

Errol Jonathans:

Masih dalam konteks jagad radio, pada bulan April 2020, Syaeful Badar profesional radio Maritim Cirebon, menyapa saya lewat teks aplikasi WhatsApp. Setelah kami saling bertukar kabar, Ia mengirim gambar empat sampul makalah keradioan tentang produksi siaran dan jurnalistik radio. Yang mengejutkan saya, ini semua makalah lama yang disusun tahun 1990-an. Judulnya 'Karakteristik radio siaran', 'Berita dan berita lokal di radio', 'Kebijakan dan prosedur pemberitaan di radio', dan 'Menulis berita di radio'. Seluruh makalah ini berisi panduan pelatihan untuk para profesional radio siaran. Penulisnya Ari. R Maricar (almarhum) dan saya sendiri, yang di masa itu bersama Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) kerap mengajar di lokakarya keradioan.

Yang lebih mengejutkan, Syaeful Badar menggagas wacana ingin merangkum dan menerbitkan seluruh makalah tadi menjadi buku referensi. Ia bercita-cita memperkaya referensi radio siaran khas Indonesia yang jumlahnya masih minim. Rencana menjadi lebih benderang ketika di bulan Oktober 2020 ia mengirim desain sampul buku berjudul "Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran". Di sampul itu tercetak keterangan, Penulis: Errol Jonathans dan Ari R Maricar, serta: Syaeful Badar, dan desain: Hasnan Syam Basary.

Saya sangat menaruh hormat pada ide Badar ini. Pertama, ia masih menyimpan semua makalah itu sebagai harta karun profesinya. Kedua, ia menilai isi makalah ini masih relevan untuk operasional radio di era digital. Ketiga, ia mengolah kembali semua makalah tersebut menjadi referensi kekinian yang berorientasi pada format jurnalisme untuk radio. Merujuk judul "Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran", saya membayangkan pembaca buku ini pasti penasaran, mengapa radio yang berjurnalistik cenderung sukses? Apa formula rahasia jurnalisme radio? Untuk memahami harta karun jurnalisme radio, beberapa pertanyaan berikut dapat mengurai seluk beluknya. 1) Mengapa radio harus berjurnalistik, 2) Apa saja rahasia keunggulan jurnalisme radio, dan 3) Apa parameter sukses jurnalisme radio. Tidak mudah menjawab tiga pertanyaan ini. Menjelaskan hanya sebatas teori tentu tidak memuaskan. Harus ada bukti implementasinya. Maka lebih kredibel bila saya....."

Syaeful Badar

" Saya bangga menjadi muridnya mas Errol Jonathans dan mas Ari R. Maricar, dari beliau sampai hari ini saya menjadi reporter radio siaran, bahkan tidak hanya itu, dari reporter radio siaran saya bisa menjadi Dosen di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Saya sejak awal menjadi dosen mengajar tentang Teknik Produksi Siaran Radio, karena memang untuk mengajar mata kuliah tersebut harus dilakukan oleh praktisi penyiaran, nah untuk membuat rencana pembelajaran smesetr atau RPS, Alhamdulillah dari makalah pelatihan yang di tulis oleh mas Errol Jonathans dan mas Ari R. Maricar, menjadi referensi utama. Bahkan dari makalah tesebut saya dapat menulis buku dengan judul " Mengenal Jurnalistik Radio Siaran (panduan praktis dasar-dasar jurnalistik radio siaran)."

Penerbit

AkSara
CV. a t u

ISBN 978-623-6051-05-4



RAHASIA SUKSES
JURNALISTIK
RADIO SIARAN

Penulis: Errol Jonathans - Ari R. Maricar - Syaeful Badar

JURNALISTIK RADIO SIARAN

Penulis :
Errol Jonathans
Ari R. Maricar
Syaeful Badar

Editor : Vianisa Atifah

RAHASIA SUKSES JURNALISTIK RADIO SIARAN

PENULIS

Errol Jonathans

Ari R. Maricar

Syaeful Badar

Editor

Vianisa Atifah

Pererbit
AkSara
CV. *a t u*

RAHASIA SUKSES JURNALISTIK RADIO SIARAN

Penulis:

**Errol Jonathans,
Ari R. Maricar,
Syaeful Badar.**

ISBN: 978-623-6051-05-4

Layout & Design Cover: **Riyanto**

Desain Grafis :

Hasnan Syam Basari

Editor :

Vianisa Atifah

Penerbit:

CV. Aksarasatu

Email: aaksarasatu@gmail.com

Percetakan:

cv aksarasatu printing

081313012476

copyright (C) 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memproduksi atau memperbanyak seluruh
maupun sebagian dari buku ini dalam bentuk atau cara
apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Perpustakaan nasional : katalog dalam terbitan (KDT)

Rahasia sukses jurnalistik radio siaran

xviii+182 hlm, 17x24 cm

1. Radio -- Jurnalisme. I. Judul. II. Ari R. Maricar. III. Syaeful Badar.

Ucapan Terima Kasih

PRSSNI

Errol Jonathans

Ari R Maricar

Noer Achirul Layla

Ahmad Syahri'al Aziz

Evek Sumaedy

Friedrich Naumann Stiftung

Goethe Institut Bandung

Internews Indonesia

LP3Y Yogyakarta

Lembaga Pers DR Soetomo

ISAI Jakarta

Voice Of America

Keluarga Tercinta

Rina Dwi Rakhmawati (istri)

Vianisa Atifah (anak)

Syafnia Afifah (anak)

Daris Abyan Nafi'a (anak)

PENGANTAR REDAKSI

Jurnalistik Radio Siaran, menjadi program off air di beberapa radio siaran yang ada di Indonesia, mulai berkembang setelah bergeraknya reformasi 1998, yang melahirkan adanya Undang-Undang Nomer 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, walaupun sebelumnya juga di beberapa radio siaran sudah ada program jurnalistik radio, melalui acara informasi, dialog interaktif, talkshow dan adlips.

Jurnalistik Radio Siaran sebagai program on air yang masuk dalam regulasi siaran di beberapa radio siaran, menjadikan radio sebagai pusat informasi yang paling cepat dan mudah di jangkau, apalagi jurnalistik radio siaran lebih mengembangkan dan menguatkan *local news*, yang menjadi kekuatan eksistensi radio siaran sebagai media massa. Informasi tercepat dapat di dengar dari radio siaran, *local news* menjadi inspirasi pendengar radio siaran untuk bertindak, sebab *local news* menjadi sangat dekat dengan pendengar radio siaran serta sebagai sumber informasi lokal yang cepat di terima, inilah radio siaran dengan *local news* nya menjadi kekuatan yang sekaligus menjadi sumber pendapatan lokal.

Berbagai pelatihan terus di lakukan PP PRSSNI sebagai satu-satunya organisasi profesional intelektual dan cendekiawan radio siaran, yang terus bekerja keras untuk meningkatkan sumber daya insan radio siaran yang profesional dan mampu bersaing di era global, sehingga bekerjasama dengan berbagai institusi baik nasional maupun internasional, PRSSNI selalu terdepan mengembangkan sumber daya insan radio siaran, agar dapat meningkatkan mutu dan berkembang.

Lembaga seperti FNS Jerman, LP3Y Yogyakarta, ISAI Jakarta, LPS Dr. Soetomo Surabaya, *The Freedom Forum* Australia, *Internews* USA, VOA Amerika, DW Jerman, BBC London dan PP PRSSNI dengan terus menerus mengadakan pelatihan jurnalistik radio siaran dari mulai tingkat pemula sampai mahir, upaya PRSSNI dalam meningkatkan sumber daya jurnalis radio siaran, memberikan dampak yang luar biasa terhadap perkembangan industri media penyiaran, terutama radio-radio siaran yang ada di Indonesia, sebagai kekuatan pilar demokrasi dalam mencerdaskan masyarakat, melalui informasi dan berita-berita yang akurat dan terpercaya, serta menggali potensi informasi lokal (*local news*) menjadi kekuatan informasi nasional dan internasional. Radio

siaran sebagai bagian dari industri media massa dan media penyiaran, menjadi terdepan dalam menginformasikan berita-berita lokal (*local news*) menjadi kekuatan informasi nasional bahkan internasional,

Buku *Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran*, merupakan rangkuman materi-materi pelatihan Jurnalistik Radio Siaran, yang diselenggarakan oleh PRSSNI sejak tahun 1998, pasca reformasi dan dibolehkannya radio siaran swasta menyiarkan berita baik dari sumber lokal, regional maupun nasional. Sebagai peserta pelatihan jurnalistik radio siaran, saya selalu merangkum dan mengumpulkan semua materi yang saya dapatkan, langsung saya jilid dan saya dokumentasikan sebagai satu warisan yang saya simpan, sebagai bahan ajar bagi mahasiswa dan penyiar radio yang akan terjun menjadi jurnalis radio siaran atau reporter radio siaran, yang banyak bermunculan pasca reformasi 1998.

Buku *Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran*, berisi materi pelatihan jurnalis radio yang ditulis oleh instruktur nasional PP PRSSNI yaitu Errol Jonathans dan Ari R Maricar, tulisan dan naskah buku ini asli tidak dirubah, kami hanya mengetik ulang dari materi yang ada, yang saya kumpulkan dari sejak awal mengikuti pelatihan jurnalistik, baik yang diadakan oleh PRSSNI maupun oleh Lembaga Pers dan NGO selama kurun waktu tahun 1998. Pak Errol Jonathans dan Pak Ari R Maricar, sebagai narasumber telah membuka cakrawala baru dari industri radio siaran di Indonesia, buku ini adalah kekayaan intelektual praktisi penyiaran yang tentunya harus menjadi kebanggaan bersama dan kita patut menyebarkan kepada generasi melenial saat ini agar mampu memahami dan menyerap rahasia sukses jurnalis radio siaran sebagai bahan pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat sepanjang masa juga karya buku pengantar jurnalistik radio siaran yang saya tulis pada tahun 2002.

Buku *Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran*, menyajikan karya besar intelektual praktisi radio siaran di Indonesia, sebagai bukti eksistensi radio siaran menjadi tetap nomor satu dan tercepat dalam mengabarkan berita di Indonesia dan di dunia global. Terima Kasih semoga bermanfaat.

Cirebon, 23 Januari 2021

Salam Redaksi,

Syaeful Badar

JURNALISME AMUNISI KREDIBILITAS RADIO SEPANJANG MASA

oleh: Errol Jonathans - CEO Radio Suara Surabaya

"A world without radio is a deaf world". Itulah keyakinan Ernest Agyemang Yeboah, penulis dan guru kebangsaan Ghana. Baginya dunia tanpa radio, sama dengan hidup di dunia yang tuli. Apakah fanatisme ala Ernest pada radio masih menggaung di abad ke-21? Masihkah radio eksis di 'Abad Informasi', seperti istilah futuris Alvin Toffler dalam bukunya *'The Third Wave'* (1980)?

Jawabannya bisa dirujuk ke opini Will McDonough, jurnalis olahraga *The Boston Globe* dan penyiar olahraga TV CBS dan NBC. Menurutnya: *"The future is electronic. It's radio, television and the Internet; it's not really newspapers anymore"*. Artinya Will optimis radio sangat bermasa depan. Karena jati diri radio yang elektronika, diyakini mudah bermetamorfosa dengan perkembangan teknologi.

Inilah beberapa bukti tonggak metamorfosa teknologi radio. Tahun 1993 industri radio menerapkan 'konvergensi' dengan internet. Maka lahirlah layanan *'radio streaming'* dan *'radio on demand'*, yang diikuti konvergensi radio dengan media sosial. Metamorfosa berikutnya terjadi tahun 1995 berupa *'radio visual'*. Teknologi ini membuat radio mirip TV karena bisa menampilkan teks, foto, grafis dan video.

Pasca tahun 2010 metamorfosa radio di Indonesia berkembang ke fase 'aplikasi' di telepon pintar. Dampaknya, mobilitas radio semakin mengglobal dengan motto 'di manapun' dan 'kapanpun'. Metamorfosa yang mutakhir adalah fenomena *'Podcast'*. Yaitu konsep rekaman siaran khas radio yang bisa diakses secara *'on-demand'*. Saya yakin di masa depan radio akan terus bermetamorfosa, meski imajinasi saya belum mampu membayangkan wujudnya.

Fenomena konvergensi radio juga sudah dimanfaatkan *'Deutsche Welle Akademie International Centre for Media Development'*. Akademi radio publik Jerman yang berdiri tahun 1953 ini, menilai konvergensi radio merupakan misi melibatkan lebih banyak khalayak: *"Combining social media and local radio is also a chance to strengthen community participation, especially of marginalised groups"*.

Maka layaklah bila radio beretorika membanggakan diri sebagai produk peradaban komunikasi dan informasi yang prospektif, awet muda dan tetap relevan, meski umurnya sudah 124 tahun sejak Guglielmo Marconi mematenkan transmisi radio di tahun 1896.

Masih dalam konteks jagad radio, pada bulan April 2020, Syaeful Badar profesional radio Maritim Cirebon, menyapa saya lewat teks aplikasi WhatsApp. Setelah kami saling bertukar kabar, Ia mengirim gambar empat sampul makalah keradioan tentang produksi siaran dan jurnalistik radio. Yang mengejutkan saya, ini semua makalah lama yang disusun tahun 1990-an. Judulnya 'Karakteristik radio siaran', 'Berita dan berita lokal di radio', 'Kebijakan dan prosedur pemberitaan di radio', dan 'Menulis berita di radio'. Seluruh makalah ini berisi panduan pelatihan untuk para profesional radio siaran. Penulisnya Ari. R Maricar (almarhum) dan saya sendiri, yang di masa itu bersama Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) kerap mengajar di lokakarya keradioan.

Yang lebih mengejutkan, Syaeful Badar menggagas wacana ingin merangkum dan menerbitkan seluruh makalah tadi menjadi buku referensi. Ia bercita-cita memperkaya referensi radio siaran khas Indonesia yang jumlahnya masih minim. Rencana menjadi lebih benderang ketika di bulan Oktober 2020 ia mengirim desain sampul buku berjudul "Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran". Di sampul itu tercetak keterangan, Penulis: Errol Jonathans dan Ari R Maricar, serta Syaeful Badar, dan Desain: Hasnan Syam Basary.

Saya sangat menaruh hormat pada ide Badar ini. Pertama, ia masih menyimpan semua makalah itu sebagai harta karun profesinya. Kedua, ia menilai isi makalah ini masih relevan untuk operasional radio di era digital. Ketiga, ia mengolah kembali semua makalah tersebut menjadi referensi kekinian yang berorientasi pada format jurnalisme untuk radio.

Merujuk judul "Rahasia Sukses Jurnalistik Radio Siaran", saya membayangkan pembaca buku ini pasti penasaran, mengapa radio yang berjurnalistik cenderung sukses? Apa formula rahasia jurnalisme radio? Untuk memahami harta karun jurnalisme radio, beberapa

pertanyaan berikut dapat mengurai seluk beluknya. 1) Mengapa radio harus berjurnalistik, 2) Apa saja rahasia keunggulan jurnalisme radio, dan 3) Apa parameter sukses jurnalisme radio.

Tidak mudah menjawab tiga pertanyaan ini. Menjelaskan hanya sebatas teori tentu tidak memuaskan. Harus ada bukti implementasinya. Maka lebih kredibel bila saya menjelaskan jurnalisme radio berdasarkan pengalaman pribadi. Khususnya 37 tahun pengalaman saya berjurnalisme di Radio Suara Surabaya (Radio SS), yang sejak berdiri di tahun 1983 sudah berformat jurnalisme radio. Radio SS juga dikenal memelopori Jurnalisme warga (*Citizen Journalism*) di tahun 1994, yang menjadi unggulan sampai sekarang.

Pengalaman saya lainnya saat mengawal Radio SS mengorvegensi jurnalistiknya ke dalam internet (www.suarasurabaya.net) tahun 1999, dan berlanjut ke media sosial di tahun 2013. Yang pasti, kiprah jurnalistik Radio SS seluruhnya berbasis pada makalah yang saya tulis tahun 1990 itu.

1. Mengapa radio harus berjurnalistik?

Tradisi jurnalisme radio di Indonesia selama ini didominasi Radio Republik Indonesia (RRI). Radio swasta praktis tidak piawai berjurnalisme. Karena sejak radio swasta bersiaran di tahun 1970, rezim Orde Baru (Orba) melarangnya berberita dan berjurnalisme. Hak berberita hanya untuk RRI yang kala itu menjadi corong kepentingan pemerintah Orba. Akibatnya radio swasta lebih banyak menggarap materi hiburan ketimbang pemberitaan. Radio swasta baru bebas berberita dan berjurnalistik setelah Gerakan Reformasi tahun 1998 menumbangkan rezim Orba. Di mata publik, citra dan kompetensi jurnalistik radio swasta praktis lebih rendah dibandingkan media cetak dan TV.

Realitas inilah yang tidak bisa diterima oleh pendiri dan pelaksana Radio SS. Idealisme kami meyakini, apapun status radionya (Publik, Swasta atau Komunitas), seharusnya tetap memproduksi siaran jurnalistik. Sebab radio termasuk rumpun media massa sesuai opini David Sarnoff di tahun 1915. Sebagai media massa, berarti radio wajib mengusung 'trilogi peran'. Yaitu a) Menginformasikan, b) Mengedukasi dan c) Menghibur. Ketiga peran ini idealnya dijalankan melalui kemas jurnalisme sebagai keniscayaan radio.

Alasan ini pula yang mendorong Radio SS konsisten memilih jurnalisme radio sejak tahun 1983, khususnya jurnalisme lokal

Surabaya. Pada masa Orba jurnalisme Radio SS dijalankan dengan sangat hati-hati dan penuh siasat. Jangan sampai kami membentur larangan dan aturan pemerintah Orba. Radio SS terpaksa mengamuflose produk jurnalismenya dengan terminologi 'informasi'.

Kalaupun ada radio yang tidak ingin seluruh jam siarannya didominasi produk jurnalistik, maka konsep '*programming*' idealnya tetap menyediakan ruang dan waktu untuk siaran jurnalisme. Ingat, radio swasta adalah media massa yang wajib memberikan informasi kepada khalayak.

Pilihan jurnalisme radio juga beragam. Ada Berita (*News*), Wawancara, Reportase, Features, Talkshow, atau Majalah Udara (*Air Magazine*). Yang terbaru Jurnalisme Warga (*Citizen Journalism*) yang menawarkan konsep 'interaktif', dan memberi peluang khalayak berperan sebagai jurnalis (*Citizen Journalist*). Jurnalisme warga berkembang pesat pasca seluler memasyarakat di tahun 90-an. Potensinya sangat ampuh menguatkan interaksi dan partisipasi masyarakat.

2. Rahasia dibalik jurnalisme radio

Selanjutnya saya buka tabir rahasia keistimewaan jurnalisme radio. Narasi filosofinya adalah: "*Sebagai aset: jurnalisme radio merupakan harta. Sebagai komoditas: jurnalisme radio punya daya jual. Sebab jurnalisme radio pintu masuk yang berujung pada keuntungan (profit) dan kemanfaatan (benefit)*". Patut digaris bawahi, 'keuntungan' dan 'kemanfaatan' adalah rahasia utama jurnalisme radio. Radio yang berjurnalisme diyakini memberi manfaat lebih besar dibandingkan radio yang hanya fokus menghibur. Bahkan sudah terbukti, pendapatan iklan radio yang berjurnalisme sering lebih besar dibandingkan radio hiburan.

Dalam konteks siaran, jurnalisme radio juga dianggap lebih berbobot. Kastanya lebih tinggi dibandingkan radio melulu hiburan. Alasannya, a)Jurnalisme radio mampu membentuk opini publik. b) Siaran lebih berwibawa. c)Kompetensi Sumber Daya Manusianya lebih multi dimensi. d)Khalayak menjadi lebih informatif. e)Potensial menjadi lahan periklanan. f)Jurnalisme memampukan radio membentuk ikatan dengan khalayak untuk solusi problem sosial.

Keistimewaan jurnalisme radio terdeteksi dari persyaratannya yang ketat dan terukur. Karena obligasi jurnalisme radio hanyalah kebenaran faktual, sehingga jurnalisme radio menuntut disiplin

verifikasi setiap informasi yang diterima. Standarnya mengacu pada *'News value'* dan *'News judgement'*. Informasi yang bersifat imajiner dan prasangka dipastikan bukan karya jurnalistik.

Untuk itu jurnalisme radio selalu menggunakan rumusan $A+B+C=C$ (*Accuracy+Balance+Clarity=Credibility*). Termasuk hukum klasik 5W+1H (*Who, What, When, Where, Why + How*), yang selalu dipakai saat peliputan dan memproduksi karya jurnalistik. Sebab itulah jurnalisme radio sangat diandalkan menapis informasi *'Hoax'* dan *'Fakenews'* sebagai verifikator.

Esensi jurnalisme radio adalah mengabdikan pada khalayak, bersikap independen dan non partisan. Supaya produk jurnalisme radio dinilai akuntabel, radio memerlukan struktur dan hirarki kerja organisasi yang mengatur kewenangan, serta memperjelas pertanggungjawabannya. Pekerja radio juga wajib menguasai aturan *'firewall'*. Artinya jurnalisme radio ranah absolut tentang independensi dan kejujuran yang tidak boleh diintervensi oleh apapun dan siapapun, bahkan oleh iklan.

3. Parameter sukses siaran jurnalisme radio

Setelah memahami kepentingan radio berjurnalisme dan mengungkap rahasia hebat jurnalisme radio, akhirnya radio dan khalayak butuh indikator yang kredibel berupa parameter kesuksesan siaran jurnalisme. Ilmu manajemen menyebutnya sebagai KPI (*Key Performance Indicator*).

Menurut ahli komunikasi Carla Mazzoleni dan Lucia Venini, jurnalisme radio dinyatakan berhasil bila mempunyai kedekatan relasi fisik dan emosional dengan khalayak. Atau dalam istilah Mark Kassof, ilmuwan The University of Minnesota, radio memiliki *'personal psychological benefit'*. Meski secara alamiah radio jurnalistik mengungguli radio hiburan, dia tidak bermakna ketika gagal menciptakan kedekatan emosional. Penyiar radio Casey Kasem menegaskan: *"Anytime in radio that you can reach somebody on an emotional level, you're really connecting"*. Untuk itu jurnalisme radio harus mampu menjadi solusi kepentingan khalayak. Ingat, substansi jurnalisme adalah humanisme.

Fakta relasi emosional dengan khalayak sudah dibuktikan Radio SS melalui jurnalisme radio dan jurnalisme warga. Radio SS tidak sekedar menjadi media massa, tetapi berperan sebagai saluran solusi publik yang kongkrit. Contohnya, Radio SS mampu menggerakkan

warga untuk membantu masyarakat yang kehilangan anggota keluarga. Juga membantu warga menggagalkan pencurian mobil dan sepeda motor. Atau membantu warga yang membutuhkan donor darah. Jurnalisme Radio SS mampu membangun 'kekerabatan sosial' melalui siaran dalam banyak hal, khususnya di masa *pandemic* Covid-19.

Siaran jurnalistik Radio SS juga menjembatani komunikasi masyarakat dengan pemerintah daerah. Keluhan masyarakat tentang kinerja pemerintah dapat diselesaikan melalui siaran. Pemerintah daerah, instansi layanan publik dan keamanan, juga sering memanfaatkan siaran jurnalisme Radio SS untuk menyelesaikan kebijakan, diseminasi informasi, serta menindaklanjuti keluhan masyarakat.

Kesimpulannya, substansi parameter keberhasilan siaran jurnalistik radio adalah bila radio mendapatkan '*Trust*' dan '*Impact*'. Faktor kepercayaan dan dampak positif adalah parameter paling efektif mengukur jurnalisme radio.

Maka ketika jurnalisme sudah menjadi keniscayaan bagi radio, apa lagi yang harus radio lakukan di era '*Society 4.0* dan '*5.0*'. Anjurannya, radio selalu sigap beradaptasi dengan produk '*Information Communication and Technology (ICT)*'. Fokusnya adaptif dengan teknologi konvergensi, '*radio visual*' dan '*digital broadcasting*'. Para profesional radio juga wajib berparadigma multi kompetensi. Jangan lupa kenali pergeseran konsumen media ke segmentasi Milenial, Gen-Z dan generasi setelahnya. Ingatlah juga, di '*Zaman Now*' publik lebih membutuhkan jurnalisme radio sebagai solusi. Bukan sekadar media.

Yang juga wajib dicermati, konvergensi radio dan '*radio visual*', tujuannya bukan untuk menafikan dan meruntuhkan pamor radio. Tetapi sebagai upaya menarik khalayak untuk tetap mendengarkan siaran radio yang suaranya tidak tergantikan. Konvergensi dan visualisasi radio adalah strategi untuk memberi nilai tambah siaran radio, dan mengeliminasi kelemahan radio dari sisi non-auditif.

