

dimaksud adalah meliputi : komunikasi gagasan (*Communications Of Idea*), komunikasi kepribadian (*Communications Of Personality*), proyeksi kepribadian (*Projection Of Personality*) (kelincahan, keramahtamahan, adaptasi), pengucapan (*Pronunciation*) dan kontrol suara (*Voice Controle*).

Berdasar keingin tahanan dari peneliti mengenai proses dari komunikasi yang terjadi antara penyiar dengan pendengarnya di dalam studio persada FM dengan hasil dari observasi yang dijadikan sebagai data yang utama dan data dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap subyek penelitian yang terdiri dari penyiar yaitu: Ratawati, Febri, dan Bung Muslim digunakan sebagai data pendukung dari data yang diperoleh dari hasil observasi.

Mulai dari data yang mengenai pesan (tema pembicaraan yang terjadi) selama melakukan komunikasi, yang ketiga guna mengetahui bagaimana respon (tanggapan) dari penyiar dan juga pendengarnya dalam menanggapi satu sama lain.

Goofman 1974 menegaskan bahwa individu tentu aktif menafsirkan pengalaman hidupnya. Penyiar aktif membagikan pengalaman hidupnya ke tim produksi radio. Pengalaman penyiar tersebut dikemas dan dibingkai oleh tim radio. Pengalaman penyiar dan kebijakan pemerintah dibingkai menjadi pengetahuan umum. Minsky 1975 menganggap sebuah bingkai sebagai pola mengatur pengetahuan.

Bingkai tersebut membuat orang mampu melihat seorang jurnalis membuat sebuah cerita dan seorang jurnalis memanfaatkan *schemas (clustre of knowledge)* untuk membimbing individu dalam proses informasi, bingkai, format, skema, skenario merupakan hasil proses konstruksi dalam menetapkan realitas obyektif. Hasilnya adalah cara mengemas dan kebijakan proses konstruksi sebagai identitas media.

Pada pembahasan bab ini akan membahas wujud perbedaan dalam proses konstruksi atas suatu realitas. Perbedaan tersebut membahas tipe program siaran, susunan pesan siaran dari kelebihan dan kekurangan masing-masing penyiar radio dan program acara kreasi musik persada dan alasan atau motivasi dari perbedaan proses konstruksi pesan penyiar radio persada fm.

Subyek 1 mempunyai kelebihan dalam hal penyampaian informasi kesehatan sehingga mampu dibutuhkan oleh pendengar, tetapi kekurangan dari penyiar ini kurang dalam penyampaian pesanya kurang membawa dirinya ke pendengar secara akrab dan hangat.

Subyek 2 mempunyai kelebihan dalam hal memberikan informasi yang segar dan tekesan friendly terhadap pendengarnya, kekurangan dari siarannya yakni dalam hal bahasa yang digunakan selalu menggunakan kata-kata yang sama seperti "... hmmm gimana yaa.....".

Subyek 3 mempunyai kelebihan dalam siarannya bisa membawa diri kedalam suasana yang menyenangkan karena

kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh.

Seorang penyiar radio tidak hanya dituntut untuk memiliki vokal atau suara yang baik, namun juga keterampilan yang harus dimiliki untuk menunjang kredibilitas penyampaian pesan yang baik sebagai penyiar. Keterampilan yang dimaksud disini, merupakan kemampuan penyiar dalam menggunakan berbagai media atau alat yang ada di studio siaran baik maupun yang berupa majalah, koran maupun internet sebagai bahan untuk menyusun pesan siaran yang baik.

Siaran radio merupakan kombinasi yang menggunakan simbol audio (suara) yang disiarkan dari stasiun pemancar radio dan diterima khalayak melalui pesawat penerima. Dalam mempersiapkan acara siaran radio harus memperhatikan beberapa faktor yang menentukan efektifitas siaran tersebut, yaitu : faktor situasional atau lingkungan, cara atau metode penyampaian dan materi siaran itu sendiri.

Penyiar radio merupakan seseorang yang bertugas membawakan suatu acara, karenanya seorang penyiar dituntut memiliki keahlian yaitu komunikatif, interaktif, serta kreatif dalam membawakan acara agar acara yang dibawakannya dapat menarik perhatian pendengar. Sikap penyiar yang baik yaitu: sopan di udara

sesuai dengan kebutuhan pendengar, mampu menghargai waktu, tanggung jawab dan rendah hati dan tidak terkesan menggurui.

