang saling terkait, yaitu:

Universal: manajemen lembaga dan produksi siaran LPP tidak diskriminatif dan dominan hanya pada satu kelompok sosial. LPP harus menjamin terlayannya seluruh warga negara melalui siaran dan ada akses/keterwakilan publik secara legal untuk terlibat dalam pengambilan keputusan, monitoring dan supervisi.

Pada LPP seperti di Inggris dan Jerman, kriteria ini diwujudkan antara lain melalui keterwakilan kelompok-kelompok sosial dan politik dalam Board of Governors dan adanya complaint center/ombudsman. Dalam proses rekrutmen dan pengembangan SDM, prinsip ini diterapkan dengan membuka peluang siapapun untuk dapat bergabung menjadi broadcaster, termasuk kalangan disabilitas. Dari segi teknis, prinsip ini diwujudkan lewat penyediaan infrastruktur teknologi yang menjangkau seluruh wilayah negara, tidak hanya kawasan yang bernilai komersial dan atau politis.

Diversitas: saluran (channel) siaran LPP harus bervariasi, melingkupi semua kalangan, tidak hanya anak muda dan atau dewasa profesional sebagaimana pada penyiaran komersial. Saluran khusus untuk anak, kelompok marginal, disabilitas dan sebagainya harus tersedia. Bahkan pada program/kegiatan off air, LPP turut mengembangkan komunitas budaya dan menjadi hubungan/penghubung diseminasi kekayaan budaya yang tidak mendapat ruang pada media penyiaran lain. Misalnya kelompok seni tradisional dan atau musik orkestra lokal.

Keunggulan: untuk menjaga keunggulan dari lembaga penyiaran lain, maka lembaga penyiaran publik harus selalu menjadi contoh berlangsungnya inovasi, kreativitas baik dalam karya produksi siaran, adopsi teknologi maupun pengelolaan manajemen lembaga. Penjaminan mutu adalah kunci utamanya, seperti yang dicontohkan BBC dan NHK yang selalu unggul dalam adopsi teknologi, tata kelola manajemen dan layanan konten. Apabila di suatu negara

kondisi LPP tertinggal dibanding lembaga penyiaran lain, maka dapat dipastikan ada tata kelola yang salah dan cara pandang yang keliru dari stakeholders.

Independen: manajemen LPP harus bebas dari potensi pengaruh dan intervensi dari pemerintah, parlemen dan kelompok ekonomi dominan. Dalam kerangka menjaga reputasi dan memberikan pelayanan siaran yang berkualitas, rekrutmen SDM hingga kegiatan produksi day to day harus berdasarkan pada sejauhmana telah ada independensi, yang diwujudkan melalui persyaratan seleksi yang ketat dan berlakunya fakta integritas serta kode etik jurnalistik secara konsisten.

Saat ini, sistem penyiaran berbasis teknologi analog tidak bisa mengimbangi tuntutan industri penyiaran terkait jumlah permintaan penyaluran program siaran. Sebab, secara operasional, untuk menyalurkan banyak program siaran, sistem penyiaran analog membutuhkan banyak kanal frekuensi. Hal ini disebabkan satu kanal frekuensi hanya dapat digunakan oleh satu stasiun TV atau radio, sedangkan jumlah kanal frekuensi yang tersedia terbatas. Dari sisi penerimaan siaran juga bermasalah karena kualitasnya bervariasi meski berada dalam wilayah layanan yang sama.

Sebaliknya, sistem penyiaran berbasis teknologi digital lebih efisien dalam penggunaan spektrum frekuensi. Sebab, tiap kanal frekuensi dapat digunakan oleh 9 stasiun TV atau radio, sedangkan pada sistem analog satu kanal frekuensi hanya dapat digunakan oleh satu stasiun TV atau radio. Dengan karakteristik demikian, teknologi penyiaran digital berpeluang lebih besar, baik untuk pengembangan

para penyelenggara penyiaran eksisting maupun calon penyelenggara baru yang belum tertampung dalam masterplan frekuensi penyiaran analog.

Adapun penyelenggara program siaran diatur di UU No. 32/2002 tentang Penyiaran. Dalam Pasal 33 ayat 1 UU No. 32/2002 ditetapkan bahwa sebelum menyelenggarakan kegiatannya, lembaga penyiaran wajib memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran (IPP). Menurut Pasal 20, lembaga penyiaran swasta (LPS) untuk jasa penyiaran radio dan TV hanya dapat menyelenggarakan satu siaran dengan satu saluran siaran pada satu cakupan wilayah siaran.

Berdasarkan kedua UU tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penyedia infrastruktur penyiaran dalam sistem penyiaran berbasis digital ialah penyelenggara jaringan tetap tertutup, sebagaimana diatur di Pasal 33 Kepmen No. 20/2001 tentang Penyelenggara Jaringan Telekomunikasi.

Tegal Sari Mandala III merupakan kelurahan di kecamatan Medan Denai, Medan Sumatera Utara yang terdiri dari 15 lingkungan dengan jumlah penduduk sekitar 47.890 orang. Kecamatan Medan Denai sendiri terdiri dari beberapa kelurahan yaitu Tegal Sari Mandala I, Tegal Sari Mandala II, Tegal Sari Mandala III, kelurahan Binjai, kelurahan Denai dan Medan Tenggara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana minat pendengar siaran radio Most FM terkait program Acara Lajang Show ?

2. Bagaimana pengaruh siaran Lajang Show dapat memberi dampak positif bagi pendengarnya?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui minat pendengar siaran radio Most FM terkait program Acara Lajang Show.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh siaran Lajang Show memberikan dampak positif bagi pendengarnya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan memperkaya khasanah penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai dunia penyiaran radio.

2. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis mengenai ilmu komunikasi, khususnya di bidang media massa.

3. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyusun pola penyiaran radio.

BAB II

URAIAN TEORETIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata Latin *Communicare* atau *Communis* yang berarti sama atau menjadikan milik bersama. Komunikasi (*communicare*) artinya berbicara atau menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan yang dilakukan seseorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan, dari orang lain (Wayne, 2006:45). Komunikasi bermula dari sebuah gagasan yang ada pada diri seseorang yang diolah menjadi sebuah pesan dan disampaikan atau dikirimkan kepada orang lain dengan menggunakan media tertentu. Dari pesan yang disampaikan tersebut kemudian terdapat timbal balik berupa tanggapan atau jawaban dari orang yang menerima pesan tersebut. Dari proses terjadinya komunikasi itu, secara teknis pelaksanaan, komunikasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya.

Dalam literatur lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata "*communication*" yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah "communis" adalah istilah yang paling sering di sebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata kata Latin yang mirip komunikasi

menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan di anut secara sama.

Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

2. Unsur Unsur Komunikasi

Menurut Widjaja (2008:89) ada 6 unsur penting dalam proses komunikasi yang harus dipenuhi, yaitu :

1. Komunikator.

Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Komunikator tidak hanya berperan sebagai pengirim pesan saja, namun juga memberikan respons dan menjawab pertanyaan yang disampaikan sebagai dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Pesan/informasi

Pesan merupakan keseluruhan apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa kata-kata, tulisan, gambaran atau perantara lain. Pesan ini memiliki inti, yakni mengarah pada usaha untuk mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Inti pesan akan selalu mengarah pada tujuan akhir komunikasi itu.

3. Sarana komunikasi/channel.

Sarana komunikasi/channel biasa disebut dengan media yang digunakan sebagai penyalur pesan dalam proses komunikasi. Pemilihan sarana/media dalam proses komunikasi tergantung pada sifat berita yang akan disampaikan.

4. Komunikan/penerima/*receiver*.

Komunikan merupakan penerima pesan atau berita yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok. Dalam proses komunikasi, komunikan adalah elemen penting karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi dan bertanggung jawab untuk dapat mengerti pesan yang disampaikan dengan baik.

5. Umpan balik/*feedback*.

Umpan balik dapat dimaknai sebagai jawaban komunikan atas pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. Pada komunikasi yang dinamis, komunikator dan komunikan terus menerus bertukar peran.

6. Dampak/*effect*

Dampak merupakan efek perbedaan yang dialami oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. Bila sikap dan tingkah laku komunikan berubah sesuai dengan isi pesan maka komunikasi telah berjalan dengan baik.

Dampak/efek sesungguhnya dapat dilihat dari personal opinion, public opinion maupun majority opinion. Namun semuanya mengarah kepada perubahan yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan.

3. Fungsi Komunikasi

Menurut Cangara (2007:28) menjelaskan fungsi dari komunikasi tersebut yaitu menyampaikan informasi, mendidik, membujuk, dan juga menghibur. Namun, apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya sebagai pertukaran berita atau pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, ide, maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

1. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemorsesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi: menunjuk pada upaya pendidikan, dimana adanya penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagaimana anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif didalam masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
5. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan: menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horison seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan: memberikan hiburan kepada masyarakat, lewat penyebarluasan signal, simbol, suara dan imajinasi dari drama, tari, kesenian, kesusatraan, music, olahraga, kesenangan, kelompok dan individu, melalui media masa, eltronik dsb, sehingga masyarakat dapat menikmati hiburan, dan melarikan diri dari kesulitan hidup sehari-hari, dan lain-lain.
8. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Fungsi- fungsi komunikasi juga bisa ditelusuri dari tipe komunikasi itu sendiri, yang mana komunikasi dibagi atas empat macam tipe, yakni:

1. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*)
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
3. Komunikasi publik
4. Komunikasi massa

Adapun fungsi komunikasi secara umum adalah sebagai berikut:

- a. *Mass Information*, yakni untuk memberi dan menerima informasi kepada khalayak
- b. *Mass Education*, yaitu untuk memberi pendidikan
- c. *Mass Persuasion*, yaitu untuk mempengaruhi
- d. *Mass Entertainment*, yaitu untuk menghibur.

4. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi disini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum Deddy (2009:15) menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat, yaitu :

1. *Social Change* (Perubahan Sosial).

Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.

