

PROSES PRODUKSI BERITA DI PT. RADIO KARAVAN FM SURAKARTA

Asri Hutami
D.1406035



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Radio Siaran adalah salah satu bagian dari kegiatan komunikasi. Orang yang berkecimpung dalam dunia radio siaran, seperti penyiar, wartawan radio, redaksi, atau mereka yang menggunakan radio siaran sebagai sarana untuk menyebarkan informasinya perlu sedikit banyak mengetahui ilmu komunikasi.

Radio sebagai media massa memegang peranan penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Kekhususan ciri yang dimilikinya menjadikan radio dapat menyebarkan informasi secara serentak dengan jangkauan wilayah yang luas.

Pemenuhan kebutuhan informasi untuk masyarakat merupakan tuntutan utama bagi media, khususnya radio dan media lainnya untuk menarik target pendengarnya. Untuk itulah radio menyediakan program acara berita yang aktual dan menarik baik dari segi materi maupun kemasannya. Aktualitas dan objektivitas berita radio menjadi nilai plus jurnalisme.

Eksistensi radio dalam menyiarkan berita bukan hanya setelah teknologi mengalami kemajuan demi kemajuan. Bahkan sebelum alat perekam yang praktis dan canggih muncul pun, radio telah menjadi jembatan antara masyarakat dengan dunia luar.

Disajikannya berita radio untuk pendengar tidak luput dari peran redaksi di

dalamnya. Redaksi dituntut untuk selalu menyajikan berita yang aktual, menarik dan mudah dipahami oleh pendengarnya.

Sebagai radio yang mempunyai *target audience middle up*, PT. Radio Karavan FM selalu berusaha menyuguhkan berita teraktual, terpercaya, serta bernilai tinggi. Objek beritanya pun bukan sembarang objek, melainkan menembak sasaran yang sesuai dengan target pendengarnya tersebut.

Maka dari itu peran redaksi sangatlah penting dalam proses penyajian berita di Radio Karavan FM ini. Mulai dari tahap pencarian berita, hingga berita tersebut disajikan untuk pendengar. Topik berita dan pemilihan kata-kata pun harus cerdas dan berkelas. Selain menulis berita, redaksi juga harus mahir dalam wawancara dan reportase. Untuk itulah penulis ingin mencermati proses produksi berita tersebut untuk Tugas Akhir ini.

B. TUJUAN KKM

1. Guna memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Ahli Madya (A.Md) jurusan Broadcasting FISIP UNS.
2. Memantapkan kesiapan diri dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.
3. Menambah pengetahuan yang lebih mendalam mengenai proses produksi berita.
4. Mengetahui cara kerja dalam sebuah instansi radio siaran berita.
5. Menerapkan ilmu yang didapat semasa kuliah.
6. Untuk menambah pengalaman tentang radio siaran.

C. TEMPAT DAN WAKTU PELAKSANAAN KKM

KKM dilaksanakan di PT Radio Karavan yang berlokasi di Jl. M.H. Thamrin 11 Manahan Surakarta. Adapun waktu pelaksanaannya adalah 16 Pebruari 2009 hingga 16 Maret 2009. Penulis

ditempatkan di bidang redaksi yang bertanggung jawab dalam memproduksi naskah berita untuk Radio Karavan FM.

D. MANFAAT KKM

1. Dapat mengetahui cara kerja sebuah radio siaran dengan berbagai aspeknya.
2. Penulis terlatih untuk menjalin kerjasama yang baik dengan rekan kerja di radio.
3. Penulis mengetahui proses produksi berita hingga dapat dinikmati oleh khalayak pendengar.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jurnalistik dan Berita Radio

Pada dasarnya jurnalistik berasal dari bahasa Belanda “*journalistiek*”, bahasa Inggris “*journalism*”, atau bahasa Perancis “*journal*”. *Journal* berasal dari kata “*jour*” yang berarti hari. Maka *journal* berarti catatan harian (Olii, 2007: 18).

Lebih lanjut Olii menjelaskan tentang Jurnalistik pada radio siaran yang memiliki pengertian pengetahuan tentang penyiaran catatan harian dari segala aspeknya, mulai dari mencari, mengolah

sampai ke penyebar luasan catatan harian tersebut yang dikenal sebagai berita.

Namun hingga saat ini belum ada definisi berita secara universal. Banyak orang mendefinisikan berita radio sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing. Berikut beberapa contoh pengertian berita menurut beberapa ahli:

1. Paul D. Maessenner, dalam bukunya *Here's The News* (1999):

Berita radio dapat berarti: apa yang terjadi saat ini, apa yang segera terjadi, dan apa yang akan terjadi.

2. Prof. Mitchel V. Charnley, dalam bukunya *Reporting* (1985):

Berita radio sebagai laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan situasi kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru, dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.

3. J.B. Wahyudi, dalam bukunya *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi* (1996):

Berita adalah uraian tentang ⁴ fakta dan atau pendapat, yang mengandung nilai berita, dan yang sudah disajikan melalui media massa periodik.

Dari beberapa literatur di atas dapat dikatakan bahwa definisi berita radio adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan opini, yang mempunyai nilai berita, penting, dan menarik bagi sebanyak mungkin orang, dan disiarkan melalui media radio secara berkala (Masduki, 2001: 10).

B. Jenis-jenis berita

Secara umum, berita dapat dikategorikan dalam dua kelompok (Yosef, 2009, 23) :

- Berdasarkan tingkat urgensi berita

1. Hard News

Adalah berita yang sangat penting terkait dengan peristiwa-peristiwa yang menegangkan, mencengangkan, mengejutkan, mengerikan, menakutkan, mengharukan dan hal-hal lain

yang menyentakkan perasaan orang sehingga perlu secepatnya diketahui masyarakat.

2. Berita ringan (*Soft News*)

Adalah berita yang tidak terlalu penting sehingga tidak harus secepatnya diketahui masyarakat. Meskipun demikian berita ini dinilai tetap menarik dan ada manfaatnya bagi khalayak sehingga tetap disiarkan atau disebarluaskan kepada masyarakat.

3. Berita Penerangan

Adalah berita yang dikemas berupa penjelasan atau pengumuman pemerintah atau suatu lembaga negara melalui media massa tentang kebijakan baru atau suatu keputusan penting.

- Berdasarkan cara pengolahan berita

1. Berita Linear

Adalah berita yang pengolahannya diangkat dari satu sisi saja, tidak menyertakan informasi terkait lainnya dan tidak mendalam.

2. Berita singkat (*straight news*)

Adalah berita yang langsung menyajikan isi utama atau isi pokok informasi karena harus segera diketahui khalayak, maka pengolahannya tidak mendalam.

3. Berita mendalam (*indepth news*)

Adalah berita yang diolah secara mendalam dengan cara mengembangkan dan melengkapi informasi yang disampaikan dalam berita sebelumnya, atau berdasarkan informasi yang baru namun dikemas secara menarik dan mendalam.

C. Nilai-nilai berita

Secara umum, kejadian yang dianggap punya nilai berita (*news value*) adalah yang mengandung satu atau beberapa unsur yang disebut dibawah ini (Mursito, 1999: 18):

- a. *Significance* (penting)

yakni kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang punya akibat terhadap kehidupan pembaca.

b. *Magnitude* (besar)

yakni kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik untuk pembaca.

c. *Timeliness* (waktu)

yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi, atau baru dikemukakan.

d. *Proximity* (dekat)

yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca, kedekatan ini bisa bersifat geografis maupun emosional.

e. *Prominence* (tenar)

yakni menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca.

f. *Human Interest* (manusiawi)

yakni kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut bagi orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

D. Sumber-sumber berita

Secara umum, sumber berita dapat dibagi dua (Masduki, 2001: 21):

1. Primer / langsung (*getting*), dengan menerjunkan reporter untuk meliput sebuah peristiwa dilapangan. Penggalan berita dilakukan dengan wawancara dan atau laporan pandangan mata.
2. Sekunder / tidak langsung (*news room*), antara lain dapat dikutip dari media cetak (koran, tabloid, majalah), media elektronik (televisi, internet), siaran pers pemerintah / swasta, *network* / jaringan dengan kantor berita, pendengar.

E. Karakter berita radio

Berdasarkan definisi berita radio, maka karakter berita radio dapat ditentukan sebagai berikut (Masduki, 2001: 12):

1. Segera dan cepat

Laporan peristiwa atau opini di radio harus sesegera mungkin dilakukan untuk mencapai kepuasan pendengar dan mengoptimalkan sifat kesegeraannya sebagai kekuatan radio.

2. Aktual dan Faktual

Berita radio adalah hasil liputan peristiwa atau opini yang segar dan akurat sesuai fakta, yang sebelumnya tidak diketahui oleh khalayak.

3. Penting bagi masyarakat luas

Harus ada keterkaitan dengan nilai berita (*news value*) yang berlaku dalam pengertian jurnalistik secara umum, guna memenuhi kepentingan masyarakat.

4. Relevan dan berdampak luas

Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkan dan akan mendapatkan manfaat optimal dari berita radio, yaitu pengetahuan, pengertian dan kemampuan bersikap atau mengambil keputusan tertentu sebagai respons atas sebuah berita.

