

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada mulanya radio dikenal sebagai media hiburan bukan media informasi dan pendidikan, namun sejak bergulirnya era reformasi radio semakin bebas menyajikan berita pada masyarakat. Radio sebagai salah satu pilar kelima dari pembentukan sebuah bangsa mempunyai peranan penting dalam menyampaikan informasi-informasi, baik berupa berita maupun hiburan masyarakat. Pers di Indonesia sudah jelas sebagaimana yang tercantum dalam Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 1 UU RI No. 40 Tahun 1999 tentang pers, yakni (UU Pers dan Peraturan-Peraturan Dewan Pers, 2009:6).

“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar serta data dan grafik maupun bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia”.

Sejak adanya UU Pers No. 40 tahun 1999 tersebut, media menjadi lebih vulgar, terbuka, dan informatif. Berkembangnya kemampuan media dalam pencarian berita hingga penyajiannya pada masyarakat umum, terjadi pada segala jenis media baik cetak maupun elektronik. Perubahan yang terjadi di masing-masing jenis media tentunya berbeda ada yang cepat namun adapula yang bertahap. Radio sebagai salah satu media penyampai pesan seolah terus bermunculan dari waktu ke waktu. Tiap daerah di Indonesia kebanyakan memiliki

radio lokal yang terkadang jumlahnya lebih dari satu. Banyaknya radio baik komersil maupun komunitas di suatu daerah, tentunya menumbuhkan tingkat persaingan, khususnya dalam hal penyajian program acara.

Persaingan yang ketat, membuat segmentasi siaran menjadi hal yang tidak bisa ditawar, demikian juga di Indonesia. Insan radio sangat sadar, bahwa selain format musik, konsistensi sebuah radio terhadap jenis acara dan target pendengar juga perlu dipertahankan, namun akhir-akhir ini, meskipun kita sudah melakukan segmentasi, kompetisi tetap terjadi.

Dalam perkembangannya, pelaku radio terus menghadirkan karya terbaik dalam setiap program acaranya. Onong Uchjana Effendi dalam buku *Radio Siaran Teori Dan praktek* menyebutkan, berdasarkan pola pembagian menurut UNESCO, program acara radio terbagi menjadi lima golongan, yaitu:

1. Siaran pemberitaan dan penerangan (*News and Information*)
2. Siaran pendidikan (*Educational broadcast*)
3. Siaran Kebudayaan (*Culture broadcast*)
4. Siaran Hiburan (*Entertainment*)
5. Siaran lainnya (*Miscellaneous*) (Onong Uchana Effendi : 1990:117)

Siaran berita menjadi bagian penting dari seluruh rangkaian acara yang disajikan sebuah stasiun radio setiap harinya, padahal pada awal kemunculannya, jurnalistik radio seperti siaran berita, mengalami berbagai kendala. Dalam perkembangannya, pelaku media sadar kebutuhan masyarakat akan informasi sangat tinggi. Alasan itu membuat perkembangan radio yang memproduksi karya jurnalistik semakin pesat. Hal ini bukan hanya terjadi di kota-kota besar tapi sudah masuk hingga daerah-daerah.

Salah satu radio di Yogyakarta yang memproduksi karya jurnalistik adalah Radio Global FM Yogyakarta yang mengudara di 107,6 bahkan jargon dari radio ini adalah “ Radio Berita Jogja”. Radio Global juga merupakan radio jaringan, diantaranya radio Global FM Bali, Global FM Bandung, dan Global FM Lombok. Radio Global FM Yogyakarta, merupakan radio yang awalnya menjadi radio bersegmentasi 100% hiburan. Dalam sajian siaran setiap harinya menyajikan hiburan, musik, bahkan musik yang ditujukan untuk masyarakat kalangan menengah ke bawah seperti campursari, dangdut, dan *uyon-uyon* jawa.

Mulai awal tahun 2010 Radio Global FM Yogyakarta mengubah segmentasi siarannya menjadi radio yang menyajikan berita. Hampir 90% siaran di radio Global FM adalah berita-berita yang diperoleh dari media lokal, *relay* Kantor Berita BBC dan KBR 68H Jakarta, namun seiring berkembangnya inovasi, radio Global FM menyiapkan beberapa reporter lapangan untuk melakukan reportase langsung dari lapangan.