2. *Attitude Change* (Perubahan Sikap).

Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.

3. *Opinion Change* (Perubahan Pendapat).

Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.

4. *Behavior Change* (Perubahan Perilaku).

Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

Pendapat lain mengatakan bahwa secara umum akibat atau hasil komunikasi dapat mencakup tiga aspek, yakni:

- a. Aspek Kognitif, yaitu menyangkut kesadaran dan pengetahuan.
- b. Aspek Afektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan atau emosi.
- c. Aspek Konatif, yaitu menyangkut perilaku atau melakukan sesuatu.

5. **Arah Komunikasi**

Menurut Stephen P. Robbins (2006:77), komunikasi dapat mengalir secara vertikal dan horizontal. Dimensi vertikal dapat dibagi menjadi arah ke bawah dan ke atas.

a. Ke Bawah

Komunikasi ke bawah yaitu komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam kelompok atau organisasi ke tingkat yang lebih bawah. Misalnya para manajer yang berkomunikasi dengan para bawahannya. Pola ini biasanya digunakan oleh para manajer atau pemimpin kelompok untuk menetapkan sasaran, memberikan instruksi pekerjaan, menginformasikan kebijakan dan prosedur ke bawahan, menunjukkan masalah yang memerlukan perhatian, dan mengemukakan umpan balik tentang kinerja.

b. Ke Atas

Komunikasi ke atas yaitu komunikasi yang mengalir ke tingkat yang lebih tinggi dalam kelompok atau organisasi. Komunikasi ini digunakan untuk memberikan umpan balik ke atasan, menginformasikan mereka mengenai kemajuan ke sasaran, dan menyampaikan masalah-masalah yang dihadapi. Komunikasi ke atas menyebabkan para manajer menyadari perasaan para karyawan terhadap pekerjaannya, rekan sekerjanya, dan organisasi secara umum. Dengan komunikasi ke atas juga manajer dapat mendapatkan gagasan untuk memperbaiki kondisi yang dihadapi.

c. Lateral (Horizontal)

Komunikasi horizontal yaitu komunikasi yang terjadi antara anggota kelompok kerja yang sama, baik antar sesama pekerja ataupun antar sesama manajer. Komunikasi horizontal berfungsi untuk menghemat waktu dan memudahkan koordinasi. Dalam beberapa kasus, hubungan horizontal ini memberlakukan sanksi formal. Seringkali hubungan ini diciptakan secara informal untuk mempersingkat hierarki vertikal dan mempercepat tindakan.

6. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah langkah-langkah di antara seorang sumber dan penerimanya yang menghasilkan transfer dan pemahaman makna. Pesan tersebut disampaikan dari seorang pengirim kepada seorang penerima. Ia disandikan dengan cara diubah menjadi suatu bentuk simbolis dan dialihkan melalui perantara (saluran) kepada penerima, yang lalu menerjemahkan ulang (membaca sandi) pesan yang diberikan pengirim. Proses dalam komunikasi sebagai berikut:

a. Pengirim pesan (sender) dan isi pesan / materi

Pengirim pesan adalah orang yang mempunyai ide untuk disampaikan kepada seseorang dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya. Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas.

b. Simbol / isyarat

Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Biasanya seorang manajer menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata, gerakan anggota badan (tangan, kepala, mata dan bagian muka lainnya). Tujuan penyampaian pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

c. Media / penghubung

Adalah alat untuk penyampaian pesan seperti : TV, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon, dan lainnya. Pemilihan ini dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang akan disampaikan, jumlah penerima pesan dan situasi.

d. Mengartikan kode / isyarat

Setelah pesan diterima melalui indera (telinga, mata dan seterusnya) maka si penerima pesan harus dapat mengartikan simbol/kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dimengerti atau dipahaminya.

e. Penerima pesan

Penerima pesan adalah orang yang dapat memahami pesan dari sipengirim meskipun dalam bentuk code atau isyarat tanpa mengurangi arti pesan yang dimaksud oleh pengirim

f. Balikan (feedback)

Balikan adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Tanpa balikan seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan Hal ini penting bagi manajer atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Balikan dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Balikan yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan balikan langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak balikan yang diberikan oleh orang lain didapat dari pengamatan pemberi balikan terhadap perilaku maupun ucapan penerima pesan. Pemberi balikan menggambarkan perilaku penerima pesan sebagai reaksi dari pesan yang diterimanya. Balikan bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikan, juga balikan dapat memperjelas persepsi.

g. Gangguan

Gangguan bukan merupakan bagian dari proses komunikasi akan tetapi mempunyai pengaruh dalam proses komunikasi, karena pada setiap situasi hampir selalu ada hal yang mengganggu kita. Gangguan adalah hal yang merintangikan atau menghambat komunikasi sehingga penerima salah menafsirkan pesan yang diterimanya.

B. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga.

Sedangkan menurut Asnawir (2007:15), media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah bisa mengatasi ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

2. Karakteristik Media Massa

Menurut Cangara (2012:81) bahwa terdapat lima karakteristik media massa, yaitu:

1. Bersifat melembaga, artinya adalah pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya adalah komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog atau perbincangan langsung antara pengirim dan penerima. Kalaupun terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya adalah dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena media massa memiliki kecepatan dan bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang diberikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang bersamaan.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan lain-lain.
5. Bersifat terbuka, artinya adalah pesan yang disampaikan dapat diterima oleh siapapun dan dimana saja tanpa mengenal jenis kelamin dan suku bangsa.

Beberapa karakteristik media massa menurut Djafar H. Assegaf (1991) adalah:

1. Komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah. Komunikan tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasanya disebut dengan tanggapan tertunda (*delay feedback*).
2. Media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas dan bervariasi.

3. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikasi dalam media massa berjumlah besar dan menyebar dimana-mana, serta tidak terikat ruang, waktu dan tidak berhubungan secara personal.
4. Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang umum sehingga bisa dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikasi dari kalangan bawah sampai kalangan atas,
5. Media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur.

3. Jenis Media Massa

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah televisi, film, internet dan radio.

1. Surat Kabar

Di Indonesia, surat kabar sebagai media massa dalam masa orde baru mempunyai misi memperluas pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan, dan persuasif), fungsi yang paling menonjol adalah memberikan informasi.

Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak saat membaca surat kabar yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang sedang terjadi di sekitarnya. Namun fungsi hiburan di dalam surat kabar pun tidak terabaikan. Khalayak tetap

mendapatkan hiburan dari surat kabar karena tersedianya rubrik artikel ringan, feature (laporan perjalanan, laporan tentang profil seseorang yang unik dan menginspirasi), rubrik cerita bergambar atau komik, serta cerita bersambung. Begitu pula dalam fungsi mendidik dan persuasif akan ditemukan dalam rubrik ilmiah, tajuk rencana atau editorial, dan rubrik opini. Namun surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf, serta lebih banyak disenangi oleh orang tua daripada kaum remaja dan anak-anak.

Untuk memanfaatkan surat kabar secara maksimal demi tercapainya tujuan komunikasi maka sangat penting bagi komunikator untuk mengetahui karakteristik dari surat kabar itu sendiri. Didalam karakteristik tersebut akan diketahui kelemahan dan kekuatan surat kabar. Berikut adalah beberapa karakteristik surat kabar, yaitu publisitas, periodesitas, universalitas, aktualitas dan terdokumentasikan.

2. Majalah

Klasifikasi majalah dibagi ke dalam lima kategori utama, yakni *general consumer magazine* (majalah konsumen umum), *business publication* (majalah bisnis), *literacy reviews and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah), *newsletter* (majalah khusus terbitan berkala), *public relations magazines* (majalah humas).

Meskipun sama seperti surat kabar yang sama-sama media cetak, namun tetap dapat dibedakan karena majalah memiliki karakteristik tersendiri yaitu, penyajian informasi yang lebih dalam, nilai aktualitasnya lebih lama, mempunyai

gambar atau foto yang lebih banyak dibandingkan surat kabar dan cover majalah lebih menarik (daya tarik utama).

3. Televisi

Televisi mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi di rumah dengan menggunakan wire atau microwave (*wireless cables*) yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa.

Televisi mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan pada masyarakat Amerika Serikat, ditemukan bahwa hampir setiap orang menghabiskan waktunya antara 6-7 jam per minggu untuk menonton televisi.

4. Internet

Penggunaan internet dewasa ini sudah tidak perlu dipertanyakan lagi. Hampir semua kegiatan sehari-hari sekarang ini menggunakan internet. Menurut , internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif.

5. Radio

Radio merupakan media auditif. Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaanya, radio telah

berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel dan lain-lain. Keunggulan radio adalah berada dimana saja, ditempat tidur (ketika khalayak bangun tidur atau sebelum tidur), di dapur, di dalam mobil, di jalanan dan berbagai tempat lainnya.

4. Fungsi dan Peranan Media Massa

Fungsi lebih mengacu pada kegunaan suatu hal dalam hal ini adalah kegunaan atau manfaat dari pers itu sendiri. Peranan lebih merujuk kepada bagian atau lakon yang dimainkan pers dalam masyarakat, dimana pers memainkan peran tertentu dalam seluruh proses pembentukan budaya manusia. Pada umumnya fungsi dan peranan dari media massa adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Media Massa:

- a. Sebagai media komunikasi
- b. Memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk berita
- c. Sebagai media pendidikan
- d. Pemberitaan mengandung nilai dan norma tertentu dalam masyarakat yang baik
- e. Sebagai media hiburan
- f. Lebih bersifat sebagai sarana hiburan
- g. Sebagai lembaga ekonomi
- h. Mendatangkan keuntungan financial

2. Peranan Media Massa:

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui

- b. Menegakkan nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan HAM, serta menghormati kebhinekaan
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

5. Pengaruh Media Massa

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti media massa, menyebabkan terjadi perubahan secara cepat dimana-mana. Media massa sedikit demi sedikit membawa masuk masyarakat ke suatu pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir serta budaya perilaku masyarakat. Tanpa disadari media massa telah ikut mengatur jadwal hidup kita serta menciptakan sejumlah kebutuhan.