F. Struktur Berita Radio

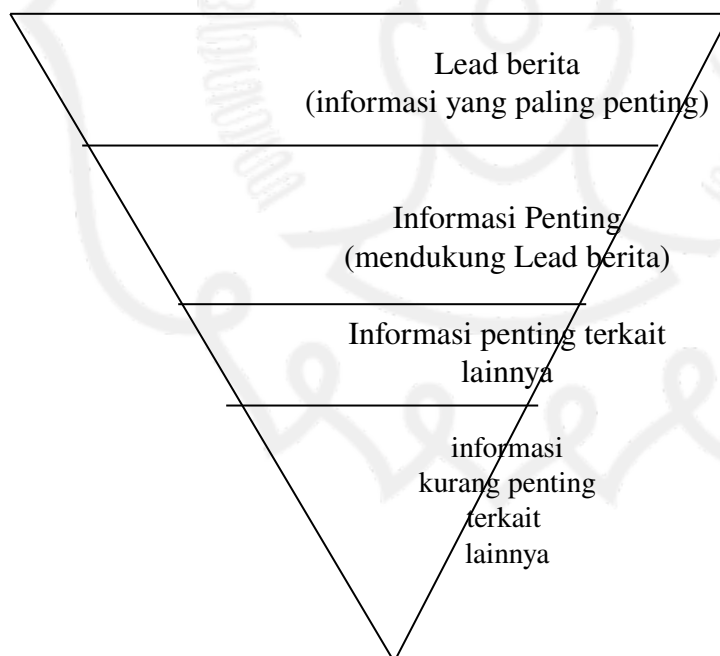
Pada umumnya dalam jurnalistik dikenal tiga bentuk kisah berita yaitu piramida terbalik (*inverted pyramid*), piramida baku (*standard pyramid*) dan sistem blok (*block system*) (Effendy, 1990).

Diantara ketiga bentuk tersebut, yang paling sering digunakan adalah bentuk piramida terbalik. Bentuk ini terbagi menjadi dua bagian. Yang pertama adalah "*lead*" (teras) dan yang kedua adalah "*body*" (tubuh).

Lead (teras berita) adalah alinea pertama yang isinya merupakan klimaks atau segi terpenting,

dan body atau tubuh berita meliputi alinea-alinea selanjutnya, yang isinya merupakan segi yang berturut-turut penting, agak penting, kurang penting, dan jika perlu yang terakhir tidak penting tapi bermanfaat juga untuk diketahui khalayak.

Struktur naskah piramida terbalik (Effendy, 1990):



Pada dasarnya, informasi yang disampaikan dalam *Lead Berita* adalah sebagian unsur-unsur 5W + 1H, dengan demikian ada jenis-jenis *lead* berita berdasarkan unsur 5W + 1H, sehingga disebut 5W + 1H *lead* (Yosef, 2009: 127):

1. *What Lead*

What lead ialah lead berita yang menonjolkan atau mengungkapkan unsur *What* atau unsur Apa dari informasi penting yang disampaikan.

2. *Who Lead*

Who Lead ialah lead berita yang lebih mengedepankan unsur *Who* (siapa).

3. *Where Lead*

Where Lead adalah teras berita yang lebih mengedepankan unsur “di mana” atau tempat peristiwa terjadi.

4. *When Lead*

When Lead ialah teras berita yang lebih mengedepankan unsur “waktu” atau “kapan” terjadinya peristiwa.

5. *Why Lead*

Why Lead ialah teras berita yang lebih mengedepankan unsur “*why*” atau “mengapa” suatu peristiwa terjadi atau “apa penyebab” terjadinya peristiwa.

6. *How Lead*

Lead How ialah teras berita yang lebih mengedepankan unsur “*how*” atau “bagaimana” peristiwa itu terjadi. Lead ini menggambarkan suasana suatu kejadian atau menggambarkan bagaimana pelaksanaan suatu event.

Lead dapat berfungsi atau berperan sebagai (Olii, 2007: 88):

1. Inti atau ringkasan berita yang hendak disampaikan
2. Sarana menyentak pendengar, sebagai daya tarik berita
3. Sarana menggelitik rasa ingin tahu pendengar
4. Sarana menggugah dan mengaduk imajinasi pendengar

5. Sarana menolong pendengar, mengetahui pokok informasi dengan tuntas, terutama mereka yang tidak sempat mengikuti berita itu secara lengkap.

Urutan penyajian berita (Masduki, 2001: 20) adalah:

- a. *Lead in*, peristiwa 1, fakta berita yang paling penting (siapa, apa, di mana, kapan),
- b. Peristiwa 2, kronologi yang tidak begitu penting dari peristiwa 1 (bagaimana, kenapa), dan
- c. Peristiwa 3, gabungan ulang fakta terpenting dan kronologi, *lead out* (menyebutkan konteks peristiwa lain dengan data, waktu, tokoh, atau peristiwa penting sebelumnya).

G. Pedoman Penulisan Berita Radio

- a. Landasan menulis berita radio :

Rumus ABC = C

Penyiaran berita di radio siaran, termasuk penulisannya, wajib mengikuti rumusan yang disebut teori $A + B + C = C$, yaitu (Olii, 2007: 69) :

$$\text{Accuracy} + \text{balance} + \text{clarity} = \text{credibility}$$

- *Accuracy* (keakuratan)

Keakuratan merupakan dasar penulisan dan pelaporan jurnalistik. Pada umumnya berita-berita yang disajikan oleh radio siaran dipercaya oleh pendengar. Namun apabila ada kurang ketelitian terhadap penulisan naskah berita, pendengar merasa dibohongi. Akibatnya dalam seketika mampu menghilangkan kepercayaan pendengar atas kredibilitas penulis naskah berita atau radio siaran. Kehilangan kredibilitas membuat segala pekerjaan sia-sia.

- Keberimbangan (*balance*)

Keberimbangan juga menjadi unsur penting dari kredibilitas jurnalis. Sering terjadi, pemberitaan terhadap sebuah peristiwa berkesan berat sebelah dengan menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lainnya.

- Kejelasan (*clarity*)

Faktor kejelasan dapat diukur dari apakah khalayak pendengar mengerti isi dan maksud naskah yang disiarkan. Bukan jelas dalam pengertian faktor “teknis Suara,” tetapi jelas dalam hubungannya dengan topik, alur penulisan, kosa kata dan kalimat. Yang penting berita jangan menimbulkan makna yang bias pada pendengar.

b. 5W + 1H

Pelajaran dasar menulis berita dimulai dengan pengenalan bagian berita yang sangat populer yaitu 5W + 1H (*what, where, when, who, why dan how*). Dari bahan-bahan yang sudah diperoleh kemudian dipilah-pilah disesuaikan 5W + 1H. dengan demikian, akan muncul gambaran tentang kerangka berita yang akan ditulis.

1. **What** atau apa yang terjadi
2. **Where** atau tempat kejadian peristiwa atau kejadian
3. **When** atau waktu sebuah peristiwa atau kejadian terjadi
4. **Who** atau tokoh yang menjadi pemeran utama dalam berita.
5. **Why** atau pertanyaan untuk menguak mengapa sebuah peristiwa bisa terjadi
6. **How** adalah pertanyaan untuk mengetahui keadaan bagaimana sebuah peristiwa terjadi, termasuk akibat yang ditimbulkan. (Djuraid, 2007: 69)

c. Menulis dari media lain

Jenis berita yang bersifat *secondary news* atau *straight news* yang sumbernya ditulis ulang dari media lain, menjadi favorit. Selain mudah dari segi penyediaan sumber berita, SDM yang terlibat juga relatif tidak membutuhkan pengetahuan jurnalistik yang rumit. Di Radio Karavan, selain menggunakan berita yang telah dihimpun oleh reporter juga menggunakan media dari media lain seperti internet juga dari radio lain yang bekerja sama dengan Radio Karavan.

Diperlukan strategi menulis berita untuk menyiasati data dari media lain agar tidak kentara sekedar mengutip, tetap terjaga aktualitas, dan tidak terjebak menjadi corong media lain, ketika menyampaikan berita yang sama di radio. Strategi tersebut adalah:

1. Menyeleksi bahan berita yang layak untuk ditulis ulang menjadi berita radio. Kelayakan ini dapat diukur menurut nilai-nilai berita yang lazim, seperti lokalitas, besaran kasus, unsur kemanusiaan.
2. Membaca bahan berita secara utuh dari awal hingga akhir, dimaksudkan untuk memahami keseluruhan materi bahan berita, dan mencari sudut pandang baru / alternatif di luar *angle* yang sudah dimunculkan media lain.
3. Tidak bersikap memihak dan atau terpengaruh terhadap judul berita dan kepala berita (*lead*) yang sudah muncul di media lain. Sikap ini untuk menghindari radio dari sekedar menjadi corong lanjutan atau promosi berita media lain, sehingga terdengar “basi” bagi pendengar.
4. Melakukan pemilahan dan analisis fakta-fakta yang ada dalam bahan berita lain. Pemilahan dilakukan dengan menggunakan metode 5W + 1H.
5. Memperhatikan kaidah bahan baku *straight news* dalam penulisan berita, dan menaati etika untuk selalu menyebutkan sumber berita yang dikutip, sehingga pendengar lebih yakin kebenarannya. (Masduki, 2001 : 18)

d. Penulisan Kata, Kalimat dan Angka

Yosef (2009 : 135) menuliskan prinsip penulisan kata, kalimat dan angka sebagai berikut:

1. Ekonomi kata (*Word Economy*)

Yang dimaksud dengan ekonomi kata adalah penggunaan kata-kata secara efektif dan efisien. Dalam penulisan naskah berita perlu menghindari penggunaan kata-kata yang

mempunyai pengertian yang sama.

Contoh : - Presiden Suslo Bambang Yudhoyono mengatakan sedang mempertimbangkan kemungkinan perubahan kenaikan harga BBM akhir tahun ini //

Menjadi:

- Presiden Suslo Bambang Yudhoyono mengatakan sedang mempertimbangkan kemungkinan kenaikan harga BBM akhir tahun ini.