Saya sangat yakin: "*Selama manusia bertelinga dan pendengarannya sehat, radio adalah teman sejatinya*". Maka ketika suara radio potensial mem '*by pass*' logika pendengar, hadirkanlah radio dan teknologi yang

manusiawi. Sama persis dengan karakter budaya Teknologi 5.0, alias teknologi yang humanis, yang menguatkan relasi antar manusia melalui mesin. (*)

Daftar Isi

Ucapan Terima Kasih	iii
Pengantar Redaksi	v
Jurnalisme Amunisi Kredibilitas Radio Sepanjang Masa	vii
Daftar Isi	xv

Karakteristik RADIO SIARAN dan Implikasinya pada PRODUKSI SIARAN

Karakteristik radio siaran dan implikasinya pada produksi siaran Ari. R. Maricar)*	2
Fakta-fakta : keunggulan radio	3
Radio bagi individu	10
Radio bagi masyarakat:	11
Fakta-fakta : kelemahan radio	13
Karakteristik Radio Dan Produksi Siaran	14
Implikasi karakteristik radio siaran bagi penyelenggaraan siaran	15

KEBIJAKAN DAN PROSEDUR PEMBERITAAN DI RADIO

<i>News Policy and Procedure in Radio</i>	19
Kebijakan dan prosedur pemberitaan di radio (<i>News policy and procedure in radio</i>) Ari R. Maricar	20
01. Komunikasi Radio Siaran : dari empirik ke teori	22
02. Jurnalisme radio	25
03. Kebijakan pemberitaan di radio	26
04. Prosedur pemberitaan di radio	37
05. Tolak ukur pemberitaan	41

MENULIS BERITA DI RADIO

ERROL JONATHANS	45
------------------------------	----

Errol Jonathans

Kedudukan programmer radio suara surabaya Instruktur produksi siaran pp-prssni penulis musik & keradioan surabaya post46

I.Radio dan penulisannya48

II. Berita radio dan penulisannya53

III.Bahasa indonesia dan jurnalisme radio64

IV.Pernik-pernik naskah beritaradio75

Bertutur dalam BAHASA SIARAN di RADIO83

Bertutur dalam bahasa siaran di radio

ARI R. MARICAR)*84

Menulis sebelum bertutur84

Kualifikasi penulis naskah radio87

Bahasa Radio Siaran88

Ciri dan penentu bahasa siaran91

Ciri-Ciri Kreatif95

Olah kalimat97

Ekonomi kata99

Faktor kebahasaan penunjang efektifitas bertutur102

BERITA DAN BERITA LOKAL DI RADIO :

Sebuah Panduan

(NEWS AND LOCAL NEWS IN RADIO)105

BERITA DAN BERITA LOKAL DI RADIO : SEBUAH PANDUAN

Ari R. Maricar106

A.Radio Dan Berita106

B.Radio Dan Jurnalisme108

C.Berita Radio dan Etika Jurnalis109

D.Prosedur Operasional Pemberitaan Radio “Ari R. Maricar”114

MENGENAL JURNALISTIK RADIO SIARAN
(Panduan Praktis Dasar Dasar Jurnalistik Radio Siaran)

Oleh : SYAEFUL BADAR129

Kata pengantar130

Ulasan132

BAB I Radio Siaran Sebagai Media Massa133

A. Radio Siaran Medium Komunikasi Massa133

 1. Komunikasinya berlangsung satu arah134

 2. Komunikator atau sumber komunikasinya melembaga134

 3. Pesan Komunikasi Massa bersifat umum134

 4. Media atau alat Komunikasi Massa dipancarkan serempak134

 5. Khalayak atau massa bersifat heterogen135

B. Karakteristik Radio Siaran136

 1. Suara adalah roh Radio Siaran136

 2. Radio Siaran menggoda136

 3. Radio Siaran bersifat langsung136

 4. Radio Siaran AUDITIF137

BAB II Jurnalistik Radio Siaran138

A. Pengertian Jurnalistik138

B. Perbedaan Karya Jurnalistik Radio Siaran, Televisi140

C. Berita Di Radio Siaran140

D. Sumber-Sumber Berita143

E. Menulis Berita Untuk Radio Siaran143

F. Penting Untuk di Ingat146

G. Konsep *Re-Write* Atau Penulisan Ulang Naskah Radio Siaran Dari Media Cetak149

H. Teknik Peliputan Berita Atau Reportase Berita150

I. Wawancara151

BAB III Alur Jurnalistik Radio Siaran	153
A.Jurnalisme Radio Siaran	153
B.Sasaran Program Audio Siaran	153
C.Prosedur Operasional Pemberitaan Radio	153
D. <i>Standard Of Operation Procedure</i> (SOP) Bidang Pemberitaan	154
E.Announcer's Skill	155
F.Sebaiknya dicoba	156
Sumber / Referensi	157
BIODATA PENULIS	159

**Karakteristik
RADIO SIARAN
dan
Implikasinya pada
PRODUKSI SIARAN**

ARI R. MARICAR
Instruktur Diktat Manajemen Radio Siaran
Pengurus Pusat PRSSNI

Materi Program Pendidikan dan Latihan
Sumber Daya Manusia Radio Siaran

KARAKTERISTIK RADIO SIARAN DAN IMPLIKASINYA PADA PRODUKSI SIARAN

Ari. R. Maricar)*

Karakteristik radio sebagai medium komunikasi massa dapat dilihat dari berbagai sisi, antara lain:

- Sisi kekuatan atau kelebihanannya.
- Sisi kelemahan atau kekurangannya.

Kedua sisi ini harus mendapatkan perhatian dari para penyelenggara siaran.

Kelebihan atau kekuatan radio siaran harus dapat dijadikan pegangan dalam penataan dan penyajian siaran. Sementara kekurangan atau kelemahannya ditempatkan sebagai rambu, agar penataan dan penyajian siaran menjadi efektif.

Hari ini boleh jadi hampir tiap keluarga memiliki pesawat radio. Para pendengar radio menghabiskan paling sedikit 3 jam sehari untuk mendengarkannya.

Karena konsumen dapat dijangkau oleh radio di mana saja, di rumah, di luar rumah juga di mobil, maka masyarakat dapat memanfaatkan potensi radio secara terus menerus.

Radio di hari-hari terakhir ini – dan dapat dipastikan di masa mendatang – akan menyandang selektifitas dalam pengertian positif. Artinya, gaya program juga format siaran radio yang semakin beragam dan spesifik akan memungkinkan khalayak untuk dapat memilihnya lebih cermat. Kelak, tak ada lagi pendengar sisa (*audience carry over*), seperti bias dan luasnya karakter khalayak media lainnya.

FAKTA-FAKTA : KEUNGGULAN RADIO

Berikut adalah fakta menyangkut radio hari ini dan kemungkinannya di masa depan. Dari detailnya akan didapat nilai *representative* radio, yang kelak memunculkan nilai-nilai 'produktif' iklan radio, yakni : efektif dalam menjangkau khalayak, efisien di biaya.

1. Radio : yang pertama dan yang utama dalam menjangkau khalayak.

Belum ada media lain yang dapat membangunkan khalayak, kecuali : radio. Dan radio juga media satu-satunya yang mengantarkan mereka ke peraduan.

Keutamaan radio terletak pada kebesaran dan keluasan daya jangkauannya. Radio menjangkau konsumen lebih banyak dalam sehari atau seminggu, dibandingkan media lain.

2. Radio : unggul dalam menjaring konsumen primer.

Target kunci periklanan adalah khalayak yang berusia di antara 18 hingga 49 tahun, utamanya kaum wanita (baik ibu rumah tangga, atau pekerja), juga para pria profesional. Dalam keseharian, mereka lebih sering dan lebih lama mendengar radio ketimbang membaca koran atau menonton televisi.

3. Radio : media tercepat sebagai sumber berita.

Radio - yang berformat informasi/berita - menyajikan informasi lebih dini ketimbang media lain. Dan semakin hari menunjukkan diri sebagai sumber informasi bagi media lain.

4. Radio : media utama - dan masih satu-satunya - bagi khalayak bermobil.

Radio di mobil semakin berdayaguna, apalagi setelah radio siaran memanfaatkan posisi frekuensi FM dengan kuasai teknik stereo. Dengan sarana itu radio menjadi total medium. 4 persen dari total pengendara mobil kini memanfaatkan radio sebagai teman di perjalanan.

5. Radio : media tercepat dan fleksibel.

Iklan dapat disajikan lewat radio secara lebih cepat dan serentak. Bentuk sajian pesannya fleksibel, dapat diupayakan sedemikian rupa sehingga aspek produksinya relatif tak harus menunda penyiarannya, atau dibatasi oleh *dead-line* yang kaku sebagaimana di media lain.

6. Radio : menggoda (*intrusive*).

Radio selalu bersifat 'menggoda'. Lewat suara sang penyiar,

lewat bunyi yang diudarkan, juga lewat musik yang disuguhkan. Ia menggoda nurani pendengarnya hingga tertarik akan pesan yang tersirat dan tersurat.

Yang tergoda oleh radio bisa meliputi usia berapa saja, dan dari kalangan mana saja. Latar pendidikan mereka beragam, demikian juga profesinya.

Kini, dengan semakin meningkatnya latar belakang intelektualitas pendengar dan penyelenggara siaran, maka pesan sepanjang 20 hingga 60 detik saja sudah dapat menggoda minat.

7. Radio suara manusianya meyakinkan (*convincing*).

Yang paling membedakan dalam penyajian acara siaran di radio adalah suara manusia, dalam hal ini penyiarinya. Ia tampil akrab, terkadang mengharukan, marah, pilu atau mengajak tertawa pendengarnya. Dengan suara-suara seperti itu sebuah peristiwa akan dapat disajikan lebih hidup. Informasi akan semakin jelas, menarik dan mudah diserap bila dituturkan dengan infleksi, lagu dan tekanan pada penuturannya.

Vitalitas radio sesungguhnya terletak pada daya tarik ragam suara awak siarannya, juga ragam kosakata dan ungkapan lokalnya. Nilai kepribadian radio yang manusiawi terletak di sini.

Berbeda dengan sekedar bunyi, suara manusia terasa lebih meyakinkan. Alat komunikasi utama manusia itu merupakan modal utama radio. Jika pesan di media cetak bisa di hitamputihkan atau diberi warna, dan jika di layar kaca ditambah gerakannya, maka radio bekerja dengan citra dan imaji pendengarnya.

Di balik itu setiap pesan lewat radio disajikan dengan rasa : intim. Para konsumen yang prospektif bisa seperti diajak berdiskusi, berbincang atau bercengkrama lewat radio.

8. Radio : suara lebih cepat dicerna.

Rentetan kata yang terucap lewat radio akan masuk lewat indera dengar manusia, lalu dihubungkan dengan sistem memori yang ada padanya.

Otak manusia berkemampuan mencerna pesan yang didengarnya 22% lebih cepat ketimbang yang visual.

Radio siaran sebagai medium auditif ternyata menyandang karakteristik yang amat mendukung masa depannya. Robert McLeish, penulis buku *The Technique of Radio Production - A Manual for Broadcasters* (Focal Press, 1989), mencatat beberapa keunggulan itu.

1. Radio : *theater of mind* - mencipta imajinasi.

Meski media radio dikenal sebagai media yang buta, tapi nyatanya dapat merangsang imajinasi pendengarnya manakala ia mendengar suara lalu mevisualisasikannya. Ketika mendengar tuturan atau musik seorang pendengar radio dapat mengkreasikan kembali apa yang ada di dengarnya. Dasarnya, di benak pendengar berkembang konsep, teater, yang mampu memberi makna terhadap apa yang didengar sebagaimana mereka terkehendaki.

Pemberian makna seperti itu terjadi disertai emosi, baik rasa sedih - ketika mendengar wawancara dengan seseorang ibu korban kecelakaan di suatu pertambangan-, atau sukaria -ketika mendengar *disc jockey* yang mengakrabinya dengan musik- musik pilihan.

Tak seperti televisi yang gambarnya terbatas selebar gelas kacanya, maka citra atau imajinasi pada radio bisa diperluas sekehendak pendengarnya. Perang akbar membutuhkan banyak kamera dan kerumitan penggambaran di televisi. Namun bagi radio cukup diwakili riuh rendah suara manusia dan suara satu dua orang yang saling menyerang, bunyi denting senjata atau rentetan tembakan hingga gelegar alat perang lainnya.

2. Radio : media langsung.

Radio telah dikenal sebagai medium yang sangat mempribadi. Fakta atau pernyataan dapat langsung diudarkan tanpa harus ditulis ulang atau direka-reka lagi. Fakta bisa diwakili suara yang terekam di tempat kejadian, atau laporan pandangan mata (direkam atau langsung). Sementara pernyataan narasumber tak akan pernah berubah makna, karena diudarkan sebagaimana aslinya, pada siaran '*live*', lewat telepon atau rekaman.

Lagian cukup banyak program radio disajikan secara segar dan langsung. *Fresh from the oven*.

Bentuk sajian yang langsung seperti itu menjadikan radio lebih akrab ketimbang media lain. Seorang awak radio dengan

serta merta bisa menyapa pendengarnya, menyapanya, berbisik, bertutur atau mengobrol dengan mereka. Sementara media lain masih harus mengolah segala sesuatu yang akan disajikannya, dan di saat siap disuguhkan cenderung kepada sekelompok orang sekaligus, maka radio merupakan medium yang dinikmati oleh audiensnya satu per satu, dan selalu bersifat kini.

3. Radio : media tercepat.

Secara teknik penyajian produk siaran media radio sangat praktis. Radio juga dikenal sebagai medium yang fleksibel. Kedua hal ini sering menjadikannya sebagai medium terbaik untuk penyajian secara *live*.

4. Radio : tak mengenal batas geografis.

Radio dapat didengar di mana saja. Di daerah tanpa listrik, dengan bantuan baterai radio tetap dapat didengar. Semakin sederhananya pesawat penerima radio menjadikannya tak tertandingi untuk menjangkau wilayah-wilayah yang seringkali menjadi '*blank-spot*' bagi media lain.

5. Radio: kesederhanaan parameter kualitas.

Banyak faktor yang benar-benar mengikat media lain, seperti televisi dan media cetak, sebelum disuguhkan kehadiran khalayaknya. Tanpa mengecilkan standar kualitas produksi radio, parameter atau tolakukur keberhasilan *programming* radio siaran tidak serumit media-media itu.

Dalam hal terjadi hal-hal yang bersifat *urgent* radio dengan serta merta dapat mengganti programnya pada saat itu juga.

6. Radio : medium murah.

Murah bagi radio memang relatif di angka. Namun di banding dengan media lain, modal dan biaya operasionalnya pasti lebih rendah. Radio merupakan komoditas yang tak dapat ditimbun, sehingga tak akan bernilai untuk diperdagangkan sebagaimana produk pada umumnya.

Dengan peran serta pendengarnya, radio bisa menjadi medium komunikasi dua arah. Dengan konteks seperti ini radio menjadi semakin murah. Ukuran murah ini memang semakin nampak manakala dilihat dari sisi pendengar.

7. Radio : kesementaraan alami (*transient nature*).

Radio memiliki sifat jenak (*ephemeral*). Lewat model sajian mengulang (biasa dilakukan oleh radio berformat berita), pendengar radio yang tertinggal akan suatu informasi dapat mendengarkan pengulangannya.

Jadi, radio tak mengharuskan khalayaknya siap (dan berkonsentrasi) ketika berkehendak untuk menangkap informasi. Bukan seperti media cetak yang – kalau kurang jelas – dapat diulang membacanya. Radio punya idiom ‘warta berita tak dapat diulang’.

Menghadapi kendala ini, awak radio harus menyajikan informasinya secara jelas dan gamblang, dalam tempo yang tepat dan dengan bahasa yang lugas dan sederhana, agar mudah diserap dan dimengerti.

8. Radio : melatarbelakangi kehidupan.

Radio dapat dinikmati sembari apa saja, tidak seperti media cetak atau audio-visual. Ketika pendengar melakukan aktivitasnya, siaran radio tetap dapat menemaninya. Mendengar radio – pendek kata – dapat diinterupsi begitu saja. Lain halnya dengan menonton televisi yang menuntut perhatian tersendiri. Lebih dari itu media audio-visual ini lebih bersifat menyuapi (*spoon reading*).

9. Radio selektif.

Selektifitas radio lebih banyak berada di beban pundak awak siarnya, sementara di media cetak hal memilih ini dapat dilakukan oleh pembacanya. Si pembaca bisa saja hanya memilih informasi tertentu untuk dibacanya. Pendengar radio tak dapat begitu saja memilih apa yang disukainya dari suatu stasiun. Perkecualiannya, jika ia memindah frekuensi atau sabar menantikan acara berikutnya.

10. Radio : tanpa ruang sisa.

Media cetak masih memiliki ruang-ruang yang berisi kolom-kolom tertentu yang dihindari pembacanya. Detail kolom yang tak menarik itu hampir-hampir tak terbaca. Tetapi siaran kata di radio melewati tahap selesai tertentu yang tidak memungkinkan diturkannya detail demi detail seperti di koran atau majalah.

Satu uraian di radio senantiasa hanya memuat satu topik. Paparannya hanya yang langsung terkait dengan topiknya, dan disusun dalam pola yang lugas, sederhana dan logis. Media cetak memerlukan *headline* atau foto besar yang menghabiskan ruang

atau kolom. Katakan saja itu untuk '*attention getter*'. Radio cukup melakukannya dengan '*ear catcher*' yang memakan waktu sama untuk tiap topik atau *head-line*. Dengan pola tuturan inflektif minat perhatian audiens dapat digugah.

Perubahan harga saham, lahirnya bintang pop atau bubarnya rezim politik di salah satu bagian dunia akan dapat diuraikan dengan durasi yang sama di radio. Di media cetak terdapat perbedaan yang mencolok akan luas kolom untuk masing-masing topik itu. Agaknya di radio tak ada ruang (baca: waktu) yang sia-sia. Asal saja siarannya benar-benar menempatkan kaidah siaran kata secara benar.

11. Radio : berkepribadian manusiawi.

Yang paling menonjol dalam dunia radio adalah suara manusia. Penuh keakraban, terkadang mengharukan, marah, pilu atau mentertawakan. Dengan suara-suara seperti itu sebuah peristiwa akan disajikan lebih hidup. Informasi akan semakin kuat diserap dan diingat bila disajikan secara inflektif, dengan penekanan suara di sana-sini.

Vitalitas radio sesungguhnya terletak pada ragam suara awak siarnya juga ragam kosakata atau ungkapan lokalnya. Nilai kepribadian radio yang manusiawi terletak di sini.

12. Radio : mendidik.

Radio menyajikan gagasan dunia. Fakta demi fakta yang disajikan oleh radio secara ilusratif dengan wahana suara dan bunyi merupakan bagian dari upaya radio untuk mendidik pendengarnya. Informasinya radio adalah perkembangan dunia.

Khas, bila radio unggul sebagai wahana apresiasi musik dan pendidikan kebahasaan.

13. Radio : musikal.

Dari *Beethoven* sampai ke Top-40, dari kidung anak-anak hingga ke jazz yang rumit, dari opera hingga *live show* musik rock yang hingar-bingar, semuanya terkuasai oleh radio. Semuanya menghibur, menciptakan kesantiaian, nostalgia.

14. Radio : bisa mengejutkan.

Tak seperti memutar rekaman atau membaca, emosi kita bergerak lamban. Tapi paduan musik dan suara penyiar di radio menggerakkan emosi pendengar selaras dengan tempo (*pace*)

penyajianya. Radio sesekali dapat menghadirkan *surprise* lewat tuturan yang 'baru dan akurat', fantastis atau spektakuler.

Robert McLeish akhirnya juga memaparkan karakteristik medium radio dengan dua titik pandang : radio bagi individu pendengarnya, dan di sisi lain radio bagi masyarakat pendengar.

RADIO BAGI INDIVIDU:

1. Mengatasi problema yang dihadapinya : kebutuhan akan teman, hiburan dan suasana santai. Kecemasan, kesendirian atau kesepian akan dapat teratasi ketika mendengar radio.
2. Mengatasi persoalan pribadi, bagi yang memanfaatkan radio sebagai sumber informasi dan media kepenasihatian. Radio dapat menempatkan diri sebagai *informatory* bagi semua orang, namun tak tertutup kemungkinan memberikan nasihat pada pribadi pendengarnya.
3. Meluaskan wawasan individu. Radio bekerja sebagai pemberi pengalaman baru bagi pendengarnya. Pengungkapan topik, peristiwa dan tokoh-tokoh yang baru oleh radio dapat menciptakan rangsangan kreatif, yang pada akhirnya melahirkan aktivitas yang baru pula. Dengan pendekatan seperti itu radio seolah memenuhi kebutuhan individu akan pendidikan informal.
4. Menumbuhkan kesadaran pribadi, rasa aman dan dukungan. Radio dapat menghubungkan seseorang dengan individu lain yang setara, dengan para pemimpinnya juga dengan para ahli dan pakarnya.
5. Menggiring pada kebiasaan hidup bermasyarakat, meletakkan standar kelayakan hidup, peran serta dalam bermasyarakat, aturan hidup bermasyarakat juga menciptakan identitas lingkungannya.
6. Membantu individu untuk saling berkomunikasi. Penyajian suatu topik yang menarik oleh radio akan mengundang perbincangan di antara mereka sendiri. 'dengar nggak? Kemarin malam radio antah berantah menyiarkan wawancara dengan *man of the year?*'.
7. Melatih individu untuk cermat memilih. Menetapkan sesuatu atau bertindak sesuatu di tengah kehidupan yang demokratis ini dapat digiring oleh radio. Tentu dengan penyajian informasi yang *gambling*, tak berpihak dan tak berbias.

RADIO BAGI MASYARAKAT:

1. Memberikan alternatif pilihan, dengan mempercepat dan memperbanyak informasi yang langsung berhubungan dengan masyarakat pendengarnya.
2. Menyajikan informasi menyangkut produk atau jasa pelayanan dalam arti seluasnya.
3. Bertindak sebagai penghubung antara pihak keamanan dan penguasa (baca: pemerintah). Dalam hal-hal tertentu radio bisa saja menjadi picu aksi sosial.
4. Mengembangkan sikap objektif akan keputusan politik, sekaligus menumbuhkan sikap aktif dalam memilih ketetapan politis. Radio bisa saja jadi ajang debat sosial dan politik (kalau dibolehkan), dengan mengetengahkan *issue* yang berkembang. Pada akhirnya memberikan gambaran yang benar terhadap pilihan masyarakat.
5. Menyumbangkan pengembangan nilai-nilai artistik pada produk kesenian, nilai-nilai intelektual dan nilai-nilai kebudayaan, dengan memberikan kesempatan bagi tokoh-tokohnya untuk menyampaikan gagasan-gagasan baru ke arah kemapanan seni, intelektual dan kebudayaan.
6. Penyebar gagasan. Agak radikal kalau menyatakan bahwa radio bisa menanamkan faham atau kepercayaan baru di tengah masyarakat pendengarnya. Tapi hal ini bukan tidak mungkin. Mengkampanyekan adanya perubahan nilai dan keragaman yang ada bisa menjadi penguatan atas tumbuhnya nilai-nilai baru, yang berbeda dengan nilai tradisional. Kondisi-kondisi seperti ini akan dapat mengarahkan kehendak masyarakat lewat penyebaran situasi *status quo* atas suatu permasalahan.
7. Sebagai corong antara individu dengan masyarakatnya. Dengan begitu radio bisa menjadi wahana penumbuh sikap kebersamaan antar anggota masyarakat.

Radio agaknya akan tetap 'sakti mandraguna'. Ketika jaman bergulir dari era agraris ke industri lalu secara cepat menerobos informasi radio tetap berada pada posisi yang dekat dengan publiknya. Agak ekstrim kalau mengatakan : justru sekarang di jaman globalisasi, sekedar berkirim salam antar pendengar dan penyiar dari waktu ke waktu. Radio harus berani menempatkan diri di jajaran terdepan di barisan media di era informasi.

Dua karakter media radio yang diungkapkan oleh John Hasling dalam *Fundamentals of Radio Broadcasting*, rasanya akan meyakinkan awak radio untuk lebih akseleratif.

1. Radio : kontemporer.

Dalam banyak hal media penyiaran yang satu ini kontemporer. Ia senantiasa berada di garis depan untuk menyajikan gaya demi gaya dan juga *up to date* yang muncul di tengah masyarakat dunia. Karena radio dalam ukuran kesegaraan (*immediacy*) selalu berkemungkinan menjadi informator pertama.

Berita-berita panas selalu muncul pertamakali lewat radio. Sang penyiar cukup membuka *microphone* lalu meluncurlah peristiwa demi peristiwa dunia. Dengan alasan ini radio akan tetap *up-to-date*. Konsep '*current*' yang diterapkan oleh radio dalam menyajikan musik dan berita akan meneguhkan radio sebagai *informatory* sosial, komersial dan intelektual yang kontemporer.

Tak salah kalau masyarakat lalu menempatkan radio sebagai media bagi mereka yang meminati kehidupan modern dan berhasrat untuk memasuki kehidupan sosial garda depan (*avant garde*).

2. Radio : kreatifitas.

Bagi awak radio ukuran kreatif terasa sebagai rutinitas belaka. Tapi bagi anggota masyarakat - yang bisa dicomot di jalanan - awak radio adalah kreator. Undang 10 orang yang tengah lewat studio, suruh mereka untuk 'mengoceh' di depan *microphone*. Tak terbayangkan apa yang mereka sajikan. Bisa karena biasa bukan satu-satunya modal awak radio. Tuturan yang imajinatif dan gagasan yang selalu baru adalah kuncinya.

Tak usah dibandingkan dengan media lain, sebab dalam ukuran efisiensi untuk menjangkau khalayak yang sama radio tetap unggul. Yang perlu menjadi tumpuan adalah upaya awak radio untuk mewujudkan dan menerapkan konsep '*oral interpretative reading*'. Di sini sesungguhnya letak kekuatan radio.

FAKTA-FAKTA : KELEMAHAN RADIO

1. Cuma suara

Manusia cenderung berkomunikasi dengan pendengaran dan penglihatan. Namun di radio cuma dilakukan lewat suara. Kendala ini harus dijawab oleh penyelenggara siaran untuk mengoptimalkan kata dan kalimat serta teknik penyuaaraan agar pendengar dapat menangkap setiap pesan yang dikomunikasikan.

2. Didengar selintas

Amat jarang orang mendengar radio seperti menyimak. Lazimnya mendengar cuma selintas. Karena itu menarik perhatian pendengar dari waktu ke waktu juga menjadi beban penyelenggara siaran.

3. Anti detail : kalau mendetail membosankan.

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa :

- Orang akan cepat bosan mendengar sesuatu dalam suara atau bunyi yang menurutnya monoton sepanjang 7 detik.
- Orang sulit mengingat kembali lebih 7 benda yang setara (misalnya merk-merk sabun mandi, merk-merk rokok, meskipun kenyataannya merk-merk itu puluhan).
- Sebuah kalimat yang dibisikkan dari orang ke satu ke orang lewat orang ke 2 dan orang ke 3 akan berubah struktur atau maknanya.

Dengan fakta umum seperti itu maka niscaya komunikasi di radio tak akan berhasil ketika telinga pendengar dijejali tuturan yang mendetail. Konsekuensinya jangan mengobrol hal-hal yang rinci ketika mengudarakan suatu pesan. Bila rincian itu tetap diperlukan penggalah beberapa tuturan dengan memberi jarak waktu antar tuturan secukupnya.

KARAKTERISTIK RADIO DAN PRODUKSI SIARAN

Pengertian radio sebagai medium komunikasi massa dapat juga disandarkan pada karakteristiknya, antara lain:

1. Ditujukan pada khalayak luas, heterogen, anonim dan tidak terpengaruh kondisi geografis atau sosial maupun kultural.

Dengan demikian radio bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat dan tidak menuntut tingkat intelektualitas tertentu. Sejalan dengan budaya komunikasi masyarakat Indonesia yang cenderung lisan, dengan cara mendengar, memungkinkan orang awam lebih suka mendengar radio ketimbang membaca. Konsekuensinya radio menyebarkan imajinasi yang berbeda-beda di benak pendengarnya. Sejatinya radio unggul dalam membangun imaji asal audiensnya.

2. Auditif, menjadikan pola penyajian berita atau informasinya sejalan :

- sangat cepat
- sekilas
- satu arah

Fleksibilitas pesawat penerima radio dan mobilitas audiensnya memaksa penata acara radio untuk semakin mengindahkan sifat auditif. Ingat : *radio is a portable friends.*

3. Kegiatan komunikasi di radio di jalankan secara :

- terencana
- terjadwal
- terorganisir

4. Menghibur

Betapapun radio harus tetap menghibur. Tak seorangpun berkehendak serius selama ia mendengar radio. Karena itu setiap kemasan tuturan atau program siaran mutlak menempatkan aspek hiburan ke dalamnya.