Dari segi bahasa dan penuturan seorang penyiar harus memiliki vokal yang jelas, pandai memilih kata yang relevan dan aktual dengan acara, pandai berimprovisasi, menyesuaikan gaya penyiaran dengan acara yang dbawakan serta inovatif. Selain itu penyiar juga harus memiliki wawasan, yaitu : memiliki latar belakang sosial pendidikan memadai, bersifat terbuka, menerima kritik dan wawasan yang ditampilkan relevan dengan acara yang dibawakan, aktual, serta menyuguhkan informasi segar ke pendengar.

Penyampaian pesan melalui radio siaran, berbeda dengan penyampaian pesan melalui media massa lainnya, seperti yang dikatakan Palapah & Syamsudin, bahwa dari pada radio siaran adalah berbeda pada kepala atau jiwa setiap pendengar karena itu agar komunikasi kita dapat memproyeksikan gambar-gambar yang tepat maka antara siaran, kata, gambar-gambar yang tepat maka antara siaran, kata, *sound effects*, dan musik harus disiarkan secara harmonis, menurut teknik-teknik tertentu.

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan melalui radio siaran harus dapat mengkombinasikan unsur-unsur penting dalam meningkatkan efektivitas pada siaran radio yaitu *sound effect*, musik, dan kata-kata sehingga dapat

diterima dengan baik oleh komunikan yang bersifat heterogen aktif, dan selektif, agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator berjalan efektif dan efisien.

Pesan-pesan media yang disampaikan media massa bersifat kumulatif. Berbagai pesan yang tadinya sepotong-sepotong bergabung menjadi satu kesatuan setelah lewat waktu tertentu. Perulangan pesan yang berkali-kali dapat memperkokoh dampak media massa.

Kredibilitas seorang penyiar radio tidak terlepas dari kualitas dalam penyusunan pesan siarannya, keterampilan yang dimiliki, juga keakuratan pesan yang dimilikinya. Bagaimana cara penyiar menjaga kualitas pesan siarannya yang akan membuat pendengar merasa nyaman untuk terus setia menjadi pendengar sehingga akan membentuk kepercayaan pada pendengar.

Dari hasil analisis di atas, ditemukan temuan peneliti sebagai berikut:

1. Perbedaan metode komunikasi, tim produksi radio persada menyisipkan tips-tips yang tepat dalam program musik pop dan dangdut termasuk dalam program kreasi musik persada. Radio persada lebih banyak menyisipkan tips-tips yang bertemakan dengan kesehatan sebagai selingan susunan pesan mereka agar tidak terlihat menjenuhkan.

2. Perbedaan metode komunikasi, penyiar radio persada paling menggugah pendengar melalui pembacaan skrip kasus, respon terhadap dialog, fragmen dan pembacaan skrip dialog interaktif, penyiar bisa menghidupkan suasana melalui *humor appeals* dan *motivasional appeals*. Sedangkan di dalam pola penyusunan pesan penyiar radio, seorang penyiar dituntut untuk bisa melakukan susunan naskah teks siaran atau dengan kata lain bisa menjadi penyiar yang baik untuk didengar oleh pendengarnya. Tidak terpaku pada teks naskah, dan tidak mengakibatkan pendengarnya jenuh atau bahkan tidak segan-segan mematikan radionya karena bosan dengan siaran radionya.
3. Dalam konstruksi pesan yang disampaikan oleh penyiar radio persada yakni dari segi bahasa dan cara penyampaiannya dan membawakan program acaranya didesain seapik mungkin dan sesopan mungkin sehingga tidak berbelit-belit. Sama halnya dalam melakukan proses siaran dalam membawakan program acaranya yakni acara musik dapat dibedakan antara membawakan program acara musik dan program berita maupun program dakwah. Erat kaitannya dengan musik yang kali ini dibawakan dengan siaran tanpa menggunakan naskah teks. Teknik penyusunan atau penyampaian pesan yang disertai dengan gaya humor, sehingga dalam penerimaan pesan

terkonstruksi itu juga membentuk opini massa. Massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Bungin menjelaskan maksud dari realitas sosial media atau realitas media dan kesadaran semu bahwa realitas sosial media adalah bagian kesadaran semu individu terhadap realitas itu, yang sebenarnya tidak terjadi dalam realitas sosial nyata, namun dirasakan oleh pemirsa sebagai sesuatu yang benar-benar terjadi, atau mungkin akan terjadi kemudian dalam hidupnya.