2. Kata-kata mubazir

Kata-kata mubazir adalah kata-kata yang seharusnya tidak diperlukan atau menggunakan kata-kata yang kalau dihilangkan tidak menghilangkan makna kalimat atau merubah makna kalimat.

Contoh : Presiden Megawati minggu depan akan berkunjung ke Denpasar, Bali //

Kata AKAN pada kalimat di atas disebut kata mubaziir karena minggu depan sudah berarti akan datang.

3. Menggunakan kata atau ungkapan yang lebih pendek

Contoh : Dewasa ini menjadi kini

Meninggal dunia menjadi meninggal

Melakukan aksi unjuk rasa menjadi berunjuk rasa.

4. Menggunakan Kalimat Aktif

Untuk membuat pemirsa lebih mudah memahami informasi atau kalimat yang diucapkan dalam naskah, maka sebaiknya menggunakan kalimat aktif. Penggunaan kalimat aktif terkesan lebih jelas, lebih tegas dan lebih mudah dipahami.

Contoh : Polisi terpaksa menembak mati tiga pencuri kayu di hutan lindung Perhutani

Bojonegoro – Jawa Timur karena tidak mengindahkan tembakan peringatan

Polisi.

5. Penulisan Angka

Pada media surat kabar, angka ditulis secara lengkap, sementara pada media televisi dan media radio hanya ditulis angka yang menyatakan jumlah besar saja sementara jumlah kecil diabaikan saja, agar pendengar atau penonton tidak bingung dan cenderung hanya mengingat angka yang terakhir saja.

Contoh : Angka Rp. 71.298.675.575, 00 ditulis “sekitar 71 miliar 298 juta rupiah”.

6. Penulisan Nama Orang

Pada media radio dan televisi nama orang atau tempat ditulis sebagaimana ucapannya

Contoh : - Nama “Juan Carlos” ditulis sesuai ucapannya “Huan Carlos”

- Nama “Soeharto” ditulis sesuai ucapannya: “Suharto”.

7. Penulisan Singkatan

Pada media radio dan televisi, singkatan ditulis dengan cara memberikan tanda garis datar antara huruf singkatan.

Contoh : Singkatan DPRD ditulis D-P-R-D

Singkatan TNI ditulis T-N-I

Untuk akronim ditulis sebagaimana singkatannya.

Contoh : Kodam ditulis Kodam, Polri ditulis Polri, dan sebagainya.

8. Kutipan pernyataan nara sumber

Isi pernyataan narasumber sebagian diungkapkan dalam *lead* berita dan sebagian lagi berupa “*sound bite*”. Hal itu dimaksudkan agar semua inti pernyataan narasumber terungkap dan tidak membosankan.

Contoh : Gubernur Jawa Timur, Imam Utomo minta masyarakat Jawa Timur menggunakan hak pilihnya //

----- Soundbite-----

Menurut Gubernur Imam Utomo, masyarakat perlu turut menumbuhkan kehidupan demokrasi antara lain dibuktikan dengan mengikuti Pemilu //

H. Rapat Redaksi

Rapat redaksi harus dilakukan setiap hari, yang idealnya setiap pagi sebelum reporter turun mencari berita ke lapangan. Redaktur harus mengarahkan wartawan atau reporter untuk mencari berita yang memiliki nilai tinggi. Pada umumnya rapat redaksi membahas hal-hal berikut (Olii, 2007: 33):

a. Topik Liputan

Ide mengenai topik liputan biasanya berasal dari berbagai sumber: usulan wartawan, pengembangan yang terjadi sebelumnya, undangan rapat, agenda/acara yang sudah didaftar jauh-jauh hari, berita dari televisi, koran, dan lain-lain.

b. Sudut Penggarapan dan Narasumber

Suatu berita ibarat bola yang bisa ditinjau dari berbagai sudut pandang, maka dalam rapat redaksi dapat mencari sudut pandang yang relevan bagi pendengar, sekaligus yang paling mungkin dikerjakan dengan mempertimbangkan sumber daya dan waktu peliputan yang tersedia.

Adapun manfaat yang diperoleh dari rapat redaksi bagi reporter sebelum meliput menurut Torben Brandt dkk dalam *Jurnalisme Radio* seperti yang dikutip Helena Olii dalam bukunya *Berita dan Informasi* (2007 : 82) adalah:

a. *Komunikasi terjalin lancar.* Melalui rapat tiap reporter dan redaktur saling mengenal rekan

kerjanya, mulai dari pandangan-pandangannya, karakter, cara menyampaikan gagasan sampai ke cara yang terbaik untuk berdebat.

- b. *Gagasan menjadi tajam.* Reporter atau wartawan dan redaktur akan jadi terbiasa mengungkapkan dan mempertajam gagasan.
- c. *Liputan akan lebih terencana.* Ide-ide berita yang dihasilkan dari rapat redaksi juga akan terencana dengan lebih matang dan rapi.

I. Wawancara

Wawancara adalah proses kegiatan mendapatkan dan menyajikan informasi penting dalam bentuk tanya jawab antara pewawancara (*interviewer*) dengan narasumber (*source*) atau dengan orang yang diwawancarai (*interviewee*).

Berdasarkan sasaran yang hendak dicapai dan cara yang ditempuh, secara garis besar jenis wawancara dibedakan menjadi:

a. *Factual news interview*

Wawancara dengan seseorang yang memiliki wewenang atau mengetahui persis peristiwanya, untuk mengetahui informasi, data, dan lain-lain mengenai suatu peristiwa hangat.

b. *Causal interview*

Wawancara yang tidak diatur atau tidak mungkin direncanakan terlebih dahulu. Dilakukan secara mendadak saat reporter bertemu dengan sumber berita.

c. *Group interview*

Wawancara yang dilakukan sejumlah reporter dari berbagai media massa dengan seorang atau lebih sumber berita. Hal ini terutama terjadi pada konferensi pers.

d. *Personality Interview*

Wawancara jenis ini memiliki tujuan khusus, yakni menggali penjelasan lebih lanjut mengenai pribadi seseorang kepada masyarakat luas (Mursito, 1999 : 48).

Sebelum melakukan kegiatan wawancara, seorang reporter atau wartawan hendaknya melakukan beberapa persiapan antara lain:

- b. Menentukan topik wawancara
- c. Menyiapkan pertanyaan-pertanyaan, serta
- d. Menghubungi narasumber.

Agar wawancara berhasil, pada saat pelaksanaan wawancara reporter atau wartawan perlu melakukan hal-hal berikut:

- a. Menyiapkan pertanyaan-pertanyaan untuk diajukan pada saat wawancara
- b. Beberapa saat sebelum wawancara dimulai, pewawancara perlu menciptakan suasana keakraban dengan nara sumber terutama untuk menghilangkan ketegangan yang dialami narasumber.
- c. Melakukan wawancara yang diawali dengan salam perkenalan kepada narasumber dan mengawali pertanyaan dengan pertanyaan yang mampu menciptakan suasana keakraban kemudian baru mulai dengan pertanyaan terkait topik wawancara (Yosef, 2009 : 36).

J. Reportase

Reportase atau siaran pandangan mata (*on the scene reporting*) terkadang disebut juga “*actuality reporting*” adalah siaran yang dilakukan di luar studio (*remote broadcast ; outside broadcast*).

Seorang reporter yakni orang yang memberikan laporan pandangan mata dituntut memiliki wawasan radio secara umum dan jurnalistik radio. Penguasaan wawasan tentang masalah-masalah aktual dapat ditempa dan ditambah setiap waktu. Bahkan sikap peka informasi ini merupakan

modal utama menjadi reporter, sebab informasi dari media lain seringkali menjadi bahan awal, guna mengembangkan informasi lanjutan bagi radio (Masduki, 2001 : 99).

Reporter selain melaporkan apa yang dilihat di lapangan, juga memberikan tambahan informasi yang ada relevansinya dengan peristiwa yang sedang berlangsung, misalnya:

1. latar belakang peristiwa
2. maksud dan tujuan
3. dalam rangka apa peristiwa diadakan
4. hal serupa kapan pernah diadakan, dan lain-lain (Wahyudi, 1996).

Tugas reporter, lebih berat daripada petugas-petugas lainnya dalam lapangan penyiaran. Seorang reporter berfungsi sebagai wartawan dan penyiar.

a. Fungsi reporter sebagai wartawan

Sebagai wartawan ia harus menguasai peristiwa yang akan dilaporkan dalam segala aspeknya. Ia harus melaporkan bukan saja apa yang dilihat sewaktu peristiwa itu berlangsung, tetapi juga yang tidak terlihat. Ia harus meneliti “berita di belakang berita” (*the news behind the news*). Ia harus menyelidiki latar belakang dan prospek peristiwa yang akan disiarkan itu.

b. Fungsi reporter sebagai penyiar

Sebagai penyiar seorang reporter harus mampu memberikan laporan secara *ad libitum*, fasih dan spontan, sedang suaranya harus enak didengar disertai pengucapan yang jelas (Effendy, 1990 : 162).

Ciri khas berita radio selain menyajikan uraian fakta dan atau pendapat yang disampaikan reporter, juga terselip pendapat yang diucapkan sendiri oleh narasumber. Dengan demikian, reporter radio dan penyusun naskah berita radio dituntut memiliki keterampilan dalam mengkombinasikan

uraian fakta, uraian pendapat, dan pendapat narasumber yang berhasil direk Wahyudi, 1996).