Program berita yang ditayangkan Radio Global FM Yogyakarta antara lain:

1. *Relay* berita BBC setiap Senin – Sabtu jam 05.00 WIB
2. *Jogja Pagi Ini*, setiap hari jam 06.00 – 08.00 WIB
3. *Transisi (Terminal Informasi Sana-Sini)*, Senin - Sabtu pukul 11.00-13.00 WIB

Program *Transisi* menyajikan informasi berita lokal yakni seputar Yogyakarta yang disajikan secara langsung dari para reporter lapangan ditambah dengan membaca berita dari surat kabar lokal. *Transisi*, merupakan salah satu

acara andalan karena sebelumnya pada acara ini, adalah waktu untuk penyajian acara campursari namun, langsung diubah menjadi waktu untuk penyajian berita kepada masyarakat.

Dalam radio berita, seperti Global FM Yogyakarta, reportase menjadi bagian penting dari produk jurnalistik bagi sebuah media karena dengan menggunakan teknik peliputan ini, media dapat menunjukkan keseriusannya dalam memproduksi berita. Melalui laporan langsung dari lokasi kejadian, radio ingin meyakinkan masyarakat bahwa mereka telah benar-benar melaksanakan proses jurnalistik yaitu mencari, menyeleksi, mengolah dan menyajikan.

Reportase dalam sebuah radio berita menjadi hal utama yang menunjang kredibilitas dan profesionalitas. Radio berita harus memiliki reporter atau wartawan lapangan yang akan melaporkan informasi dari lapangan. Demikian juga di radio Global FM Yogyakarta, memiliki empat reporter lapangan dan dibagi tiap kabupaten yakni kota Yogyakarta, kabupaten Sleman, kabupaten Bantul, dan kabupaten Gunungkidul. Sementara itu, untuk kabupaten Kulonprogo belum terjangkau luas karena kurangnya wartawan yang ditugaskan di wilayah tersebut.

Secara umum, reportase itu sendiri mengandung arti siaran yang dilakukan di luar studio. Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Praktis* disebutkan pengertian reportase yaitu kegiatan jurnalistik berupa meliput langsung ke lapangan, ke TKP (Tempat Kejadian Perkara). Wartawan mendatangi langsung tempat kejadian dan mengumpulkan fakta serta data seputar peristiwa tersebut. (2005:7).

Radio Global FM Yogyakarta, dimana salah satu program beritanya yakni Transisi (Terminal Informasi Sana-Sini) menyajikan berita lokal dari para reporter di lapangan. Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis laporan reporter lapangan yang disiarkan pada program acara Transisi bulan April - hingga Juni 2010. Radio Global FM Sebagai salah satu radio berita Yogyakarta, memberikan intensitas berita paling banyak di salah satu program acaranya yakni Transisi. Aspek penilaian tersebut diantaranya jenis berita, dimensi berita, narasumber, nilai berita, dan isi berita. Berangkat dari hal inilah penulis ingin menganalisis isi reportase dalam program Transisi di Radio Global FM dengan mengambil judul **“Analisis Isi Berita Pada Program Acara Transisi Di Radio Global Fm Yogyakarta Periode April – Juni 2010”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di atas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan sebagai berikut, “Bagaimana isi pemberitaan pada program acara Transisi di Radio Global FM Yogyakarta periode April – Juni 2010?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan sajian berita reportase dalam program acara Transisi radio Global FM Yogyakarta khususnya dari aspek diantaranya jenis berita, narasumber, dimensi berita, nilai berita, tipe peliputan, kecenderungan pernyataan, *lead* berita, struktur berita, dan nilai berita.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Memberikan sumbangsih bagi penelitian bidang komunikasi dalam kaitannya memahami tentang kegiatan jurnalisme radio khususnya di radio Global FM Yogyakarta.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Mengetahui kinerja penyajian berita khususnya pada program acara Transisi (Terminal Informasi Sana-Sini) di radio Global FM Yogyakarta.
2. Memberikan masukan kepada radio Global FM Yogyakarta dalam menyajikan berita reportase yang mempunyai kredibilitas dengan tetap mengutamakan ketentuan penyajian berita yang actual, faktual, penting, dan menarik.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Teori Pers Tanggung Jawab Sosial

Teori tanggung jawab social berkembang mulai abad 20 dimana saat itu di Amerika muncul pendapat bahwa media, satu-satunya industri yang dilindungi Piagam Hak Asasi Manusia harus memiliki tanggung jawab social. Teori tanggung jawab sosial berpendapat bahwa media selain bertujuan untuk memberi informasi, menghibur, mencari untung juga bertujuan untuk membawa konflik ke dalam arena diskusi (Severin, 2005: 379). Teori tanggung jawab social mengandung asumsi bahwa

kebebasan di dalamnya memuat suatu tanggung jawab yang sepadan, dan pers harus bertanggungjawab pada masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsi penting komunikasi massa dalam masyarakat modern (Siebert, Peterson, Schram, 1986:83).