Keberadaan media massa dalam menyajikan informasi cenderung memicu perubahan serta banyak membawa pengaruh pada penetapan pola hidup masyarakat. Beragam informasi yang disajikan dinilai dapat memberi pengaruh yang berwujud positif dan negatif.

Secara perlahan-lahan namun efektif, media membentuk pandangan masyarakat terhadap bagaimana seseorang melihat pribadinya dan bagaimana seseorang seharusnya berhubungan dengan dunia sehari-hari. Media memperlihatkan pada masyarakat bagaimana standar hidup layak bagi seorang manusia, sehingga secara tidak langsung menyebabkan masyarakat menilai

apakah lingkungan mereka sudah layak atau apakah ia telah memenuhi standar tersebut dan gambaran ini banyak dipengaruhi dari apa yang di lihat, didengar dan dibaca dari media.

Pesan/informasi yang disampaikan oleh media bisa jadi mendukung masyarakat menjadi lebih baik, membuat masyarakat merasa senang akan diri mereka, merasa cukup atau sebaliknya mengempiskan kepercayaan dirinya atau merasa rendah dari yang lain. Pergeseran pola tingkah laku yang diakibatkan oleh media massa dapat terjadi di lingkungan keluarga, sekolah, dan dalam kehidupan bermasyarakat. Wujud perubahan pola tingkah laku lainnya yaitu gaya hidup.

Perubahan gaya hidup dalam hal peniruan atau imitasi secara berlebihan terhadap diri seorang figur yang sedang diidolakan berdasarkan informasi yang diperoleh dari media. Biasanya seseorang akan meniru segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya tersebut baik dalam hal berpakaian, berpenampilan, potongan rambutnya ataupun cara berbicara yang mencerminkan diri idolanya (Agustriono, 2003:8).

Hal tersebut diatas cenderung lebih berpengaruh terhadap generasi muda. Secara sosio-psikologis, arus informasi yang terus menerpa kehidupan kita akan menimbulkan berbagai pengaruh terhadap perkembangan jiwa, khususnya untuk anak-anak dan remaja. Pola perilaku mereka, sedikit demi sedikit dipengaruhi oleh apa yang mereka terima yang mungkin melenceng dari tahap perkembangan jiwa maupun norma-norma yang berlaku. Hal ini dapat terjadi bila tayangan atau informasi yang mestinya di konsumsi oleh orang dewasa sempat ditonton oleh anak-anak (Murniatmo, 2007:16).

Dampak yang ditimbulkan media massa bisa beraneka ragam diantaranya terjadinya perilaku yang menyimpang dari norma-norma sosial atau nilai-nilai budaya. Di jaman modern ini umumnya masyarakat menganggap hal tersebut bukanlah hal yang melanggar norma, tetapi menganggap bagian dari trend massa kini. Selain itu juga, perkembangan media massa yang teramat pesat dan dapat dinikmati dengan mudah mengakibatkan masyarakat cenderung berpikir praktis.

Dampak lainnya yaitu adanya kecenderungan makin meningkatnya pola hidup konsumerisme. Dengan perkembangan media massa apalagi dengan munculnya media massa elektronik (media massa modern) sedikit banyak membuat masyarakat senantiasa diliputi perasaan tidak puas dan bergaya hidup yang serba instant Gaya hidup seperti ini tanpa sadar akan membunuh kreatifitas yang ada dalam diri kita dikemudian hari. Rubrik dari layar TV dan media lainnya yang menyajikan begitu banyak unsur-unsur kenikmatan dari pagi hingga larut malam membuat menurunnya minat belajar dikalangan generasi muda. Dari hal tersebut terlihat bahwa budaya dan pola tingkah laku yang sudah lama tertanam dalam kehidupan masyarakat mulai pudar dan sedikit demi sedikit mulai diambil perannya oleh media massa dalam menyajikan informasi-informasi yang berasal dari jaringan nasional maupun dari luar negeri yang terkadang kurang pas dengan budaya kita sebagai bangsa timur.

C. Penyiaran

1. Pengertian Penyiaran

Sebagaimana kita ketahui bersama penyiaran adalah Pancaran melalui ruang angkasa oleh sumber frekuensi dengan sinyal yang mampu diterima di telinga atau didengar dan dilihat oleh publik.

Sebagaimana bahasa aslinya : broadcasting, penyiaran bersifat tersebar kesemua arah (broad) yang dikenal sebagai *omni directional*. Dari definisi sifat penyiaran ini dapat diketahui bahwa semua sistem penyiaran yang alat penerima siarannya harus dilengkapi dengan satu unit decoder, adalah kurang sejalan dengan definisi broadcasting. Oleh karena itu, pada nama sistemnya harus ditambahkan kata “terbatas”, sehingga menjadi sistem penyiaran terbatas.

Penyiaran dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *broadcasting*, adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar atau pemirsa disatu tempat (Hidajanto, 2011:1).

Penyiar radio adalah kemampuan berbicara (untuk tujuan tertentu, seperti pidato, public speaking, penyiar) adalah kemampuan yang tidak semua orang memiliki, namun dapat dipelajari. Prosesnya adalah penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan secara verbal.

Penyiaran pada hakikatnya adalah salah satu keterampilan dasar manusia ketika berada pada posisi tidak mampu untuk menciptakan dan menggunakan

pesan secara efektif untuk berkomunikasi. Penyiaran dalam konteks ini adalah alat untuk mendongkrak kapasitas dan efektifitas komunikasi massa.

Dalam teori media dan masyarakat massa, misalnya dikatakan bahwa media memiliki sejumlah asumsi untuk membentuk masyarakat yaitu:

- 1) Media Massa (tak terkecuali penyiaran) memiliki efek yang berbahaya sekaligus menular bagi masyarakat. Untuk meminimalisir efek ini di Eropa pada masa 1920-an, penyiaran dikendalikan oleh pemerintah, walaupun ternyata kebijakan ini justru berdampak buruk di Jerman dengan digunakannya penyiaran untuk propaganda Nazi.
- 2) Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi pola pikir rata-rata audiennya. Bahkan pada asumsi berikutnya dalam teori ini dikatakan bahwa ketika pola pikir seseorang sudah terpengaruh oleh media, maka semakin lama pengaruh tersebut semakin besar.
- 3) Rata-rata orang yang terpengaruh oleh media, dikarenakan ia mengalami keputusan dengan institusi sosial yang sebelumnya justru melindungi dari efek negatif media.

2. Sifat Media Penyiaran

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan diantara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi, terdapat berbagai perbedaan sifat.

Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya siaran dari media televisi atau radio dapat

diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali. Media cetak untuk sampai kepada pembacanya memerlukan waktu (tidak menguasai ruang) tetapi dapat dibaca kapan saja dan dapat diulang-ulang (menguasai waktu). Perbedaan sifat inilah yang menyebabkan adanya jurnalistik televisi, jurnalistik radio dan juga jurnalistik cetak, namun semuanya tetap tunduk pada ilmu induknya yaitu ilmu komunikasi.

Penyelenggaraan media penyiaran mempunyai kaitan erat dengan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit geostasioner yang merupakan sumber daya alam yang terbatas sehingga pemanfaatannya perlu diatur secara efektif dan efisien.

Siaran adalah rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. (menurut Undang-undang No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran).

Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. (menurut Undang-undang No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran).

Menurut definisi tersebut, terdapat lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran. Kelima syarat tersebut adalah :

1. Spektrum frekuensi radio
2. Sarana pemancaran/transmisi
3. Adanya siaran (program atau acara)
4. Adanya perangkat penerima siaran (*receiver*)
5. Dapat diterima secara serentak/bersamaan.

3. Teknik Penyiaran

Dalam produksi siaran radio terdapat proses pemancaran sinyal frekuensi audio dengan menggunakan gelombang radio. Gelombang dengan frekuensi radio ini, disebut gelombang pembawa (*carrier wave*). Amplitudo dan frekuensi gelombang dapat berubah-ubah menurut irama sinyal yang hendak disiarkan. Perubahan amplitudo ini disebut dengan modulasi.

Tiga komponen utama dalam pemancar radio :

1. Mikropon
2. Rangkaian pemancar
3. Antena

Proses kerja rangkaian pemancar disebut sebagai modulasi (perpaduan gelombang radio dan gelombang audio). Penggabungan frekuensi radio (RF) dengan frekuensi audio (AF) dapat dilakukan dengan dua cara yaitu sistem AM (*amplitudo modulation*) dan sistem FM (*frequency modulation*). Sistem AM menghasilkan sinyal RF yang amplitudo-nya selalu berubah-ubah namun frekuensinya tetap. Sistem FM menghasilkan sinyal RF yang frekuensi berubah-ubah namun amplitudo-nya tetap.

a. AM (*amplitudo modulation*)

Saluran AM adalah saluran yang pertama kali digunakan dalam teknologi penyiaran. Menurut ketentuan internasional, saluran AM berada pada blok frekuensi 300-3000 KHz. Dalam memancarkan sinyal, saluran AM memanfaatkan gelombang elektromagnetik bumi atau yang disebut dengan ground waves dan juga gelombang udara atau sky waves. Kedua jenis gelombang dapat membawa sinyal ke wilayah yang sangat jauh. Cakupan sinyal AM tergantung beberapa hal, seperti kekuatan pemancar, frekwensi yang tersedia, daya konduksi tanah, jumlah interferensi yang muncul.

b. FM (*frequency modulation*)

Saluran FM ditetapkan secara internasional berada pada blok frekuensi VHF yaitu 30-300 MHz. Stasiun TV di Indonesia menggunakan frekuensi dalam rentang 470 – 890 MHz / UHF. Di Indonesia rentang pita frekuensi radio yang digunakan untuk siaran radio FM berada pada rentang pita frekuensi 87,5 MHz - 108 MHz sedangkan pengkanalan frekuensi yang digunakan adalah kelipatan 100 KHz. Berdasarkan ketentuan ini, maka rentang pita frekuensi (bandwidth) yang diperoleh adalah sebesar 20.5 MHz (108 MHz dikurangi 87.5 MHz).