BAB III

DESKRIPSI INSTANSI

A. Sejarah Berdirinya PT. Radio Karavan FM

Berdasarkan Ijin Siar Nomor **555 / 0068 / 2003** tanggal 15 Januari 2003, Radio Karavan FM mulai mengudara. Sang pemilik, **Zion Handoko**, mendirikan radio ini berdasarkan hobinya di bidang broadcasting. Setelah melakukan percobaan siaran selama tiga bulan, Radio Karavan FM mulai mengudara penuh selama 24 jam. Area jangkauannya pun cukup luas yakni mencakup Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen dan Klaten (**Subosuko Wonosraten**) serta Karanganyar. Sejak awal berdiri, Radio Karavan FM mempunyai slogan *“Makes Your Life and Love Easy”* dengan *audience call* **“Sahabat Karavan”**. Sesuai dengan program tersebut, Karavan mempunyai format radio *The Entertainment and Business Station* dengan harapan mampu memberikan warna baru dalam memenuhi berbagai keperluan masyarakat akan informasi maupun hiburan yang berkualitas.

Radio Karavan FM adalah radio pertama di Jawa Tengah yang perangkat pemancarnya menggunakan metode teknologi terbaru dalam dunia keradioan dewasa ini, yaitu sistem *Link Local Satellite Transmission (LLST)*. Sistem ini hingga sekarang digunakan pada radio-radio di Jawa Barat untuk mencakup jangkauan area yang lebih luas. Oleh karena itu, Radio Karavan FM menggunakan frekuensi FM di **107,9 MHz**. Hal ini telah disurvei oleh Tim Radio Karavan FM bahwa frekuensi tersebut tidak mempunyai hambatan *Co-Channel* (bertabrakan) dengan stasiun

radio lain di wilayah Jawa Tengah.

Radio Karavan memiliki dua stasiun transmisi. Transmisi Primer berada di stasiun siar, dan Transmisi Sekunder berada di kaki gunung pada ketinggian 1500 meter di atas permukaan laut (4.922 *feet*). Meskipun sistem ini membutuhkan dana relatif lebih besar, sistem ini dinilai lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan radio sebagai media pemerataan informasi, promosi dan hiburan untuk menjangkau *audience* yang lebih banyak dalam area yang lebih luas.

Selama enam tahun berdiri, kantor Radio Karavan FM sudah berpindah tempat sebanyak tiga kali. Awalnya radio ini berada radio ini berada di Kompleks Industri Mandala Raya, Jalan Solo – Karanganyar KM 9 Jaten Karanganyar. Karena memiliki keinginan agar lebih mudah dijangkau oleh narasumber yang diundang serta pengiklan, manajemen memutuskan untuk memindahkan kantor radio ini di gedung Graha Prioritas, Jalan Slamet Riyadi No. 302 Solo, pada 2005. Di kantor ini, lahir pula Karavan Enterprise, yaitu *event organizer* Radio Karavan yang bergerak di bidang *off air*. Namun setelah dua tahun berada di Graha Prioritas, atas pertimbangan letak ruangan (Radio Karavan berada di lantai 8 yang memiliki resiko merepotkan tamu yang datang saat lift mati) serta lokasi parkir yang kurang nyaman, akhirnya Radio Karavan kembali pindah lokasi. Sejak awal 2007 hingga kini Radio Karavan berada di Jalan M.H. Thamrin No. 11 Manahan Surakarta, yang juga berada di pusat kota Solo, namun akan lebih mudah dijangkau para tamu.

Tahun 2005, Radio Karavan meluncurkan Radio Jimbaran FM sebagai bagian dari manajemen Karavan. Radio Jimbaran sendiri terletak pada frekuensi 104 FM dengan Format Station dangdut dan memiliki target pendengar menengah ke bawah. Radio Jimbaran sendiri memiliki induk organisasi bernama PT. Sinar Anak Pantai. Dengan demikian lengkap sudah pelayanan PT. Radio Karavan FM untuk seluruh lapisan masyarakat.

Radio Karavan FM membidik pendengar dengan status ekonomi menengah keatas atau *middle*

up (S.E.S : B, A), dengan sasaran usia dominan 20 hingga 29 tahun. Sajian acaranya mengutamakan Penerangan dan Informasi, serta Hiburan dan Musik. Untuk format musik, sajian Pop Barat lebih mendominasi daripada Pop Indo, *Jazz*, *Country*, mandarin, religi, *blues* serta *classic*. Karavan sendiri ingin selalu menyajikan lagu-lagu *easy listening* sehingga lebih mudah dinikmati bagi masyarakat.

Sepeninggal Zion Handoko di tahun 2006, PT. Radio Karavan FM dan PT. Sinar Anak Pantai berada di bawah kepemimpinan David Handoko, yang merupakan adik dari Zion Handoko.

B. Profil Perusahaan

| | |
|---------------------|--|
| Nama Perusahaan | : PT. Radio Karavan FM |
| Pendiri | : Zion Handoko |
| Direktur | : David Handoko |
| Frekuensi | : FM 107.3 MHz |
| Daya Pancar | : Maksimal |
| Sistem Pancaran | : Link Transmission 1.500 m di atas permukaan laut |
| Sistem Antena | : FM Directive antennas |
| Pesawat Pemancar | : Moseley Encoder / decoder, DB UHF TX / RX, DB FM Stereo |
| Peralatan Audio | : Ashly, Tascam, Orban, DBX, Pioneer, Mackie, JVC, Technics, Kenwood, Sony, Behringer |
| Station Positioning | : The Entertainment and Business Station |
| Audience Call | : Sahabat Karavan |
| Announcer Call | : Saya |

On Air & Off Air Character: Dewasa, kreatif dan dinamis

Karavan Slogan : Makes Your Life and Love Easy

Management : PT. Radio Karavan

Address : Jl. MH Thamrin No Manahan Surakarta 57139

Phone : (0271) 728171 (office), (0271) 7001073,
08122681073 (SMS/ Interactive), 731107 (Fax)

Website : www.karavanfm.co.id

Audience Target : 15-40 tahun

Sex : Male-Female

SES : B, A

Life Style : Active, Dynamic, Trendy, Modern, High
Brand Awareness, High Spending power and Buying.

Coverage : Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali,
Klaten, Sragen dan Wonogiri

Education : Teenager (SMP & SMU), Akademia/
Universitas, Starting Carier

Sex : Male : 55 %
Female : 45 %

Age : 15 kebawah : 2 %
15-19 : 10 %
20-29 : 55 %
30-39 : 25 %
40 keatas : 8 %

| | | | | |
|-----------|---|--------------------|---|------|
| S.E.S | : | A | : | 50 % |
| | | B | : | 35 % |
| | | C+ | : | 15 % |
| Education | : | Academy/University | : | 80 % |
| | | High School | : | 20 % |
| Music | : | Western | : | 50 % |
| | | Indonesian | : | 30 % |
| | | Lain-lain | : | 20 % |
| Rate Card | : | | | |

| LOOSE SPOT | | | | ADLIBS | |
|------------|---------|--------------|---------|------------|--------------|
| Prime Time | | Regular Time | | Prime Time | Regular Time |
| 30'' | 60'' | 30'' | 60 | 60'' | 60'' |
| 125.000 | 175.000 | 105.00 | 145.000 | 195.00 | 175.000 |

| INSERT | | | TIME SIGNAL | |
|--------|---------|---------|-------------|---------|
| 5'' | 10'' | 15'' | 30'' | 60'' |
| 500.00 | 700.000 | 850.000 | 200.000 | 250.000 |

| BLOCKING TIME | | | SEMI BLOCKING TIME | | |
|---------------|-----------|-----------|--------------------|-----------|-----------|
| 30'' | 45'' | 60'' | 30'' | 45'' | 60'' |
| 2.500.000 | 2.750.000 | 3.000.000 | 2.000.000 | 2.300.000 | 2.500.000 |

C. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi media informasi bisnis terpercaya dan media hiburan yang menyegarkan. Karavan membawa informasi dan hiburan kepada masyarakat, mengantarkan pendengar ketujuan yang lebih baik.

b. Misi

- Mewujudkan visi sebagai media informasi bisnis terpercaya dan media hiburan yang menyegarkan.
- Radio Karavan FM akan menjadi radio yang terpercaya dan hiburan yang menyegarkan jika didukung sarana dan prasarana teknis yang memadai.
- Radio Karavan FM akan diwujudkan melalui pengorganisasian manajemen modern.
- Menjadi radio yang bernuansakan hiburan dan informasi bermutu.

D. Program Acara



Program Acara Non Berita

- a. Jelang Fajar (Senin-Minggu pukul 02.00 – 04.30 WIB)

Sajian musik instrument dan oldiest disertai info/kiat/ tips.

- b. Lentera Iman (Senin – Minggu pukul 04.30 – 05.00 WIB)

Pemutaran lagu rohani disertai khotbah dan renungan sebagai pengantar beribadah atau penyegaran jiwa setelah bangun pagi. Secara bergantian, seluruh Siraman Rohani tiap Agama dihadirkan setiap hari. Lentera Iman Hindu Hadir setiap hari Senin, Lentera Iman Budha hadir pada hari Selasa, Lentera Iman Kong Hu Chu hadir pada hari Rabu, Lentera Iman Kristen hadir pada hari Kamis dan Minggu, Lentera Iman Islam pada hari Jumat dan Lentera Iman Khatolik hadir setiap hari Sabtu.