5. Bersifat komunikasi personal, meskipun berada pada rumpun media komunikasi massa.

Meski radio dapat menyebarkan pesan kepada khalayaknya secara massal, namun pendekatannya musti pribadi. Komunikasinya seolah suasana bertutur antar pribadi. Pendengar harus ditempatkan sebagai pribadi per pribadi bukan sebagai himpunan manusia.

IMPLIKASI KARAKTERISTIK RADIO SIARAN BAGI PENYELENGGARAAN SIARAN :

1. Memanfaatkan setiap suara dan bunyi yang dapat membangun imaji pendengarnya. Kata-kata dan *sound effect*nya musti akrab di telinga pendengar sehingga citranya cepat ditangkap.
2. Mengindahkan tata cara penulisan naskah berita / informasi khas radio. Kalau secara umum dikenal pola penulisan 5 W 1 H (*What, Who, Where, When, Why, How + Security*), maka untuk radio, sebagaimana digariskan oleh UPI (*United Press International*) *Broadcast Style Book*, Naskah radio musti memenuhi persyaratan 4-C :

- *correctness*, cermat, tepat makna dan cara penuturannya.

- *clarity*, jelas.

- *conciseness*, ringkas atau padat.

- *color*, memiliki gaya atau 'warna' tuturan yang khas.

Tentang *color* ini Charles Osgood dari CBS menggariskan sebagai upaya untuk menuturkan sesuatu dengan 'keberanian' mengungkapkan dengan cara baru yang mungkin tak lazim dan yang lebih penting gunakan 'kata hati' bukan sekedar kosakata. Kunci lain menurutnya : tuturan alami bukan bahasa tulis yang dibacakan, dan oleh vokal secara menarik, dan akhirnya : jangan lupa kalimat pemicu yang menggugah minat.

Contoh kalimat pemicu, misalnya :

- Saya punya sesuatu yang menarik yang akan saya ceritakan pada Anda.

- Anda pasti suka kisah yang satu ini.

- Mungkin Anda akan merasa benci, setelah mendengar peristiwa berikut ini.

Di sisi lain dituntut pula penggunaan bahasa yang akrab.

Dengan bahasa yang komunikatif maka dapat diciptakan komunikasi yang hangat dan terasa mempribadi.

3. Radio musti kreatif dalam mengemas dan menyajikan acaranya. Hal ini sejalan dengan keberadaannya yang serba bisa, baik menghibur, mendidik atau menjelaskan suatu permasalahan. Bahwa faktor hiburan ditempatkan sebagai yang utama mengharuskan awak radio untuk menyajikan apa saja secara menyenangkan. Konsep dasarnya dikenal dengan sebagai '*make every word smile*', tuturkanlah dengan

tersenyum.

Perkembangan lain yang mengharuskan awak radio untuk kreatif didasarkan juga pada kondisi sengitnya persaingan antar radio, utamanya di kota-kota besar, dan juga persaingan antar media.

4. Menetapkan kaidah dan tatacara produksi siaran secara manajerial.

RAB (*Radio Advertising Bureau*) lembaga penunjang industri periklanan radio di Amerika Serikat, mengajak para praktisi radio untuk lebih kreatif dan piawai dalam menyampaikan pesan lewat radio. Caranya :

1. Humor.

Gunakan dengan pintar agar setiap pesan terasa seperti disuguhkan di suasana rumah sehari-hari.

2. *Sounds and effects.*

Manfaatkan suara-suara alami dan *effects* untuk menggagas dan mewujudkan filosofi radio : *theatre of the mind.*

3. *Music and jingles.*

Ciptakan *jingle* yang selaras dengan format siaran. Pilih musik-musik sesuai dengan target khalayak. Lalu, atur penyiarannya untuk memapankan citra produk yang diiklankan, dan juga bagi kemapanan stasiun radio di depan pendengar. Lakukan secara konsisten.

4. *The human voice.*

Motivasikan pendengar, dan tarik minat pemasang iklan dengan suara-suara penyiar yang handal, informatif dan komunikatif.

Padukan keempat unsur itu dalam berbagai kemungkinan secara kreatif dan khas. Gali nilai-nilai unik yang menjadikan stasiun radio kita tampil beda.

ACUAN:

01. Howard Gough, *THE RADIO PROGRAMME*, Planning, Production & Presenting, AIBD, 1992.
02. Peter E. Mayeux, *WRITING FOR THE BROADCAST MEDIA*, Allyn and Beacon, 1985.
03. Ted White, Adrian J. Meppen & Steve Young, *BROADCAST NEWS WRITING, REPORTING & PRODUCTION*, Macmilan Publ. Coy., 1984.
04. John Hohenberg, *THE PROFESSIONAL JOURNALIST*, Holt, Reinhart and Wilson, 1983.
05. Irv. Broughton, *THE ART OF INTERVIEWING FOR TELEVISION, RADIO & FILM*, Tab Books, 1981.
06. Phillip O. Kerslead, *JOURNALIST NOTEBOOK OF LIVE RADIO - TV NEWS*, Tab Books, 1976.
07. John Hasling, *FUNDAMENTAL OF RADIO BROADCASTING*, McGraw-Hill, 1980.
08. Robert McLeish, *THE TECHNIQUE OF RADIO PRODUCTION*, a Manual For Broadcasters, Focal Press, 1989.

ARI R. MARICAR

- Instruktur Diklat Manajemen Radio Siaran PP. PRSSNI.
- Pimpinan Radio PANORAMA 102.3 FaMily, Tretes - Jatim.
- Pembina NSO, Program Pendidikan Profesi Penyiar Radio & MC.
- Wakil Ketua PD. PRSSNI Jawa Timur bidang Pendidikan dan Litbang.
- Direktur YASIARI, Yayasan Siaran Indonesia, bergerak di bidang Konsultan Manajemen Radio dan Pelatihan SDM Radio.
- Pengajar tamau ada STIKOM di Surabaya.

**KEBIJAKAN DAN PROSEDUR
PEMBERITAAN
DI RADIO**

News Policy and Procedure in Radio

ARI R.MARICAR
INSTRUKTUR DIKLAT MANAJEMEN RADIO SIARAN
- PP. PRSSNI

KEBIJAKAN DAN PROSEDUR PEMBERITAAN DI RADIO (*NEWS POLICY AND PROCEDURE IN RADIO*)

Ari R. Maricar

Prawacana.

Bisakah radio menempatkan diri dalam hakikat sebagai media tanpa praktik jurnalisme radio? Pertanyaan ini tak memerlukan jawaban lagi, bila radio sudah sampai pada kiprahnya sebagai medium komunikasi massa dalam pengertian yang sebenarnya, yakni beroperasi sebagai medium komunikasi informasi bagi masyarakatnya. Yang tetap menjadi pertanyaan : bagaimana praktik jurnalisme radio itu bisa dijalankan sesuai dengan kaidahnya.

Kaidah dalam jurnalisme secara makro merupakan aturan main yang telah membentuk tradisi komunikasi jurnalistik secara global. Pada skala mikronya jurnalisme bisa dipersempit bidangnya menjadi jurnalisme media cetak dan penyiaran. Secara khas jurnalisme radio memiliki pola panduan dan tatanan praktik tersendiri.

Ke arah praktik jurnalisme radio yang ideal maka persoalannya perlu disandarkan pada landasan kebijakannya. Selain itu, untuk memuluskan jalannya praktik mutlak juga dipahami prosedurnya.

Kebijakan dan prosedur pemberitaan di radio merupakan proses. Langkahnya meliputi berbagai faktor yang menentukan. Pada setiap faktor penentuannya terdapat landasan yang lebih bersifat falsafah. Selain itu terdapat juga wawasan atau pengetahuan yang terkait, hingga ke bentuk-bentuk langkah yang praktis.

Pada kerangka seperti itu, maka kebijakan dan prosedur pemberitaan di radio seyogyanya dimulai dengan pemahaman terhadap radio sebagai medium komunikasi massa. Pada upaya untuk mencermati radio sebagai praktik jurnalistik, maka perlu juga dipahami keberadaan radio sebagai komponen pers. Karenanya mutlak juga dicermati eksistensi pada sisitem pers sekaligus peran dan fungsinya.

Kebijakan pemberitaan di radio dilandaskan pula pada aspek yuridis formal. Untuk itu praktik jurnalisme radio tunduk pada tertib hukum yang berlaku. Hak dan kewajiban radio siaran dalam praktik jurnalistik hanya bisa dipahami lewat aspek legalitasnya.

Secara normatif, rumusan etika profesi layak ditempatkan sebagai pijakan. Dalam hal ini jurnalisme radio maka norma etika itu menyandang 2 wajah profesi sekaligus. Pertama terkait dengan etika siaran pada radio sebagai media massa auditif. Dan yang kedua berhubungan dengan etika profesi kewartawanan. Yang terakhir ini merupakan landasan pijak profesi jurnalis radio sebagai ujung tombak eksistensi radio sebagai media komunikasi massa.

Jurnalisme radio hanya bisa dijalankan bila memenuhi persyaratannya. Faktor penentu ini meliputi unsur sumber daya manusia dan pengorganisasiannya.

Ketika semua yang disebut di atas sudah menjadi landasan yang kokoh dan modal yang cukup, maka praktik jurnalisme baru bisa dimulai. Meski begitu harus dipahami juga langkah jurnalisme itu secara seksama. Dalam hal ini segala pernik yang terkait dengan penggalian, pengolahan dan penyajian berita dicermati sebagai langkah proses yang runtut.

Pilihan atas format siaran sangat menentukan isi dan model jurnalisme radio. Karena ragam kemasan jurnalisme radio cukup banyak, maka pilihannya pun musti cermat.

Pada tahap awalnya isi berita musti ditimbang dan ditentukan nilainya. Alatnya dikenal sebagai *News Value and News Judgment*. Adapun bila telah memenuhi kaidah itu barulah dilakukan langkah teknis produksinya. Itu biasa dimulai dengan penulisan (*writing*) atau penulisan ulang (*re-writing*). Aturan main berkenaan dengan tulis menulis yang diawali dengan '*lead*' yang menarik perhatian ini menjadi batu lompatan ke arah penyajian yang menarik minat pendengar.

Lalu, bagaimana kualitas penyajian berita di radio? Sandarannya dapat diletakkan pada keterampilan pelakunya – yang umumnya diasah lewat pendidikan khusus – dan pada akhirnya bisa pula didasarkan pada aspek pertanggungjawabannya isi dan penyajiannya : apakah telah ditampilkan pada takaran estetika sekaligus etikanya.

Jika pada saatnya nanti semua stasiun sudah memiliki Manual Kerja Bidang Pemberitaan atau *Standard of Operation Procedure for News Department* atau apapun namanya, maka bisa diyakini langkah-langkah radio menuju media komunikasi massa dalam arti yang sebenarnya akan tercapai. Insya Allah.

01. Komunikasi Radio Siaran : dari empirik ke teori.

Terdapat banyak kenyataan empirik bahwa komunikasi radio ternyata berhampiran dengan teori-teori komunikasi mutakhir, antara lain:

- a. William Stephenson: seseorang berkomunikasi hanya demi kesenangan. Teori ini sering disebut sebagai teori permainan, karena kegiatan komunikasi yang dilakukan mirip dengan sekedar permainan untuk kesenangan diri, bukan untuk menyelesaikan sesuatu dalam pekerjaan.
- a. William Stephenson : komunikasi berita mengarahkan khalayak agar lebih berpengetahuan, berpendidikan, dan memecahkan suatu masalah.
- b. Champbell : adanya perbedaan antara seseorang / kelompok orang dalam memanfaatkan media berdasarkan daya guna, fungsi dan kepuasan yang diberikan oleh media yang bersangkutan, sehingga menentukan seberapa jauh pesan media massa itu disosialisasikan pada orang per orang. Teori ini dikenal sebagai '*uses and gratification*' dalam sosialisasi pesan.
- c. Neil Weintarub: radio memberikan lebih banyak cara untuk menyadarkan seseorang agar bangkit dari perasaan yang sedih menjadi gembira, membuat orang cepat melewati hari-harinya, dan berkemampuan bercerita apa saja yang baru terjadi.
- d. Herta Herzog: seseorang mendengar radio karena 3 hal ; kompensasi atas kesaksian yang tak dapat dilakukannya sendiri, kerinduan atas nuansa isi siaran yang ditampilkan dan pelayanan atas pemecahan suatu masalah yang belum atau tidak diketahui sebelumnya.
- e. Becker: dengan teori '*agenda setting*' mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media atas suatu persoalan dengan penilaian yang diberikan oleh khalayaknya atas persoalan yang sama. Maksudnya : apa yang dianggap penting oleh media dianggap penting pula oleh masyarakat, apa yang dilupakan oleh media akan luput juga dari perhatian masyarakat. Kondisi ini mendudukan media berkemampuan mempengaruhi orang untuk menyusun agenda kehidupannya sehari-hari.

Pada pendekatan-pendekatan seperti di atas radio siaran telah membuktikan diri sebagai media yang dekat dengan khalayaknya.

Radio tak hanya menyenangkan, tapi juga mendidik. Isi siarannya tak jarang menjadi perbincangan masyarakat, sementara satu per satu pendengar radio dapat digerakkan emosinya oleh isi dan cara penyajian masing-masing stasiun radio dengan kekhasannya. Penataan acara siaran radio mampu pula 'menata kegiatan' masyarakat pendengarnya. Tambahan lagi radio cenderung murah untuk dinikmati, ada di mana-mana, artinya dimanapun kita berada kita dapat mendengarkan radio. Lebih dari itu cuma radio yang memiliki kekuatan mengembangkan imajinasi khalayaknya, karena radio merupakan '*theatre of mind*' bagi tiap pendengarnya.

Pada sisi lainnya radio secara terus menerus dituntut oleh khalayaknya untuk berkemampuan tinggi sebagai layaknya katalog perpustakaan. Ini sejalan dengan ciri radio yang selintas sehingga anti detail. Dengan memosisikan sebagai katalog maka hanya informasi yang terpenting dan mendasar yang disajikan kepada pendengarnya. Namun sesuai dengan hakikat katalog maka dari waktu ke waktu ada saja yang baru. Jadi radio musti mampu memberikan petunjuk mengenai kehidupan manusia dengan segala permasalahannya.

Tantangan ini memang bernuansa umum, tapi dengan kreatifitas '*programming*' bukan tak mungkin akan lahir radio katalog remaja, radio katalog dewasa, katalog ibu, maupun radio katalog buruh, misalnya.

Pada konteks ideal seperti itu maka radio sudah harus mengarahkan diri sebagai agen sosialisasi. Pada konteks pembangunan yang dewasa ini sedang dikembangkan di semua sektor, maka paling tidak terdapat dua perspektif yang bisa digarap oleh radio. Pertama, perspektif biologis dan yang ke dua perspektif perilaku. Terdapat signifikasi antara perkembangan biologis seseorang (baca : umur) dengan minat dan kemampuannya dalam menyerap informasi.

Sehingga akan terjadi semacam aliran pengembangan radio siaran yang berupaya untuk senantiasa menyelaraskan antara isi dan cara penyajian siaran informasinya. Alatnya bisa sekedar penataan arus pendengar (*audience flow*) dalam konsep '*block programming*' maupun penataan acara siaran secara khas yang dikenal sebagai konsep 'format'. Hanya saja arus pendengar dan format siaran pada konteks ini lebih diarahkan pada sajian siaran berita.

Langkah-langkah ke arah penetapan radio siaran sebagai agen sosialisasi seyogyanya dilakukan lewat acuan antropologi, psikologi dan sosiologi.

Pada kerangka antropologi dikembangkan konsep enkulturasi, yakni proses pengambilalihan dan penggunaan konsep dan nilai baru di luar kebudayaan seseorang lalu di internalisasikan sebagai budaya baru dalam kehidupan kesehariannya. Dalam hal ini radio dituntut untuk senantiasa tanggap terhadap dinamika gaya hidup manusia. Semakin banyak bahan dasar perkembangan gaya hidup ditemukan, maka semakin mudah bagi radio yang bersangkutan untuk mengembangkan diri sebagai agen enkulturasi. Bahan siaran itu biasanya terkait dengan 3 F : *Food, Fashion and Fun*.

Cuma yang musti diingat bahwa kebudayaan baru itu musti selaras dengan khalayaknya. Filternya dapat dikembalikan pada dasar hukum yang berlaku dan etika serta norma masyarakat yang masih berlaku.

Secara psikologis panduannya diletakkan kepada keberadaan manusia yang memiliki tiga unsur kejiwaan : id (naluriah, cenderung biologis), ego (rasional, daya nalar / daya pikir) dan superego (sosial, yang lebih berkadar moral dan perilaku kemasyarakatan). Program radio bisa mengembangkan ketiganya sekaligus. Berita yang berselera rendah akan menuntun pendengarnya berorientasi id.

Sementara acara yang bernuansa pendidikan akan mengarah pada sisi ego pendengarnya. Bukankah ideal bila radio mampu menyajikan siaran yang menyentuh aspek superego khalayaknya. Formula yang menentang ini harus dicari jalan keluarnya. Agar radio memiliki karakter barunya sebagai media superego, bukan sekedar ego apalagi id khalayaknya belaka.

Bicara radio sebagai agen sosial dengan acuan sosiologi berarti mewajibkan radio untuk mengenal lebih dalam dan menerapkan konsep strata kemasyarakatan dalam penentuan kebijaksanaan siarannya. Artinya teori segmentasi dan fregmentasi khalayak dipraktikkan sebagai landasan penataan isi dan tatacara siarannya. Dengan demikian suatu saat akan muncul pemahaman anggota masyarakat untuk meyakini siapa dirinya lewat seleksinya pada keragaman media yang ada. Konsekuensi logisnya radio akan menyajikan siaran dengan format yang beragam dan pendengar radio akan terkotak-kotak sesuai dengan minatnya. Karena stasiun radio tertentu tidak lagi berkemampuan melayani seluruh anggota masyarakat yang ada dalam jangkauannya.

Strategi ini semakin hari semakin disadari oleh pemegang kebijaksanaan siaran di banyak radio. Pada gilirannya secara sosial masyarakat pendengar akan diuntungkan, sementara masyarakat radio

musti menyesuaikan dulu dengan tingkat keragaman sosial ekonomi pendengarnya di masing-masing kawasan yang terjangkau.

02. JURNALISME RADIO

Jurnalisme Radio merupakan proses komunikasi massa lewat media radio siaran. Ini bermakna bahwa radio muskil tanpa berita, bukankah berita atau pesan merupakan obyek komunikasi massa ?

Pada praktiknya jurnalisme radio juga merupakan praktik jurnalisme yang baku. Karena itu kaidah yang berlaku bagi jurnalisme pada umumnya juga berlaku bagi radio. Aspeknya antara lain :

- Jujur.
- Jelas.
- Akurat.
- Objektif.
- Penyajian fakta didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan.
- Cakupan isinya luas : dari lokal regional, nasional hingga ke internasional.

Namun secara khusus radio juga memiliki atribut yang khas, yang karenanya akan berdampak pula pada tata cara dan pola penyajiannya. Atribut yang bersepadan dengan karakteristik itu antara lain :

- Radio : medium auditif, karenanya bahasa yang dipakai merupakan bahasa tutur.
- Radio : *theatre of mind*, sebab itu pilihan katanya musti tepat selaras dengan makna yang hendak dicapai, dan anti ganda makna atau ambigu.
- Radio : personal, komunikasi radio seperti bicara dengan teman bukan kepada teman.
- Radio : anti detil, sekali bertutur cukup satu topik dengan sedikit elemen pendukung. Pendengar terbatas kemampuannya untuk mengingat rincian yang bertele-tele.
- Radio : mengenal pengulangan guna mencapai kejelasan.
- Radio : medium yang mobil, karena itu tarik perhatian pendengar sedari awal lalu pertahankan perhatian mereka selama mungkin.
- Radio : segera dan cepat, karena itu radio dikenal sebagai bisnis dalam ukuran detik. Setiap detik memiliki makna yang bagi radio, lakukan

apa yang bisa sesegera mungkin dilakukan guna mencapai kepuasan pendengar sekaligus mengoptimalkan sifat kesegeraannya sebagai kekuatan radio.

- Radio : fleksibel, kreatifitasnya tanpa batas baku, bergantung kepada setiap awak siarnya yang selalu berpredikat : *'announcer is the captain of the station'*.
- Perpaduan karakteristik jurnalistik radio dengan upaya mengoptimalkan atribut radio sebagai kekuatan telah melahirkan banyak bukti radio unggul dalam berjurnalisme.

03. KEBIJAKAN PEMBERITAAN DI RADIO

A. Kebijakan Pemerintah

Secara yuridis-historis keberadaan radio siaran swasta ditata untuk pertama kalinya pada tahun 1970. Lewat Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah yang ditandatangani oleh Presiden Soeharto tanggal 17 Desember 1970 maka di Indonesia secara resmi dioperasikan radio siaran yang sepenuhnya dikelola oleh lembaga swasta.

PP Nomor 55 tahun 1970 itu pula yang memberikan fungsi kepada badan penyiaran radio swasta untuk melakukan siaran yang berorientasi pada berita dan informasi. Bab II pasal 2 ayat 1 PP itu menyebutkan Radio Siaran harus berfungsi sosial sebagai alat pendidikan, penerangan dan alat hiburan. Adalah menjadi logis bahwa sebagai alat penerangan radio harus mampu menyajikan siaran yang bersandar pada bentuk penyajian berita.

Selanjutnya BAB III Pasal 4 ayat 1 b menyatakan Bentuk Siaran Radio Siaran diatur dalam bidang penerangan yang meliputi masalah-masalah kebudayaan, kesenian, ekonomi, pembangunan, agama dan ilmu pengetahuan populer.

Penegasan lebih lanjut dituangkan dalam Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 39/Kep/MENPEN/1971, khususnya pada Pasal 2, masing-masing pada ayat :

- 1) Acara Siaran Penerangan ialah acara siaran yang bertujuan memberitahukan kepada masyarakat, bermacam-macam persoalan nasional dan internasional yang layak dan perlu diketahui, baik berupa fakta, laporan, analisa, ulasan, penjelasan, keterangan dalam berbagai bentuk.

- 2) Acara Siaran Kebudayaan ialah acara siaran yang bertujuan mempertinggi nilai-nilai memperkaya perbendaharaan kebudayaan Indonesia.
- 3) Acara Siaran Pendidikan ialah acara siaran untuk keperluan siaran pendidikan sekolah atau pendidikan masyarakat.
- 4) Acara Siaran Agama ialah acara siaran yang bertujuan meningkatkan kesadaran beragama khususnya, kehidupan rohaniah umumnya, sesuai dengan ajaran agama yang diakui oleh Pemerintah Indonesia.

Selanjutnya, meskipun berbagai peraturan berikutnya menegaskan adanya larangan menyajikan warta berita (sebagai padanan dari *newscast*, yang bermakna penyajian beberapa berita sekaligus dalam satu rangkaian, sebagaimana yang dilakukan RRI), namun pada galibnya radio siaran swasta tidak dilarang menyajikan berita.

Instruksi Dirjen RTF No. 01/INST/DIRJEN/RTF/1985 pada butir 2 b malah mengisyaratkan radio swasta untuk mempraktikkan jurnalisme radio secara spesifik. Bunyi aturannya : dalam hal membantu penyebarluasan penerangan Radio Siaran Non RRI dimungkinkan menyelenggarakan acara siaran yang bersifat penerangan dan informasi pembangunan dalam bentuk feature atau penerangan berkala (*news magazine*) dan tidak bertentangan dengan kebijaksanaan pemerintah.

B. Sistem Pers Indonesia

Sistem adalah suatu kesatuan yang tersusun atas komponen-komponen fungsional yang saling bergantung serta berhubungan satu sama lainnya dan masing-masing komponen itu juga berdiri dan berfungsi sendiri, guna mengubah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) demi tercapainya suatu tujuan menurut aturan yang ditentukan.

Sekarang mari kita cermati pengertian pers. Istilah Pers sebagai terjemahan dari bahasa Inggris '*press*' dapat mempunyai pengertian luas maupun sempit.

Dalam pengertian luas, pers mencakup semua media komunikasi massa, seperti koran, majalah, radio, televisi, dan film yang berfungsi memencarkan/menyebarkan informasi, berita, gagasan, pikiran, atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. maka, pada perkembangannya dikenal adanya istilah jurnalisme radio, jurnalisme televisi, jurnalisme pers.

Dalam pengertian sempit, pers hanya digolongkan produk-produk penerbitan yang melewati proses percetakan, seperti surat kabar harian, majalah mingguan, majalah tengah bulanan, dan sebagainya atau dikenal sebagai media cetak.

Ketika rujukan untuk menempatkan radio siaran sebagai komponen pers belum ditemukan, maka menjadi sedikit mengagetkan bila salah satu keputusan Dewan Pers ternyata menyentuh salah satu aktivitas jurnalisme radio. Keputusan Dewan Pers yang dimaksud adalah Nomor 79/XIV/1974 tentang Pedoman Pembinaan Idiil Pers.

Appendix II keputusan tersebut dengan jelas menggambarkan ilustrasi dan keterangan tentang proses terjadinya berita, yang di dalamnya termasuk pengertian berita dijelaskan : 'Yang dinamakan berita ialah peristiwa (*event*) yang sudah sampai kepada *audience* (pembaca surat kabar, pendengar siaran radio, pirsawan televisi).

Tentang proses perjalanan peristiwa sampai jadi berita, disebut dalam keputusan itu, melalui 8 tahap. Tahap-tahap itu menghubungkan antara *event* - *reporter* - *news value* - *fit to print* / *fit to broadcast*.

Dari dua pengertian yang terkandung dalam putusan itu sesungguhnya tak perlu dicari-cari lagi apakah radio siaran berada dalam rumpun pers atau tidak. Jika begitu maka sudah selayaknya masyarakat radio menyikapi kebebasan yang bertanggung jawab sebagaimana dimuat dalam Appendix I SK Dewan Pers Nomor 79/XIV/1979, yang tujuannya mengarahkan masyarakat pers untuk mengabdikan pada kepentingan nasional / umum / semesta. Pencapaiannya diarahkan pada keseimbangan sosiologis / ekologis, kestabilan dan otonom. Untuk itu para praktisi pers diharap berpartisipasi aktif - konstruktif, kreatif dengan gotong royong kesekawanan dan komunikasi dua arah. Yang paling penting adalah 10 sikap yang diarahkan, yang meliputi : jujur, objektif, bijaksana, lalu tepo seliro, tenggang menegang, sopan, susila, damai, rendah hati / terbuka dan membimbing / *support* / *control*.