Propagansi atau arah penyebaran sinyal FM bersifat langsung (*direct*) menuju ke *receiver*. Transmisi siaran FM memiliki pola cakupan siaran yang stabil dengan bentuk dan tingkat atau ukuran frekuensi tergantung pada: daya watt listrik, ketinggian tiang transmisi, bentuk permukaan daratan.

Kekurangan stasiun FM dibandingkan MW atau SW adalah daya jangkauan siarannya yang lebih terbatas. Karena penyebarannya sinyal FM bersifat lurus dan

langsung, maka daya jangkau FM sebatas horizon yaitu permukaan bumi datar. Dengan demikian siaran FM dapat terganggu jika terdapat penghalang terhadap jalannya sinyal seperti bukit atau gedung tinggi.

Beberapa faktor yang menyebabkan kualitas suara FM sangat bagus yaitu:

1. Pita frekuensi VHF yang digunakan stasiun FM memiliki sifat yang tidak mudah terpengaruh oleh gangguan atmosfer.
2. Lebar pita frekuensi saluran FM 20 kali lebih lebar dibandingkan FM yang memungkinkan untuk menghasilkan suara yang mencapai 15.000 cycle per detik sehingga mampu menghasilkan suara dengan tingkat kejernihan suara yang lebih tinggi. Selain itu, saluran frekuensi yang lebar ini memungkinkan stasiun pemancar mengirimkan suara stereo.

c. SW (*short wave*)

Saluran short wave atau gelombang pendek biasanya digunakan stasiun penyiaran untuk mencapai jarak yang sangat jauh. Saluran ini dapat digunakan untuk mengirim sinyal dari pemancar yang berasal dari salah satu belahan bumi ke penerimanya yang berada di belahan bumi lainnya. Saluran SW berada pada blok frekuensi 3 – 25 MHz yang terletak antara posisi frekuensi AM dan FM. Saluran ini banyak dipakai oleh stasiun radio internasional. Sinyal pada saluran SW dikirimkan menempuh jarak yang sangat jauh dengan menggunakan gelombang udara (*skywaves*) yang berada pada lapisan ionosphere.

D. Radio

1. Pengertian Radio

Radio sebagai salah satu bentuk media massa yang mengedepankan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak dikembangkan ke dalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya bahwa tidak hanya ada musik yang monoton dalam radio, karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada berbagai program acara radio. Pengertian radio, adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Dengan demikian yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya saja, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu ataupun di perinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus.

Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan walaupun ada lambang-lambang non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Asep Syamsul M. Romli dalam *Broadcast Journalism* menerangkan mengenai radio siaran, bahwa: "Radio, tepatnya radio siaran (broadcasting radio) merupakan salah satu jenis media massa (mass media), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya

suratkabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah Auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran.” (Romli, 2004:19).

Dengan demikian karena sifatnya yang auditif ini mendorong masyarakat lebih menyukainya sebagai salah satu media massa yang cepat digemari dengan kemudahan penerimaan tanpa memerlukan keahlian khusus.

2. Manfaat Radio

a. Memberikan berita yang up-to date

Berita radio yang baik yang dipancarkan oleh seseorang atau dengan transcript, umumnya adalah berita-berita yang up-to date, sangat penting dan mempunyai latar belakang tertentu. Karena up-to date ini, maka ia turut melengkapi kekurangan – kekurangan yang ada pada buku-buku pelajaran yang seringkali telah usang. Selain dari itu memperkaya pengalaman dalam bidang-bidang tertentu, misalnya pendidikan, ekonomi, pembangunan, politik dan sebagainya. Semuanya langsung didengar oleh kelas sekalipun jaraknya jauh.

b. Menarik Minat

Siaran radio menarik minat anak, oleh sebab ia menyajikan masalah-masalah kehidupan sehari-hari dan disampaikan dengan cara yang menyenangkan. Dimana saja dan sedang dalam keadaan apa saja siswa dapat mendengarkannya. Para siswa umumnya bersikap reseptif terhadap radio.

c. Beritanya autentik

Program radio memberikan keterangan-keterangan yang sebenarnya, asli dan dapat dipercaya. Keterangan-keterangan dan pendapat-pendapat yang autentik merupakan pengalaman yang sangat berharga.

d. Berdasarkan kepada kenyataan

Berita radio pada umumnya berdasarkan kepada hal-hal yang nyata, memberikan gambaran yang jelas, terperinci dan penting. Karena itu berita itu dapat diterima oleh anak sebagai hal yang kongkrit dan mudah dipahami.

e. Mempunyai tinjauan yang luas

Melalui program radio sesuatu persoalan dapat ditinjau dari berbagai segi. Semua golongan dalam masyarakat dapat mengemukakan pandangannya tentang sesuatu soal secara bebas. Berita-berita tentang masyarakat yang jauh letaknya dapat diketahui melalui siaran radio.

f. Mendorong kreativitas

Radio, baik secara langsung ataupun tidak langsung dapat mendorong kreativitas pada anak-anak dalam bidang musik, drama, sajak dan sebagainya. Mereka diberi kesempatan untuk mendengarkan berbagai kreasi orang lain dan karena itu akan menimbulkan atau mempengaruhi juga daya kreativitasnya sendiri. Tentu saja bergantung kepada bakat dan minatnya.

g. Integrasi dan diskriminasi

Radio berpengaruh terhadap pembentukan pribadi seseorang, menimbulkan social adjustment dan ini penting bagi pembentukan seorang warga negara yang baik. Selain dari itu mendidik anak untuk dapat mendiskriminasikan persoalan-persoalan dalam masyarakat. Radio mendorong manusia berfikir rasional dan komparatif.

3. Karakteristik Radio

1. Radio adalah mass media yang paling mengena (digunakan oleh banyak orang).
2. Radio dapat memberikan gambaran kepada para pendengarnya. Anda tidak perlu belajar untuk mengerti/memahami cerita yang kita sajikan. Kita memiliki kesamaan dengan tradisi yang ada dalam menyajikan berita dibanding dengan cara kerja jurnalistik di media cetak.
3. Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Anda jarang sekali duduk dalam satu grup dalam mendengarkan radio; tetapi biasanya mendengarkannya sendirian- di mobil, di dapur dan sebagainya.
4. Radio adalah alat yang hangat dalam kaitannya dengan emosi pendengar. Campuran dari kata-kata, musik dan efek suara yang mampu mempengaruhi emosi.pendengar. Pendengar akan bereaksi ataskehangatan suara pembawa berita dan seringkali berfikir bahwa broadcaster adalah seorang teman bagi mereka.
5. Radio adalah alat langsung. Radio dapat langsung membawa anda ke kejadian disekitar lingkungan anda ataupun dibagian lain di dunia, lebih cepat daripada koran ataupun TV. Radio yang disiarkan secara langsung dapat secara langsung memberikan informasi kepada anda tentang banjir, angin topan, kebakaran hutan, kemacetan lalu lintas ataupun berita politik lainnya.
6. Radio adalah alat yang ringkas. Hal ini membuat pemiliknya merasa memiliki kawan dimanapun ia berada.

7. Radio adalah alat yang cukup murah dan mudah.
8. Radio adalah alat yang fleksibel. Seorang reporter dengan alat perekamnya ataupun melalui telepon dapat secara langsung menyampaikan berita yang ada di lapangan. Seorang broadcaster di studio dengan microphone dan control panel akan membawakan program beritanya.
9. Radio dapat membidik sasaran yang tepat bagi pendengar tertentu dengan mengadakan program khususnya.
10. Radio dapat memberikan berbagai macam bentuk “suara” seperti halnya orang – orang di jalan, bincang – bincang dan sebagainya.

4. Jenis-Jenis Radio

a. Radio AM

Radio AM (modulasi amplitudo) bekerja dengan prinsip memodulasikan gelombang radio dan gelombang audio. Kedua gelombang ini sama-sama memiliki amplitudo yang konstan. Namun proses modulasi ini kemudian mengubah amplitudo gelombang penghantar (radio) sesuai dengan amplitudo gelombang audio. Awalnya penggunaan radio AM hanya untuk keperluan telegram nirkabel. Orang pertama yang melakukan siaran radio dengan suara manusia adalah Reginald Aubrey Fessenden. Ia melakukan siaran radio pertama dengan suara manusia pada 23 Desember 1900 pada jarak 50 mil (dari Cobb Island ke Arlington, Virginia) Saat ini radio AM tidak terlalu banyak digunakan untuk siaran radio komersial karena kualitas suara yang buruk.

b. Radio FM

Radio FM (modulasi frekuensi) bekerja dengan prinsip yang serupa dengan radio AM, yaitu dengan memodulasi gelombang radio (penghantar) dengan gelombang audio. Hanya saja, pada radio FM proses modulasi ini menyebabkan perubahan pada frekuensi. Ketika radio AM umum digunakan, Armstrong menemukan bahwa masalah lain radio terletak pada jenis sinyal yang ditransmisikan. Pada saat itu gelombang audio ditransmisikan bersama gelombang radio dengan menggunakan modulasi amplitudo (AM). Modulasi ini sangat rentan akan gangguan cuaca. Pada akhir 1920-an Armstrong mulai mencoba menggunakan modulasi dimana amplitudo gelombang penghantar (radio) dibuat konstan. Pada tahun 1933 ia akhirnya menemukan sistem modulasi frekuensi (FM) yang menghasilkan suara jauh lebih jernih, serta tidak terganggu oleh cuaca buruk. Sayangnya teknologi ini tidak serta merta digunakan secara massal. Depresi ekonomi pada tahun 1930-an menyebabkan industri radio enggan mengadopsi sistem baru ini karena mengharuskan penggantian transmitter dan receiver yang memakan banyak biaya. Baru pada tahun 1940 Armstrong bisa mendirikan stasiun radio FM pertama dengan biayanya sendiri. Dua tahun kemudian Federal Communication Commission (FCC) mengalokasikan beberapa frekuensi untuk stasiun radio FM yang dibangun Armstrong. Perlu waktu lama bagi modulasi frekuensi untuk menjadi sistem yang digunakan secara luas. Selain itu hak paten juga tidak kunjung didapatkan oleh Armstrong.