- c. Happy Morning (Senin - Jumat pukul 06.00-08.00 WIB)

Ulasan ringan sarat isi seputar problematika dan fenomena sosial sehari-hari, mengajak pendengar berpikir positif dan bersikap bijaksana dengan sajian lagu-lagu yang energik untuk membangkitkan semangat dan gairah kerja.

d. Women Life Style (Senin - Jumat pukul 08.00 - 10.00 WIB)

Secara berturut-turut, ada lima jenis mata acara dalam lima hari selama sepekan, yaitu:

a. Juwita

Ulasan tentang tren gaya dan penampilan bagi wanita. Penampilan adalah nomor satu, terlebih lagi bagi wanita yang memiliki relasi dan pergaulan luas. Namun wanita yang hanya di rumah saja pun membutuhkan informasi mengenai perkembangan busana dan kecantikan, sehingga penampilan akan lebih baik dalam bekerja dan keseharian. Juwita hadir pada hari Senin.

b. Siluet Buah Hati

Ulasan problematika kesehatan anak berisi tentang pengetahuan ringan bagaimana memberi pertolongan pertama apabila muncul tanda-tanda tidak sehat pada anak Balita (gejala awal), maupun informasi tentang penyakit-penyakit pada anak Balita. Acara ini hadir setiap hari Selasa.

c. Cita Rasa

Sajian menu-menu variatif, memikat selera dengan bahan-bahan sederhana, namun kaya gizi, vitamin dan nutrisi yang cukup bagi tubuh dan kesehatan. Hadir pada hari Rabu.

d. Tiara Bunda

Ulasan mengenai perkembangan psikologis anak, baik motorik, kognitif, dan afektifnya yang penting bagi membangun watak dan karakter anak. Mengajak wanita untuk memahami perubahan sikap dan pertumbuhan jiwa anak dari gejala sampai dengan

antisipasinya yang harus dipahami wanita sebagai ibu. Tiara Bunda hadir setiap hari Kamis.

e. Fit dan Bugar

Ulasan info dan tips kesehatan dan kebugaran yang penting bagi wanita, agar wanita senantiasa sehat dan bugar baik di rumah maupun di luar rumah terlebih lagi di tempat kerja. Fit dan Bugar hadir setiap hari Jumat.

e. Relay Indonesia Siesta (Senin - Jumat pukul 10.00 - 14.00 WIB)

Acara ini merupakan program acara relay dengan Radio Delta FM Jakarta, yang dipandu oleh Shanaz Haque.

f. World News (Senin - Jumat pukul 14.00 - 16.00 WIB)

Sajian program pendidikan ilmu pengetahuan (*science*), yang mengetengahkan perkembangan ilmu, penemuan besar dunia maupun lokal, peristiwa-peristiwa yang ada di dunia sekaligus memberikan pengetahuan mengenai latar belakangnya sebagai landasan berpikir untuk maju dan memacu semangat sebagai pembuka cakrawala dunia kepada pendengar sekaligus sebagai khazanah ilmu pengetahuan yang sangat penting untuk diketahui sekaligus untuk memahami perubahan zaman. Acara ini dibagi dalam segmen bahasan berbeda tiap harinya (Akademika, Animal Planet, Halaman Hijau, Manusia & Peradaban, Antariksa).

g. Welcome to My Karavan (Senin - Jumat pukul 16.00 - 18.00 WIB)

Program acara interaktif, diselingi dengan info ringan dan menyajikan lagu-lagu jazz. Pada

hari-hari tertentu, seperti Selasa, Kamis dan Jumat selama satu jam selalu ada talkshow dengan tema pembicaraan khusus dan mengundang narasumber yang sesuai dengan tema. Misalnya memperingati Hari Bhayangkara maka menghadirkan narasumber Kapolda Surakarta.

h. Karavan Oriental (Senin - Jumat pukul 19.00 - 22.00 WIB)

Suguhan lagu-lagu mandarin berdasarkan permintaan pendengar disertai info-info artis dan musik mandarin dan hit list lagu-lagu mandarin terbaru berdasarkan Asia Music Network..

i. Symphony Boulevard (Senin - Jumat pukul 22.00 - 24.00 WIB)

Ajang request lagu barat maupun Indonesia & berkirim salam untuk sahabat, keluarga atau rekan kerja sebagai media interaktif baik antara radio Karavan dengan audiens maupun antara sesama audiens itu sendiri untuk mengingat kenangan-kenangan indah masa lalu.

j. The Great Rock (Senin - Jumat pukul 00.00 - 03.00 WIB)

Ajang request lagu-lagu rock dalam negeri maupun manca tahun 80-an dan disertai info-info ringan mengenai penyanyi-penyanyi rock yang populer pada saat itu.

k. Weekend Mix (Sabtu - Minggu pukul 06.00 - 18.00 WIB dan 18.30 - 21.00)

Pemutaran lagu-lagu manca maupun dalam negeri non stop selama sehari penuh untuk menemani saat santai di akhir pekan. Lagu-lagu yang diputar adalah lagu easy listening dari

low beat hingga *up beat*.

l. Hailai Zone (Sabtu pukul 21.00 - 24.00 WIB)

Pemutaran lagu-lagu *up beat*, yang bekerja sama dengan Hailai.

m. Zona 80' (Sabtu pukul 00.00 - 03.00 WIB)

Program acara yang memutar lagu-lagu populer tahun 80-an, disertai request serta berkirim salam dari pendengar

n. Jazz Time (Minggu pukul 21.00 - 24.00 WIB)

Program acara yang memutar lagu-lagu Jazz disertai request serta berkirim salam dari pendengar.

o. Beatless Zone (Minggu pukul 00.00 - 03.00 WIB)

Beatles Zone merupakan acara yang menyajikan lagu-lagu dari band legendaris, The Beatles. Pendengar bisa bergabung untuk meminta lagu serta berkirim salam kepada sesama pendengar.

➤ Program Acara Berita

a. BBC News (Senin - Minggu pukul 05.00 - 06.00 dan 18.00 - 18.30 WIB)

Rangkaian berita aktual dari berbagai belahan dunia yang menghadirkan liputan peristiwa

aktual. Seputar perkembangan dunia politik, ekonomi, olahraga, seni budaya dan lain-lain yang merupakan hasil kerjasama Tim Pemberitaan BBC di London dengan studio siar Karavan FM.

b. Lintas Utama (Senin - Jumat pukul 07.00, 08.00, 20.00, 21.00, 22.00, 23.00 dan 24.00 WIB)

Rangkaian berita aktual nasional, regional, mancanegara hingga olahraga, yang dihimpun dari berbagai narasumber serta reporter Karavan FM dan disajikan secara singkat, padat dan jelas.

c. Bisnis Info (Senin - Jumat pukul 09.00, 10.00, 15.00, 16.00 dan 17.00 WIB)

Info Bisnis singkat yang menyajikan perkembangan dunia bisnis terbaru disertai perkembangan fluktuasi valas hasil kerjasama Karavan FM dengan Bank Nasional terkemuka di Indonesia.

d. Info Forex (Senin - Jumat pukul 10.00 dan 17.00 WIB)

Informasi singkat mengenai perkembangan nilai tukar Rupiah terhadap mata uang asing lainnya serta perkembangan harga saham dunia hasil kerjasama Karavan FM dengan Bank Nasional terkemuka di Indonesia.

e. Warta Siang (Senin - Jumat pukul 14.00 WIB)

Buletin berita teraktual nasional, regional, mancanegara hingga olahraga, yang dihimpun dari berbagai narasumber serta reporter Karavan FM.

f. Today's Economic Review (Senin - Jumat pukul 18.30 - 19.00 WIB)

Buletin berita ekonomi dan bisnis yang dirangkum secara ringkas dan jelas disertai dengan perkembangan terbaru dari bursa saham dan valas.

g. Breaking News (Insidental)

Liputan aktual singkat yang hadir setiap saat mengenai peristiwa / perkembangan terbaru yang terjadi di berbagai bidang baik bisnis, ekonomi, politik, olahraga, budaya, dan lain-lain hasil kerjasama tim reporter Karavan serta dukungan media massa dan kantor berita terkemuka.

E. Job Description

- 1) Direksi: Pengarah dan penentu kebijakan dan nilai-nilai perusahaan
- 2) *Station Manager* (GM):
 - Memimpin operasional harian semua bagian
 - Menegakkan nilai-nilai dan peraturan perusahaan
 - Mewakili direksi dalam menjalin kerja sama dan berhubungan dengan pihak luar
 - Mengevaluasi dan memberikan penilaian atas kinerja para manager

3) *Programme Director*

- Memimpin para editor untuk melaksanakan tugas rutin
- Mewakili station manager dalam menjalin kerjasama dengan pihak eksternal berkaitan dengan pemberitaan dan perbincangan
- Membuat perencanaan bulanan untuk materi pemberitaan dan perbincangan
- Memimpin evaluasi hasil produksi/siaran
- Mengevaluasi dan memberikan penilaian atas kinerja para editor dan sekretaris redaksi

4) Editor:

- Membuat perencanaan liputan dan atau perbincangan
- Mengedit bahan siaran yang diperoleh reporter
- Menjaga ketepatan waktu siar
- Mewakili Manager Pemberitaan dalam menjalin kerja sama dengan pihak eksternal berkaitan dengan pemberitaan dan perbincangan.
- Memimpin dan memberikan penilaian terhadap kinerja reporter, teknisi, operator dan penyiar.

5) Reporter:

- Melaksanakan liputan dan penugasan lain dari editor
- Menjadi script writer

- Menjadi penyiar untuk acara-acara tertentu yang ditugaskan editor.

6) Penyiar

- Menyampaikan materi siar yang diberikan editor
- Membuat run down siaran

7) Teknisi

- Melakukan perawatan dan perbaikan semua peralatan teknis.