Lagi, suatu bukti adanya benang merah antara masyarakat pers, masyarakat jurnalistik dan masyarakat radio swasta.

Pers merupakan subsistem dari sistem komunikasi. Sedangkan sistem komunikasi adalah sistem yang mempunyai fungsi komunikasi. Sistem komunikasi dapat dilihat sebagai bagian dari sistem yang lebih besar yaitu sistem masyarakat yang dilayaninya. Suatu sistem komunikasi sebenarnya terkandung (*inherent*) dalam setiap sistem masyarakat.

Pada umumnya orang melihat sistem itu dikaitkan dengan bentuk sistem sosialnya, dan selalu dihubungkan dengan sistem pemerintahan yang ada. Sistem pers memang tidak terlepas hubungannya dengan sistem sosial dan sistem politik dari suatu masyarakat atau bangsa, karena pers berhubungan dengan pemerintah dan masyarakat.

Pers sebagai subsistem komunikasi menduduki tempat khusus dalam masyarakat Indonesia, terutama mengingat peranannya yang efektif sebagai jembatan komunikasi timbal-balik antara pemerintah dan masyarakat, serta masyarakat dengan masyarakat sendiri.

Fungsi pers selain melakukan pemberitaan yang objektif kepada masyarakat juga berperan sebagai alat pendidik, alat kontrol sosial, dan alat penyalur serta pembentuk pendapat umum. Bahkan dapat berperan aktif dalam peningatan kesadaran politik rakyat dan dalam menegakkan disiplin.

Ini berarti bahwa pemerintah mengharapkan pers menjalankan fungsi ganda : sebagai saluran komunikasi pemerintah dan saluran komunikasi masyarakat.

Sebagai saluran yang hendak dipergunakan untuk menyalurkan komunikasi pemerintah kepada masyarakat, pers diharapkan untuk menyebarkan informasi mengenai tindakan dan kebijaksanaan pemerintah, membentuk pendapat umum yang sehat, serta menggairahkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam program-program nasional. Sebaliknya sebagai saluran arus-balik (*feedback*) yang diperlukan pemerintah, pers sekaligus diharapkan pula untuk mengetahui pendapat umum serta iklim sosial, melakukan fungsi kritik yang konstruktif terhadap tindakan-tindakan pemerintah dan aparatur negara, serta mencerminkan pemikiran-pemikiran yang berkembang di antara rakyat banyak.

Dilihat dari segi tugasnya, antara pers dan pemerintah memang terdapat perbedaan, tetapi di dalam sistem kehidupan nasional di Indonesia, khususnya dalam kerangka pembangunan nasional, mereka mempunyai tujuan yang sama, yaitu memperjuangkan terwujudnya masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Jadi, disini jelas bahwa pers Indonesia bukanlah pers yang netral, yang berdiri di luar garis perjuangan, akan tetapi pers yang memihak kepada kepentingan rakyat Indonesia. Demikian pula pers Indonesia mempunyai landasan yang sama, yakni Pancasila.

Mengenai hakikat, sifat, serta ciri pers Pancasila itu dapat dipahami dalam rumusan berikut :

- 1) Pers Nasional adalah pers Pancasila, dalam arti pers yang berorientasi sikap dan tingkah lakunya berdasarkan nilai-nilai pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- 2) Pers Pancasila adalah pers pembangunan dalam arti mengamalkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam membangun berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara termasuk pembangunan pers itu sendiri.
- 3) Hakikat pers Pancasila adalah pers yang sehat, yaitu pers yang bebas dan bertanggungjawab guna mengembangkan suasana saling percaya menuju masyarakat terbuka yang demokratis dengan mekanisme interaksi positif antara pers, pemerintah, dan masyarakat.

Istilah apapun yang dipakai : pers Indonesia, pers Pembangunan, pers nasional, ataupun pers Pancasila, semuanya tidak mengurangi hakikat dan orientasi pers Indonesia sebagai pers yang telah '*comitted*' untuk melestarikan dan memasyarakatkan Pancasila. Dan radio sebagai komponen pers berada di dalam tatanan Pers Pancasila.

C. Etika Organisasi Profesi

Etika seringkali diterjemahkan sebagai pertanggungjawaban kepada masyarakat. John Merrill dari Louisiana *University* menyatakan etika sebagai alat bantu utama para jurnalis untuk menetapkan kebenaran. Meski etika selalu dekat dengan hukum namun etika sesungguhnya merupakan moral pekerja pemberitaan. Ia tak lebih dari sensor diri. Secara primer etika menjadi tatanan yang personal, meskipun hukumnya bernuansa sosial. Kunci utama tatkala perbincangan soal etika dianggap selesai adalah pertanyaan: seberapa besar kontribusi jurnalis pada masyarakatnya. Itu saja.

C. 1. Histeris : etika profesi gaya Amerika.

Persoalan etika senantiasa berangkat dari masalah pengawasan. Karena etika dengan segala perangkatnya merupakan filter atau patokan agar tindakan tidak mengarah pada pelanggaran.

Dalam hal dunia siaran, *University of Nebraska* di Amerika Serikat telah melakukan serangkaian studi yang dibukukan ke dalam *Legal Problems in Broadcasting*. Telaah panjang itu memaparkan pagar-pagar yang tak

boleh dilanggar oleh praktisi siaran. Meski studi itu dilangsungkan di Amerika, bukan tak mungkin secara esensial bisa berlaku di mana saja.

Kebebasan berpendapat ditempatkan sebagai bagian utama. Pokok persoalannya terletak pada upaya agar '*defamacast*' (*defamation by broadcast*) atau penistaan lewat siaran dapat dihindari. Selengkapnya ada 12 hal yang diharapkan dijadikan pegangan awak radio diajukan oleh Toohey, Marks, Lutzker dalam karya mereka itu, antara lain :

Aspek kebebasan berpendapat (*freedom of expression*), meliputi :

1. Penistaan (*defamation*)
2. Hak-hak pribadi (*the right of privacy*)
3. Doktrin keadilan (*the fairness doctrine*)
4. Siaran-siaran politik (*political broadcasting*)
5. Manipulasi pemberitaan (*news staging*)
6. Kecabulan (*obscenity*)
7. Tindak kekerasan (*violence*)

Aspek bisnis dalam tata acara siaran (*business aspects of programming*), meliputi :

1. Hak cipta (*copyright*)
2. Kompetisi tak adil (*unfair competition*)
3. Undian (*lotteries*)
4. Pajak Pendapatan (*income taxation*)
5. Penggunaan pengeluaran keuangan dan bentuk-bentuk ganti rugi (*the use of release and other station indemnification*)

Masyarakat praktisi radio di Amerika tergabung dalam NAB (*National Association of Broadcasters*). Lembaga ini pula yang menata sistem pengawasan siaran radio secara internasional. Di masa kebangkitan radio siaran, tepatnya di tahun 1929, NAB sudah merumuskan kode etik siaran. Dari waktu ke waktu NAB *Radio Code* itu disempurnakan. Seperti halnya kode etik yang lain, penyempurnaannya tak pernah melepas esensinya.

Kode etik Radio rumusan NAB diawali dengan pernyataan : Radio itu unik dalam kemampuannya sebagai (media) yang pertama dalam meraih khalayak terbesar untuk sajian laporan dari peristiwa mutakhir. Dalam keunggulan kompetisi (antar media) ini, maka menjadi yang pertama bukan merupakan hak dari radio siaran. Namun, untuk

mencapainya perlu dirumuskan standar-standar atas pengertian-pengertian :

- Sumber berita (*news sources*)
- Pelaporan berita (*news reporting*)
- Komentar dan analisa (*commentary and analyses*)
- Editorial (*editorializing*)
- Cakupan berita dan peristiwa kemasyarakatan (*news coverage and public events*)
- Penempatan iklan (*placement of advertising*)

Keenam hal itulah yang merupakan landasan pokok bagi para awak radio di Amerika dalam berpraktik pemberitaan.

Selain itu, para pimpinan bagian pemberitaan di radio dan televisi di Amerika Serikat juga menetapkan apa yang dikenal sebagai Kode Etik Siaran Berita atau *Code of Broadcast News and Ethics*. Ditetapkan pertama kali di 2 Januari 1966 oleh *Radio and Television News Directors Association* (RTNDA).

Para anggota RTNDA menetapkan adanya 11 pasal kode etik :

1. Keberadaan jurnalis siaran
2. Penyajian pemberitaan
3. Seleksi berita
4. Hak-hak asasi manusia
5. Profesionalisme
6. Berita yang diminati masyarakat
7. Tanggung jawab jurnalis pada masyarakat
8. Peliputan di pengadilan
9. Penghindaran terhadap perlakuan yang menyinggung hak pribadi
10. Menyangkut perlindungan terhadap sumber berita
11. Keterikatan anggota RTNDA terhadap kode etik yang dirumuskan.

C.2. Etika profesi jurnalis dan awak radio Indonesia.

Kode Etik Jurnalistik Indonesia merupakan produk para wartawan kita. Pertama kali dicetuskan di Malang dalam sebuah konferensi PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) di tengah kancah revolusi.

Meskipun telah mengalami beberapa kali perubahan, namun

esensinya tetap sama. Secara singkat dan khas Kode Etik pekerja jurnalistik di negeri ini memuat 7 pasal saja :

1. Kepribadian wartawan Indonesia
2. Pertanggungjawaban
3. Cara pemberitaan dan menyatakan pendapat
4. Pelanggaran hak jawab
5. Sumber berita
6. Kekuatan Kode Etik
7. Pengawasan penataan Kode Etik.

PWI yang sudah beranggotakan wartawan angkasawan RRI telah membuka pintu lebar-lebar bagi praktisi jurnalisme radio swasta. Kelanjutannya tentu saja layak dimulai dengan pemahaman peran dan fungsi di antara para praktisi jurnalisme itu sendiri, baik di media cetak maupun di media elektronika. Dari identifikasi itu bukannya tak mungkin Kode Etik Jurnalistik PWI itu menjadi bagian dari etika siaran radio swasta, khususnya dalam konteks pemberitaan.

Masyarakat radio siaran swasta sesungguhnya sudah memiliki etika sendiri, meskipun masih tergolong barang baru. Kode etik Radio Swasta Siaran Nasional itu baru dirumuskan pada Musyawarah Nasional VI PRSSNI tahun 1989. Itupun bukannya tanpa kendala. Sebab perangkat etika yang bersifat organisasional yakni Dewan Pengawas Kode Etik baru saja dibentuk. Lembaga ini kelak berfungsi sebagai penindak penyelesaian atas pengadilan yang diterima dari radio siaran swasta.

D. Kebijakan Internal

D.1 Langkah 1 : Filosofi Pemberitaan

Kebijakan internal yang dimaksud merupakan ketetapan suatu lembaga radio siaran untuk penyelenggaraan siaran pemberitaan. Bila stasiun radio sudah menggariskan perlunya siaran pemberitaan maka seyogyanya ditetapkan filosofinya dalam menempatkan berita sebagai bagian dari siarannya.

Berikut adalah beberapa contoh filosofi pemberitaan di radio :

- Cita-cita kami : ketika orang berpikir tentang berita, mereka mengingat stasiun kami.
- Kebijakan pemberitaan kami : menyajikan berita secara cermat/ akurat tanpa bias, jelas serta penuh pertimbangan dalam penyajian

fakta.

- Kami sadar, dalam jurnalisme melekat sifat pertanggungjawaban. Menjadi kebijaksanaan kami untuk memelihara kecermatan/akurasi dan objektivitas dalam menghimpun informasi, serta menyajikan berita dengan cara dan sikap yang sejujurnya.
- *Credo news-room* kami : lebih baik tampil benar, ketimbang tampil sebagai penyaji pertama.
- Berita di stasiun kami akan selalu dipisahkan dari pertimbangan-pertimbangan kepentingan penjualan dan promosi.
- Stasiun kami berjuang untuk menampilkan lokalisme dalam peliputan berita. Lantaran kami berada di kota XYZ guna melayani masyarakat kota XYZ.
- Berita lokal di stasiun kami akan *balance* dengan berita nasional dan internasional.

D.2. Langkah II : Organisasi dan Personalia Pemberitaan

Organisasi di sini tak harus diartikan sebagai suatu struktur yang rumit melainkan penataan tugas-tugas jurnalistik. Betatapun radio siaran merupakan organisasi usaha dengan skala yang kecil, rentang kendali dan jenjang yang pendek, dan pada umumnya didukung oleh jumlah personalia yang tidak terlampau banyak, rata-rata antara 12 hingga 20 orang.

Yang penting untuk ditetapkan lebih dahulu pejabat yang mengendalikannya. Dalam terminologi radio ia disebut sebagai *News Director* atau dalam bahasa kita biasa disebut sebagai Kepala Bagian Pemberitaan.

Kualifikasi seorang Kepala Bagian Pemberitaan ditentukan oleh :

- Falsafah dirinya dalam mengartikan berita, baik secara umum maupun dalam menjalankan profesinya.
- Pengetahuannya di bidang jurnalisme.
- Pelatihan yang diikutinya.
- Pengalaman pribadi dalam hal jurnalisme.

Secara praktis dia musti penulis yang produktif yang juga berkemampuan tinggi dalam mengolah kata untuk melahirkan karya yang mengembangkan '*theatre of mind*' para pendengarnya. Selain itu ia musti reporter yang aktif, penutur yang baik, penuh inisiatif dan mampu

menjadi penggerak utama baik secara mandiri (*selfstarter*) maupun dalam *team-work*. Dia mampu menyusun persiapan yang terbaik, lalu mengatasi setiap problema yang muncul dalam melahirkan karya jurnalistik radio, dan yang penting lagi mampu mempertanggungjawabkan karyanya baik secara internal kepada perusahaan dia mengabdikan dan juga kepada masyarakat / pihak-pihak yang terkait.

Tanggung jawab seorang Kepala Bagian Pemberitaan, sebagaimana diuraikan oleh Jay Hoffer dalam '*Who does What and How should It be Done in today's radio Station*', meliputi :

1. Pemahaman atas Kebijakan dan Prosedur Siaran
2. Penataan waktu dan penjadwalan (*timing and scheduling*) siaran berita secara tepat dan efektif
3. Penetapan pola acuan nilai berita dan pertimbangan kelayakan berita (*news value and news judgement*)
4. Penetapan kebijakan menyangkut sumber-sumber berita
5. Penetapan pola kerja jurnalistik, baik pengolahan berita di studio sendiri (*news-room*) maupun penggalan berita di lapangan (*field reporting*).
6. Penguasaan terhadap tatacara penyajian berita :
 - Pengolahan kata dan struktur kalimat
 - Penyiaran (*announcing*), di dalamnya termasuk '*pronunciation and enunciation*', kejelasan penuturan menyangkut aspek cara menuturkan suatu kata secara benar, dan kejelasan perbedaan pada kata-kata yang sama penulisannya namun berbeda penyuarannya sehingga masing-masing memiliki arti yang berbeda.
 - Pemaduan sisipan suara narasumber / nuansa (*audio taped insertion*).

D.3. Langkah III : Penetapan Manual Kerja Pemberitaan

Manual kerja termaksud antara lain meliputi :

1. Manual menyangkut kehadiran / presensi.
2. Manual penjadwalan tugas / *shifting*, sekaligus menyangkut pos kerja ('*beat*')nya.
3. Manual urusan pengadaan sarana dan keuangan.
4. Manual pertemuan redaksi dan komunikasi antar personalia.
5. Manual pengetikan naskah berita.

6. Manual dokumentasi pemberitaan.
7. Manual analisa pemberitaan *periodic*.

Semuanya dirumuskan dalam pedoman kerja bidang pemberitaan, sehingga setiap unsur pelaksana bidang memahami apa yang harus dilakukan dan bagaimana prosedurnya secara manajerial dan organisasional. Bila hal ini telah terumuskan seorang pekerja hanya memikirkan bagaimana mendapatkan, mengolah dan menyajikan berita dengan aktivitas dan kreatifitas yang tinggi.

Sebagai pedoman kebijakan yang bersifat menyeluruh maka sebuah Manual Kerja atau bisa disebut sebagai SOP (*Standard of Operation Procedure*) Bidang Pemberitaan akan berisi :

1. Filosofi Radio
2. Filosofi Tata Acara (*Radio Programming*)
3. Filosofi Pemberitaan
4. Konsiderasi Legal :
 - Landasan Hukum
 - Peraturan
5. Kode Etik
6. Kebijakan Umum Perusahaan
7. Kebijakan Umum Pemberitaan
8. Pedoman Operasional : - Reporting : - *News-getting* : - *Interview*
 - *Vox Pop*
 - *'Beating'*
 - *Telephone beeper*
 - *Outboard Broadcast*
 - *Newsroom* : - *writing*
 - *re-writing*
 - *timing/scheduling*
 - *editing*
 - *Production* : - *recording studio operation*
 - *editing*
 - *announcing*
 - *timing/scheduling*
 - *quality control*

- *on air studio operation*

9. Standar Evaluasi, meliputi aspek :

- Isi pemberitaan
- Kualitas kebahasaan
- Penyajian dan gaya
- Produksi
- Kerjasama tim
- Inisiatif, untuk hal-hal yang baru
- Sumbangsih pada manajemen menyangkut sumber daya.

04. PROSEDUR PEMBERITAAN DI RADIO

Berbagai studi media akhirnya menunjukkan adanya 2 isu sentral menyangkut pemberitaan :

1. Pertanyaan menyangkut dampak atas isi pemberitaan. Dalam hal ini dipertanyakan apakah penyajian suatu berita dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang atas suatu kondisi atau fenomena, atau apakah suatu berita itu bisa merubah sikap dan perilaku seseorang.
2. Pertanyaan apakah berita itu sudah melewati tahap seleksi dan dikemas memenuhi standar.

Pada praktik jurnalisme radio kedua pertanyaan itu bisa dijawab dengan langkah-langkah :

A. Pemahaman atas siapa dan apa kedudukan khalayak pendengar

Khalayak pendengar radio musti dipahami sebagai tumpuan utama filosofi komunikasi informasi. Khalayak sebagai komunikan merupakan komponen subyek komunikasi yang sekaligus merupakan target obyek. Karena itu pemahaman terhadap siapa pendengar radio tertentu menjadi mutlak.

Dalam kaitan pengenalan khalayak ini masyarakat radio memilahnya dalam kategori :

- Demografi (jenis kelamin, usia, pekerjaan dan seterusnya).
- Geografi (perkotaan, pedesaan, pesisir dan sejenisnya).
- Psikografi (status sosial ekonominya, biasa diukur dengan besarnya belanja per bulan, juga menyangkut minat dan perhatiannya terhadap hal-hal tertentu, seperti berlibur dan lain-lain).

B. Penetapan format siaran yang selaras

Format siaran merupakan penataan acara siaran radio sebagai satu kesatuan. Kesatuan itu ditentukan oleh paduan elemen-elemen:

- Musik
- Isi siaran
- Gaya siaran

Faktor yang menentukan selain pangsa pendengar (*audience share*) yang belum jenuh juga tersedianya bahan siaran yang memadai.

C. Penetapan Isi Siaran Pemberitaan

Tidak semua berita atau informasi yang masuk ke radio akan disiarkan. Karena radio secara strategis dan taktis akan mengarahkan siarannya pada khalayak dengan karakter yang spesifik.

Karena itu secara internal setiap stasiun radio layaknya menetapkan kebijakan menyangkut isi siaran pemberitaannya. Pertimbangan menyangkut isi siaran yang akan ditetapkan didasarkan pada :

- Format siaran, sebagai konsep siaran yang bermuara pada siapa target pendengarnya
- Program siaran sebagai penjabaran dari format
- Ketersediaan sumber berita
- Sumber daya pendukung pada stasiun radio yang bersangkutan

D. Pemilihan pola sajian jurnalisme radio yang tepat

Karena jurnalisme bisa beragam bentuk penyajiannya, maka setiap stasiun radio bisa menentukan pola mana yang akan dipakainya. Dalam hal berita bisa disajikan dalam 2 kemasan :

- *Spot news*, berita lepasan, sekali tutur satu topik.
- *Newscast*, berita rangkaian, sekali tutur beberapa topik.

Bila dikehendaki berita atau informasi bisa disajikan dalam bentuk wawancara, obrolan, diskusi, *feature*, uraian, majalah udara, dokumentaria atau bentuk alternatif lainnya.

Keselarasan pemilihan pola sajian ini harus disandarkan pada efektifitas komunikasinya dan di sisi lain efisien dalam pembiayaan.

E. Penetapan kelayakan berita

Kelayakan berita untuk disiarkan disaring lewat pertimbangan

dan nilai berita (*news judgment and news value*).

Pertimbangan berita terkait dengan kemampuan untuk mengenali dan menetapkan penting tidaknya sebuah berita untuk disiarkan.

Elemen pertimbangan berita : 3 I,

- *Impact*, dampaknya pada pendengar
- *Interest*, apakah diminati oleh khalayak
- *Information*, apakah memiliki nilai informasi yang berguna bagi pendengar.

Adapun nilai berita merupakan kadar kelayakan penyiaran suatu berita yang didasarkan pada daya tarik atas unsur-unsur :

- Tepat waktu, sekarang atau baru
- Kedekatan permasalahan dengan khalayak
- *Prominence*, hal keunggulan utamanya personalitas yang populer
 - Peristiwa luar biasa
 - Berkadar minat insani
 - Konflik
 - Pembangunan
 - Tanggung jawab sosial
 - Integrasi nasional
 - Pendidikan

F. Penerapan kaidah penggalan, pengolahan dan penyajian berita dalam konteks jurnalisme radio

F.I. Penggalan berita, menuntut pemahaman :

1. Sumber Berita, meliputi :

1.a. Primer :

- Reporter
- Kantor Berita

1.b. Reguler :

- Media Cetak
- Media Elektronik
- Konferensi Pers
- Pihak yang berwenang / Otoritas
- *Phone Tips*

- *Network / Syndication*
 - Saksi Mata
2. Menjalinkan hubungan dengan narasumber sebagai sumber berita, upayakan '*hot line*', miliki '*track record*' mereka.
 3. Teknik menggali / menghimpun berita :
 - Pengamatan
 - Dokumentasi
 - Wawancara
 - *Radio Walk*

F.II Pengolahan berita, memerlukan kemampuan :

1. Penguasaan terhadap prinsip menulis untuk radio :
 - Berita di radio bukan dibaca, sajikan dengan bahasa tutur
 - Berita di radio bersifat segera
 - Berita di radio disajikan '*antar pribadi*', dari seseorang ke orang lain, bukan sebagai ceramah atau pidato, informal, bicaralah dengan teman bukan kepada teman
 - Berita di radio didengar cuma sekali, selintas
 - Berita di radio cuma suara, pilih kata atau kalimat yang mudah dipahami, manfaatkan elemen suara secara optimal.
2. ABC bagi jurnalisme profesional :
 - *Accuracy*, tingkat kecermatan, akurasi isi dan penyebutan
 - *Balance*, keseimbangan isi, perimbangan hak dan kesempatan bagi dua pihak yang diberitakan berseteru
 - *Clarity*, kejelasan, mudah dipahami oleh khalayak.

Jika formula ABC ini telah dilaksanakan maka akan dicapai C yang kedua, yakni *Credibility*, kredibilitas atau kepercayaan pendengar terhadap stasiun radio yang bersangkutan. Karena kredibilitas merupakan asset termahal dalam jurnalisme maka rumusan ABC = C mutlak menjadi pegangan para pekerja pemberitaan.
3. Kaidah piramida terbalik

F.III Penyajian Berita, mengharuskan penguasaan :

1. Teknik *Announcing*.

2. Teknik *Mixing*.

Ingat mayoritas radio dioperasikan dengan cara 'Combo Operating', siaran sendirian, tanpa operator, jadi penyaji berita musti bisa memadukan antara berita dengan elemen siaran lainnya secara harmonis.

3. Penjangkaran (*anchoring*).

4. Ada kalanya berita sudah terekam, jadi seorang penyaji berita harus pula mampu mengantarkan berita dengan menjangkarnya secara baik dan benar.

G. Pengawasan editorial, yang terdiri atas pengawasan :

- Sumber berita, selaraskah dengan topik
- Sumber daya manusia (terkait dengan manajemen personalia) meliputi aspek kualifikasi siapa menulis apa
- Isi berita, sesuaikan dengan format siaran penulisan, dengan mencermati aspek :
- Teknik penulisan radio (struktur berita piramida terbalik)
- Lead yang menyentak perhatian

H. Sistem biro, yakni pembagian tugas jurnalistik berdasarkan bidang-bidang pemberitaan yang dikelompokkan berdasarkan kebutuhan. Misalnya :

- Penerapan strategi '*beat reporting*', yakni menempatkan jurnalis pada pos-pos sumber informasi, seperti Balai Kota, Kepolisian, Rumah Sakit dan lain-lain.
- Penerapan konsep 'jabrik', penanggung jawab rubrik, hingga pada akhirnya pemberitaan ekonomi akan ditangani oleh jurnalis tertentu, demikian juga untuk pemerintahan, pendidikan, pengadilan dan seterusnya.

Langkah ini bisa dikatakan sebagai langkah ideal. Namun sejak dini seyogyanya disiapkan.

05. TOLAK UKUR PEMBERITAAN

Tolak ukur mutu pemberitaan pada prinsipnya baru bisa dilakukan ketika berita itu sudah sampai ke telinga pendengar. Meski begitu, karena pemberitaan di radio merupakan proses panjang, maka faktor penentunya bisa dimulai dari hulu sampai ke hilir, maksudnya dari saat direncanakan hingga sampai ke ketika disiarkan oleh sang penyiar.

Konsep kualitas itu pada akhirnya cuma bisa ditakar mutunya dengan acuan kiat produksi siarannya. Semakin tertib dan lengkap saringan kualitas dalam kiat produksi pemberitaannya maka kualitas pemberitaannya akan cenderung meningkat.

Tolak ukur pemberitaan itu antara lain :

A. Keterampilan

Keterampilan bagi jurnalis radio sebagai awak siar menurut menurut Michael C. Keith terdiri atas :

- Pengoperasian peralatan, baik yang berhubungan dengan tugas jurnalistik maupun tugas siaran pada umumnya.
- Penyuaaran dalam pengertian '*voicing*' yang sesuai dengan kaidah '*announcing*' atau kepenyiaran.
- *Audio mixing*, yang terkait dengan pemaduan bunyi dan suara pada tahap produksi.
- Editing, mencakup pemilihan bahan sampai ke penyuntingan.
- Menyimak, dalam hal ini berhubungan dengan kecermatan mendengar, baik isi maupun kualitas bunyinya.
- Menulis naskah siaran, termasuk di dalamnya adalah kemampuan mengetik sampai mengoperasikan komputer.
- Mengorganisasikan pekerjaan, yakni keterampilan yang memungkinkan seseorang untuk menata arus pekerjaan menjadi lancar. Ini diperlukan karena bukan tidak mungkin sebuah karya jurnalistik radio digarap oleh beberapa orang, dengan demikian pada setiap tahapnya diperlukan penanganan secara organisasional.