Frustrasi akan segala kesulitan dalam memperjuangkan sistem FM, Armstrong mengakhiri hidupnya secara tragis dengan cara bunuh diri. Beruntung

istrinya kemudian berhasil memperjuangkan hak-hak Armstrong atas penemuannya. Barulah pada akhir 1960-an FM menjadi sistem yang benar-benar mapan. Hampir 2000 stasiun radio FM tersebar di Amerika, FM menjadi penyokong gelombang mikro (microwave), pada akhirnya FM benar-benar diakui sebagai sistem unggulan di berbagai bidang komunikasi.

c. Radio internet

Penemuan internet mulai mengubah transmisi sinyal analog yang digunakan oleh radio konvensional. Radio internet (dikenal juga sebagai web radio, radio streaming dan e-radio) bekerja dengan cara mentransmisikan gelombang suara lewat internet. Prinsip kerjanya hampir sama dengan radio konvensional yang gelombang pendek (*short wave*), yaitu dengan menggunakan medium streaming berupa gelombang yang kontinyu. Sistem kerja ini memungkinkan siaran radio terdengar ke seluruh dunia asalkan pendengar memiliki perangkat internet. Itulah sebabnya banyak kaum ekspatriat yang menggunakan radio internet untuk mengobanti rasa kangen pada negara asalnya. Di Indonesia, umumnya radio internet dikolaborasikan dengan sistem radio analog oleh stasiun radio teresterial untuk memperluas jangkauan siarannya.

d. Radio Satelit

Radio satelit mentransmisikan gelombang audio menggunakan sinyal digital. Berbeda dengan sinyal analog yang menggunakan gelombang kontinyu, gelombang suara ditransmisikan melalui sinyal digital yang terdiri atas kode-kode biner 0 dan 1. Sinyal ini ditransmisikan ke daerah jangkauan yang jauh lebih luas karena menggunakan satelit. Hanya saja siaran radio hanya dapat diterima oleh

perangkat khusus yang bisa menerjemahkan sinyal terenkripsi. Siaran radio satelit juga hanya bisa diterima di tempat terbuka dimana antena pada pesawat radio memiliki garis pandang dengan satelit pemancar. Radio satelit hanya bisa bekerja yang tidak memiliki penghalang besar seperti terowongan atau gedung. Oleh karena itu perangkat radio satelit banyak dipromosikan untuk radio mobil. Untuk mendapat transmisi siaran yang baik, perlu dibuat stasiun repeater seperti di Amerika agar kualitas layanan prima.

Perangkat yang mahal (karena menggunakan satelit) membuat sistem ini komersial. Pendengar harus berlangganan untuk dapat mendengarkan siaran radio. Meskipun begitu kualitas suara yang dihasilkan sangat jernih, tidak lagi terdapat noise seperti siaran radio konvensional. Selain itu sebagian besar isi siaran juga bebas iklan dan pendengar memiliki jauh lebih banyak pilihan kanal siaran (lebih dari 120 kanal).

Perusahaan penyedia satelit radio dunia adalah Worldspace yang melayani siaran radio satelit di Amerika, Eropa, Asia, Australia, dan Afrika. Worldspace memiliki tiga satelit yang melayani wilayah berbeda. Di Indonesia, sampai tahun 2002 Worldspace telah bekerja sama dengan RRI, Radio Trijaya, Borneo Wave Channel (Masima Group), goindo.com dan Kompas Cyber Media sebagai pengisi konten layanan radio satelit dengan menggunakan satelit Asia Star.

e. Radio berdefinisi tinggi (HD Radio)

Radio yang dikenal juga sebagai radio digital ini bekerja dengan menggabungkan sistem analog dan digital sekaligus. Dengan begitu memungkinkan dua stasiun digital dan analog berbagi frekuensi yang sama.

Efisiensi ini membuat banyak konten bisa disiarkan pada posisi yang sama. Kualitas suara yang dihasilkan HD radio sama jernihnya dengan radio satelit, tetapi layanan yang ditawarkan gratis. Namun untuk dapat menerima siaran radio digital pendengar harus memiliki perangkat khusus yang dapat menangkap sinyal digital.

5. Struktur Redaksi Radio

Didalam sebuah penyiaran radio memiliki tatanan atau struktur organisasi agar manajemen yang ada berjalan dengan baik dan efektif yaitu:

1. Program Director

Program Director memegang peranan yang sangat penting disebuah stasiun radio. Bahkan bisa dibilang Program Director adalah otaknya radio. Menarik atau tidak nya konsep program sebuah radio siaran akan sangat bergantung kepada kinerja dan kreativitas Program Director nya. PD bertanggung jawab dalam hal mengatur staff penyiaran dan jadwal siaran, memantau stasiun untuk menjaga konsistensi dan kualitas produksi, mengikuti perkembangan pada industri radio, mengatur penyajian musik, berita serta hiburan maupun iklan.

2. Music Director

Adapun tugas dari Music Director (MD) adalah menyeleksi dan mengumpulkan lagu-lagu yang layak menjadi play list dan diputar. MD juga harus bertanggung jawab untuk memastikan lagu-lagu yang dihadirkan memang sesuai dengan keinginan pendengar dan segmen yang ditentukan oleh radio.

3. Produksi

Dibagian produksi sebuah stasiun radio adalah yang bertanggung jawab terhadap semua produk pendukung siaran, seperti jingle radio, spot iklan, promo acara dan lainnya. Sebagai media yang auditif (hanya bisa didengar) sebuah program siaran radio akan semakin menarik bila didukung oleh efek suara yang menarik pula, dan mampu menunjukkan kreativitas.

4. Redaksi dan Reporter

Redaksi adalah komponen yang sangat penting dalam sebuah stasiun radio terutama dalam proses penyajian informasi. Redaksi bertugas untuk mencari berita, tips dan beragam informasi lainnya. Reporter merupakan tim untuk mencari berita juga namun reporter dapat menyampaikan informasi secara langsung (Live Report) jika diperlukan.

5. Penyiar

Penyiar dalam bahasa Inggris biasa disebut *announcer* atau *broadcaster* yakni orang yang menyampaikan sesuatu kepada banyak orang. Penyiar radio adalah pegawai sebuah stasiun radio yang akan berhadapan dan berinteraksi pertama kali dengan pendengar. Penyiar radio pula akan menjadi pembangun image sebuah stasiun radio.

6. Profil Most FM

PT Radio Khama Sutra (MOST FM) sudah berkiprah di dunia broadcasting selama 40 tahun lamanya. Dengan sistem teknologi digital berstandarisasi broadcast radio yang cukup berkualitas, MOST FM memajukan musik Indonesia mulai dari tahun 1970 sampai sekarang yang jatuh di frekuensi 99,1

Mhz. MOST FM memiliki slogan “Paling Ter Indonesia” yang artinya meskipun music yang disuguhkan adalah musik hasil karya anakbangsa dengan cita rasa Nasional, tetapi MOST FM mencoba agar musik Indonesia menjadi musik yang berkelas Internasional.

MOST FM dapat menjangkau dan memukau pendengar daerah Sumatera Utara dengan radius jangkauan ± 90 km. Daerah tersebut adalah Medan, Belawan, Binjai, Tanjung Pura, Lubuk Pakam, Tebing Tinggi, Berastagi, Kabanjahe, dan sekitarnya. Di kelurahan Tegal Sari Mandala III Kecamatan Medan Denai berbatasan dengan :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Tegal Sari Mandala I dan Tegal Sari Mandala II.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan kelurahan binjai.
3. Sebelah timur berbatasan dengan sungai denai dan tegal sari mandala II.
4. Sebelah barat berbatasan dengan tegal sari I dan tegal sari III Kecamatan Medan Area.

Dengan pendengar menengah ke bawah rata-rata usia 15-25 tahun yang sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa. Adapun program-program yang disajikan ditahun 2013 yaitu Pagi Laee, Besties, Indolicious, paling Ter, Olala Olili, Parampampam, Maximum Mix, Intro Pagi, kagum, dan Mozaik 100 Singles.

Radio MOST FM selalu memperkenalkan program-program acaranya agar dikenal oleh pendengarnya, yaitu melalui situs internet (www.991mostfm.com), twitter (@MOSTFMedan), dan Facebook(MOSTFM Medan). Program-program acara di situs internet tersebut akan terpampang foto penyiar dengan program

yang dibawakan dan jam siarannya. Sehingga orang yang belum tahu acara-acara MOST FM selama 24 jam dapat memilih program acara yang ingin didengar.

Salah satu program acara dari Most Fm yaitu Acara Lajang Show yang dimulai dari pukul 07.00-10.00 Wib. Lajng Show dipandu oleh 2 anak muda, yaitu Ejathino yang mempunyai kelihaihan dalam meracik lirik menjadi sebuah lagu dikarenakan dia adalah seorang rapper, dan Anza Harahap yang sudah lama malang melintang di dunia stand up comedy. Jadi lajang show merupakan program acara yang dapat membuat suasana menjadi lebih bising, ceria dan happy tatkala mendengarkan mereka.

Setiap pagi Lajang Show hadir dengan 3 segmen di 3 jam mereka menyiar. Tujuannya adalah untuk membuat para remaja merespon segala bentuk pertanyaan ataupun info info yang diberikan kepada mereka. Di segmen pertama adalah TopikLajang yang setiap senin – jumat berbeda. Di hari Senin disebut dengan #SENINABSURD, dimana 2 anak laki-laki memberikan pertanyaan yang aneh dan tidak masuk akal dan anak perempuan juga menjawab dengan jawaban yg aneh absurd serta kreatif.