Bungin menyatakan sifat dan kelebihan media massa memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat dan alamiah. Bungin meragukan umpan balik penyebaran rekaman iklan televisi. Sedangkan penelitian radio ini, narasumber atau pembawa acara berinteraksi langsung dengan pendengar pada program kreasi musik persada pada siaran langsung radio persada.

Interaksi penyiar atau narasumber lebih cepat lagi dibandingkan dengan rekaman iklan yang diputar secara berulang-ulang. Umpan baliknya tidak diterima langsung kepada pengirim iklan. Bungin menegaskan bahwa proses konstruksi media massa sekaligus menghadapi proses dekonstruksi dari penonton, pendengar atau pembaca.

Menurut Bungin, proses dekonstruksi dari khalayak memperkuat proses konstruksi media massa. Kepentingan individu, komunitas pendengar, kepentingan penyiar dan narasumber mengarahkan kepada pemilihan metode penafsiran. Pengetahuan adalah produk kepentingan.

Mengurai teks naskah program siaran diawali dengan tipe monolog yakni menyusun naskah teks dengan mencari kata-kata yang menarik pendengar serta dalam proses siarannya penyiar menggunakan bahasa yang tidak baku dan lugas serta terdengar enjoy didengarnya karena konstruksi media massa tidak bisa langsung komunikasi dua arah. Komunikasi satu arah dilakukan untuk memanggil khalayak karena khalayak belum tahu. Konstruksi media elektronik atas realitas sosial menempuh proses produksi.

Burhan Bungin mengembangkan proses konstruksi sosial atas realitas sosial menjadi enam proses konstruksi sosial media massa atas realitas sosial seperti penjelasan di bawah ini.

Penelitian empirik ini menemukan konstruksi pesan penyiar radio Persada FM. Konstruksi pesan atas penyiar tersebut berlangsung dalam tiga tahap proses dialektika: pertama, tahap eksternalisasi pendengar dan tim radio membentuk realitas subjektif.

Kedua, tahap objektivasi tim produksi dan pendengar mengemas susunan pesan siaran penyiar. Ketiga, tahap internalisasi tim radio dan pendengar menetapkan realitas objektif. Institusionalisasi, legitimasi, dan sosialisasi dilakukan melalui enam tahap proses konstruksi tersebut: a) tahap penyusunan naskah siaran, b) tahap peningkatan prolog/monolog skrip kasus c) tahap pengungkapan diri, d) tahap pembentukan realitas subjektif, e) tahap pengemasan realitas simbolik, dan f) tahap penetapan realitas objektif.

Penelitian ini juga mengkritik pandangan Burhan Bungin tentang proses konstruksi media massa atas realitas sosial. Kesamaan dan perbedaan

tersebut antara proses konstruksi televisi atas realitas sosial iklan sebagai jenis produksi rekaman dengan proses konstruksi pesan penyiar radio atas realitas sosial problem penyiar sebagai komunikator yang aktif menyampaikan pesan secara langsung.

Penelitian ini mengkritik pandangan Burhan Bungin tentang proses konstruksi media massa atas realitas sosial secara simultan. Namun perbedaannya, Burhan Bungin berfokus pada iklan televisi sebagai produksi *tapping* (rekaman), bukan produksi siaran langsung program (*live*). Sedangkan penelitian ini mengharuskan seorang penyiar untuk aktif serta kreatif dalam menyampaikan program siarannya secara langsung serta tanpa menggunakan naskah teks.

Proses konstruksi pesan penyiar radio ini melalui beberapa tahap (1) penelitian ini, tim radio (struktur) menyiapkan bahan-bahan dalam persiapan program siarannya yaitu teks naskah, penyiar, pesan prolog, format dan segmentasinya.

Tim manajemen mengadakan MOU atau kontrak kerja narasumber atau penyiar. Tim produksi bersama mitranya direktur program menyiapkan tugasnya masing-masing (menyiapkan susunan pesan siaran atau teks naskah serta *jingle* acara, lagu, promosi acara dan iklan). Hasil tahap pertama penelitian ini adalah roda jam siaran permenit selama dua jam. Sedangkan Burhan Bungin pada tahap pertama (1) hanya menyiapkan materi iklan saja. Hasilnya adalah tahap penyiapan materi konstruksi iklan adalah gambar naskah iklan (karikatur).