B. Kualitas

Faktor penentuan kualitas kerja jurnalistik radio bertumpu pada:

- Kreativitas, contoh konkritnya : pemilihan narasumber, penentuan '*angle*' berita, '*lead*' sampai pada pemilihan '*sound bite*' atau '*music bed*'.
- Hubungan antar insani, baik dengan narasumber maupun antar awak siar.
- Kesabaran dan ketelatenan, dengan tetap mengingat *deadline* !
- Energi dan antusiasme.
- Dedikasi terhadap pekerjaan dan stasiun di mana bekerja.
- Pengetahuan yang memadai, baik menyangkut keradioan secara

umum maupun jurnalisme radio secara khusus. Dalam hal mengembangkan acuan '*frame of reference and field of experience*' maka seorang jurnalis radio mutlak memiliki wawasan yang luas.

- Rendah hati (*humility*), ini persoalan nurani dalam melawan ego.

C. Tanggung Jawab

Pertanggungjawaban karya jurnalistik radio bisa diruntut pada tahapan-tahapan :

- Penulisan, apakah sudah sesuai dengan kaidah yang digariskan, baik menyangkut pilihan kata struktur maupun gayanya hingga ke tanda baca radio.
- Penyiaran, apakah teknik penyajiannya selaras dengan tuntutan naskah.
- *Mixing*, apakah pemuaduan dengan elemen siaran lainnya harmonis.
- Pengorganisasian, apakah tiap pihak / bidang yang terkait sudah dilibatkan secara optimal.
- Pengawasan kualitas sebagai tahap akhir, dalam hal ini yang diukur penyajiannya secara menyeluruh ketika diudarakan.

Jika paduan dari keterampilan, kualitas dan tanggung jawab tadi bisa tersaring sejak dini, maka tak ada alasan lagi bila berita yang disajikan radio itu menjadi tidak menarik.

REFERENSI :

01. Paul De Maesener, HERE'S THE NEWS, AIBDS, n.a.
02. Ted White, Adrian J. Mepper and Steve Young, BROADCAST NEWS WRITING, REPORTING AND PRODUCTION, Macmillan Publishing Company 1984.
03. Oliver Boyd-Barret, THE INTERNATIONAL NEWS AGENCIES, Sage Publication, 1980.
04. Michael C. Keith, RADIO PRODUCTION : ART & SCIENCE, FP, 1990.
05. Donald H. Kirkley, STATION POLICY AND PROCEDURES : A GUIDE FOR RADIO, NAB, 1989.
06. Jay Hoffer, WHO DOES WHAT, AND SHOULD IT BE DONE IN TODAY'S RADIO STATION, TAB, n.a.

07. F. Rachmadi, PERBANDINGAN SISTEM PERS, Gramedia, 1990.
08. Albert L. Hester and Waai Dan J. To, HANDBOOK OF THIRD WORLD JOURNALIST, The University of Georgia, 1987.
09. Alo Liliweri, MEMAHAMI PERAN KOMUNIKASI MASSA DALAM MASYARAKAT, CAB., 1991.
10. Ari R. Maricar, KOMUNIKASI RADIO SIARAN, paper, 1994.
11. Lewis O'Donnell, Philip Benoit and Carls Hausman, MODERN RADIO PRODUCTION, Wadsworth Publishing Coy, 1993.
12. The Missouri Group, NEWS REPORTING & WRITING, St. Martin Press, 1992.
13. Robert Mc Leish, THE TECHNIQUE OF RADIO PRODUCTION : A MANUAL FOR BROADCASTERS, Focal Press, 1986.
14. Ari R. Maricar, KAPITA SELEKTA ETIKA RADIO SIARAN, paper 1993.

Ari R. Maricar,

- Instruktur Manajemen Radio Siaran, pada PP. PRSSNI
- Wakil Ketua PD. PRSSNI Jawa Timur bidang Pendidikan dan Litbang.
- Pimpinan Radio PANORAMA 102.3 FaMily, Tretes - Jatim.
- Pembina YABIDKINDO, Yayasan Bina Daya Komunikasi Indonesia, untuk program pendidikan profesi penyiar NSO di Surabaya.
- Pimpinan YASIARI, Yayasan Siaran Indonesia, bergerak di bidang pelatihan SDM radio siaran dan konsultan manajemen radio.

**MENULIS
BERITA
DI RADIO**

ERROL JONATHANS

ERROL JONATHANS

KEDUDUKAN *PROGRAMMER RADIO SUARA SURABAYA* *INSTRUKTUR PRODUKSI SIARAN PP-PRSSNI* *PENULIS MUSIK & KERADIOAN SURABAYA POST*

LATAR BELAKANG PROFESI

- 1977-86 : WARTAWAN HARIAN 'POS KOTA' JAKARTA
- 1982-86 : KETUA SEKSI FILM & TEATER PWI CABANG JATIM
- 1985 : LULUS AKADEMI WARTAWAN SURABAYA
- 1988 : STUDI BANDING 'MEKANISME PEMBERITAAN DI RADIO' DI RADIO WOUB-FM, OHIO UNIVERSITY, ATHENS OHIO USA
- 1989-91 : REDAKTUR MUSIK 'SURABAYA POST MINGGU'
- 1990 : DIKLAT INSTRUKTUR PRODUKSI SIARAN PP-PRSSNI
- 1991 : PENULIS MUSIK 'SURYA' EDISI MINGGU
: DIKLAT INSTRUKTUR MANAJEMEN RADIO PP-PRSSNI
: LOKA KARYA 'MINI FEATURE' WALTER VON LAROCHE RADIO BAYERISCHER RUNDFUNK JERMAN
- 1992 : LOKA KARYA 'JURNALISME RADIO' RADIO DEUTSCHE WELLE JERMAN
: PANELIS DIALOG SATELIT 'WORLDNET' 50 TAHUN VOICE OF AMERICA (VOA)
: PESERTA 'INTERNATIONAL COMPOSERS WORKSHOP' AMSTERDAM
- 1993 : LOKA KARYA 'LOCAL NEWS' WALTER VON LAROCHE RADIO BAYERISCHER RUNDFUNK JERMAN

- : LOKA KARYA 'RADIO JOURNALISM' DON BENSON RADIO VOICE OF AMERICA (VOA)
- : PESERTA PROGRAM INTERNATIONAL VISITORS 'RADIO MANAGEMENT AND ADMINISTRATION IN THE U.S' DI WASHINGTON DC, NEW YORK, ATLANTA, CHICAGO, TULSA OKLAHOMA, LOS ANGELES, BALTIMORE
- 1994 : LOKA KARYA 'ASPEK AKUSTIK DALAM FEATURES' KLAUS LINDEMANN - RADIO DEUTSCHE WELLE JERMAN

I. RADIO DAN PENULISANNYA

1. AWAS RAMBU-RAMBU MENULIS NASKAH SIARAN :

JANGAN LANGGAR KARAKTERISTIK MEDIUM RADIO :

Menulis naskah radio siaran ternyata gampang-gampang sulit. Dibilang gampang, karena pekerjaannya tidak beda dengan menulis naskah di koran dan majalah. Tapi sulitnya, naskah radio punya segudang tuntutan lain, dengan alasan karakter radio beda dengan media cetak maupun TV.

Sehingga bagaimanapun alasannya, menulis naskah untuk radio siaran nyatanya tetap sebuah dunia yang khusus dan unik. Sehingga diperlukan keterampilan khusus yang didukung oleh pengetahuan tentang keradioan, termasuk wawasan dunia radio siaran. Dan sebagai langkah awal untuk mengakrabi dunia radio, anda pahami dulu materi-materi berikut ini.

LIMA (5) PRINSIP MENULIS UNTUK RADIO

a. UNTUK BICARA

Segala sesuatu yang diproduksi radio, elemen utamanya adalah suara. Jadi apapun sumber dan ujud materi siaran radio, suaranya selalu berupa presentasi suara, bukan gambar. Karena itu karakter komunikasinya terbatas pada 'Komunikasi Lisan' atau 'Komunikasi Tutar'. Dengan demikian bisa disimpulkan, seluruh materi tertulis yang akan disiarkan harus memenuhi tuntutan penampilan auditif. Jadi, konsep penulisannyapun harus bertolak dari naskah bercorak 'Bicara'. Bukan 'Tulis'. Karena itu hindari penulisan naskah radio yang modelnya 'Literatur Tertulis'. Dianjurkan juga, untuk menggunakan kalimat dan kata yang mudah dimengerti, yaitu yang digunakan dalam percakapan sehari-hari.

b. KOMUNIKASI LANGSUNG

Konsekuensi dari tuntutan tulisan untuk 'Bicara', maka alur penulisan di radio harus bersifat langsung. Pengertian langsung di sini, segera menuju pokok permasalahan. Alur yang berbelit-belit sangat tidak menguntungkan untuk radio. Khalayak pendengar akan merasa gerakan komunikasi jadi lamban dan tidak menarik. Apalagi karakteristik medium radio punya kemampuan karena komunikasi yang dimungkinkan akrab, berupa suara. Karena itu kesegeraan menjadi kunci utama penulisan naskah radio.

c. INDIVIDU KE INDIVIDU

Pola komunikasi radio siaran adalah hubungan antar individu, meskipun pelaksanaan siaran radio ditujukan kepada orang banyak secara serentak. Tapi karena penampilan auditifnya, membuat radio bercitra medium komunikasi personal. Terasa komunikasi Penyiar, *Newscaster*, Reporter dengan Khalayak Pendengar, menjadi komunikasi langsung antar individu Komunikator dan Komunikan.

Akibatnya, penulisan naskah radio harus juga mempertimbangkan pola komunikasi individu ke individu ini. Tulisan yang tidak beratmosfir komunikasi antar individu, pasti tidak cocok untuk radio. Karena tidak tercipta 'sambung rasa'nya.

Maka untuk mencapai keakraban komunikasi personal ini,

- Hindari bentuk tulisan seperti pidato tertulis. Karena menulis di radio memang bukan 'Orasi Spektakuler'.
- Bunyi tulisan harus membentuk suasana 'Informal'.
- Tulisan harus mengesankan suasana yang bersahabat. Untuk itu jangan ada kalimat-kalimat yang 'Birokratis'.
- Tulisan yang komunikatif secara personal, bukan berarti harus bertele-tele, berputar atau menghamburkan kata dan kalimat. Tuntutan untuk tetap ringkas dan padat harus dipenuhi.

d. SEKALI UCAP, LANGSUNG DIMENGERTI

Ingat, 'Selintas' adalah salah satu kelemahan karakter radio. Karena itu sudah bisa dibayangkan, apabila penyampaian pesan tidak jelas ditangkap khalayak pendengar dalam sekali ucap, maka pesan tidak akan sampai untuk selamanya. Apalagi penyampai pesan di radio tidak mungkin diminta mengulang oleh khalayak pendengar, ketika pesan yang disampaikan tadi tidak jelas. Untuk itu kunci yang harus dihayati penulis naskah di radio.

CLARITY HAS TOP PRIORITY

Untuk mencapai tulisan yang sekali ucap langsung dimengerti,

- a. Rumuskan kalimat dan pernyataan secara sederhana. Apabila anda menyampaikan ide anda dengan kalimat yang sulit dicerna, dikuatirkan kalimat berikutnya sudah tidak dapat ditangkap khalayak pendengar, karena sedang sibuk memikirkan kalimat yang tidak jelas tadi.

- b. Kalau informasi harus disajikan dalam kalimat yang panjang, jangan paksakan diri untuk menjelaskannya dalam kalimat yang panjang. Dianjurkan untuk menjabarkan informasi tadi dalam beberapa kalimat. Misalnya menjadi 2 atau 3 kalimat.
- c. Untuk menghindarkan kalimat yang panjang, biasakan untuk tidak menjejalkan seluruh data di satu kalimat. Pemecahannya bisa dirumuskan dengan,

SATU IDE SATU KALIMAT

e. RADIO HANYA SUARA

Sudah berulang kali dijelaskan, produk radio hanya suara. Karena itu, elemen kata dan kalimat merupakan 'Jembatan' antara penulis naskah dengan khalayak pendengar. Kata dan kalimat menjadi alat utama dalam komunikasi di radio. Karena produksi radio hanya suara, maka gangguan-gangguan dalam proses penyerapan suara tadi juga besar. Malah lebih besar dari karakter media cetak.

Kelemahan karakteristik suara dan gangguan dalam proses komunikasinya, bisa diperkecil dengan :

- a. Gunakan kata-kata yang tepat dan mengandung arti kongkrit.
- b. Hindari hal yang abstrak dan sulit dilukiskan kata-kata.
- c. Jangan gunakan kata-kata yang bunyinya saling berbenturan. Perkaya dengan kata-kata lain atau kata yang padanannya sama.

Contoh:

- Bangunan itu dibangun oleh perusahaan bangunan lokal.
- Gedung itu dibangun developer lokal.

- d. Hati-hati dengan kata-kata yang bunyinya hampir sama, tapi beda arti.

Contoh:

- Ronde dalam pertandingan tinju.
- Ronde dalam arti jenis minuman.

2. MUARA MENULIS DI RADIO:

TETAP TELINGA JUGA

Sesudah anda memahami karakteristik medium radio, termasuk kelebihan dan kekurangannya, maka rumusan penulisan untuk radio

bermuara pada produk yang auditif. Tepatnya, penulisan di radio akhirnya tetap untuk dibunyikan. Jadi sasarannya hanya untuk telinga. Bukan untuk mata seperti konsep penulisan media cetak.

Karena bukan untuk konsumsi mata, atau dibaca, maka filosofi penulisan di radio berbunyi, 'Tulis seperti apa yang hendak anda bicarakan'. Atau 'Tulis seperti apa yang hendak didengar'. Pola ini populer dengan rumusan

WRITE THE WAY YOU TALK

Jadi apa yang hendak anda katakan itulah yang muncul berupa tulisan di naskah. Tentu saja tidak sama persis seperti cara dan gaya anda berbicara sehari-hari, tetapi sudah melalui tahap pemolesan bahasa Indonesia yang menuntut 'Baik' dan 'Benar'.

4. TAHAP PENULISAN

Untuk memudahkan penulisan gaya auditif, gunakan langkah-langkah,

A. PIKIRKAN

Dalam tahap ini, penulis harus membaca dulu dan memahami apa yang hendak ditulis. Baik materi yang hendak ditulis ulang (*rewrite*) maupun materi yang didapat waktu meliput di lapangan. Pada tahap ini penulis harus memilih topik apa yang akan jadi inti informasinya. Bersamaan dengan itu, ditentukan juga dampak apa yang hendak dicapai tulisan tersebut terhadap khalayak pendengar. Penetapan topik dan dampak penting, karena keduanya merupakan kerangka utama alur penulisan. Semakin tajam topik yang dipilih, semakin mudah khalayak pendengar menangkap kehendak penulis. Sebaliknya, makin lebar topik yang dipilih, maka penulis membuat khalayak pendengar semakin tidak bisa menangkap maksud tulisan yang disiarkan.

B. PERKATAAN

Sesudah tahap pertama selesai, yaitu menentukan topik, dampak dan menghimpun data yang dianggap penting untuk memperkuat tulisan, penulis dengan bersuara kemudian menceritakan tentang hal yang hendak ditulisnya. Dalam keadaan ini seakan-akan penulis tengah berhadapan dengan seseorang. Tahap ini sebenarnya merupakan proses bagi penulis untuk membuat tulisannya mencapai

kondisi 'bertutur', sebagai tuntutan karya tulis untuk konsumsi telinga. Apalagi penulis tidak melaksanakan tahap 'Perkataan' ini, sudah bisa dipastikan penulisannya berbelok ke naskah tulis untuk mata, bukan telinga.

C. TULIS

Sesudah tahap 'Perkataan' maka sekarang giliran penulis untuk menulis apa yang diperkatakan tadi. Jadi apa yang diceritakan kepada seseorang secara imajinatif tadi, secara lengkap dijadikan tulisan. Mudah-mudahan, apa yang diceritakan dengan suara keras tadi, sekarang diubah menjadi tulisan tanpa perubahan apapun. Sehingga kalau kita baca ulang hasil tulisan ini, kesan dan isinya sama dengan apa yang diperkatakan tadi. Juga bunyi tulisan itu sama seperti orang yang sedang berbincang-bincang.

D. PERBAIKAN

Tahap ini merupakan langkah akhir untuk membawa naskah ke ruang siaran. Sesudah apa yang diperkatakan tadi ditulis apa adanya, giliran penulis untuk melakukan perbaikan-perbaikan. Terutama perbaikan di bahasa. Karena tulisan hasil perkataan tadi yang bunyinya sama dengan percakapan sehari-hari, boleh jadi memuat kata-kata yang tidak lazim di umum. Seperti istilah, slang, dan ungkapan yang hanya dimengerti segenitir orang di sekitar kita, dimana gaya percakapan itu dipakai. Karena itu pada tahap ini, penulis punya kesempatan mengubah kata-kata yang ditengarai tidak akan dimengerti khalayak pendengar. Sekaligus berupaya menampilkan bahasa Indonesia secara baik dan benar.

Apabila ke 4 tahap ini sudah dilakukan penulis naskah, dijamin karya tulis yang dibacakan untuk siaran radio, mencapai konsep karya yang auditif. Jadi waktu naskah itu dibacakan oleh penyiar, reporter atau '*newscaster*', kesan akrab, dan personal serta merta bisa dirasakan khalayak pendengar. Dan yang lebih penting, khalayak pendengar merasa sepertinya pembaca naskah tersebut tidak seperti membaca naskah. Tapi lebih terkesan seperti sedang menceritakan sesuatu dengan spontan. Padahal apa yang disampaikan itu semuanya tertulis dalam naskah.

Kesan 'tanpa naskah' dan seperti 'sedang bercerita' spontan merupakan keunggulan radio yang harus dipenuhi penulis naskah. Penulisan semacam ini juga akan mencapai target tulisan yang 'mengalir'. Hal semacam ini tidak mungkin dilakukan di media cetak,

dengan pertimbangan kolom dan halaman yang terbatas. Sehingga gaya tulisan di media cetak cenderung lebih pendek, lebih kaku, dan kalau dibaca dengan suara keras terasa tidak enak karena tidak mengalir.

II. BERITA RADIO DAN PENULISANNYA

1. BERITA RADIO BUKAN SEKEDAR BENTUKNYA, YANG PENTING JIWANYA.

Tidak satupun definisi yang bisa menjelaskan arti berita (*News*). Apalagi hingga kini makin banyak uraian definisi tentang berita dari banyak ahli. Diantaranya,

- a. PAUL DE MAESSENNER (*HERE'S THE NEWS: Unesco Associate-Expert*) *News* adalah sebuah informasi yang baru tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minta khalayak pendengar.
- b. PROF. MITCHEL V. CHARNLEY (*REPORTING*) *News* adalah laporan tentang fakta atau opini, yang menarik perhatian dan penting, yang dibutuhkan sekelompok masyarakat.
- c. CHARNLEY & JAMES M. NEAL Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan pada khalayak.

Dari berbagai definisi tentang berita, termasuk yang diuraikan di atas, secara umum pengertian tentang berita bisa dirumuskan dengan sederhana sebagai berikut.

Berita adalah informasi yang

- Penting untuk diketahui
- Aktual
- Faktual
- Diperlukan
- Mempengaruhi masyarakat

HAKEKAT

Dengan demikian hakekat pemahaman tentang berita harus memenuhi kriteria.

a. BARU ATAU HANGAT

Targetnya berita adalah sesuatu yang baru, karena sebelumnya tidak diketahui khalayak, dan disebarluaskan dengan segera oleh media massa.

b. FAKTUAL

Bahwa apa yang disampaikan itu merupakan peristiwa yang nyata ada. Bukan isu atau imajinasi.

c. PENTING

Butir ini berhubungan dengan 'News Value' atau nilai berita, apakah penting diketahui masyarakat, atau tidak punya arti apa-apa sama sekali.

d. BERDAMPAK

Bukti berita yang disampaikan itu diperlukan oleh masyarakat, dapat diukur dari dampak berita itu di masyarakat. Yaitu, apakah berita tersebut membuat mereka lebih paham, lebih mengerti, dan mampu mengambil sikap atau tindakan.

KONSEP BERITA

Pemahaman tentang berita bisa juga dilakukan dengan pendekatan konsep sedikitnya tercatat ada 8 konsep yang bisa dipakai untuk memahami berita,

- a. Sebagai laporan tercepat.
- b. Sebagai rekaman.
- c. Sebagai fakta obyektif.
- d. Sebagai interpretasi (*news behind the news*).
- e. Sebagai sensasi.
- f. Sebagai minat insani.
- g. Sebagai ramalan.
- h. Sebagai gambar.

KRITERIA BERITA UNTUK RADIO

Tadi kita sudah bicara pemahaman tentang berita yang berlaku umum. Artinya berlaku untuk seluruh media – massa, media cetak, TV dan radio. Khusus untuk radio apa yang spesifik? Dan pemahaman apa yang harus digaris bawahi tentang berita dalam konteks karakter radio?

1. BARU (*NEW*)

Sama seperti media lainnya, radio menuntut kualifikasi berita yang sungguh-sungguh baru. Malah untuk radio ada peluang untuk menyampaikan sesuatu yang terbaru. Karena radio membutuhkan proses yang relatif cepat untuk menyampaikan informasi lebih dulu, ketimbang media cetak dan TV. Jadi meski radio, media cetak dan TV mendapat informasi tersebut dalam waktu yang sama, radiolah yang berpeluang menginformasikannya duluan.

Karena itu pemahaman 'baru' dalam kapasitas kecepatan radio, menurut PAUL DE MAESENEER bisa menjadi,

- a. Berita, adalah apa yang terjadi saat ini.
- b. Berita, adalah apa yang segera terjadi.
- c. Berita, adalah apa yang akan terjadi.

2. BERARTI (*SIGNIFICANCE*)

Berita harus berarti bagi khalayak pendengar. Karena inilah dasar dari nilai berita yang disampaikan. Dan untuk mengetahui nilai ukur sebuah berita punya arti atau tidak, lontarkan pertanyaan-pertanyaan ini.

- a. Apakah berita ini penting atau tidak ?
- b. Peristiwa besar dan hebatkah berita ini ?
- c. Apakah masyarakat hirau terhadap peristiwa itu, merasa jadi bagian peristiwa itu, atautkah berkepentingan ?

3. MELAYANI KEBUTUHAN (*INTEREST*)

Berita menjadi berarti bagi khalayak pendengar, kalau isinya menyangkut kebutuhan dan *interest* mereka. Informasi seputar kebutuhan selalu merupakan daya tarik. Karena itu menanggapi sebuah informasi yang hendak disiarkan, disarankan penulisnya mengamati sisi (*angle*) manakah yang paling menarik dari sebuah peristiwa. Panduannya meliputi,

- a. Peristiwa itu sendiri.
- b. Pernyataan-pernyataan yang muncul dari peristiwa itu.
- c. Kisah dibalik peristiwa.
- d. Hal-hal lain yang berkaitan dengan peristiwa itu.

4. BERSANGKUT PAUT KARAKTER KHALAYAK (*RELEVANT*)

Butir ini hendak menjelaskan cara dan pendekatan bagaimanakah yang harus dipakai, supaya berita itu terasa langsung bersangkutan paut dengan khalayak.

- a. Milikilah gaya (*style*) penulisan yang sesuai kehendak khalayak pendengar. Gaya berhubungan dengan selera, citra dan pendekatan terhadap khalayak.
- b. Pakai bahasa pengantar yang cocok, dan disukai khalayak.

Dengan begitu bisa disimpulkan, membuat berita ternyata bukan sekedar paham bentuk dan aturan mainnya. Tapi yang lebih penting bagaimana memahami berita dalam konteks 'Isi'.

2. PIRAMIDA TERBALIK DARI YANG PALING PENTING KE TIDAK PENTING

Sama seperti media cetak dan televisi, landasan penulisan di radio siaran, khususnya jurnalistik, wajib menerapkan rumusan yang disebut teori ABC, yaitu

$$\textit{Accuracy} + \textit{Balance} + \textit{Clarity} = \textit{CREDIBILITY}$$

Jadi, kredibilitas tulisan, penulis naskah, institusi radio dan korps kerja keradioan sangat tergantung seberapa jauh para penulis memperhatikan soal.

- a. *Accuracy* (Keakuratan)
- b. *Balance* (Keseimbangan)
- c. *Clarity* (Kejelasan)

a. *ACCURACY*

Akurasi disebut-sebut sebagai pondasi untuk segala macam penulisan bentuk jurnalistik. Apabila kita sangat ceroboh dalam akurasi, artinya kita membodohi atau membohongi khalayak pendengar, maka dalam seketika hilanglah kepercayaan mereka atas kredibilitas penulis naskah. Kehilangan kredibilitas membuat segala pekerjaan jadi sia-sia.

Saran untuk menjaga akurasi penulisan :

1. Dapatkan selalu fakta yang benar.
2. Periksa dan periksa lagi kebenaran data yang didapat.

3. Jangan membiasakan mengangkat isu atau desas-desus. Pastikan kebenarannya dan jangan berspekulasi.
4. Pastikan segala sumber informasi dan data dapat dipertanggung jawabkan kewenangan serta keabsahannya.

b. *BALANCE*

Keseimbangan juga menjadi unsur penting kredibilitas penulis. Sering terjadi, tulisan terhadap sebuah peristiwa berkesan berat sebelah dengan menguntungkan sebuah pihak sambil merugikan pihak lain. Lebih payah ada kesan tulisan itu berpihak ke sisi tertentu saja tanpa berusaha menyetengahkan kepentingan pihak lain.

Menurut penelitian Unesco, kelemahan mendasar dari ketidak seimbangan ini sering muncul berupa,

1. Condong ke suara pejabat dan institusi pemerintah, kurang memberi kesempatan suara masyarakat yang muncul.
2. Terlalu cepat mengudarakan sebuah informasi, padahal belum semua pihak dihubungi untuk mendapatkan data yang lengkap dan seimbang dari segala pihak yang terkait materi info.
3. Ketidak seimbangan diakibatkan visi penulisan yang condong ke aspek '*human interest*' ketimbang menyetengahkan fakta.

Faktor keseimbangan menjadi terasa lebih penting untuk penulis atau media yang berada di lingkungan masyarakat '*multi rasial*' dan '*multi religius*'.

c. *CLARITY*

Faktor kejelasan bisa diukur dari apakah khalayak pendengar mengerti isi dan maksud naskah yang disiarkan. Bukan jelas dalam pengertian faktor '*teknis*', tapi jelas dalam konteks topik, alur penulisan, kejelasan kalimat, kemudahan pemahaman bahasa dan persyaratan penulisan secara auditif lainnya.