Pada hari Selasa 2 anak laki-laki mengajak pendengar untuk berfikir pintar karena #SELASAPINTAR selalu bertanya hal hal seputar yang baru saja terjadi di sekitar kita. Otomatis jawaban disini semuanya harus benar-benar pintar dan bisa menjadi tips/saran bagi pendengar lainnya yang mungkin tidak mengikuti segmen ini.

Pada hari Rabu Lajang Show mengajak kamu semua untuk bermain topik #RABUBELUMTAU. Pendengar diajak untuk berangan angan menjadi seseorang yang hebat dan sukses dan bisa memberikan solusi kepada siapapun.

Pada hari Kamis merupakan segmen topik favorit bagi anak perempuan dan anak laki-laki dimana #KAMISSINIS mengajak para pendengar untuk ber-sinis-ria terhadap orang2 disekitar. Dan juga bisa menyindir seseorang tersebut dan yang pasti bakal dikasi solusi oleh 2 anak laki-laki.

Dan di hari terakhir siaran ada yang namanya #JUMATBANYAKTANYA pendengar bebas menanyakan apapun itu ke "Lajang Show". Asal jangan pertanyaan yang berhubungan dengan cinta. Karena cinta, hanya diri sendirilah yang tahu jawabannya.

Setelah topik topik tadi selesai dibahas masuklah ke segmen #INTISARI dimana Anza Harahap memberikan sebuah kata motivasi utk pendengar yang diiringi alunan gitar dan lagu dari music music tahun 80-90an untuk menambah kesan berlantun berirama menghadapi hidup yang kadang membuat rumit.

Di segmen kedua ada #ENDINGFUNKY. Sang penyiar dengan kelihaiannya dalam menulis lirik utk kemudian di rap-kan bersama Anza Harahap supaya para pendengar bisa menebak atau memberikan judul lagu dari lirik random yang sudah di rap-kan.

Segmen ketiga yaitu segmen #NGEPUNKTUN. Pantun dewasa ini, sering terlupakan. Pantun merupakan kebudayaan Indonesia yang harus kita lestarikan. Oleh sebab itu lajangshow menghadirkan segmen ini. Dimana 2 anak lajang

memberikan sebuah pantun, yang kemudian anak gadis anak lajang melanjutkan sisa pantun yang telah diberikan.

Ketiga segmen diatas terbukti mampu membangkitkan semangat dan motivasi pendengar untuk lebih semangat dalam menjalani pagi harinya. Dengan banyaknya respon yang masuk setiap pagi semakin membuat para pendengar selalu semangat menemani di pagi hari.

E. Remaja

1. Pengertian Remaja

Masa remaja adalah masa peralihan dimana perubahan secara fisik dan psikologis dari masa kanak-kanak ke masa dewasa (Hurlock, 2003:46). Perubahan psikologis yang terjadi pada remaja meliputi intelektual, kehidupan emosi, dan kehidupan sosial. Perubahan fisik mencakup organ seksual yaitu alat-alat reproduksi sudah mencapai kematangan dan mulai berfungsi dengan baik. *World Health Organization* (WHO) yang mendefinisikan remaja berdasarkan 3 (tiga) kriteria, yaitu : biologis, psikologis, dan sosial ekonomi. Remaja adalah situasi masa ketika individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekunder sampai saat ia mencapai kematangan seksual. Remaja adalah suatu masa ketika individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.

Remaja adalah suatu masa ketika terjadi peralihan dari ketergantungan sosialekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

2. Ciri-ciri Masa Remaja

Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri remaja menurut Hurlock (2003:87), antara lain:

1. Masa remaja sebagai periode yang penting yaitu perubahan-perubahan yang dialami masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya.
2. Masa remaja sebagai periode pelatihan. Disini berarti perkembangan masa kanak-kanak lagi dan belum dapat dianggap sebagai orang dewasa. Status remaja tidak jelas, keadaan ini memberi waktu padanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai dengan dirinya.
3. Masa remaja sebagai periode perubahan, yaitu perubahan pada emosi perubahan tubuh, minat dan peran (menjadi dewasa yang mandiri), perubahan padanilai-nilai yang dianut, serta keinginan akan kebebasan.
4. Masa remaja sebagai masa mencari identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa peranannya dalam masyarakat.
5. Masa remaja sebagai masa yang menimbulkan ketakutan. Dikatakan demikian karena sulit diatur, cenderung berperilaku yang kurang baik. Hal ini yang membuat banyak orang tua menjadi takut.
6. Masa remaja adalah masa yang tidak realistik. Remaja cenderung memandang kehidupan dari kaca mata berwarna merah jambu, melihat dirinya sendiri dan orang

lain sebagaimana yang diinginkan dan bukan sebagaimana adanya terlebih dalam cita-cita.

7. Masa remaja sebagai masa dewasa. Remaja mengalami kebingungan atau kesulitan di dalam usaha meninggalkan kebiasaan pada usia sebelumnya dan di dalam memberikan kesan bahwa mereka hampir atau sudah dewasa, yaitu dengan merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan dan terlibat dalam perilaku seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan.

Disimpulkan adanya perubahan fisik maupun psikis pada diri remaja, kecenderungan remaja akan mengalami masalah dalam penyesuaian diri dengan lingkungan. Hal ini diharapkan agar remaja dapat menjalani tugas perkembangan dengan baik-baik dan penuh tanggung jawab.

3. Tahap Perkembangan Masa Remaja

Semua aspek perkembangan dalam masa remaja secara global berlangsung antara umur 12-21 tahun, dengan pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir.

Menurut tahap perkembangan, masa remaja dibagi menjadi tiga tahap perkembangan yaitu :

1. Masa remaja awal (12-15 tahun), dengan ciri khas antara lain :
 - a. Lebih dekat dengan teman sebaya
 - b. Ingin bebas
 - c. Lebih banyak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir

2. Masa remaja tengah (15-18 tahun), dengan ciri khas antara lain :
 - a. Mencari identitas diri
 - b. Timbulnya keinginan untuk kencan
 - c. Mempunyai rasa cinta yang mendalam
 - d. Mengembangkan kemampuan berpikir abstrak
 - e. Berkhayal tentang aktivitas seks
3. Masa remaja akhir (18-21 tahun), dengan ciri khas antara lain :
 - a. Pengungkapan identitas diri
 - b. Lebih selektif dalam mencari teman sebaya
 - c. Mempunyai citra jasmani dirinya
 - d. Dapat mewujudkan rasa cinta
 - e. Mampu berfikir abstrak

4. Perkembangan Fisik Pada Remaja

Pada masa remaja, pertumbuhan fisik berlangsung sangat pesat. Dalam perkembangan seksualitas remaja, ditandai dengan dua ciri yaitu ciri-ciri seks primer dan ciri-ciri seks sekunder. Berikut ini adalah uraian lebih lanjut mengenai kedua hal tersebut.

a. Ciri-ciri seks primer

Dalam modul kesehatan reproduksi remaja (Depkes, 2002) disebutkan bahwa ciri-ciri seks primer pada remaja adalah :

1. Remaja laki-laki

Remaja laki-laki sudah bisa melakukan fungsi reproduksi bila telah mengalami mimpi basah. Mimpi basah biasanya terjadi pada remaja laki-laki usia 10-15 tahun

2. Remaja perempuan

Jika remaja perempuan sudah mengalami menarche (menstruasi), menstruasi adalah peristiwa keluarnya cairan darah dari alat kelamin perempuan berupa luruhnya lapisan dinding dalam rahim yang banyak mengandung darah.

b. Ciri-ciri seks sekunder

Menurut Sarwono (2011), Ciri-ciri seks sekunder pada masa remaja adalah sebagai berikut :

1. Remaja laki-laki

- a. Bahu melebar, pinggul menyempit
- b. Pertumbuhan rambut di sekitar alat kelamin, ketiak, dada, tangan, dan kaki
- c. Kulit menjadi lebih kasar dan tebal
- d. Produksi keringat menjadi lebih banyak

2. Remaja perempuan

- a. Pinggul lebar, bulat dan membesar, puting susu membesar dan menonjol, serta berkembangnya kelenjar susu, payudara menjadi lebih besar dan lebih bulat.
- b. Kulit menjadi lebih kasar, lebih tebal, agak pucat, lubang pori-pori bertambah besar, kelenjar lemak dan kelenjar keringat menjadi lebih aktif lagi.

c. Otot semakin besar dan semakin kuat, terutama pada pertengahan dan menjelang akhir masa

d. Suara menjadi lebih penuh dan semakin merdu

BAB III

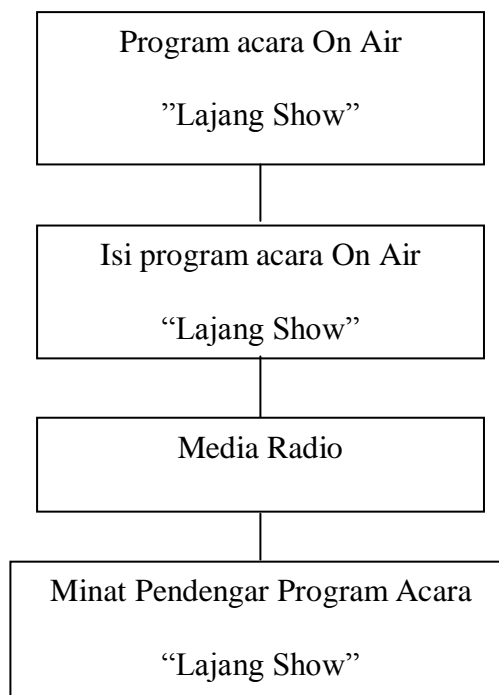
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu metode penelitian yang banyak digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kejadian berupa kata-kata tertulis yang terjadi di lapangan.

B. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian landasan teori di atas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

C. Definisi Konsep

Berdasarkan uraian teoritis yang dikemukakan diatas , digunakan konsep pemikiran yang untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti yaitu :

1. Strategi

Secara bahasa, strategi dapat diartikan sebagai siasat, kiat, trik atau cara, sedangkan secara umum strategi adalah suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2. Produksi

Pada tahapan ini, pengerjaan dari ide tersebut dimana program radio sudah bisa dijalankan. Kegiatan yang dilakukan selama produksi adalah memeriksa dari segi teknis sampai proses siaran itu berlangsung.