8) Operator:

- Bertanggung jawab untuk melaksanakan operasional peralatan dan kesiapan studio untuk keperluan siar
- Merawat semua peralatan siar
- Membantu editor atau reporter dalam memproduksi atau membuat rekaman

9) Manager Pemasaran

- Melaksanakan instruksi dari Direktur di bidang pemasaran on air
- Melaksanakan instruksi dari Station Manager di bidang pemasaran on air
- Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan kerja sama pemasaran yang telah terjalin
- Mengatur kelancaran kegiatan di divisi bisnis
- Memanage seluruh personal di divisi bisnis
- Melakukan pembagian account untuk Marketing Executive.

10) Manager Umum:

- Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan semua asset perusahaan
- Bertanggung jawab atas ketersediaan SDM dalam pengerjaan tugas-tugas non-pemberitaan
- Bertanggung jawab atas pemenuhan logistik perusahaan
- Memimpin dan memberikan evaluasi kerja dan penilaian kepada staf personalia, umum dan logistic.

11) Account Executive:

- Memasarkan seluruh produk on air dan off air
- Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan kerja sama yang telah terjalin

12) Staf Keuangan:

- Merekap kas harian, pendapatan, utang-piutang dan pengeluaran
- Merekap buku bank
- Merekap gaji/honor karyawan dan bonus untuk tim pemasaran
- Mempersiapkan tagihan iklan yang telah habis masa tayang dan dokumen yang berkaitan dengan proses pembayaran iklan
- Mempersiapkan laporan keuangan bulanan
- Pengajuan *budget* dari bagian lain yang telah disetujui oleh Station Manager kepada

Direktur

13) Staf administrasi

- Membantu kerja staf pemasaran untuk perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kerja acara-acara *off air*
- Secara mandiri mencari partner kerja untuk pelaksanaan acara-acara *off air*

14) Staf personalia:

- Merekap absen harian
- Mempersiapkan kontrak kerja sama karyawan
- Mengatur jadwal satuan pengamanan dan office boy
- Mensosialisasikan kebijaksanaan baru dari Direktur maupun Station Manager
- Melaksanakan instruksi dari Direktur maupun Station Manager yang berkaitan dengan kelancaran kegiatan operasional perusahaan
- Mengkoordinasi seluruh karyawan untuk acara-acara internal Perusahaan
- Fasilitator antara perusahaan dengan karyawan
- Menjadi tempat sharing karyawan
- Fasilitator antara perusahaan dengan klien untuk kerja sama penggunaan aset perusahaan oleh pihak luar
- Mempersiapkan dokumen-dokumen perusahaan untuk proses kerja sama penggunaan

aset perusahaan oleh pihak luar

15) Staf Umum:

- Membersihkan semua area studio
- Menyiapkan semua keperluan logistik karyawan
- Mengirim surat keluar, pembayaran telepon, listrik dll,
- Menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan semua divisi
- Menyusun budget kebutuhan logistik mingguan dan bulanan

16) Manager Promosi

- Bersama Manager Pemasaran, merencanakan dan memimpin promosi dan kerja sama dengan pihak luar berkaitan dengan acara-acara off air dan melaksanakan fungsi Public Relations.

17) Staf promosi:

- Membantu tugas dan melaksanakan tugas yang diberikan Manager Promosi.



BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Pelaksanaan Magang

Dalam Kuliah Kerja Media DIII Penyiaran FISIP UNS ini, penulis mendapatkan kesempatan magang di PT. Radio Karavan FM di beberapa bidang antara lain pada divisi redaksi serta divisi *on air*. Pelaksanaan magang tersebut pada tanggal 16 Pebruari hingga 16 Maret 2009. Pada divisi redaksi, penulis berkesempatan untuk belajar memproduksi suatu berita mulai dari rapat redaksi, wawancara, reportase, mengedit berita yang diambil dari media lain (*re-write*), memilih kata-kata yang cocok untuk siaran berita radio, hingga berita tersebut disajikan langsung untuk pendengar. Disini penulis dapat memanfaatkan ilmu jurnalistik yang telah diperoleh semasa kuliah. Selain memproduksi berita, penulis juga belajar pada divisi *on air*. Tepatnya menjadi *Radio Jockey* saat siaran *on air* mendampingi penyiar. Selama menjadi *Radio Jockey*, penulis bertugas untuk mempersiapkan lagu yang akan diputar berdasarkan permintaan pendengar yang masuk melalui SMS atau telepon. Selain itu *Radio Jockey* harus mengoperasikan mixer serta *Jezler*, software yang digunakan sebagai *playlist*, demi kelancaran proses siaran.

1. Periode 16 Pebruari – 21 Pebruari 2009

Pada minggu pertama melaksanakan magang, penulis masuk kantor pada pukul 08.00 WIB. Penulis diberi tugas untuk membuat rekapitulasi *data base audience* Radio Jimbaran FM periode semester akhir 2008. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar respon masyarakat terhadap siaran Radio Jimbaran serta berguna sebagai sarana promosi perusahaan kepada calon pemasang iklan. Dengan data tersebut calon pemasang iklan akan memiliki gambaran seberapa banyak iklan produknya akan didengar oleh masyarakat.

Bentuk rekap yang ditulis sebagai laporan untuk perusahaan berupa nama, alamat serta nomor

telepon pendengar. Data-data tersebut diperoleh dari seluruh SMS yang masuk pada seluruh program acara *on air* yang disiarkan dari Radio Jimbaran. Dalam menyelesaikan tugas ini penulis tidak merasa ada hambatan sama sekali sehingga seluruh tugas selesai dalam satu minggu.

2. Periode 23 Pebruari – 28 Pebruari 2009

Memasuki minggu kedua magang, penulis datang ke kantor Karavan pukul 06.00 WIB karena ingin mempelajari bagaimana menulis berita untuk disiarkan di radio Karavan. Penulis mengajukan diri kepada pemimpin redaksi untuk diajarkan bagaimana membuat berita yang baik. Pemimpin redaksi Radio karavan dengan senang hati dan sabar membimbing penulis untuk membuat naskah berita. Hari itu pula hasil tulisan penulis disiarkan dalam Lintas Utama pukul 07.00 WIB dan berturut-turut untuk seluruh berita dalam sehari yaitu Lintas utama pukul 08.00 WIB, Bisnis Info 09.00 dan 10.00 WIB serta Warta Siang pukul 14.00 WIB.

Pada Hari Senin, Selasa dan Kamis penulis masuk *shift* pertama yaitu pukul 06.00 – 14.00 WIB dan untuk hari Rabu dan Jumat penulis masuk *shift* 2 yaitu pukul 13.00 – 21.00 WIB menggantikan posisi redaktur yang kosong.

Selama sepekan penulis berhasil membuat naskah berita untuk setiap program berita di Radio Karavan. Program berita tersebut yaitu Lintas Utama (pukul 07.00, 08.00, 20.00, 21.00, 22.00, 23.00 dan 24.00 WIB), Bisnis Info (09.00, 10.00, 15.00, 16.00 dan 17.00 WIB), Info Forex (10.00 dan 17.00 WIB), Warta Siang (14.00 WIB) serta Warta Ekonomi (18.30 WIB). Rekan sesama redaksi juga turut membantu apabila penulis mengalami kesulitan saat menulis berita. Tim redaksi juga membantu penulis dalam membuat DJ News untuk Radio Jimbaran, yaitu berita-berita ringan serta info dan tips.

Dalam divisi redaksi ini penulis mengalami beberapa hambatan antara lain menentukan berita yang layak untuk disiarkan mengingat segmentasi Radio Karavan adalah menengah keatas,

menggunakan kata-kata yang tepat dan efektif serta menempatkan tanda baca agar memudahkan penyiar dalam membaca naskah juga mudah dipahami oleh pendengar. Untuk mengatasi masalah tersebut penulis senantiasa bertanya kepada rekan redaksi juga pada pemimpin redaksi.

3. Periode 2 Maret - 7 Maret 2009

Dua hari pertama minggu ketiga magang, penulis masih mempelajari tentang produksi berita. Namun atas ajakan salah satu penyiar di radio Jimbaran untuk menjadi *Radio Jockey*, penulis pun merasa penasaran tentang peran *Radio Jockey* dalam pelaksanaan *on air*. Penyiar tersebut mengenalkan aneka panel *mixer* serta fungsinya juga mengajarkan cara kerja *Jezler*. Penulis sangat tertarik dengan kegiatan ini. Hingga akhir minggu penulis menjadi *Radio Jockey* untuk tiga program acara Radio Jimbaran yaitu Jablay, Limoesin dan Jablay Top 40.

Kendala yang dialami cukup berat yakni dalam pengoperasian *mixer* karena dengan *mixer* pendengar dapat menikmati siaran dengan nyaman dan baik. Penulis sempat mengalami kepanikan saat terjadi kesalahan dalam mengoperasikan panel *mixer* tersebut. Namun penyiar dan *Radio Jockey* lain mengajarkan agar penulis bersikap tenang saat mengalami *human error* karena hal tersebut biasa terjadi pada *Radio Jockey* yang sedang belajar. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis banyak bertanya pada para *Radio Jockey* agar tidak lagi mengulangi kesalahan. Di akhir pekan penulis kembali mendapat tugas untuk membuat rekapitulasi *data base audience* Radio Jimbaran periode Januari 2009. Penulis melaksanakan tersebut disela-sela waktu luang saat lagu diputar ketika menjadi *Radio Jockey*.