KONSEP PIRAMIDA TERBALIK

Tadi kita sudah bicara landasan-landasan utama penulisan berita di radio. Tapi persoalan berikutnya, bagaimana menuangkan semua informasi yang diperoleh reporter ke dalam berita ?

Untuk mencapai target penulisan yang mudah ditangkap khalayak pendengar, khususnya untuk penulisan Berita, sampai sekarang masih

berlaku konsep 'Piramida Terbalik'. Model ini merupakan kebalikan dari konsep 'Piramida Tegak' atau '*Literary Form*'. Ciri dari piramida tegak menggunakan alur cerita yang kronologis.

Piramida Tegak:

- a. Introduksi.
- b. Fakta/Pokok Masalah.
- c. Klimaks/Kesimpulan.

Piramida Terbalik:

- a. *Lead*.
- b. Atmosfir.
- c. *Background*.
- d. Fakta Pendukung.

MENGAPA PIRAMIDA TERBALIK ?

Pertanyaan mendasar ini sering muncul dari kalangan pemula. Setiap mereka mendapat tugas membuat berita, selalu muncul pertanyaan mengapa harus menulis secara piramida terbalik ?

- a. Inti cerita ada di *Lead*. Sehingga orang segera tahu apa inti berita yang hendak diungkap.
- b. Bagian-bagian bawah yang tidak penting bisa dipotong dengan mudah kalau waktu yang disediakan sangat terbatas, tanpa harus mengorbankan data yang penting.
- c. Memudahkan khalayak pendengar menangkap isi berita, lewat alur penulisan yang disusun secara mengalir.

TAHAPAN PIRAMIDA TERBALIK

a. LEAD

Yang dimasukkan dalam *lead* justru bagian klimaks atau inti persoalan. Jadi apa yang paling penting dan paling utama dari informasi itulah yang diletakkan di alinea paling atas. Jadi waktu khalayak mendengar informasi tersebut, hanya dari alinea pertama saja dia sudah bisa menangkap apa yang sebetulnya hendak diberitakan. (Rincinya : lihat Bab khusus Lead).

b. ATMOSFER

Pada alinea berikutnya digambarkan suasana atau atmosfer inti cerita. Isinya berupa penggambaran suasana peristiwa, dan dukungan fakta-fakta detil lainnya, yang melengkapi alinea pertama.

c. BACKGROUND

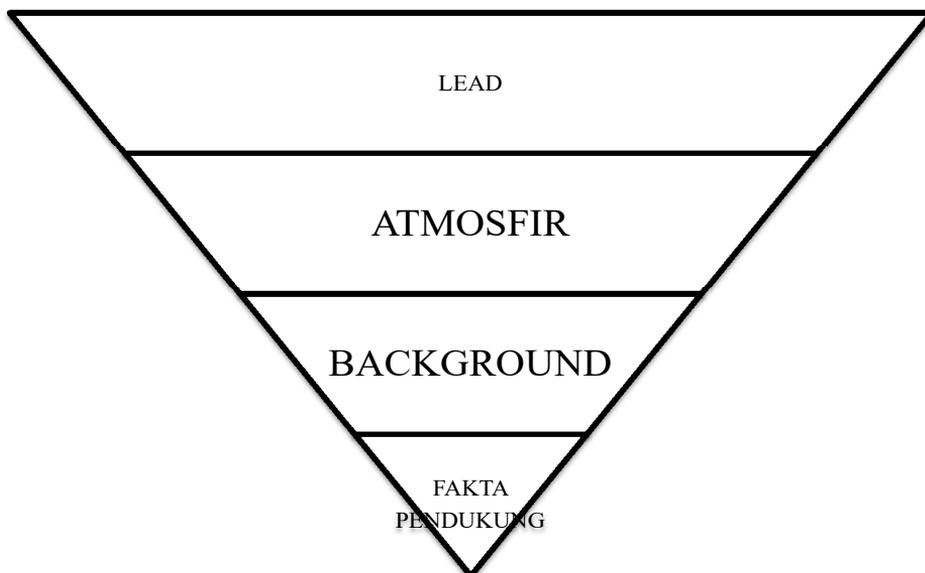
Pada alinea ini dijabarkan latar belakang peristiwa. Biasanya menjawab pertanyaan 'Mengapa (*Why*)' dan 'Bagaimana (*How*)'. Jadi fakta penyebab dan bagaimana peristiwa itu terjadi serta apa latar belakang peristiwa, diungkap di alinea ini. Alinea ini memberi gambaran lebih luas sekitar sebab-sebab peristiwa.

d. FAKTA PENDUKUNG

Pada alinea ini diuraikan fakta-fakta lainnya yang merupakan pelengkap. Tapi bagian ini dicatat merupakan bagian yang tidak terlalu penting dibanding alinea sebelumnya. Karena itu ketika pekerjaan 'editing' menghendaki naskah diperpendek, maka biasanya bagian inilah yang akan dipotong. Karena tanpa alinea ini tidak mengurangi pemahaman khalayak pendengar atas inti materi yang diudarkan.

Sebagai gambaran bagaimana konsep Piramida Terbalik bisa dilihat pada bagan ini.

BAGAN PIRAMIDA TERBALIK



PENYAJIAN BERITA DI RADIO

Melalui cara penulisan Piramida Terbalik, kemasan berita bisa dibuat menjadi 2 model.

a. NASKAH BIASA

Model penulisan naskah ini tergolong 'konvensional', karena berita yang tertulis di naskah dibaca oleh 'Newscaster' tanpa ada sisipan apa-apa.

b. NASKAH PLUS 'INSERT'

Model ini dianggap pengembangan teknik penulisan naskah yang cuma dibaca seperti apa adanya. Dalam model ini disertakan juga sisipan berupa 'voice actuality', yaitu rekaman suara asli nara sumber yang menjelaskan sesuatu. Jadi di tengah pembacaan naskah oleh *newscaster*, disisipkan rekaman suara nara sumber sesudah melalui proses editing. Untuk model ini pengerjannya lebih sulit dan butuh waktu lebih banyak. Tapi dampak beritanya dianggap lebih punya kelebihan, karena selain unsur aktualitas dan faktualitasnya, variasi auditifnya memperkaya suasana.

3. LEAD BERITA MAMPUKAN MERANGKUM INTI MASALAH ?

Di halaman-halaman terdahulu, anda sudah membedah konsep dan pola penulisan berita, termasuk konsep Piramida Terbalik. Di sana disebutkan, awal cara penulisan berita harus dimulai dengan menulis 'Lead'.

Alkisah, menurut pengalaman sendiri maupun pengalaman penulisan lain, problem terbesar menulis berita ternyata dimulai dari 'Lead'. Jadi penulisan 'Lead' merupakan kunci pembuka menulis berita. Dan sekarang kita mulai penelusuran memahami 'Lead' untuk berita.

PEMAHAMAN

'Lead' bisa diartikan alinea pertama bangunan karya berita, yang mengandung data/informasi terpenting sebagai inti peristiwa itu, yang diupayakan menarik perhatian pendengar. 'Lead' juga sering diartikan sebagai 'Teras Berita'. Prinsipnya tatanan kalimat dan muatannya yang akan ditempatkan dalam *Lead*, harus langsung bisa menggambarkan hal apa yang sebenarnya hendak diinformasikan. Sehingga khalayak pendengar langsung bisa mengetahuinya. Apabila sampai akhir 'Lead'

pendengar tidak mampu menangkap pokok cerita dalam berita, berarti alinea pertama tersebut belum berfungsi sebagai 'Lead'.

Secara definitif 'Lead' kemudian dirumuskan sebagai berikut,

Alinea pertama dari sebuah bentuk Berita, yang mengandung aspek-aspek terpenting dan menarik, dari berita yang hendak disiarkan.

FUNGSI 'LEAD'

- a. Inti atau ringkasan berita yang hendak disampaikan.
- b. Untuk menyentak pendengar, sebagai daya tarik sebuah berita.
- c. Menggelitik rasa ingin tahu pendengar.
- d. Menggugah dan mengaduk imajinasi pendengar.
- e. Dapat menolong pendengar mengetahui pokok informasi dengan tuntas, apalagi yang tidak sempat mengikuti berita itu secara lengkap.

MENGAPA 'LEAD' BAGIAN TERPENTING ?

- a. Sesuai kelemahan karakteristik radio yang 'selintas', pendengar tidak selalu siap mendengarkan berita sejak awal. Maka *lead* dapat menjadi jembatan sebagai penggugah minat.
- b. Pendengar perlu disiapkan untuk mendengarkan sebuah berita. Proses ini dikenal sebagai proses 'Tune in'.
- c. Kemampuan otak manusia menangkap dan sekaligus mengerti informasi yang diterimanya melalui telinga sangat terbatas. Maka *lead* bisa menjadi pengantar untuk persiapan mendengarkan sebuah berita.
- d. 'Lead' dapat membantu seseorang mendengarkan terus sebuah berita atau tidak. Ketika *lead* menjadi inti informasi, maka sangat menolong orang yang tidak tertarik pada info itu, untuk tidak membuang waktu lama-lama mendengarnya. Atau sebaliknya.

'LEAD' YANG BAIK DAN EFEKTIF

- a. Kalau mampu menampilkan kesan sebagai inti sebuah informasi yang akan disajikan panjang lebar.
- b. Tampil dalam tulisan yang ringkas, singkat dan tertuju sebagai ringkasan berita.

- c. Hanya memuat satu atau dua ide saja.
- d. Kalau memuat unsur-unsur 5 W+1 H. tetapi tidak ada aturan yang kaku bahwa seluruh unsur itu harus tertampung di *Lead*.

RAGAM 'LEAD'

Konsep '*Lead*' yang sampai sekarang masih dianggap paling efektif, apa yang disebut sebagai model '*AP Lead*', yaitu penulisan '*Lead*' yang dianut kantor berita *Associated Press* (AP).

Konsep '*Lead*' nya dikenal menggunakan elemen-elemen 5W + 1H . Yaitu *Who, What, Where, When, Why* dan *How*. Contohnya :

a. *WHAT Lead*

"Pesawat ulang-alik Amerika meledak dan terbakar di udara, sesaat setelah meluncur dari tanjung carnival, kemarin".

b. *WHO Lead*

"10 penumpang bus malam 'anu' tewas, ketika bis itu terjun ke jurang, dalam kecelakaan lalu lintas terburuk di Ponorogo tadi pagi".

c. *WHEN Lead*

"Kemarin siang hutan pinus di kawasan gunung Welirang terbakar".

d. *WHERE Lead*

"Di Jakarta, besok presiden Soeharto akan membuka Munas PRSSNI".

e. *WHY Lead*

Diduga karena mengemudi mengantuk, sebuah truk pasir kemarin menabrak sebuah warung di Mojokerto.

f. *HOW Lead*

"Gara-gara ban depan meletus, sebuah truk kemarin terguling di jalan tol Surabaya - Gempol".

KESULITAN-KESULITAN MENYUSUN 'LEAD'

- a. Khusus di radio siaran, karena sajian informasi relatif terbatas waktunya, baik karena waktu yang tersedia maupun karena kelemahan karakteristik auditifnya, kesulitan menentukan topik yang tajam untuk berita yang hendak disiarkan otomatis juga menyulitkan menyusun '*Lead*'.

- b. Untuk peristiwa atau liputan yang mempunyai banyak *'angle'* atau topik yang menarik untuk disiarkan, sulit bagi reporter untuk membuat rangkuman, unsur-unsur apa yang paling menarik dan penting untuk ditampilkan di *'lead'*. Karena banyak hal yang menarik dan juga penting. Sehingga dalam hal ini reporter harus mengambil prioritas, sekaligus mengukur dari sekian banyak hal yang menarik dan penting itu, mana yang paling diminati khalayak pendengarnya.
- c. Merumuskan peristiwa menarik dan penting secara keseluruhan dalam beberapa kalimat pendek sebagai syarat *'lead'* yang efektif, membutuhkan keterampilan berbahasa. Minimal reporter dituntut mempunyai perbendaharaan kosa-kata yang kaya, agar bisa menempatkan kata-kata atau susunan kalimat secara tepat.
- d. Reporter radio sering terjebak membuat *'lead'* berisi kutipan pernyataan, seperti yang sering dilakukan reporter media cetak. Padahal dalam medium radio, memuat kutipan baik secara auditif maupun tertulis sebagai awal *'lead'*, membuat khalayak pendengar menjadi bingung dan bertanya-tanya. Siapa yang sedang berbicara, dalam rangka apa narasumber berbicara, dimana, kapan, dalam acara apa ? Sehingga berita yang disiarkan itu kemudian tidak diperhatikan lagi oleh khalayak pendengar, karena untuk bagian-bagian berikutnya mereka sudah sulit menangkap, karena sedang sibuk berpikir dan bertanya-tanya.
- e. Tantangan lain membuat *'lead'* di radio siaran, bagaimana reporter mampu merancang kalimat yang berfungsi sebagai *'ear catcher'*. Yaitu langsung menarik perhatian khalayak pendengar ketika *'lead'* mulai disampaikan, tapi tertangkap jelas karena pendengar secara langsung menyiapkan indera telinganya. Hal ini tidak terlalu masalah untuk media cetak. Karena judul maupun foto yang termuat sudah membantu sebagai daya tarik. Sehingga fungsi *'lead'* cuma sekedar rangkuman inti berita.

Untuk mengatasi semua kesulitan ini, anda dianjurkan melatih diri membuat *'Lead'*. Dan dalam pertemuan ini kita akan berlatih bersama-sama.

III. BAHASA INDONESIA DAN JURNALISME RADIO

1. BAHASA INDONESIA YANG BAIK DAN BENAR :

HAMBATAN DALAM PEMAHAMANNYA

Inilah persoalan klasik Radio Siaran Swasta (RSS) di Indonesia. Pertama, tuntutan menggunakan bahasa Indonesia yang 'Baik dan Benar'. Maksudnya, seluruh penyelenggara siaran diharapkan menggunakan kaidah-kaidah bahasa Indonesia secara benar, dan menerapkan aturan-aturan yang baku. Kedua, benturan antara tuntutan yang pertama tadi dengan fakta-fakta kekuatan bahasa dan ungkapan lokal yang sering digunakan dalam siaran. Benturan ini sudah lama berlangsung, bahkan sampai sekarang.

Yang menarik, alasan kedua kutub tadi sama kuat, juga sama-sama masuk akal. Kutub pertama mengatakan, bahasa merupakan pewaris nilai-nilai budaya. Sehingga radio siaran punya tanggung jawab sosial untuk menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar dalam siaran radio di Indonesia, sebagai kesatuan dalam kebhinekaan di Indonesia.

Kutub yang kedua beralasan, dengan menggunakan bahasa dan ungkapan lokal, maka gagasan maupun pikiran penyelenggara radio siaran lebih komunikatif daripada bahasa Indonesia yang terkesan formal. Artinya, efektifitas penyampaian pesan lebih terasa dengan pendekatan bahasa maupun ungkapan lokal, karena alasan sasaran khalayak pendengar yang bersifat lokal.

Apakah kedua kutub tadi dapat didekatkan ? Ataukah kita harus memilah satu diantara dua kemungkinan tadi ? Apakah tidak mungkin dicari jalan terbaik dengan mengakomodasikan kedua alasan tadi dengan lebih arif ?

Sebagai langkah awal, penelusuran kita mulai dari sifat-sifat RSS yang spesifik,

a. JANGKAUAN SIARAN : LOKAL

Karena regulasi pemerintah tentang kekuatan daya pancar yang dibatasi, menyebabkan siaran RSS mengarah ke sasaran-sasaran lokal secara geografis. Sehingga daya jangkauan siaranpun hanya bisa dinikmati dengan prima hanya oleh khalayak pendengar lokal. Akhirnya tidak terelakan sasaran siaran RSS akhirnya hanya tertuju pada khalayak pendengar lokal sebatas daya jangkauan kekuatan

pancaran siaran. Konsekuensi keterbatasan dan kemampuan RSS ini menyebabkan komunikasi antara RSS dengan khalayak pendengar tak bisa menghindari sentuhan-sentuhan lokal. Terutama dalam hal :

- Bahasa dan ungkapan.
- Pelayanan kebutuhan sasaran lokal.
- Cara pendekatan kultural.

b. PENAJAMAN FORMAT DAN SEGMENTASI KHALAYAK

Sebagai dampak persaingan merebut khalayak pendengar yang semakin ketat, baik antar sesama RSS maupun dengan media-media massa lainnya, para pengambil keputusan di RSS secara sadar membatasi ciri produksi siaran dan sasaran khalayak siarannya. Mereka tidak lagi berusaha meraih pangsa pendengar dari segala lapisan atau strata sosial. Tapi membatasi pada lapisan masyarakat tertentu baik secara 'demografis' maupun 'psikografis'. Cuma sebagai akibat pembatasan sasaran ini, pelayanan siaranpun semakin tajam pada sasaran lokal tertentu saja. Muaranya : bahasa pengantar komunikasi mengarah ke muatan dan pendekatan lokal.

c. SIFAT KOMUNIKASI PERSONAL

Karakteristik RSS yang sangat menonjol dalam aspek komunikasinya adalah pola komunikasi antar personal. Jadi meski RSS didengarkan banyak orang dalam keserentakan yang sama, sifat komunikasinya tetap personal. Hubungan antar personal inilah yang ikut mendorong RSS melakukan pendekatan secara lokal.

d. BENTUK KOMUNIKASI BERTUTUR

Ujud karakteristik RSS yang khas lainnya, bentuk komunikasi yang bertutur. Karena kita semua tahu, produksi RSS semata-mata suara atau audio. Fakta ini kemudian memunculkan komunikasi lisan, yang kalau dikaitkan dengan sifat komunikasi personal, memaksa RSS melakukan bentuk komunikasi yang bertutur. Bukan komunikasi untuk konsumsi mata alias dibaca.

Karakter bertutur ini mau tak mau mendekatkan RSS dan khalayak pendengarannya masuk dalam atmosfir komunikasi yang lazim terjadi sehari-hari. Dan sebagaimana layaknya komunikasi bertutur, pelanggaran terhadap kaidah-kaidah berbahasa Indonesia sering terjadi, terutama kalau dibandingkan dengan penerapan bahasa dalam komunikasi secara tertulis, yang relatif lebih mengindahkan kaidah berbahasa. Inilah yang menyebabkan, mengapa dalam

komunikasi bertutur lewat suasana keseharian itu, memunculkan penggunaan bahasa dan ungkapan lokal.

Berangkat dari fakta-fakta dan dampak komunikasi antara RSS dengan khalayak pendengarnya selama ini, terutama dalam praktek penggunaan bahasa dan ungkapan lokal yang berhadapan dengan tuntutan penggunaan bahasa Indonesia, apakah RSS menciptakan pengaruh buruk menurut tinjauan kebahasaan ?

Jawabanya : bisa 'YA' bisa juga 'TIDAK'.

'YA'

Karena harapan penerapan kaidah berbahasa Indonesia dengan segala aturannya tidak selalu tercapai.

'TIDAK'

Karena bahasa dan ungkapan lokal ternyata juga punya hal-hal positif, dalam hal :

- Memperkaya Bahasa Indonesia terutama dalam hal perbendaharaan kosa kata. Bahwa yang sebelumnya hanya digunakan dalam komunitas lokal, sekarang dipakai juga oleh khalayak yang lebih luas, dengan melewati batas kelokalannya secara geografis.
- Lewat RSS yang menggunakan bahasa dan ungkapan lokal, langsung maupun tidak langsung menyebabkan bahasa dan ungkapan lokal itu semakin lestari. Apakah RSS dalam hubungan ini dapat dikatakan sebagai pelestari bahasa lokal ?
- Penampilan bahasa dan ungkapan lokal yang terus menerus di RSS, menempatkannya sederajat dengan bahasa Indonesia yang dinyatakan sebagai bahasa pemersatu dari sekian banyak suku bangsa dengan segala keragaman kebahasaannya.

Berdasarkan kenyataan-kenyataan bahwa RSS punya alasan-alasan yang bisa dipertanggung jawabkan, terutama dalam penggunaan bahasa dan ungkapan lokal nya, tidak berarti peluang menerapkan kaidah-kaidah berbahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu tertutup sama sekali. Mengharapkan RSS menggunakan bahasa Indonesia secara total dengan meniadakan bahasa dan ungkapan lokal juga tidak mungkin kalau ditinjau dari aspek kebutuhan sasaran lokal dan sifat keberadaannya. Tapi keraguan-keraguan RSS menggunakan bahasa Indonesia karena takut tidak komunikatif untuk khalayak pendengarnya, rasanya juga ketakutan yang berlebihan. Alasan-alasannya :

a. Bukankah penerapan konsep ‘wawasan nusantara’ yang berharap semakin terbukanya seluruh wilayah di Indonesia, berakibat perpindahan penduduk dari wilayah satu ke wilayah lainnya semakin gencar. Sehingga sasaran khalayak pendengar sebuah RSS dalam batasan lokalnya, akhirnya tidak melulu untuk khalayak pendengar yang asli kelahiran sasaran lokal secara geografis. Tapi juga terbuka khalayak pendengar wilayah lainnya yang menetap di situ. Dengan demikian potensi bahasa Indonesia sebagai siaran mampu menunjukkan perannya. Alasan lainnya, bahasa Indonesia sudah diajarkan sejak dini di sekolah-sekolah. Sehingga diasumsikan, khalayak pendengar yang mengenyam pendidikan formal di sekolah pasti mampu berkomunikasi dengan bahasa Indonesia.

Dalam hal ini memang ada pengecualian dimana penggunaan bahasa dan ungkapan lokal tidak dapat tergantikan bahasa Indonesia ketika RSS sedang menyiarkan materi-materi kesenian daerah (lokal) yang memang paling pantas dilaksanakan dengan pengantar bahasa maupun ungkapan yang berlaku secara lokal setempat.

b. Dalam penggunaan bahasa Indonesia dalam siaran, sangat dimaklumi apabila tetap terselip kata-kata dan ungkapan lokal yang tidak bisa dihindarkan. Terutama keputusan dan kebijakan manajemen RSS yang sudah menetapkan standarisasi kata maupun peristilahan dalam hal :

- Sapaan atau sebutan untuk khalayak pendengar.
- Penyebutan untuk lagu, tanda waktu, studi siaran dan penyiar.
- Peristilahan yang berlaku di kalangan khalayak pendengar dan narasumber.

Harus diakui, mempertemukan kepentingan penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan, dengan fakta karakteristik RSS maupun keberadaannya secara lokal, bukan masalah sederhana. Apalagi bahasa Indonesia bukan ‘bahasa ibu’ untuk banyak khalayak pendengar, termasuk penyelenggara siaran, di beberapa wilayah nusantara.

APA KATA AHLI BAHASA INDONESIA ?

Sekarang giliran kita mencari tahu dari para ahli Bahasa Indonesia, sebenarnya bagaimana penerapan bahasa Indonesia secara baik dan benar, khususnya dalam penerapan dan kebutuhan dunia radio siaran ?

Menurut ahli-ahli Bahasa Indonesia ANTON M. MOELJONO dan JUS BADUDU, bahasa Indonesia yang baik dan benar ternyata bukan bahasa yang kaku. Dalam arti, kalau selama ini orang-orang radio siaran mengira harus berbahasa ala tata bahasa tulisan, maka pendapat itu salah.

Kata mereka, bahasa Indonesia yang baik dan benar untuk keperluan siaran radio, sebenarnya sama dengan menerapkan pola bertutur yang berlaku secara wajar sehari-hari. Jadi ya sama seperti anda berbicara sehari-hari dalam konteks bahasa Indonesia. Karena itu keliru kalau menganggap bahasa Indonesia mengekang target komunikatif.

Yang jadi masalah waktu menerapkan bahasa Indonesia bertutur yang baik dan benar, kalau :

1. MENCAMPUR ADUKAN BAHASA

Ada kecenderungan kita berbahasa campuran, entah dicampur dengan bahasa asing atau bahasa daerah (lokal). Yang jadi keberatan para ahli, penggunaan campuran tadi tidak tepat.

- a. Karena setiap bahasa mempunyai struktur tata bahasa yang tidak sama.
- b. Akurasi makna dan penempatan kosa-kata campuran yang tidak tepat.

Sehingga dianjurkan bicaralah hanya dengan satu jenis bahasa saja. Kalaupun ada unsur asing atau lokal yang masuk, maka kosa kata tersebut sudah harus masuk dalam daftar Pusat Pembinaan Bahasa Indonesia sebagai bahasa yang dilakukan dan merupakan warga baru koleksi kosa kata bahasa Indonesia.

2. MENGGUNAKAN POLA BAHASA TULIS

Kesalahan menggunakan pola bahasa tulisan ke dalam bahasa yang bertutur, sering membuat orang berkesimpulan yang salah bahasa Indonesianya. Padahal pemakainya yang tidak tahu bagaimana harus bertutur secara wajar dan alami, sebagaimana layaknya orang berbicara sehari-hari. Kesalahan umumnya terletak pada :

- a. Kosa-kata yang dipakai bukan bahasa percakapan. Artinya tidak lazim dipakai untuk berbicara sehari-hari.
- b. Struktur tata bahasanya terlampau ketat dan lengkap seperti tuntutan sebuah tulisan dalam hal Subyek, Predikat, Obyek dan Pelengkap. Padahal dalam pembicaraan sehari-hari tidak pernah susunan kalimat yang diucapkan selengkap kalimat tulisan. Jadi ini kesalahan yang sangat prinsip.

3. TERCEMAR 'SLANG'

Merupakan gejala yang sangat sehari-hari, dimana-mana orang berbicara dengan memasukkan 'slang'. Alasannya karena tren, dan alasan-alasan lainnya. Para ahli bahasa Indonesia keberatan dengan penempatan 'slang' dalam struktur bahasa Indonesia. Karena 'slang' itu tidak baku dan tidak menambah nilai apa-apa. Tetapi lebih karena alasan-alasan pergaulan saja.

Termasuk dalam konteks ini penggunaan kata-kata khusus yang lebih bersifat sandi atau hanya berlaku bagi kalangan tertentu dan terbatas. Misalnya bahasa prokem.

Dengan begitu kesimpulannya ternyata sederhana. Bahasa Indonesia yang baik dan benar ternyata mudah penerapannya. Asal ikuti saja ke 3 butir yang dipersyaratkan para ahli Bahasa Indonesia kita. Niscaya kita sudah dianggap menerapkan bahasa Indonesia seperti yang diharapkan, terutama untuk bertutur.

2. SEKITAR BAHASA INDONESIA JURNALISTIK :

HARAP GANTI OTAK BARU !