3. Program

Kata program berasal dari bahasa Inggris “programme” atau “program” yang berarti acara atau rencana. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran (radio dan televisi). Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang banyak, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton.

D. Kategorisasi

Tabel 2

**Indikator Kategorisasi Kepuasan Pendengar Program “Lanjang Show”
di Most FM**

Kategorisasi	Dimensi	Indikator
Kepuasan Konsumen (Pendengar)	Kemudahan	<ol style="list-style-type: none">1. Kemudahan dalam Mencari Program Lajang Show Most FM2. Berinteraksi dengan Pembawa Acara3. Request lagu melalui twitter, facebook, telepon atau datang langsung keacara Lajang Show.4. Dapat di akses secara streaming di web, android dan Smartphone
	Manfaat	<ol style="list-style-type: none">1. Menghilangkan kejenuhan pendengar2. Mengenal musisi Indonesia3. Dapat mengetahui artis idola lebih dalam4. Dapat memutar lagu sesuai permintaan5. Manfaat psikologis yang positif bagi pendengar
	Keunggulan produk	<ol style="list-style-type: none">1. Spesialis lagu lokal2. Penyiaranya musisi terkenal3. Tema yang menarik4. Trending topik di twitter.

E. Narasumber/Informan

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian secara kualitatif. Berkenaan dengan penelitian kualitatif, maka kepenulisan narasumber ditentukan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah teknik pengambilan sampel secara sengaja sesuai persyaratan sampel yang diperlukan. Oleh karena itu peneliti mengambil 4 orang yang sesuai dengan persyaratan (sering mendengarkan radio Most FM dan Lajang Show). Selanjutnya bilamana dalam proses pengumpulan data tidak lagi ditemukan variasi informasi, maka peneliti tidak perlu lagi mencari informan baru, dan proses pengumpulan informasi sudah dianggap selesai. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak dipengaruhi oleh jumlah sampel. Dalam hal ini, jumlah sampel (informan) bisa sedikit dan bisa juga banyak tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci dan kompleksitas dan keragaman .

Dalam pengambilan sampel, peneliti mengambil beberapa informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti yaitu; pendengar Radio Most FM dalam program acara Lajang Show.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi berarti peneliti melihat dan mendengarkan (termasuk menggunakan tiga indera yang lain) apa yang dilakukan dan dikatakan atau diperbincangkan para responden dalam aktivitas kehidupan sehari-hari baik

sebelum, menjelang, ketika, atau sesudahnya. Aktivitas yang diamati terutama yang berkaitan dengan topik penelitian, tanpa melakukan intervensi atau memberi stimuli pada aktivitas obyek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan tidak ikut terlibat (*non participant observation*), dengan melakukan observasi pada strategi penyiaran program acara Lajang Show dalam menarik minat dengar audience.

Observasi ini dilakukan bersamaan waktunya dengan wawancara. Observasi dilakukan dengan melihat perilaku maupun ucapan subyek yang diteliti yang berkaitan dengan penelitian. Dengan melihat kegiatan-kegiatan, peristiwa-peristiwa yang ditemui di lapangan, maka observasi semacam ini akan berperan sebagai sumber bukti lain. Observasi akan dilakukan di Tegal Mandala III Medan.

2. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah dan lain-lain. Dokumentasi juga dilakukan dengan melihat berbagai perangkat fisik yang berkaitan dengan strategi penyiaran program acara semarakata.

3. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Dalam pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, peneliti sosial dapat menggunakan metode wawancara mendalam yang sifatnya terbuka yaitu metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari informan. Pelaksanaan wawancara ini tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang dengan intensitas yang

tinggi. Itulah sebabnya cek dan ricek dilakukan secara silih berganti dari hasil wawancara ke pengamatan di lapangan atau dari informan yang satu ke informan yang lain. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respons informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Karena itu periset mempunyai tugas berat agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Alasan menggunakan wawancara mendalam karena dalam penelitian ini hanya menggunakan informan yang sedikit. Pada penelitian ini, peneliti menerapkan jenis wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*). Pedoman wawancara tersebut tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, melainkan hanya sekedar garis besar data dan informasi yang ingin didapat dari informan. Wawancara penelitian untuk mendapatkan data primer dilakukan dengan program director Radio Most FM dan penyiar program acara Lajang Show. Wawancara juga dilakukan pada masyarakat pemirsa program acara Lajang Show.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisa data melalui proses analisis penelitian kualitatif yakni analisis secara induktif, analisa data dilakukan sejak awal pengumpulan data dilakukan, interaktif dan bersifat siklus. Proses kerja analisis terdiri dari tiga alur. Proses tersebut terjadi bersamaan sebagai suatu yang saling terkait pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data. Tiga alur kegiatan tersebut ialah reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan.

H. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Tegal Sari Mandala III Jalan. Denai gang.
Langgar Medan

2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober 2017.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pada bab ini penulis akan menyajikan dari data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab terdahulu. Demikian juga halnya permasalahan yang hendak dijawab dalam bab ini adalah bagaimana Program Radio Most FM Acara Lajang Show Dalam Menumbuhkan Minat Dengar Remaja Tegal Sari Mandala III. Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan secara mendalam, ada beberapa tahapan yang dilakukan penulis, yaitu: pertama, penelitian diawali dengan mengumpulkan data serta gambar dan berbagai hal yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dijawab. Kedua, penulis melakukan wawancara dengan 4 orang remaja Tegal Sari Mandala III yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Adapun yang menjadi informannya adalah Hafiz Royanda, Ayu Silvia, Taufik Hidayat, dan Via.

Wawancara dilakukan pada tanggal 6 September 2017 di Tegal Sari Mandala III. Wawancara dilakukan guna memperoleh jawaban dari rumusan masalah serta untuk memperoleh data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Data-data tersebut berupa pernyataan dari para informan mengenai permasalahan penelitian ini.

B. Pembahasan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu metodologi penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007:76).

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Tegal Sari Mandala III gg. Langgar sebanyak 35 orang.

1. Informan di Radio Most FM

a. Director Radio Most FM

Nama : Okto Handiantara

Umur : 30 Tahun

Pendidikan : D3

Jenis Kelamin: Laki-laki

b. Penyiar Radio Most FM

1. Nama : Reza Wira Permata

Umur : 29 Tahun

Pendidikan : SMA

Jenis Kelamin : Laki-laki

2. Nama : Zuhairlianza Ikhsan Harahap

Umur : 25 Tahun

Pendidikan : SMA

Jenis Kelamin : Laki-laki

2. Pedoman Wawancara

1. Daftar Pertanyaan tentang Program Acara

a. Identitas Informan

Nama : Hafiz Royanda

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : S1

Jenis Kelamin: Laki-Laki

1. Program Lajang Show hanya diminati oleh kalangan remaja

Jawaban: Setuju, karena program Lajang Show memang dihadirkan untuk menghibur kalangan anak muda atau remaja pada umumnya dan berisi pertanyaan tentang perkembangan anak muda zaman sekarang, sehingga para remaja sangat antusias untuk dapat memberikan pertanyaan yang akan dijawab oleh para pendengar lainnya.

2. Program Lajang Show sangat ditunggu dikalangan remaja.

Jawaban: Sangat Tidak Setuju, karena tidak semua kalangan remaja menunggu mulainya program Lajang Show

3. Program Lajang Show disukai oleh semua kalangan.

Jawaban: Ragu, karena semua kalangan memang menyukai Program Lajang Show karena merasa terhibur, namun belum tentu berminat untuk menjadi salah satu informan pada program Lajang Show.

4. Program Lajang Show merupakan program pertama dikalangan remaja.

Jawaban: Tidak Setuju, karena masih banyak program di channel lain yang menyajikan program untuk kalangan remaja.

5. Program Lajang Show sangat mendidik.

Jawaban: Tidak Setuju, karena program lajang show hanyalah bersifat hiburan semata.

6. Program Lajang Show juga diminati oleh kalangan anak-anak.

Jawaban: Tidak Setuju, karena Lajang Show tidak diperuntukan di kalangan anak-anak.

7. Program Lajang Show memberi dampak positif.

Jawaban: Setuju, karena program lajang show mengarahkan pada hal-hal yang positif.

8. Program Lajang Show memberi dampak negative.

Jawaban: Tidak Setuju, karena program lajang show mengarahkan pada hal-hal yang positif.

9. Program Lajang Show dinanti oleh para pendengar.

Jawaban: Tidak Setuju, karena para pendengar juga punya kesibukan tersendiri.

10. Program Lajang Show dipilih sebagai program yang menyenangkan.

Jawaban: Sangat Setuju, karena lajang show banyak terdapat humornya dikarenakan penyiar merupakan salah satu yang mempunyai hobby stand up comedy, jadi program Lajang Show sangat menghibur.

2. Daftar Pertanyaan tentang Isi Program Acara

a. Identitas Informan

Nama : Ayu Silvia

Umur : 16 Tahun

Pendidikan : SMA

Jenis Kelamin: Perempuan

1. Isi dari program Lajang Show mempunyai aturan

Jawaban: Setuju, karena Lajang Show memang memiliki peraturan untuk menghiasi program acara selama On air. Yaitu tidak membahas tentang cinta, dan kehidupan pribadi seseorang.

2. Isi Program Lajang Show selalu memberikan informasi tentang remaja pada masa kini.

Jawaban: Setuju, program lajang show sering memberikan informasi tentang remaja masa kini dan memberikan hal positif yang dapat diterapkan oleh kalangan remaja.

3. Isi Program Lajang Show memberikan informasi yang positif.

Jawaban: Setuju, karena informasi yang diberikan sangat positif dan tutur katanya tidak ada yang melenceng.