Prinsip utama teori tanggung jawab social sekarang disajikan sebagai berikut:

- a. Media seharusnya menerima dan memenuhi kewajiban tertentu kepada masyarakat.
 - b. Kewajiban tersebut terutama dipenuhi dengan menetapkan standar tertinggi atau profesionalisme tentang keinformasian, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan keseimbangan.
 - c. Dalam menerima dan menerapkan kewajiban tersebut, media seharusnya dapat mengatur diri sendiri di dalam kerangka hukum dan lembaga yang ada.
 - d. Media seyogyanya menghindari segala sesuatu yang mungkin menimbulkan kejahatan, kerusakan, atau ketidaktertiban umum, atau penghinaan terhadap minoritas etnik atau agama.
 - e. Media secara keseluruhan hendaknya bersifat pluralis dan mencerminkan kebhinekaan masyarakatnya dengan memberikan kesempatan yang sama untuk mengungkapkan berbagai sudut pandang dan hak untuk menjawab.
 - f. Masyarakat dan public berdasarkan prinsip yang disebut pertama, memiliki hak untuk mengharap standar prestasi yang tinggi dan intervensi dapat dibenarkan untuk mengamankan kepentingan umum.
 - g. Wartawan dan media professional seyogyanya bertanggungjawab terhadap masyarakat dan juga kepada majikan serta pasar.
- (Mc Quail, D. 1996:117).

Dalam teori ini, media dikontrol oleh pendapat masyarakat, tindakan konsumen, kode etik professional dan dalam hal penyiaran dikontrol oleh badan pengatur mengingat keterbatasan teknis pada jumlah saluran frekuensi yang tersedia (Siebert, dalam Severin 2005:379). Media sebagai penyampai informasi media diharapkan mampu menjadi pencerita

yang netral. Artinya tanpa mengingkari suatu fakta, media massa harus menyampaikan peristiwa tersebut kepada khalayak apa adanya. Media bisa dikatakan berperan netral bila dalam menyampaikan pemberitaan bersikap independen.

1.5.2 Komunikasi Massa

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu yang bertujuan mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan. Komunikasi massa merupakan proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak. Organisasi - organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan mempengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat.

Dalam komunikasi massa, media masa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak. Komunikasi Massa adalah komunikasi melalui media massa (*communicating with media*), atau komunikasi kepada banyak orang (*massa*) dengan menggunakan sarana media. Media massa sendiri ringkasan dari media atau sarana komunikasi massa.

Dennis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar menyebut ciri utama komunikasi massa dapat dilihat dari berbagai segi yakni:

1. Sumber bukan satu orang, tapi merupakan organisasi formal.
2. Pesan beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak serta merupakan produk dan komoditi yang bernilai tukar.
3. Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selali sering bersifat non-moral dan kalkulatif.
4. Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.
5. Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima. (McQuail, 1987:34).

Komunikasi massa menjadi salah satu jenis komunikasi, selain Komunikasi Intrapersonal, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Kelompok, dan Komunikasi Organisasi.

1.5.3 Radio Berita

Komunikasi menjadi salah satu cara untuk menyampaikan pesan pada orang lain. Komunikasi terjadi antara satu orang dengan orang lain menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Hal itulah yang membuat dalam menyampaikan pesan pada orang lain kita harus mampu memilih bahas yang tepat, kata yang tepat pula agar pesan tidak bermakna ambigu dan tetap dapat diterima oleh lawan bicara kita. Demikian juga yang terjadi di sebuah radio siaran. Radio yang hanya menjadi media audio menyampaikan siaran pada pendengar dengan tetap memperhatikan faktor bahasa.

Radio adalah media yang bersifat auditif sehingga komunikator lebih mudah menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik, dan pendengar dapat menikmati acara yang disiarkan radio tanpa harus menyediakan waktu dan ruang yang sifatnya eksklusif (Effendy, 1990:90). Sebagai media massa, radio berfungsi sebagai sarana informative, edukatif, hiburan, dan *persuasive*.