4. Periode 10 Maret – 16 Maret 2009

Minggu terakhir di Radio Karavan, penulis masih aktif untuk menulis naskah berita. Bahkan penulis diajak untuk melakukan reportase memantau pembukaan Kampanye Terbuka Partai Politik untuk Pemilu Legislatif tahun 2009 – 2014. Dengan menggunakan OB Van penulis dan rekan

reporter Radio Karavan memantau dari Jl. Slamet Riyadi Solo. Meskipun penulis tidak memberikan laporan langsung dari lokasi ke studio Karavan, namun penulis menjadi cukup paham bagaimana kinerja reporter saat mencari, meliput dan melaporkan secara langsung berita yang diperolehnya. Penulis juga masih menjadi *Radio Jockey* di acara Jablay dan Limoetin. Penulis diajarkan mempersiapkan segala sesuatu untuk keperluan talkshow karena akan hadir sebuah *band* terkenal di tanah air yang tengah mempromosikan album terbarunya. Dari sini penulis bertambah lagi pengetahuannya bahwa seorang *Radio Jockey* tidak hanya membantu penyiar saja, namun juga harus mempersiapkan segala keperluan *talkshow* seperti mempersiapkan *microphone*, *headphone*, *check sound* dan mengoperasikan panel *mixer* yang lebih banyak lagi saat *talkshow* berlangsung.

Music Director Radio Karavan memberi tugas kepada penulis di hari-hari terakhir magang. Tugas tersebut adalah mencari lagu yang sedang populer melalui internet kemudian *download*-nya untuk kemudian diedit agar kualitas suaranya menjadi lebih baik. Hal ini dilakukan karena album asli untuk lagu yang diinginkan belum beredar di pasaran sedangkan lagu tersebut sudah banyak *request* oleh pendengar. Pihak radio sendiri terkadang memperoleh CD asli dari pihak label rekaman hanya contoh *single* perdana saja, bukan album dengan keseluruhan lagu di dalamnya. Maka sembari menunggu album artis tersebut beredar, *music director* harus *download* lagu tersebut dari internet. Karena penulis kurang peka terhadap *equalizer* maka penulis kurang berhasil mempelajari *musical touch* yang diajarkan oleh *music director*. Namun penulis cukup memahami apa dan bagaimana tugas seorang *music director*.

B. Focus of Interest – Proses Produksi Berita

Setiap divisi memiliki fungsi pentingnya masing-masing dalam kelangsungan sebuah perusahaan. Seperti halnya divisi redaksi pada Radio Karavan FM.

Di PT. Radio Karavan, proses pembuatan berita meliputi berbagai macam kegiatan seperti rapat redaksi, wawancara dengan narasumber, mereportasekan hasil pencarian berita secara *live* dan menuliskan berita yang diperoleh ataupun dari media lain dalam bentuk naskah yang kemudian akan dibacakan oleh penyiar sehingga dapat dinikmati oleh pendengar.

Pada Radio Karavan yang mengedepankan format Bisnis dan Hiburan, maka sudah menjadi tanggung jawab bahwa dalam menyajikan informasi dalam bentuk berita adalah suatu keharusan. Maka dari itu tuntutan tim redaktur dalam memproduksi berita aktual dan tepat waktu adalah suatu tanggung jawab yang besar. Proses produksi berita itu sendiri melewati beberapa tahapan yaitu rapat redaksi, pemilihan dan pencarian berita, reportase serta wawancara, mengedit naskah dari reporter maupun dari media lain hingga menyajikannya langsung kepada pendengar melalui penyiar.

Dengan segala tuntutan profesionalisme yang harus dimiliki oleh setiap personal pada divisi redaksi maka dapat dikatakan bahwa divisi redaksi membawa peranan penting dalam setiap produksi berita di PT. Radio Karavan.

Dalam sebuah radio berita, sumber beritanya ada dua yaitu secara langsung dan tidak langsung. Bahan pemberitaan langsung berasal dari reporter serta kontributor di berbagai wilayah, sedangkan untuk bahan berita yang didapat secara tidak langsung melalui internet atau media *online*.

Secara umum, proses produksi siaran berita di Radio Karavan ditujukan untuk tiga *output* berita yang berbeda, yaitu *live report*, *recorded record* dan *rewritten news*.

| Tahap | <i>Live Report</i> | <i>Recorded Report</i> | <i>Re-written News</i> |
|-------|--------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | Rapat redaksi | Rapat redaksi | Rapat redaksi |
| 2 | Menuju lokasi | Menuju lokasi | <i>Intake news</i> |
| 3 | Perencanaan | Wawancara | Menulis Naskah |

| | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------|
| | reportase (Reporter) | | |
| 4 | Koordinasi <i>live report</i> di Radio | Menulis naskah dan <i>editing</i> | <i>On Air</i> |
| 5 | Karavan <i>Live Report</i> | <i>On air</i> | |

Pada live report tahapan dijabarkan sebagai berikut:

a) Rapat Redaksi

Pada rapat redaksi ini, membahas pembagian tugas reporter oleh pemimpin redaksi, untuk meliput kejadian-kejadian yang sudah direncanakan seperti peliputan pelaksanaan suatu event atau laporan pandangan mata pada lokasi bencana (jika ada). Apabila tidak ada acara yang sudah direncanakan, reporter dihimbau untuk mencari berita spontan seperti kecelakaan, kebakaran atau perampokan yang kemungkinan besar umum terjadi.

b) Reporter Menuju Lokasi

Setelah diadakan rapat redaksi, reporter langsung menuju lokasi yang sudah ditentukan atau lokasi dimana terjadinya peristiwa. Di lokasi reporter mengawasi dan menghimpun fakta dari narasumber agar memperoleh kejelasan berita.

c) Perencanaan Reportase

Setelah menghimpun berita, reporter membuat sebuah perencanaan reportase. Reporter menyusun kata-kata yang hendak dilaporkan untuk *live report* berdasarkan fakta yang telah dihimpun.

d) Koordinasi *Live Report* di Radio Karavan

Setelah selesai menyusun data laporan, reporter menghubungi studio Radio Karavan untuk berkoordinasi dengan operator untuk mencari waktu yang tepat untuk menyampaikan hasil

pandangan mata ataupun berita yang telah diperolehnya secara *live* melalui sambungan telepon. Di sini operator selain juga dapat mengkoordinasikan pula kepada penyiar sebagai penghubung antara reporter dengan pendengar. Dengan koordinasi ini kelancaran *live report* untuk *insidental news* yang muncul sewaktu-waktu dapat terjaga.

e) *Live Report*

Live report ini merupakan puncak dari reportase dimana reporter menyampaikan laporannya langsung melalui sambungan telepon. *Live report* ini disampaikan dalam durasi 3-5 menit dengan informasi selengkap-lengkapnyanya dan mudah dipahami pendengar.

Untuk *recorded report*, tahapannya dijabarkan sebagai berikut:

a) Rapat Redaksi

Pada rapat redaksi, reporter diarahkan untuk meliput peristiwa berdasarkan undangan yang diterima, atau bahkan mewawancarai langsung pada tokoh masyarakat dan memperoleh kesepakatan untuk melaksanakan wawancara. Dalam rapat juga menyusun pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan saat acara berlangsung serta mempersiapkan peralatan yang digunakan seperti *hand recorder* atau mungkin juga *ID Card*.

b) Reporter Menuju Lokasi

Usai rapat redaksi, reporter menuju ke lokasi undangan konferensi pers atau narasumber yang hendak diwawancarai. Dalam hal ini reporter sangat dilarang untuk terlambat hadir agar tidak kehilangan topik berita yang diincar. Setiba dilokasi reporter melakukan cek ulang peralatan yang digunakan.

c) Wawancara

Pada sesi wawancara, reporter harus berpegang teguh pada sopan santun dan peraturan yang berlaku. Dengan menggunakan *hand recorder*, reporter merekam isi konferensi serta

wawancara yang dilakukan. Selama penulis melaksanakan KKM di Radio Karavan, terjadi beberapa wawancara antara lain dengan Kapolwil Surakarta juga konferensi pers dengan Dinas Pajak.

d) Menulis Naskah dan *Editing*

Setelah melakukan peliputan berita, di kantor redaksi Karavan reporter menuliskan hasil peliputannya menjadi sebuah naskah berita dan hasil wawancara tadi dipergunakan sebagai *insert*. Rekaman tersebut juga harus diedit agar informasi yang disampaikan menjadi singkat, padat dan jelas tanpa mengurangi atau menghilangkan inti dari informasi tersebut. Materi diedit untuk disesuaikan durasi waktunya dengan alokasi waktu yang tersedia. Kesalahan-kesalahan masih dapat diperbaiki atau dihilangkan saat pengeditan ini.

e) *On Air*

Setelah naskah siap, reporter menyerahkan naskah tersebut kepada penyiar untuk dipelajari kemudian dibacakan pada program acara berita.