Dalam praktek penulisan jurnalisme radio, kita tidak bisa menghindari tuntutan menguasai materi Bahasa Indonesia Jurnalistik. Yang secara harfiah bisa diartikan, Bahasa Indonesia yang digunakan dalam pekerjaan jurnalisme radio. Apa yang istimewa, sehingga Bahasa Indonesia harus berembel Jurnalistik ?

1. ALASAN : MENYESUAIKAN KARAKTER JURNALISME RADIO

Sebenarnya alasan dalam masalah ini sudah sangat jelas. Jurnalisme Radio mempunyai spesifikasi yang khas dan unik dalam penerapan dan penggunaan kebahasaannya, dibandingkan pemakaian bahasa Indonesia dalam pergaulan sehari-hari. Malah dibandingkan dengan Jurnalisme secara umum. Jurnalisme radio tetap bebrbeda karena alasan perbedaan-perbedaan prinsip karakteristiknya. Karena itu sangat beralasan kalau keterampilan menguasai Bahasa Indonesia Jurnalistik, khususnya jurnalistik radio, menjadi ilmu tersendiri dalam dunia keradioan.

2. ALASAN : EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DENGAN KHALAYAK PENDENGAR

Bertolak dari alasan pendekatan karakteristik jurnalisme radio, maka alasan lain yang juga sama pentingnya, bagaimana karya jurnalisme radio

yang dibuat reporter atau redaksi dengan mudah dipahami khalayak pendengar radio ? Ternyata untuk efektivitas tersebut, tidak ada cara lain yang bisa membantu, kecuali menggunakan pola bahasa Indonesia jurnalistik. Sebab dalam konsep ini diyakini, khalayak pendengar butuh kemudahan-kemudahan mendengarkan produk jurnalisme radio.

Hanya saja dalam praktek penerapan bahasa Indonesia yang berkarakter jurnalistik, faktanya tidak seindah cita-cita dan keharusan idealnya. Masih banyak kesalahan mendasar yang dilakukan para reporter maupun redaktur. Dan kesalahan-kesalah itu terpapar dalam fakta-fakta berikut ini.

FAKTA 1 : KELEMAHAN PENULISAN

Mengamati dan membandingkan tuntutan teori penggunaan Bahasa Indonesia dalam kegiatan jurnalisme radio, dan membandingkannya dengan penerapan di radio siaran swasta, ditemukan fakta: kelemahan penulisan. Terutama dalam hal-hal,

1. TIDAK TUTUR

Penulisan materi siaran kata bila dibaca, cenderung menggunakan konsep penulisan untuk dibaca mata. Bukan untuk konsumsi telinga. Padahal sesuai tuntutan karakteristik medium radio, yang merupakan media auditif (media dengar), penulisan naskah di radio siaran harus memenuhi standar penulisan yang kalau dibaca bunyinya seperti seseorang yang sedang menceritakan informasi itu secara spontan. Jadi terasa dia seperti berbicara atau berbincang. Bukan membaca ! Hal ini disebabkan masih ada yang berpikir, konsep Bahasa Indonesia yang baik dan benar tidak dapat diterapkan dalam konsep bertutur. Padahal bertutur tidak lantas harus bicara sebebaskan-bebasnya dengan mengabaikan aturan-aturan kebahasaan.

2. TIDAK 'SATU IDE SATU KALIMAT'

Ada kecenderungan penulis naskah di radio menjejalkan seluruh informasi dalam satu kalimat. Akibatnya terjadi penjejalan data atau topik, dan kalimat lantas menjadi panjang, serta penuh anak kalimat. Dampak kalimat seperti ini pendengar sulit menangkap seluruh informasi sebab telinga di paksa kerja keras.

3. KETERBATASAN KOSA KATA

Para penulis naskah jurnalisme radio umumnya miskin dalam perbendaharaan kosa kata. Sehingga variasi kata dan kalimat jadi

itu-itulah saja. Atau lebih suka meniru kreativitas orang lain dalam hal pertemuan dan penggunaan kosa kata *alternative*. Dampak lain yang terasa, faktor 'Rasa Bahasa' yang mestinya tinggi secara auditif malah menjadi kering.

4. WAWASAN KEBAHASAAN DALAM JURNALISME

Para penulis naskah jurnalisme radio juga terasa minim dalam hal pengetahuan kebahasaan secara umum. Sehingga dalam penerapan untuk pekerjaan jurnalisme radio, makin tampak kekurangan itu. Karena tuntutan kebahasaan dalam praktek jurnalisme radio menghendaki para penulis bisa membuat naskah-naskah yang bersandar pada tuntutan karakteristik medium radio dan jurnalistiknya. Seperti,

- a. Ekonomi Kata.
- b. Tuturan yang 'dialogis'.
- c. Pemahaman penggunaan kata sehari-hari.
- d. Penyederhanaan kemasan dan peristilahan yang dipakai, karena model komunikasi di radio siaran yang searah, sehingga harus dimengerti khalayak dalam sekali ucap.

FAKTA-2 : PEMAHAMAN KERADIOAN

Penulisan jurnalisme radio yang berakibat penyesuaian dalam penggunaan bahasa Indonesia, sebenarnya punya alasan-alasan yang prinsip. Apalagi hal tersebut berdasarkan fakta-fakta,

1. BIAS DALAM KEJELASAN MATERI

Masih saja terjadi, informasi yang disampaikan tidak jelas, malah tidak dimengerti dan membingungkan. Masalahnya karena formulasi kalimat dan penggunaan kata-kata yang tidak tepat. Untuk itu harus digunakan Bahasa Indonesia Jurnalistik, terutama pada ketentuan asas 'Hemat' dan 'Jelas'.

2. KARAKTERISTIK MEDIUM RADIO TERBAIKAN

Masih banyak penulis naskah di radio siaran yang mengabaikan karakteristik radio, dalam hal ini pemahaman kekuatan dan kelemahan karakteristik tersebut. Seperti,

- Hanya suara.
- Selintas.
- Non dokumentatif.

- Anti detil.
- Tanpa gambar.

Sehingga untuk mencapai efektivitas penyampaian informasi. Bahasa Indonesia Jurnalistik merupakan jalan keluarnya.

3. PENGHAMBURAN WAKTU

Kelemahan lain para penulis naskah radio, informasi yang seharusnya bisa disajikan dalam waktu singkat, malah disajikan panjang lebar. Sehingga sangat tidak ber 'Ekonomi Kata'. Padahal durasi siaran sendiri terbatas dan isinya bukan cuma siaran kata. Selain itu yang lebih penting, penulis kata telah menyita waktu pendengar untuk hal-hal yang tidak perlu. Khusus untuk radio siaran swasta yang juga berkarakter komersial, penghamburan waktu berarti menyempitkan peluang detik dan menit yang tersedia yang bisa diisi materi-materi komersial. Hal ini juga berkaitan dengan prinsip Bahasa Indonesia Jurnalistik yang menganjurkan asas 'Hemat' dan 'Jelas'.

FAKTA-3 KESALAHAN BERBAHASA

Menjabarkan lebih detil dalam hal-hal apa saja penggunaan Bahasa Indonesia Jurnalistik tidak dimaksimalkan, atau kekeliruan dalam penerapan, ditemukan dalam peta Bahasa Indonesia Jurnalistik sebagai berikut.

1. TIDAK TUTUR

Mengukur pemakaian kata dan kalimat bertutur atau tidak sangat mudah. Caranya, bayangkan apakah dalam percakapan sehari-hari (termasuk percakapan formal), kata-kata dan bentuk kalimat yang tertuang di naskah terasa wajar atau justru ganjil. Kalau tidak wajar, besar kemungkinan sajian naskah itu menggunakan konsep untuk dibaca mata dan bukan konsumsi telinga.

2. TIDAK HEMAT

Pemborosan ber – Bahasa Indonesia yang paling menonjol dalam Jurnalisme Radio meliputi;

a. Kata-Kata Ganda

misal : agar – supaya, demi – untuk, sangat – bagus sekali

b. 'Nya' sebagai pronominal (kata ganti)

misal : radionya anak muda

c. Kata-Kata Sambung

- misal :
- Masalah itu dituntaskan 'oleh' polisi
 - Gubernur 'akan' meresmikan jembatan besok
 - Dia pulang ke Surabaya 'untuk' berlibur
 - Gubernur sekarang 'sedang' berikud
 - Kecelakaan itu 'telah' minta korban 6 orang meninggal
 - Menurut Pangab 'bahwa' ABRI harus dekat rakyat
 - Album 'dari' KLa Project sukses di Jatim

3. TIDAK JELAS

Dengan berbagai alasan, sering ditemukan kata dan kalimat yang tidak jelas maknanya. Penyebabnya macam-macam, antara lain :

a. Istilah Asing atau Baru

Penggunaan istilah-istilah berbahasa asing, atau bahasa Indonesia yang belum populer termasuk pengucapannya, sering membuat pendengar sulit memahami materi informasi.

b. Akronim (singkatan)

Kebiasaan orang untuk menggampangkan sesuatu, berakibat orang dengan mudah pula membuat singkatan. Celakanya dalam pembuatan singkatan itu tidak berdasarkan pada standar singkatan yang lazim. Tapi lebih cenderung 'enak diucapkan', 'enak didengar' dan 'gampang diingat'. Masalah lain yang timbul, sering singkatan itu bunyinya sama dengan kata-kata yang sudah ada, tapi punya makna berbeda.

c. Istilah Kongkrit

Tuntutan akurasi atas peristilahan yang tidak dapat diberlakukan secara umum.

Misal : Kendaraan bermotor, alat tulis, senjata tajam dan api.

d. Eufimisme (penghalusan)

Usaha untuk menghaluskan kata-kata yang umumnya berkonotasi negatif. Tapi dalam perkembangan berikutnya. Eufimisme cenderung menjadi usaha pemutar balikan fakta. Sehingga makna yang jujur dan sesungguhnya menjadi kabur, atau bergeser makna.

Misal :

- Dirumuskan (padahal : dipecat)
- Diamankan (padahal : ditahan)
- Disesuaikan (padahal : dinaikkan)

FAKTA-4 : SARAN - SARAN

Untuk mengatasi berbagai kendala penerapan Bahasa Indonesia dalam konteks Jurnalisme Radio, inilah beberapa langkah yang harus diambil.

1. SISI PENULIS

- a. Melatih kemampuan berpikir praktis, tidak bertele-tele dan mampu memformulasikan secara sederhana, pendek dan padat.
- b. Melatih alur berpikir yang runtut, konstruktif dan relevan. Karena hal ini berkaitan dengan konsep penulisan di radio yang harus 'singkat', 'padat' dan 'jelas'.

2. SISI KERADIOAN DAN JURNALISME RADIO

- a. Pahami sungguh-sungguh karakteristik medium radio siaran.
- b. Pahami hubungan komunikasi di radio siaran, terutama antara radio (komunikator) dengan khalayak pendengar (komunikan).
- c. Menguasai teori dan praktek jurnalisme radio.
- d. Punya kemampuan penulisan sekaligus perbandingan bentuk penulisan antar medium radio, pers dan TV sesuai karakteristiknya.

3. SISI KEBAHASAAN

- a. Lebih dulu menguasai ilmu Bahasa Indonesia secara umum.
- b. Menyadari, dalam penerapan untuk jurnalisme radio besar kemungkinan terjadi kontradiksi antara tuntutan teori dan fakta aplikasinya. Untuk itu, upayakan selalu mencari jalan tengah supaya bisa mengakomodasikan tuntutan-tuntutan utama antara Bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan Jurnalisme radio siaran.
- c. Memiliki kekayaan kosa-kata untuk variasi tulisan dan rasa bahasa.
- d. Selalu membekali diri dengan kamus-kamus Bahasa Indonesia, atau kamus Istilah Populer dan sejenisnya.
- e. Banyak membaca dengan tujuan membekali referensi tentang ragam gaya penulisan, terutama bacaan yang bermuatan

jurnalisme.

- f. Selain selalu mengevaluasi isi naskah, evaluasi juga sisi pemakaian Bahasa Indonesianya.

FAKTA-5 : KESIMPULAN

Dari pertemuan antara unsur 'Jurnalisme Radio' dan unsur 'Bahasa Indonesia', maka pemahaman 'Bahasa Indonesia Jurnalistik' bisa disimpulkan berdasarkan ciri-ciri :

1. Bahasa Indonesia yang digunakan media - massa.
2. Menggunakan prinsip kalimat yang 'singkat'.
3. Dalam kalimat singkat terkandung isi yang 'padat'.
4. Meski singkat dan padat, tulisan dimengerti dengan 'jelas'.
5. Selain itu tulisan harus 'menarik', baik dari sisi materi juga cara penyampaian dan pemakaian bahasanya.
6. Bahasa tampil sederhana dan tidak muluk-muluk.

Apa yang terpapar di atas kelihatannya mudah dimengerti dan dilaksanakan. Tetapi dalam prakteknya tidak begitu. Karena persoalan kebahasaan ternyata merupakan persoalan kebiasaan juga. Akibatnya untuk menerapkan konsep-konsep Bahasa Indonesia Jurnalistik, harus dibarengi dengan mengubah kebiasaan berbahasa sehari-hari. terutama yang terbiasa menulis dengan pendekatan media cetak, alias untuk konsumsi mata dan bukan telinga. Hal ini bisa dibuktikan kalau anda harus mempraktekkan menulis dalam 'Bahasa Indonesia Jurnalistik Radio'.

IV. PERNIK-PERNIK NASKAH BERITA RADIO

1. MENULIS SINGKATAN, NAMA, GELAR, DAN ANGKA SINGKATAN

Ingat, produksi auditif radio siaran punya banyak kelemahan. Salah satunya mengenai singkatan-singkatan. Masalah yang sering timbul dalam penulisan singkatan,

- a. Apakah singkatan yang diudarkan itu sudah dikenal khalayak pendengar atau belum.
- b. Kalau singkatan tersebut dibaca, apakah ada kata-kata yang bunyinya serupa tapi makna atau arti yang berbeda.

- c. Lebih penting mana, memilih singkatan supaya lebih ringkas tapi dengan resiko tidak dimengerti, atau lebih baik dipanjangkan tapi jelas tertangkap maksudnya meski butuh waktu yang lebih panjang.

PENULISAN SINGKATAN

- a. Prinsip awal ketika penulis naskah menghadapi singkatan, tulis kepanjangannya. Jangan memberi kesempatan singkatan tampil.
- b. Peluang singkatan hanya dimungkinkan untuk yang sudah sangat lazim. Dengan dugaan, semua orang pasti kenal singkatan tersebut.
Misal : Ir. (insinyur), dr. (dokter), Prof. (professor)
- c. Untuk nama organisasi, lembaga dan institusi, sebaiknya diawal dibaca lengkap dulu baru kemudian dibaca 'Designasi Alfabetis' nya.
Misal : Perserikatan Bangsa-Bangsa atau P-B-B
Golongan Karya atau Golkar
- d. Jangan singkat nama negara, negara bagian, propinsi, bulan, hari, hari-hari besar, gelar militer, pemerintahan dan keagamaan, dan sebagainya.
Misal : US atau USA untuk Amerika Serikat
OH untuk Ohio
X'MAS untuk Christmas
JR atau SR untuk Junior atau Senior
- e. Jangan pakai simbol sebagai pengganti kata.
Misal : & untuk DAN
untuk NOMOR/URUTAN
- f. Dalam penulisan pisahkan huruf-huruf yang digunakan dalam singkatan atau designasi alfabetis dengan tanda penghubung (-) waktu setiap huruf disebutkan.
Misal : Partai Demokrasi Indonesia dengan P-D-I
Partai Persatuan Pembangunan dengan P-P-P
- g. Untuk penulisan singkatan yang menjadi satu kata, maka penulisannya harus disatukan, tidak dipisahkan tanda penghubung.
Misal : Angkatan Bersenjata Republik Indonesia dengan ABRI
Asuransi Tenaga Kerja dengan ASTEK

NAMA DAN GELAR

Hal yang sering dilupakan atau tidak diperhatikan penulis naskah adalah Nama dan Gelar seseorang. Kecermatan untuk dua hal ini sering dijadikan ukuran untuk menilai profesionalitas penulis naskah. Penulisan yang salah, sehingga menjadi salah baca atau salah pengucapan, sering mengganggu khalayak pendengar, kalau tidak mengganggu yang empunya nama dan gelar tersebut.

PENULISAN NAMA

- a. Hindarkan penulisan nama orang di awal naskah. Karena dalam keadaan itu, khalayak pendengar belum siap betul mencerna informasi yang disampaikan. Sehingga sering nama kemudian tidak tertangkap khalayak.
- b. Tulis nama lengkap dan gelarnya untuk orang yang belum dikenal.
- c. Sebaliknya, tidak perlu menulis gelar dan nama lengkap untuk seseorang yang sudah sangat terkenal. Karena penulisan nama lengkap dan gelarnya menjadi mubazir, ketika semua orang sudah tahu hal itu.
- d. Tentang pencantuman gelar, kalau memang diperlukan maka tulislah gelar di muka nama. Bukan sebaliknya.
- e. Penulisan dan pencantuman gelar sebaliknya untuk gelar yang berlaku umum di masyarakat. Karena pada beberapa institusi dan organisasi profesi, anggotanya memiliki gelar yang hanya berlaku internal dan untuk kelompok itu saja. Dalam hal semacam ini, penulisan gelar tidak dibutuhkan karena khalayak pendengar juga tidak mengerti.

Misal : Dunia Fotografi

Organisasi Sosial

- f. Menyangkut nama seseorang yang terdiri dari beberapa kata, cukup ditulis nama yang biasa dipakai untuk memanggilnya. Dan selanjutnya nama tersebut disambung dengan nama keluarga. Mengenai nama tengah tidak perlu ditulis.

ANGKA

Penulisan angka merupakan bagian yang sangat rumit. Apalagi dalam karakteristik medium radio sudah dibahas, salah satu kelemahan

radio adalah 'Anti Detil'. Sementara angka selalu menampilkan sifat detilnya. Tapi karena angka-angka itu disiarkan lewat radio siaran, diperlukan strategi khusus untuk bisa dipahami khalayak pendengar.

PENULISAN ANGKA

a. Penulisan angka hanya dibutuhkan untuk angka yang perlu-perlu saja.

b. Tidak direkomendasikan menulis daftar angka atau urutan angka.

Misal : Daftar harga, daftar anggaran proyek

c. Untuk angka yang besar dan terinci, buat pembulatangannya. Pembulatan ini merupakan usaha penyederhanaan, supaya telinga bisa menangkapnya. Untuk itu bisa menggunakan kata-kata seperti 'sekitar', 'kurang lebih', 'hampir', 'sedikitnya', 'lebih dari', 'sebanyak' dan sebagainya.

Misal : Rp. 3.122.555.890,- (lebih dari Rp. 3,1 miliar)

156.775.269 orang – (sekitar 156 juta orang)

d. Untuk angka yang tidak lebih dari 3 desimal, bisa ditulis dengan angka itu, bukan ejaan.

Misal : untuk angka 0 sampai 99

e. Untuk angka yang lebih dari 3 desimal, maka penulisannya sudah harus dieja. Karena tulisan angka yang besar dan panjang menyulitkan pembaca naskah.

Misal : 1.200.000 menjadi (Satu Koma Dua Juta)

10.000 menjadi (Sepuluh Ribu atau 10 ribu)

f. Eja setiap angka pecahan.

Misal : $\frac{3}{4}$ menjadi (Tiga Perempat)

1,2 menjadi (Satu Koma Dua)

g. Mengenai keterangan uang jangan menggunakan simbol-simbol.

Misal : \$ untuk (Dolar)

h. Untuk menyebutkan presentase jangan menulis tanda (%)

Misal : 5% menjadi (Lima Persen)

i. Gunakan awal 'Ke' di depan angka yang akan dibacakan untuk menunjukkan bilangan urutan.

Misal : Ulang Tahun X menjadi (Ulang Tahun ke 10)

2. TANDA BACA DAN TANDA KUTIP

Dalam penulisan naskah radio ada elemen-elemen lain yang dibutuhkan di luar penulisan itu sendiri. Yaitu 'Tanda Baca' dan 'Tanda Kutip'. Banyak penulis naskah radio yang mengabaikan kegunaan kedua hal ini. Padahal aksentuasi produksi auditif juga ditentukan oleh penempatan tanda-tanda tersebut.

TANDA BACA

Dalam penulisan naskah peran tanda baca sangat penting. Karena tanda baca adalah rambu-rambu, dimana kita harus berhenti, berhenti sebentar, menggunakan nada tanya, nada seru dan sebagainya. Bagaimana spesifikasi penggunaannya di radio ?

Khusus untuk radio siaran, terdapat beberapa ketentuan penggunaan tanda-tanda baca, tapi tidak ada yang sangat baku. Untuk itu bisa kita bagi menjadi,

a. TANDA BACA 'TRADISIONAL'

Yaitu menggunakan tanda-tanda baca yang berlaku umum selama ini. Seperti titik (.), koma (,), tanda tanya (?), kolom (;), dan sebagainya.

b. TANDA BACA 'KHUSUS'

Yaitu menggunakan tanda-tanda baca khusus, yang dibuat berdasarkan kesepakatan. Artinya tidak bersifat baku, dan bisa hanya berlaku di kalangan tertentu saja.

Misal : Garis miring satu (/) sebagai KOMA

Garis miring dua (//) sebagai TITIK

Garis miring tiga (///) sebagai AKHIR NASKAH

Garis bawah (__) sebagai PENEKANAN KATA

Deretan Titik (...) sebagai ISYARAT STOP SEJENAK

TANDA KUTIP

Pengutipan dan pemakaian tanda kutip sering dijumpai dalam penulisan naskah media cetak. Tanda kutip sering digunakan untuk memagari pernyataan narasumber. Pemakaian ini terasa sangat dibutuhkan media cetak, untuk memberi gambaran keadaan dan

fakta. Tetapi lain di radio, penggunaan tanda kutip tidak sebebaskan dan semaksimal media cetak.

Alasan-alasannya,

- a. Naskah di radio bukan untuk dibaca, tapi untuk diperkatakan atau dituturkan. Maka untuk kutipan-kutipan dengan tanda kutip sering sulit untuk diekspresikan suara. Masalahnya, apakah kutipan itu kalau disuarakan langsung apakah bisa seekspresif yang mempunyai kutipan. Apa tidak mungkin terjadi bias fakta karena ekspresi yang berbeda antara pembaca dan kutipan sumber ?
- b. Dikuatirkan, pemakaian simbol-simbol tanda kutip (“...”) mendorong pembaca naskah terjerumus kesalahan, karena menyembunyikan kutipan dan tanda kutip secara tidak benar.
- c. Secara auditif sulit untuk menandai kapan kutipan berakhir. Apakah kalimat setelah kutipan itu masih termasuk kutipan, atautkah sudah masuk kalimat baru. Dalam hal ini lebih jelas media cetak.

Anjuran,

- a. Untuk menghindari masalah seperti yang dipaparkan diatas, dianjurkan kepada penulis naskah radio, berusaha menjadikan pernyataan-pernyataan langsung tadi menjadi kutipan ‘tidak langsung’. Dimana bentuk kalimatnya menjadi menerangkan. Sehingga dimungkinkan menyederhanakan pernyataan langsung tadi dengan banyak mengutip esensinya saja.
- b. Ketika melaksanakan penyederhanaan pernyataan, harus dilakukan dengan sangat hati-hati. Tujuannya supaya tidak terjadi pergeseran makna pernyataan, apalagi mengubah maksud isi pernyataan.

3. BIMBINGAN EJAAN FONETIK

Tugas penulis naskah ternyata tidak cuma menulis naskah, lantas merasa selesai waktu sudah diserahkan ke pembaca. Masih ada satu tugas penting lainnya. Yaitu membantu dan memudahkan pembaca naskah dengan memberikan bimbingan ‘Ejaan Fonetik’ pada kata-kata yang sulit dan belum dikenal. Bentuknya berupa tulisan cara membaca kata-kata sulit tersebut.

PELAKSANAANNYA

- a. Tulis cara membaca kata sulit dalam tanda kurung, di belakang kata sulit itu.

Misal : GUANTANAMO (GWAHN-TAH-NAH-MOH)

RIO DE JANEIRO (RIYO-DE-HANAIROU)

- b. Untuk kemudahan, tulis cara membaca kata sulit dalam huruf besar atau capital.
- c. Tulis bimbingan ejaan itu sesuai bunyi ucapan yang sesungguhnya. Sehingga siapapun yang membaca kata sulit itu tidak mendapat masalah.
- d. Garis bawahi bagian-bagian kata yang perlu ditekan pengucapannya.
- e. Patokan yang digunakan radio siaran untuk bimbingan ejaan fonetik, adalah sistem teleks kantor berita *Associated Press*.

KENDALA

Banyak kendala yang mungkin terjadi ketika penulis naskah harus memberi bimbingan ejaan fonetik. Boleh jadi dia sendiri belum pernah mendengar kata sulit itu, apalagi kemudian harus mengeja dan membacanya. Berikut ini beberapa jalan keluar.

- a. Gunakan kamus yang mencantumkan keterangan cara membaca.
- b. Hubungi beberapa sumber yang bisa dipertanggung jawabkan untuk mengetahui cara mengeja dan membaca dengan benar. Seperti kantor kedutaan, konsulat, pusat kebudayaan atau perwakilan asing dari mana kata sukar itu berasal. Sumber lainnya bisa menghubungi ahli bahasa.

Penting untuk dihayati, pengucapan yang benar merupakan tanggungjawab semua pihak, mulai dari penulis naskah, pembaca hingga lembaga radio dalam kaitan dengan citra. Karena cara membaca yang benar, mencerminkan tuntutan akurasi yang harus diterapkan. Apalagi yang menyangkut nama, dijamin tidak satupun bersedia disebut bukan seperti seharusnya. Karena itu biasakan untuk selalu mengkonfirmasi ke sumber yang tepat. Mereka-reka dan menyebut dengan asal-asalan, menggambarkan kebijakan lembaga radio yang tidak teliti, cermat dan bersungguh-sungguh.

Bertutur dalam BAHASA SIARAN di RADIO

Ari R. Maricar

Instruktur Diklat Manajemen Radio Siaran

Pengurus Pusat PRSSNI

Materi Program Pendidikan dan Latihan

Sumber Daya Manusia Radio Siaran

©®1994

BERTUTUR DALAM BAHASA SIARAN DI RADIO

ARI R. MARICAR)*

Apa yang dilakukan oleh radio
ialah mendengarkan suara manusia
untuk mengutarakan sesuatu
(*Saturday Review*)

MENULIS SEBELUM BERTUTUR

Kemampuan bertutur seorang penyiar tidak hanya mempunyai timbal balik dengan mendengarkan, tetapi juga berhubungan langsung dengan kemampuan menulis dan membaca.