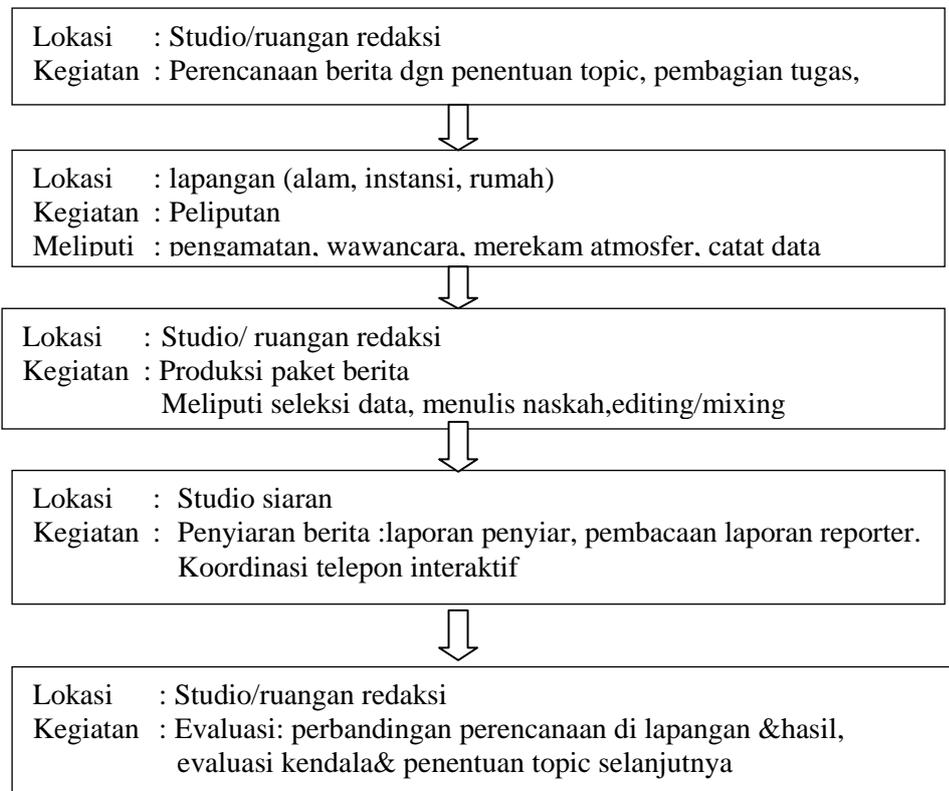
Radio juga berperan pada berlangsungnya dinamika kehidupan manusia termasuk didalamnya adalah kebutuhan masyarakat akan informasi. Seiring berjalannya waktu, kegiatan jurnalistik tidak hanya terjadi dari media cetak, tapi merambah ke radio. Jurnalistik sendiri merupakan segala hal yang menyangkut proses perencanaan, meliput, memproduksi, dan melaporkan sebuah fakta menjadi berita (Mazduki, 2001: 9)

Sumber dari beberapa literatur para pakar radio, dapat dikatakan bahwa berita radio adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan opini, yang memiliki nilai berita, penting, dan menarik bagi sebanyak mungkin orang, dan disiarkan melalui media radio secara berkala. Berita radio menjawab persoalan apa yang terjadi dan bagaimana peristiwa itu berlangsung. Sementara itu, untuk melengkapi pemahaman tentang definisi berita radio sangat penting bagi seorang reporter dan produser pemberitaan di radio mengetahui apa dan bagaimana proses produksi berita, yang meliputi:

Masduki dalam buku *Jurnalistik Radio* menyebutkan, berdasarkan definisi berita radio, maka karakter berita radio dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Segera dan cepat. Laporan peristiwa di radio harus segera disampaikan pada pendengar untuk mengoptimalkan kesegarannya sebagai kekuatan radio.
2. Aktual dan Faktual. Berita radio adalah hasil liputan peristiwa atau topik yang segar dan akurat sesuai fakta, yang sebelumnya tidak diketahui oleh khalayak.
3. Penting bagi masyarakat luas. Harus ada keterkaitan dengan nilai berita yang berlaku dalam pengertian jurnalistik umum.
4. *Relevan* dan berdampak luas. Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkannya dan akan mendapatkan manfaat optimal dari berita radio, yaitu pengertian, pengetahuan, dan kemampuan bersikap atau mengambil keputusan tertentu, sebagai respons atas sebuah berita. (Masduki, 2001 : 13)

Keseimbangan antara pemenuhan karakter jurnalistik secara umum dan atribut radio sebagai kekuatan auditif akan menjadi patokan suatu radio berita unggul dalam kegiatan jurnalismenya.



Sumber : Masduki, 2001 : 11

Gambar 1.1
Proses Produksi Berita