4. Isi Program lajang show selalu on air tepat waktu.

Jawaban: Setuju, program lajang show selalu on air tepat pada waktunya.

5. Isi Program lajang show dapat mendidik remaja masa kini.

Jawaban: Tidak Setuju, walaupun program Lajang Show memberikan tips yang baik, namun semua tergantung kepada remaja tersebut, apakah ingin menerapkan atau tidak tips yang telah diberikan.

6. Isi Program Lajang Show memberikan informasi yang negative.

Jawaban: Sangat Tidak Setuju, karena semua informasinya sangatlah positif mengenai segala hal, dan dapat menambah wawasan.

7. Isi Program Lajang Show selalu ceria.

Jawaban: Setuju, karena Lajang Show memiliki penyiar yang gokil serta banyak bercanda dalam menyiarkan, hal itu yang membuat program Lajang Show selalu happy dan ceria, seolah-olah semua masalah senejak hilang dari pikiran.

8. Isi Program Lajang Show menjadi program terfavorite di kalangan remaja.

Jawaban: Sangat Setuju, karena lajang show merupakan program yang banyak diminati oleh kalangan remaja. Karena selalu menghibur suasana hati yang sedang galau.

9. Isi Program Lajang Show bersifat kaku

Jawaban: Sangat Tidak setuju, karena program Lajang Show memiliki humor yang tinggi yang disukai oleh para pendengar dan memiliki ciri khas orang “Medan” yang lucu dari segi berbicara. Walau terdengar gaya bicara orang Medan sedikit kasar.

10. Isi Program lajang show selalu diikuti iklan yang panjang.

Jawaban: Tidak, karena lajang show tidak ada iklan yang terlalu panjang.

3. Daftar Pertanyaan tentang Media Radio

a. Identitas Informan

Nama : Taufik Hidayat

Umur : 23 Tahun

Pendidikan : S1

Jenis Kelamin : Laki-laki

1. Radio dianggap sebagai informasi paling uptodate.

Jawaban: Tidak Setuju, karena televisi juga merupakan salah satu media yang dengan cepat memberikan informasi apapun, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

2. Radio dapat menginformasikan tentang lalu lintas .

Jawaban: Sangat Setuju, karena hanya radio yang dapat memberikan informasi tentang lalu lintas disekitarnya.

3. Radio selalu menyiarkan lagu-lagu yang hits.

Jawaban: Sangat Setuju, karena radio selalu up date tentang lagu baru baik lagu dari Indonesia maupun Mancanegara.

4. Radio dianggap selalu memberikan informasi yang positif.

Jawaban: Sangat Setuju, karena radio tidak ada memberikan informasi yang negative serta tidak dapat menampilkan konten yang berbau pornografi.

5. Radio dapat dijadikan sebagai sarana hiburan.

Jawaban: Sangat Setuju, karena radio banyak memberikan lagu-lagu yang dapat menghibur para pendengar, program lelucon yang bersifat menghibur.

6. Radio dapat dijadikan sebagai tempat periklanan barang dan jasa.

Jawaban: Setuju, karena untuk promosi dapat dilakukan di media elektronik manapun termasuk pada radio walau hanya melalu suara.

7. Radio dapat dijadikan promosi suatu instansi.

Jawaban: Setuju, karena untuk promosi dapat dilakukan di media elektronik manapun termasuk pada media cetak.

8. Radio dapat dijadikan sebagai informasi lowongan pekerjaan.

Jawaban: Setuju, karena untuk informasi apapun dapat dilakukan di media elektronik manapun termasuk pada media cetak.

9. Radio sebagai salah satu media elektronik.

Jawaban: Sangat Setuju, karena media elektronik membutuhkan aliran listrik untuk menyalakannya, sama halnya seperti radio yang dapat dinyalakan dengan aliran listrik.

10. Radio banyak diminati oleh kalangan ibu-ibu.

Jawaban: Setuju, karena ibu-ibu sering menghidupkan radio untuk sekedar menemani pekerjaannya dirumah sambil bersantai setelah menyelesaikan pekerjaan rumah tangganya.

4. Daftar Pertanyaan tentang Minat Dengar

a. Identitas Informan

Nama : Via

Umur : 17 Tahun

Pendidikan : SMA

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Pendengar mengetahui situasi lalu lintas Medan setiap harinya melalui Most FM.

Jawaban: Tidak Setuju, karena tidak setiap hari Most FM memberikan informasi tentang lalu lintas disekitar.

2. Pendengar mengetahui bahwa informasi dari radio Most FM lebih cepat daripada channel lain.

Jawaban: Tidak Setuju, karena tidak hanya Most FM yang memberikan informasi lebih cepat kepada pendengar daripada channel lain.

3. Pendengar mengerti bahwa radio adalah salah satu media penting dalam penyampaian informasi.

Jawaban: Setuju, karena semua media elektronik yang dibutuhkan semua orang untuk mendapatkan suatu informasi terkini.

4. Pendengar mengerti bahwa radio bukan hanya untuk informasi tapi juga sarana hiburan.

Jawaban: Sangat Setuju, karena radio dianggap dapat menghibur pendengar.

5. Pendengar memahami informasi dari radio karena disiarkan secara langsung.

Jawaban: Tidak Setuju, karena siaran dari radio tidak bersifat secara langsung.

6. Pendengar memahami isi pesan radio Most FM karena disampaikan secara singkat, padat, dan jelas.

Jawaban: Setuju, karena Most FM selalu memberikan informasi yang jelas.

7. Pendengar selalu menyalakan dan mengatur radio Most FM saat di jalan.

Jawaban: Sangat Tidak Setuju, karena tidak semua yang menyetir dalam mobil suka mendengarkan radio.

8. Pendengar mendengarkan informasi lalu lintas diradio Most FM.

Jawaban: Tidak Setuju, karena ada channel lain yang memberikan informasi lalu lintas.

9. Pendengar selalu menyalakan dan mengatur ke channel Most FM.

Jawaban: Tidak Setuju, karena sebagian orang juga mendengarkan channel lain.

10. Pendengar selalu menunggu mulainya acara Lajang show di Most FM

Jawaban: Setuju, karena Lajang Show sangat menarik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada informan dengan wawancara secara mendalam untuk mengetahui Program Radio Most FM Acara Lajang Show Dalam Menumbuhkan Minat Dengar Remaja Tegal Sari Mandala III, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Remaja Tegal Sari Mandala III memiliki antusias dalam mendengarkan radio Most FM dalam program Lajang Show karena bersifat menghibur bagi para pendengar yang sedang sedih dan gundah gulana.
2. Pengaruh yang di dapatkan oleh pendengar pada saat mendengarkan siaran radio Lajang Show dapat memberikan hal yang positif bagi pendengarnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yaitu :

1. Sebagai perusahaan jasa penyiaran Radio, sebaiknya harus mengenal lebih dalam tentang dunia penyiaran, agar dapat menjalankan usahanya secara efektif.
2. Pentingnya mengenal karakteristik masyarakatnya agar tujuan yang disampaikan tepat pada sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustriono, 2003. Dampak Globalisasi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial. Bandung: Persada
- Andi Prastowo 2012, Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif, Jogjakarta: DIVA Press.
- Asnawir, ddk.2007, Media Pembelajaran, Jakarta: Ciputat Pers.
- Azhar Arsyad, 2007 Media Pembelajaran, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafield 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: raja Grafindo Persada
- Dedi Iskandar Muda. 2003. Jurnalistik Televisi. Bandung:PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchyana:1992. Dinamika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Eliza, Belfri. 2013. Radio Sebagai Salah Satu Komunikasi Massa. http://elizabelfri.blogspot.co.id/2013/05/radio-sebagai-salah-satu-alat-media_9.html
- Hidajanto Djamal, 2011. Dasar-dasar Penyiaran, Kencana : jakarta
- Indah Rahmawati, Dodoy Rusnandi, 2004. *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi dan Radio*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- M. Romli, Asep Syamsul. 2004. Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar Radio, Reporter dan Script Writer. Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia.
- Mulyana, Deddy. 2009, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Remaja Rasadakarya: Bandung.
- Murniatmo, 2007. Dampak Globalisasi Informasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Robbins.Stephen P. 2006. *Perilaku Organisasi Jilid 2*.Jakarta: Indeks.
- R. Wayne Pace. 2006. *Komunikasi Organisasi; strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukimanm 2012, Pengembangan Media Pembelajaran, Yogyakarta: Pedagogia.

Suara Komunitas, 2008. Radio Sebagai Media Massa.
<https://suarakomunitas.wordpress.com/2008/05/15/radio-sebagai-media-komunikasi/>

Tommy, Suprpto MS 2006, Berkarier di Bidang Broadcasting. Yogyakarta: Media Presindo.

Widjaja. Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara, 2008

_____. 2011. Penyiaran dan Pers. Jakarta: Fokus Media

http://id.wikipedia.org/wiki/Radio_Edukasi, diakses pada 5 Juli 2017, pukul 20.00 WIB.

<http://setjen.kemdikbud.go.id/pustekkom/produk/radio-edukasi-3/>, diakses pada 5 Juli, pukul 21.00 WIB

<http://edukasi.kompasiana.com/2012/04/21/meningkatkan-minat-baca-dikalangan-pelajar/> di akses 5 Juli 2017, Pukul 22 Wib

<http://ekookdamezs.blogspot.com/2010/04/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat.html> di akses 5 Juli 2017, Pukul 22.30 Wib

<http://achazon7.blogspot.com/2010/05/rendahnya-minat-baca-remaja-di.html> di akses 5 Juli 2017. Pukul 22.45 Wib

<http://smansasurya.webs.com/apps/blog/show/2580881> di akses 5 Juli 2017

<http://zaifbio.wordpress.com/2011/11/21/minat-baca-siswa/> di akses 5 Juli 2017

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/38038/Chapter%20II.pdf;jsessionid=04C0A973619391FD6FE9261C45A130B5?sequence=4> diakses 6 Oktober 2017

<https://swa.co.id/swa/trends/technology/sistem-penyiaran-analog-vs-digital>