Tahap kedua (2) penelitian ini adalah penyusunan naskah teks berupa pengumpulan data-data skrip prolog atau monolog skrip kasus. Tugas narasumber atau penyiar menyiapkan prolog siaran berupa tips-tips dari internet maupun dari koran atau majalah.

Sedangkan tahap kedua (2) Burhan Bungin adalah sebaran konstruksi, menyiapkan segmen iklan, minat pemirsa melalui strategi iklannya dari ilmu semiotika. Dari tokoh, isi pesan, bahasanya disesuaikan dengan segmennya. Sedangkan Burhan Bungin menyiapkan materi dan khalayaknya pada tahap pertama dan tahap kedua.

Tahap ketiga (3) penelitian ini adalah penyiar pengungkapan diri dalam proses penyusunan naskah teks siaran. Penyiar memahami dan menguasai keadaan pendengarnya. Hasil pengungkapan diri adalah bingkai penyiar dalam melakukan konstruksi pesan dalam proses siaran penyiar radio persada. Pada penelitian Bungin, realitas sosial iklan televisi tidak diambil dari data dan pengalaman pemirsanya. Sedangkan tahap tiga (3) Burhan Bungin adalah tahap pembentukan konstruksi citra. Burhan Bungin berfokus pada konstruksi citra produk dan mencari pembenaran produk tersebut digunakan oleh kelas sosial tertentu.

Tahap ini digambarkan dalam iklan hiper-realitas (*pseudo-realitas*) adalah berbagai citra dalam iklan tersebut. Penyeleksian dan penonjolan realitas iklan televisi dibentuk pada tahap 1-3 dalam proses konstruksi iklan televisi. Sedangkan penelitian ini memaknai tahap empat (4) pembentukan realitas subjektif, tim produksi melakukan penyeleksian bahasa dan kata-kata,

pemilihan, penonjolan dan pendalaman atas pesan penyiar radio. Hasilnya tahap (4) adalah susunan pesan kata-kata atau intisari pernyataan susunan pesan yang digunakan penyiar dalam siarannya. Sedangkan konstruksi iklan televisi bisa memilih dan mengambil realitas dari fakta sosial atau fiksi sebagai materi konstruksi.

Tahap pengemasan realitas simbolik terjadi pada siaran langsung. Tahap lima (5) menerapkan metode susunan pesan program siaran musik dan metode komunikasi sebagai strategi wacana. Hasil tahap pengemasan ini adalah pencitraan objek konstruksi pesan siaran oleh penyiar radio.

Tahap lima (5) penelitian ini adalah pengemasan realitas simbolik, menciptakan dan meningkatkan pengetahuan penyiar dalam menyusun kata-kata yang menarik dan tidak menjenuhkan. Burhan Bungin menyebutnya tahap pembentukan konstruksi citra (3) Tahap obyektivasi ini (3) membangun konstruksi pesan dan konstruksi citra iklan. Tahap ini (3), Bungin mengeluarkan model konstruksi citra iklan. Sedangkan penelitian radio ini menawarkan model pengemasan realitas simbolik bagi program acara musik dangdut dan program pop pada tahap obyektivasi penyiar terhadap susunan pesan siarannya.

Namun, penelitian ini, penyiar dibingkai untuk memperkuat pembuatan susunan pesan yang digunakan dalam proses siarannya yang dalam penggunaan bahasanya sesuai dengan kondisi zaman sekarang ini. Pencitraan susunan pesan yang baik mengangkat citra penyiar, narasumber atau pembawa acara. Pencitraan program musik dangdut dan program musik pop mengangkat

citra tim produser acara dan medianya termasuk penyiarinya. Penyiar aktif yang memberikan siaran yang baik dengan susunan kata-katanya yang indah dan lugas sesuai dengan kemampuan dirinya. Semua unsur komunikasi yang terlibat oleh pelaku konstruksi dan obyek konstruksi terangkat pencitraannya.

Tahap empat (4) konstruksi televisi terhadap iklan adalah tahap konfirmasi. Tahap konfirmasi menjelaskan alasan pemirsa membuat keputusan untuk membeli produk. Kehadiran iklan menentukan pilihan dan memperkuat pilihan. Keputusan pemirsa dipengaruhi oleh faktor diri dan di luar dirinya. Sumber acuan pemirsa dan sumber acuan tim iklan mengonstruksi iklan.