Selain *Live Report* dan *recorded report*, produksi berita juga mengambil informasi dari media lain seperti internet yang istilah lainnya adalah *re-write*. Berikut adalah penjabaran tahapan dari *re-written news*:

a) Rapat redaksi

karena Radio Karavan hanya memiliki kontributor di wilayah eks karesidenan Surakarta saja, maka diperlukan media lain untuk menghimpun informasi dari wilayah lain di Indonesia maupun berita luar negeri. Media tersebut adalah internet karena internet selalu menyuguhkan berita yang hangat dan aktual. Pada rapat redaksi editor dibimbing untuk mencari berita yang sedang hangat diperbincangkan. Seperti saat penulis melaksanakan KKM, topik yang sedang hangat adalah mengenai persiapan Pemilu Legislatif 2009. Maka

editor dihimbau untuk selalu menyertakan informasi mengenai Pemilu dari pusat (Jakarta) maupun dari berbagai wilayah di Indonesia.

b) *Intake News* (Mengutip Berita)

Setelah rapat redaksi, editor menyiapkan naskah berita. Berita tersebut dikumpulkan dari website-website terkemuka seperti www.okezone.com, www.kompas.com, www.antara.co.id, www.detiknews.com, www.e-bursa.com, dan lain-lain sesuai dengan jenis berita yang akan disajikan.

c) Menulis Naskah

Berita dari internet yang sudah dikumpulkan kemudian ditulis ulang menjadi naskah berita radio yang matang dan memperhatikan kaidah penulisan naskah berita radio. Berita yang ditulis sebaiknya jangan meniru sama persis dengan media yang asli namun dengan gaya yang khas dengan radio agar terhindar dari *plagiatisme*. Nilai berita jangan ditambahkan ataupun dikurangi, namun tetap sesuai dengan porsi yang asli.

d) *On Air*

Naskah berita yang sudah jadi, termasuk naskah dari reporter diserahkan kepada penyiar untuk dipelajari kemudian disiarkan pada program acara berita yang akan berlangsung.

Selain mengandalkan berita yang diproduksi oleh divisi redaksi, Radio Karavan bekerja sama dengan media cetak seperti Jawa Pos. Penyiar program acara Happy Morning membacakan berita di koran tersebut sebagai isi dari program acara tersebut. Seluruh program acara berita milik Radio Karavan selalu disiarkan secara langsung tanpa melalui proses rekaman penyiar terlebih dahulu.

Tim redaksi Karavan dalam menuliskan beritanya menggunakan *font* Verdana *point* 10 dengan spasi 1,5 dan dicetak diatas kertas berukuran legal. Hal ini cukup memudahkan penyiar untuk membacakan berita yang telah tersedia.

Setiap hari, terutama hari Sabtu selalu dilakukan rapat evaluasi sehingga setiap anggota redaksi dapat mengembangkan diri menjadi lebih baik lagi. Dengan rapat evaluasi ini diharapkan berita yang disajikan untuk masyarakat semakin berkualitas dan tepat sasaran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pemaparan seluruh pelaksanaan magang atau Kuliah Kerja Media, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Sebagai radio bisnis dan hiburan, PT. Radio Karavan selalu ingin menyajikan berita yang aktual maka dari itu proses produksi berita di PT. Radio Karavan membutuhkan suatu kerjasama tim (*team work*) yang baik.
2. Bahan berita yang disiarkan berasal dari internet atau media lain dan reportase langsung dari reporter.
3. Untuk dapat menyajikan berita yang baik dan berkualitas, perlu melewati beberapa proses seperti rapat redaksi, peliputan, *editing*, evaluasi, koordinasi yang baik dengan divisi on air, hingga akhirnya dapat dinikmati pendengar melalui penyiar.

4. *Output* berita yang diproduksi oleh Radio Karavan terdiri dari tiga jenis yaitu *Live Report*, *Recorded Report* serta *Re-written News*.
5. Format penulisan berita secara garis besar sudah seperti teori-teori yang banyak ditulis di berbagai buku literatur.
6. Dari pelaksanaan KKM, penulis selain dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh semasa kuliah, juga dapat memperoleh pengalaman dan ilmu yang tidak di dapat semasa kuliah dan memperoleh gambaran secara nyata mengenai dunia kerja dan jurnalistik yang sesungguhnya.

B. Saran

Beberapa saran untuk PT. Radio Karavan:

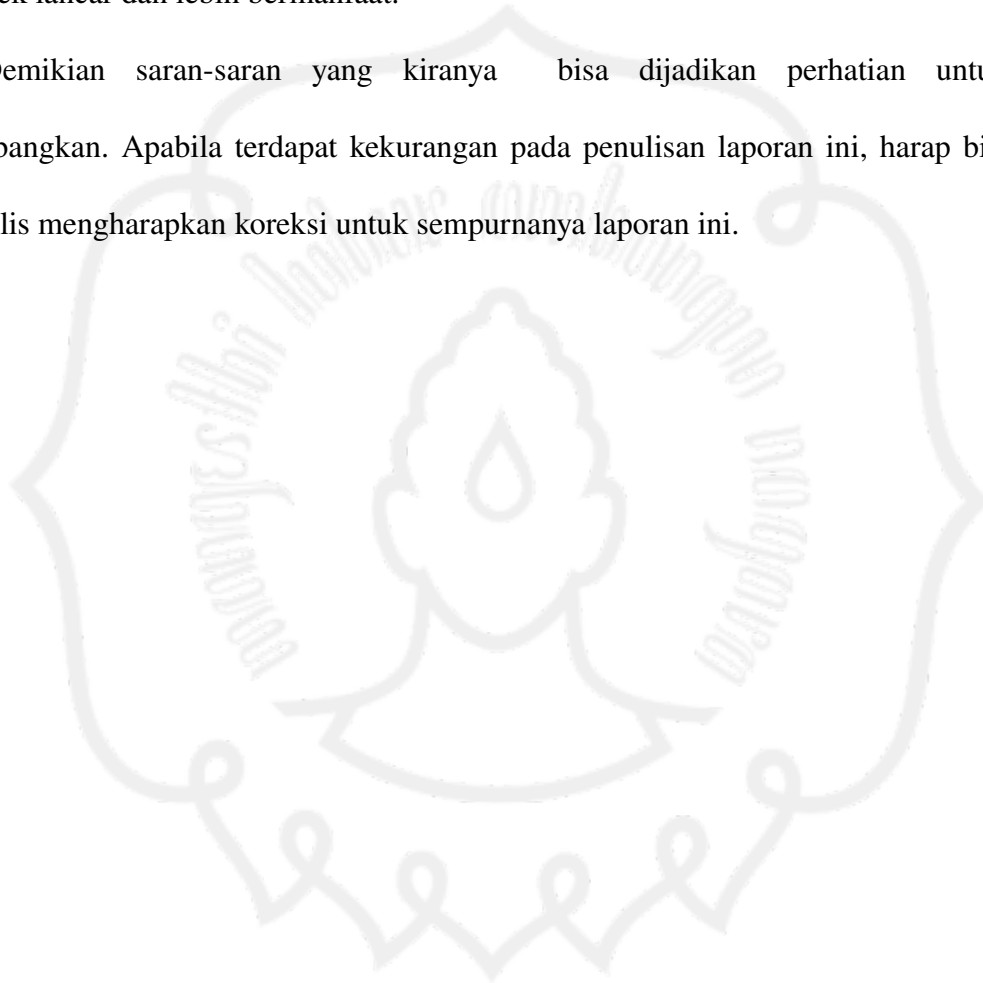
1. Sebaiknya ada penyiar pen₅₅ apabila penyiar utama yang akan membacakan berita berhalangan hadir karena akan mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap konsistensi dan komitmen PT. Radio Karavan sebagai radio bisnis, yang berarti harus menyajikan informasi yang aktual untuk masyarakat.
2. Selalu memperhatikan alat-alat produksi berita seperti komputer dan internet agar proses produksi berita berjalan lancar.
3. Tetap menjaga mutu materi acara siaran mulai dari muatan isi acaranya maupun penyiarinya.
4. Tetap mempertahankan hubungan yang baik dengan narasumber maupun pendengar.
5. Tetap menjaga kualitas program acara siaran baik dari segi penyiarannya maupun audionya.
6. Sebaiknya dalam pelaksanaan magang ada program atau jadwal kegiatan untuk magang.

Beberapa saran untuk Program Studi Penyiaran FISIP UNS:

1. Ilmu yang diberikan semasa kuliah sebaiknya tidak berasal dari buku-buku teori saja. Namun juga diberi gambaran secara nyata seperti radio yang sesungguhnya karena ilmu yang diperoleh tidak seberapa dengan dunia penyiaran yang sesungguhnya.

2. Agar lebih sering mengadakan *workshop* yang bekerja sama dengan instansi-instansi penyiaran terkemuka sehingga mahasiswa *broadcasting* dapat menambah wawasan ilmiahnya.
3. Untuk memperbanyak kegiatan prakteknya agar mahasiswa tidak canggung dan lebih siap dalam menghadapi dunia kerja.
4. Agar selalu melakukan perawatan serta pembaharuan peralatan praktek sehingga pelaksanaan praktek lancar dan lebih bermanfaat.

Demikian saran-saran yang kiranya bisa dijadikan perhatian untuk kemudian dipertimbangkan. Apabila terdapat kekurangan pada penulisan laporan ini, harap bisa dimaklumi dan penulis mengharapkan koreksi untuk sempurnanya laporan ini.



DAFTAR PUSTAKA

- BM. Mursito. 1999. *Penulisan Jurnalistik*. Solo: Spikom.
- Charnley, M. V. 1985. *Reporting*. New York: Rinehart & Winston Publ.
- Djuraid, N. Husnun. 2007. *Panduan Menulis Berita*. Malang: UMM Press.
- Effendi, Uchjana Onong. 1990. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Maeseneer, D. Paul. 1999. *Inilah Berita, Pedoman Pemberitaan di Radio*. Alih bahasa Ari R. Maricar dkk. Jakarta: AIBD-HPPI-The Ford Foundation.
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LkiS.
- Olii, Helena. 2007. *Berita dan Informasi Jurnalistik Radio*. Jakarta: Indeks.
- Wahyudi, J.B. 1996. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Yosef, Jani. 2009. *To Be A Journalist*. Yogyakarta: Graha Ilmu.