Kemudian tahap terakhir, Burhan Bungin (tahap 5) adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi dari berbagai sumber acuan. Menurut Bungin, pilihan individu adalah akumulasi unik dari berbagai pengetahuan, kebutuhan, pertimbangan dan pengetahuan yang diperoleh melalui iklan televisi.

Tahap enam (6) penelitian ini, konstruksi radio atas realitas adalah tahap penetapan realitas objektif. Tahap ini mengevaluasi unsur-unsur komunikasi, unsur tersebut dipertahankan atau direvisi. Semua pelaku konstruksi yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam proses konstruksi ini merefleksi diri dan menginternalisasi objektif melalui pengalaman realitas subjektif dan realitas simboliknya.

Pada penelitian ini, pengonstruksi pesan merupakan bagian dari program dan bagian dari roda jam siar program musik. Tahap enam (6)

penelitian ini, interaksi publik internal dan eksternal radio (semua pelaku konstruksi) terjadi negosiasi dan pertukaran makna.

Penelitian Burhan Bungin menonjolkan kekuatan televisi. Sedangkan penelitian ini menonjolkan kekuatan pesan siaran seorang penyiar radio. Carole Fleming dalam *the Radio Handbook*, menggambarkan bahwa kekuatan radio komersil masih relevan jika radio mengikuti perubahan teknologi, minat komunitas radio (penggunaan *podcast*) untuk menjangkau pendengar.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian ini, maka ada proposisi mengenai konstruksi pesan penyiar radio. Pernyataan proposisi yang diajukan adalah susunan pesan siaran yang digunakan penyiar radio pada program musik dangdut dan program musik pop terdapat kepentingan pencitraan yang melahirkan beragamnya proses konstruksi media massa atas realitas sosial. Pencitraan tersebut tertuju kepada pelaku konstruksi dan pencitraan obyek konstruksi. Kuat atau tidaknya susunan pesan yang disusun oleh penyiar tergantung pada penyiarnya.

Burhan Bungin menemukan tahap konstruksi sosial media iklan atas realitas sosial terjadi melalui lima tahap penting, seperti: (1) tahap menyiapkan materi konstruksi iklan; (2) tahap sebaran konstruksi; (3) tahap pembentukan konstruksi; (4) tahap konfirmasi; dan (5) tahap perilaku keputusan konsumen. Bungin mengelompokkan tahap (1) dan (2) yang termasuk pada tahap eksternalisasi. Tahap (3) termasuk pada tahap objektivasi. Tahap (4) dan (5) mencapai tahap internalisasi. Ke lima proses

Setelah pendengar mengerti maksud dari pesan informasi yang telah disampaikan oleh penyiarannya maka pendengarnya merasa membutuhkan sehingga mengerti maksud dari suatu informasi yang dibutuhkannya saat ini.

Jika teori-teori sosial tidak menganggap penting atau tidak memperhatikan hubungan timbal balik (*interplay*) atau dialektika antara ketiga momen ini menyebabkan adanya kemandegan teoritis. Dialektika berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian ada proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subyektif.

Konstruksi sosialnya mengandung dimensi objektif dan subyektif. Ada dua hal yang menonjol melihat realitas peran media dalam dimensi objektif yakni pelembagaan dan legitimasi.

- a. *Pelembagaan* dalam perspektif Berger terjadi mulanya ketika semua kegiatan manusia mengalami proses pembiasaan (*habitualisasi*). Artinya tiap tindakan yang sering diulangi pada akhirnya akan menjadi suatu pola yang kemudian bisa direproduksi, dan dipahami oleh pelakunya sebagai pola yang dimaksudkan itu. Pelembagaan terjadi apabila suatu tipikasi yang timbal-balik dari tindakan-tindakan yang sudah terbiasa bagi berbagai tipe pelaku. Dengan kata lain, tiap

Berger dan Luckmann, konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Bahwa penyiar radio memiliki pengetahuan dalam menyusun kata-kata yang menarik, menggunakan bahasa tidak baku dan tidak membosankan pendengarnya dalam menyampaikan pesan siarannya sehingga pesannya tersebut dapat di mengerti oleh pendengarnya sehingga tidak mengalami kesalahpahaman dalam menyampaikan maksud pesan siarannya tersebut.

Konstruksi media massa; sebagai suatu kritik; substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian Berger dan Luckmann tidak memasukan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat fenomena media massa sangat substantif dalam proses eksternalisasi, subyektivasi dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai “konstruksi sosial media massa”. Menurut perspektif ini tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui: tahap menyiapkan