Seorang penutur yang baik umumnya memerlukan persiapan tertulis. Gunanya :

1. Menghindarkan diri dari kesalahan, utamanya menyangkut akurasi. Naskah merupakan jaring penyelamat (*safety-net*). Naskah juga menghindarkan seorang penyiar dari kekurangan lengkapan informasi.
2. Naskah merupakan sesungguhnya penataan alur pikir seseorang secara logis. Jadi, naskah akan menuntun alur pikir seseorang secara logis. Jadi, naskah akan menutur alur tuturan.
3. Dengan pemahaman yang tinggi atas naskah siaran dan interpretasi bagaimana menyajikannya, seorang penyiar akan mampu menajamkan gaya bertutur pribadinya.
4. Dokumentasi, selain sebagai arsip juga sebagai bahan untuk pengembangan siaran lebih lanjut.

Menurut Robert Mc. Leish, meski disiapkan dalam bentuk tulisan namun kesannya naskah itu harus memiliki ciri pengaturan spontan (*spontaneous sound*).

Dengan begitu, maka sebuah stasiun radio seyogyanya melengkapi pengetahuan awak siarnya dengan keterampilan menulis. Keterampilan itu menyangkut :

- a. Pemilihan topik, selaraskan dengan format atau programming, dengan menyiasati dampak apa yang akan muncul di benak pendengar.

- b. Susun daftar topiknya secara logis, cari yang materinya siap dan juga pernah-berpengalaman pendukungnya, kemudian pilih yang terbaik.
- c. Penetapan bahan tulisan.
- d. Penulisan standar siaran, kunci pokoknya :
 - Mencitrakan (visualisasi) yang selaras dengan pendengar.
 - Komunikasi horizontal : penyiar dan pendengar berada dalam satu level.
 - Komunikasi inter-personal : bahasa konversasi antar dua orang.
 - Bagian awal tuturan musti penting, informatif dan menarik, bisa dengan introduksi Topik secara memikat atau langsung masuk ke topik.
- e. Pemilihan struktur tuturan : kosakata dan struktur kalimat.
- f. Penetapan format tulisan : ukuran kertas, margin, spasi, jenis huruf, tanda baca radio, panjang tiap tuturan dan sistem komputerisasi.

MENULIS APA ?

Tuturan di radio bisa dipilah menjadi :

1. Tuturan pengantar, biasa disebut sebagai '*call*'
2. Tuturan isi biasa disebut sebagai '*talk*'

Tuturan pengantar disempatkan oleh penyiar yang tengah berdiskusi, sementara tuturan isi bisa dikomunikasikan oleh penyiar(-penyiar) sendiri atau dengan tambahan suara dari narasumber.

Tuturan yang bersifat pengantar pada umumnya disiarkan secara langsung (ad-lib) sedangkan yang bermuatan isi tertentu bisa disampaikan langsung, namun untuk mencapai kualitas komunikasi yang diharapkan tak jarang dikemas dalam bentuk rekaman.

1. Tuturan pengantar (*Call*) bisa terdiri atas :
 - a. *Greetings* atau sapaan, elemennya terdiri atas :
 - Kata sapaan.
 - Nama penyiar.
 - Sebutan bagi pendengar.
 - Nama program.
 - Nama dan frekuensi stasi.
 - Waktu (jam dan tanggal).

- Sekuen (edisi, episode, sesi).
- Isi acara (topik, masalah, bintang tamu).

b. *Call on time*, tuturan tentang waktu.

c. *Call on song*, tuturan tentang musik, elemennya :

- Judul lagu.
- Penyanyi (perhatikan 'prediksi'nya).
- Komposer dan atau penulis liriknya.
- *Arranger*.
- Penerbit/pengedarnya.
- Tahun dan tempat perekaman / penerbitannya.
- Info lain yang terkait (*style* musiknya, keunikannya).
- Musisinya.
- Durasinya .

d. *Call on agenda*, tuturan agenda, elemennya :

- Cuaca hari ini.
- Agenda kegiatan masyarakat hari ini.
- Hal-hal yang terkait dengan layanan masyarakat, seperti PLN, PDAM, PMI, Kepolisian, Rumah Sakit, Pemerintah Daerah.

2. Untuk tuturan isi (*Talk*), seperti dikemukakan di atas bisa dituturkan langsung oleh penyiar namun tak jarang dikemas terlebih dahulu.

Tuturan tak selalu berupa berita. Beberapa paket acara radio menuntut upaya penulisan secara spesifik. Misalnya, untuk program kewanitaan, anak-anak atau tips etika.

Dunia wanita, misalnya, menurut Robert L. Hilliard, musti dikemas dengan pendekatan :

a. Tradisional :

- Penyajian informasi menyangkut komunitas wanita.
- Tips kerumahtanggaan.
- Busana dan makanan.
- Pentokohan figur wanita.

Jika ini masih akan dipakai tuturkan sebagai minat umum namun tidak mengarahkan wanita untuk 'seragam' atau '*stereotype*'.

b. Modern, sebagai paket komunikasi-informasi-edukasi :

- Problema remaja.
- Konsumerisme.
- Lingkungan hidup.
- Perkembangan sosial kerumahtanggaan.
- Hak wanita dan emansipasi.
- Kesadaran sosial akan kesenian, iptek dan politik.
- Fisiologi dan seksualitas wanita.
- Program kemasyarakatan.

Dalam pengemasan tuturan yang isinya lebih bersifat berita atau informasi, maka harus dikembalikan pada kaidah jurnalisme radio. Prinsipnya : bagaimana menggali informasi, bagaimana mengolahnya dan bagaimana menyajikannya.

Kunci pokok pada tuturan di radio terletak pada naskah yang standar yang selaras dengan format siaran serta target audiensnya. Dan yang lebih penting lagi paduan yang harmonis dengan elemen siaran lainnya seperti musik atau siaran hiburan lainnya. Secara teknis dapat disandarkan pada kemampuan penyiar dalam menuturkan *call* maupun *talk*-nya dan harmonisasi paduan elemen siaran dalam satu sekuen (kurun waktu) siaran tertentu yang memenuhi kaidah teknik dan *artistic* sekaligus.

KUALIFIKASI PENULIS NASKAH RADIO

1. Pecinta kata.
2. Pengamat yang cermat.
3. Kreatif.
4. Lentur dalam sikap dan kebiasaan kerja.
5. Bertanggung jawab total terhadap isi dan struktur naskah.

Pendek kata seorang penulis naskah radio yang professional haruslah seseorang yang berketerampilan menajamkan gagasan ke dalam kata-kata atau kalimat-kalimat yang kelak akan disiarkan ke khalayaknya secara tepat dan cepat dan dipahami.

Yang patut diingat bahwa penulis naskah radio akan menuturkannya dalam bahasa untuk telinga, bahasa tutur, yang layak disebut sebagai bahasa radio siaran.

BAHASA RADIO SIARAN

Suara manusia di radio pastilah bunyi bahasa. Dengan bahasa, awak radio berkomunikasi dengan pendengarnya. Yang lalu menjadi pertanyaan : adakah bahasa radio ?

Ada. Bahasa radio merupakan ragam bahasa yang memiliki sifat khas komunikasi radio.

Sebagai bahasa yang dimanfaatkan untuk komunikasi massa auditif, maka bahasa radio harus :

- Mudah dicerna.
- Selaras dengan intelektualitas dan wawasan target pendengarnya.

Namun, boleh saja ada anggapan bahwa bahasa radio itu sesungguhnya tidak ada. Karena secara umum bahasa radio sama juga dengan bahasa komunikasi standar, yakni bahasa baku.

Bahasa baku, menurut Dr. Yus Badudu, adalah bahasa yang digunakan oleh masyarakat yang paling luas pengaruhnya dan yang paling besar wibawanya. Karena radio bersifat lokal dan khalayaknya ada yang heterogen (radio kini menjaring pendengarnya secara segmentatif), maka kebakuan bahasa radio menjadi luwes sifatnya. Khalayak pendengar dengan batasan usia tertentu, di kawasan tertentu tentu memiliki bahasa baku yang khas. Bagi radio yang sasaran pendengarnya umum, tanpa batasan atau pengelompokkan karakter, seyogyanya memanfaatkan bahasa baku menurut kaidah tadi.

Meski begitu bahasa baku tidak harus diartikan secara kaku. Bahasa baku tetap memiliki sifat kemantapan dinamis dalam kaidahnya. Kemantapan itu cukup terbuka untuk perubahan atau penambahan kosa kata dan peristilahan, perkembangan jenis ragam dan gaya kalimat serta maknanya.

Jadi bahasa radio juga merupakan bahasa yang dibatasi oleh kaidah-kaidah tata bahasa, bahasa dengan ejaan yang benar dan juga bahasa yang kosa katanya mengikuti perkembangan masyarakat.

Tak dapat dipungkiri lagi, bahasa merupakan senjata utama bagi radio siaran. Musik atau lagu tak bisa diandalkan lagi. Persoalan musik di radio cuma bertumpu pada kebaruan atau seleksi. Kini dengan tuturan penyiar dan siaran kata sajalah radio bisa menggunggulkan diri.

Bagi radio, bahasa merupakan :

1. Alat Komunikasi.

Dalam komunikasi sehari-hari masyarakat memanfaatkan bahasa dengan berbagai ragam : secara tertulis, secara oral dan lewat lambang yang disepakati. Pada siaran radio hanya satu polanya, yakni bahasa tutur. Bahasa tutur merupakan bahasa oral, bahasa yang diucapkan oleh manusia.

Dalam prakteknya bahasa tutur ini diolah dikembangkan secara khas. Lahirlah kelak apa yang bisa disebut sebagai bahasa komunikasi radio siaran. Meski tidak seragam, namun bahasa tutur itu ada dan terus berkembang, dan dari waktu ke waktu stasiun-stasiun radio melahirkannya. Paling tidak dalam bentuk kosakata atau ungkapan yang baru.

2. Alat Ekspresi.

Kalau media cetak mengekspresikan diri lewat huruf dan gambar yang dicetak, maka radio mengekspresikan diri lewat bunyi dan suara.

Bunyi di radio terdengar lewat sajian musik atau suara alami dan *sound effects* yang dimanfaatkan untuk acara siaran tertentu. Sementara suara merupakan produk alat ucap manusia. Suara manusia dalam bentuk bunyi-bunyi bahasa yang bermakna itu merupakan alat ekspresi radio.

BAHASA SIARAN SEBAGAI PENENTU KINERJA RADIO

Beberapa stasiun radio mengaggas bahasa secara khas. Biasanya ditandai dengan penggunaan kosakata atau struktur kalimat yang khas juga. Ketika kosakata atau ungkapan pilihan itu disajikan dalam gaya tuturan secara konsisten maka sesungguhnya radio berupaya untuk menjaga hubungan atau komunikasi dengan pendengarnya.

Dengan begitu, bisa dikatakan, bahasa siaran yang khas pada masing-masing stasiun radio menentukan keberadaan atau eksistensi radio-radio itu sebagai lembaga penyiaran.

Semakin tajam karakter kosakatanya dan semakin konsisten dalam penerapannya di acara-acara siarannya, maka bahasa siaran yang khas itu sekaligus melahirkan identitas bagi stasiun radionya. Jadi, bahasa siaran juga dapat menentukan dan sekaligus mendukung kinerja (*performance*) suatu lembaga penyiaran auditif.

Hubungan beberapa Antara bahasa siaran dan kinerja radio dapat disandarkan pada beberapa hal:

1. *Positioning*,

Yakni kesan di benak pendengar yang muncul setelah ia mendengarkan kekhasan satu stasiun radio. Kekhasan ini, di antaranya, bisa diwakili dengan tuturan dengan bahasa yang khas pula.

2. Segmentasi,

Yakni langkah untuk mengelompokkan pendengar menurut klasifikasi tertentu, lalu memilih kelompok yang khas sebagai target pendengarnya.

Praktiknya : bahasa siaran bagi khalayak muda pasti berbeda dengan bahasa untuk yang dewasa atau semua kalangan usia.

3. Format siaran,

Yakni pola acara siaran yang disandarkan pada pilihan musik, gaya siaran dan isi siaran yang diselaraskan dengan target pendengarnya. Di sini pilihan gaya bahasanya juga menentukan.

4. Keunikan daya jual (*USP = Unique Selling Proposition*),

Yakni aspek kreatif ke arah penciptaan penampilan yang berdaya jual tinggi. Bagi radio siaran sangat bergantung kepada faktor teknik, program (termasuk bahasa siaran) dan *air personality*-nya. Untuk mencapai daya jual itu, salah satu penentunya : bahasa siaran.

MENGAPA HARUS KHAS ?

Bahasa siaran suatu stasiun radio layaknya harus khas. Selain menentukan identitas lembaga penyiarannya, maka beberapa faktor berikut dijadikan pertimbangan :

1. Radio akan semakin mengarahkan siarannya pada kelompok pendengar tertentu, sebagai konsekuensi penerapan pendekatan segmentasi atau fregmentasi.
2. Daya dengar (*TSL = Time Spent Listening*) pendengar radio terbilang rendah. Karenanya begitu pesawat radio dinyalakan seorang pendengar seyogyanya dapat menentukan radio apa yang tengah didengarnya, meski tanpa melihat angka frekuensinya.
3. Senjatanya adalah tengara. Bisa lewat jingle, namun yang paling akrab yang dituturkan langsung oleh penyiarinya. Tengara bisa lahir lewat bahasa siaran yang khas.

4. Konsentrasi pendengar radio relatif rendah. Radio pada umumnya didengar sambil lalu, sambil melakukan aktifitas apa saja. Karenanya diperlukan pemicu minat agar pendengar memberikan perhatiannya sedikit lebih banyak. Jalan keluarnya : gunakan tuturan yang kreatif, yang berbeda dari bahasa komunikasi sehari-hari.

Semakin khas bahasa suatu stasiun radio, maka semakin kuat jati dirinya. Akan mudah pula diingat oleh pendengarnya, dan pada gilirannya akan menumbuhkan peminatan. Asal kaidah-kaidah penentunya tetap diindahkan.

CIRI DAN PENENTU BAHASA SIARAN

Bahasa siaran di radio memiliki ciri-ciri :

- Singkat
- Padat
- Sederhana
- Lugas
- Menarik

Singkat dan padat berhubungan dengan jumlah kata dalam kalimat. Dengan menggunakan kata-kata yang sedikit saja maknanya sudah dapat ditangkap oleh pendengar. Sedangkan kesederhanaan bisa disandarkan kepada pilihan kata atau ungkapan, juga dalam gaya bahasanya.

Kelancaran tuturan berhubungan dengan struktur kalimat. Dan kelugasan bahasa bisa diartikan sebagai penghindaran terhadap pengungkapan yang bertele-tele.

Ihwal bahasa yang menarik pasti terkait dengan aspek kreatif seorang penutur bahasa di radio, dalam hal ini para penyiarinya.

Bahasa Siaran Ditentukan Oleh 2 Faktor :

01. Faktor Kaidah Kebahasaan : Struktur Bahasa Siaran

Bahasa (termasuk kosakata) apapun yang dipergunakan dalam siaran di radio harus memenuhi kaidah kebahasaan, dalam ukuran dapat dipertanggungjawabkan.

Kalau kaidah kebahasaan pada umumnya terkait dengan persoalan tata bahasa, berhubungan dengan struktur kata, kalimat, wacana

dan studi makna (leksikal), maka secara khas radio memiliki tatanan kebahasaan yang dikenal sebagai Struktur Bahasa Siaran.

Struktur bahasa siaran tidak merupakan pola kata, ungkapan atau kalimat. Struktur ini lebih terkait dengan permainan emosi pendengar lewat tuturan. Aspek psikologi lebih berperan di sini ketimbang aspek kebahasaannya. Dengan kata-kata atau ungkapan yang sederhana, dengan pola kalimat yang sederhana pula emosi pendengar harus dapat digerakkan.

Azas struktur bahasa siaran terdiri atas :

1. *Attention Getter* (pemicu perhatian).

Tariklah perhatian pendengar dengan kalimat pertama. Kalau kalimat pertama belum atau tidak menarik, maka jangan harap pendengar akan memberikan nilai lebih atas sajian suatu siaran.

2. Mengemukakan sesuatu.

Tuturan di radio berupa untaian kata yang harus mengemukakan sesuatu, kecuali sapaan. Yang dapat dikemukakan :

- Fakta.
- Opini atau pendapat.
- Ibarat atau perumpamaan.
- Gejala.

3. Reaktif.

Awak radio harus menuturkan fakta, opini, ibarat dan gejala dengan pendekatan reaktif, yang dapat menimbulkan reaksi bagi pendengarnya. Utamakan tuturan yang dapat :

- Mempengaruhi
- Mengajak
- Memberi jalan keluar (*solutive*) atau suatu permasalahan Ketiga hal ini bisa dituturkan secara eksplisit atau langsung, atau bisa juga secara implisit atau terselubung.

4. Azas manfaat.

Sajikan hanya tuturan yang bila didengar akan memberikan manfaat kepada pendengar. Hal-hal yang sangat umum perlu dihindarkan.

5. Pilihan kosakata.

Tak perlu yang harus mengeryitkan dahi, tapi pilihlah yang pas dengan kemampuan nalar pendengar.

Pilihan kata hendaknya tepat, jelas, dan bervariasi.

Tepat berkaitan dengan pemilihan di Antara beberapa alternatif kata yang bersinonim. Jelas maksudnya mudah dimengerti oleh pendengar yang menjadi sasaran. Bervariasi berkait dengan penggunaan kata-kata yang tidak itu ke itu juga.

Pendengar akan lebih tertarik dan akan lebih paham, kalau kata-kata yang digunakan kata-kata yang sudah dikenal oleh pendengar. Misalnya kata-kata populer tentu akan lebih efektif daripada kata-kata yang muluk-muluk, dan kata-kata yang berasal dari bahasa asing.

Kata-kata yang belum dikenal memang membangkitkan rasa ingin tahu, namun akan menghambat kelancaran komunikasi. Selain itu hendaknya dipilih kata-kata konkret sehingga mudah dipahami pendengar. Kata-kata konkret yang menunjukkan aktivitas akan lebih mudah dipahami pembicara. Namun, pilihan kata itu tentu harus kita sesuaikan dengan pokok pembicaraan dan siapa target audiens kita. Kalau si pembicara memaksakan diri memilih kata-kata yang tidak dipahaminya dengan maksud supaya lebih mengesankan, malah akibatnya sebaliknya. Timbul kesan seolah-olah dibuat-buat dan berlebihan. Demikian juga sebaliknya, karena penutur ingin memaksa diri mendekati khalayak yang bukan sarasannya, maka ia menggunakan bahasa yang populer atau kata-kata tidak baku. Tetapi akibatnya kedengarannya juga tidak wajar. Dalam hal ini hendaknya penutur musti menyadari siapa pendengarnya dan apa pokok pembicaraannya, dan menyesuaikan pilihan katanya dengan pokok pembicaraan dan pendengarnya.

Pendengar akan lebih tertarik dan senang mendengarkan kalau penyiar berbicara dengan jelas dalam bahasa yang dikuasainya, dalam arti yang betul-betul menjadi miliknya, baik sebagai perorangan maupun sebagai pembicara. Selain itu, pilihan kata juga disesuaikan dengan pokok pembicaraan. Kalau pokok pembicaraan kita masalah ilmiah, tentu pemakaian istilah tidak dapat kita hindari dan pendengar pun akan dapat memahaminya karena pendengarnya juga orang-orang tertentu. Tentu dalam situasi ini kita tidak bertutur

secara santai mengenai masalah-masalah yang rumit dan serius, dan sebaliknya berbicara secara serius mengenai hal-hal yang santai.

Keragaman atau variasi kosakata bisa digali lewat kamus sinonim. Dalam penuturan atau penulisan bahasa Inggris kita bisa meragamkan kosakata dengan memanfaatkan '*Thesaurus*', kamus bahasa yang mengelompokkan kosakata sepadan untuk berbagai makna dan penggunaan. Sayangnya, belum ada kamus seperti itu dalam bahasa Indonesia.

6. Kepribadian (*air personality*).

Tuturkan secara khas, dengan gaya yang benar-benar milik sosok awak radio. Bukan dengan gaya yang sekedar menirukan.

7. Kaidah CBS.

CBS (*Colombus Broadcasting Service*) merupakan lembaga penyiaran yang intensif mengarahkan awak siarnya. Dalam hal struktur bahasa siaran konsep CBS dikenal sebagai '4-C' :

1. *Correctness* : cermat
2. *Clarity* : jelas
3. *Concise* : ringkas
4. *Colour* : 'warna', kepribadian

02. Faktor Kreatifitas Bahasa Siaran

Sesungguhnya kreatifitas bahasa siaran radio meliputi langkah-langkah :

1. Pemilihan kosakata dari berbagai sumber.
2. Penggalian kembali kosakata yang pernah ada yang sekarang sudah terlupakan, namun masih layak digunakan.
3. Penciptaan kosakata atau ungkapan baru.

Bahasa siaran dapat digali lewat sumber-sumber :

- Kamus.

Manfaatkan kesempatan luang untuk membuka halaman demi halaman berbagai kamus, utamanya KBBI -Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Puluhan ribu lema (*entry*) ada di kamus. Banyak diantaranya yang menarik, bermakna khas dan belum dimanfaatkan dalam bahasa sehari-hari.

- Wacana atau bacaan.

Bacalah apa saja. Buku, media cetak, jurnal sampai ke primbon. Tak jarang dari wacananya ditemui ungkapan yang unik. Kalau sekiranya bisa dimanfaatkan di siaran, mengapa tidak ?

- Pergaulan.

Pergaulan yang luas menuntut penguasaan bahasa secara meluas pula. Tak harus dengan penutur asing yang mengharuskan kita menguasai bahasa asing. Tak jarang para praktisi dengan spesialisasi tertentu memiliki kosakata yang khas. Kalau saja ada yang pas, garap saja.

- Mendengarkan penuturan narasumber.

Ini memang sumber pengembangan bahasa siaran yang akurat. Karena berasal dari penutur asli, yang umumnya sudah memanfaatkan puluhan tahun, namun kemudian tak dimanfaatkan atau terlupakan. Cukup banyak kosakata yang ada, hilang lalu dipergunakan kembali dalam bahasa kita, utamanya yang diangkat dari bahasa daerah.

CIRI-CIRI KREATIF

Prinsip kreatifitas bagi penulis naskah siaran di radio dikemukakan oleh Reed Bunzel dalam *Guidelines for Radio Copywriting*. Menurutny :

1. Setiap orang itu kreatif, termasuk Anda. Jika Anda tidak percaya katakan pada diri Anda bahwa : 'Aku akan kreatif'.
2. Tak ada yang baru di bawah matahari ini. Kreatifitas bukan barang baru.
3. Kreatifitas bergantung pada tiga elemen :
 - Mendidik diri
 - Persepsi dunia oleh seseorang
 - Kemampuan menyarikan pengalaman diri dengan persepsi dan pemaduannya untuk menyusun gagasan.
4. Yang tersisa cuma waktu, jika Anda duduk di meja kerja, menatap jam *deadline*, sementara 60 menit telah lewat dan tak sebuah coretan pun Anda lakukan.
5. Hal yang paling krusial bagi seorang penulis adalah mengingat betapa pentingnya menata pikiran kita (untuk dikomunikasikan). Jadi :
6. Tulis apa saja yang tengah berkelebat di benak Anda. Apa saja

mestinya direkam (diingat atau ditulis), tak peduli apakah nanti digunakan atau malahan menjadi sampah.

7. Niscaya nantinya akan ada banyak waktu ketika Anda minggat dari kursi kerja (tanpa atau sudah menulis sesuatu), dan ketika benak Anda sudah terasa 'blong'.

Diperlukan sikap kreatif dari para penggagas dan pengguna bahasa siaran. Hal ini sangat berhubungan dengan ciri-ciri manusia kreatif pada umumnya. Yakni mereka yang tergolong :

1. *Curious*, merasa ingin tahu.

Hanya orang-orang yang rasa ingin tahu menggebu-gebu yang cenderung kreatif. Agar diperoleh gagasan yang menarik dan orisinal maka rasa ingin tahu itu haruslah memperoleh jalan keluar.

Jalan keluar itu sangat bergantung pada kemauan dan kemampuan diri serta lingkungan di mana seseorang berada.

2. Agen perubahan (*Agent of change or development*).

Dalam era pembangunan dewasa ini perubahan demi perubahan terjadi dengan cepat. Apa yang direncanakan kemarin hari ini sudah harus menjadi kenyataan. Bahkan apa yang tak pernah digagas sebelumnya tiba-tiba saja bermunculan.

Tak bijak kalau para awak radio hanya menempatkan diri sebagai penonton atas tiap perubahan dari hasil pembangunan itu. Keterlibatan merupakan kemutlakan.

Sebagai komponen dari masyarakat penerangan, pendidikan dan hiburan, maka awak radio perlu mengikuti setiap laju pertumbuhan di bidang apa saja, untuk kemudian dipilih yang paling tepat untuk disajikan sebagai menu siaran.

3. Keterbukaan (*open mind*).

Harus ada sikap keterbukaan pada diri manusia kreatif. Dengan sikap ini akan terjadi arus masuk informasi. Mengucilkan diri atau membatasi wawasan tidak memungkinkan lahirnya gagasan silang yang memadukan berbagai pengetahuan.

Dalam hal beda pendapatpun awak radio harus menerimanya dengan sikap yang terbuka. Hasil silang pendapat yang tersaring lewat nalar yang tepat akan menghasilkan gagasan yang baru pula.

4. Bertanya dan menjawab (QnA).

Gunakan kosakata atau ungkapan dalam struktur kebahasaan yang sederhana sehingga maknanya dapat dengan cepat dicerna oleh pendengar. Hindarkan kata-kata yang terasa asing, kecuali maknanya dijelaskan juga.

5. Lokal.

Lokalitas di sini lebih mempertajam konsep kedekatan atau *proximity*. Secara teknis radio siaran bersifat lokal, karenanya memanfaatkan gaya tuturan lokal untuk informasi yang bersifat lokal pula.

6. Tanya-jawab.

Mengawali tuturan dengan pertanyaan seringkali menggugah minat orang untuk mengetahui jawabnya. Manfaatkan pola ini secara kreatif bukan dengan cara yang kaku, secara terus menerus misalnya.

7. Tunggal topik.

Jangan menuturkan lebih dari satu permasalahan atau satu gagasan dalam satu tuturan. Rumuskan satu topik lalu tuturkan detailnya. Detailpun harus dibatasi sedemikian rupa sehingga tidak mengesankan jumlah yang kelewat banyak.

8. *Once in a time*.

Ingat tuturan di radio disajikan hanya sekelebat. Pendengar tidak dapat mengulang apa yang dirasakannya kurang jelas, lain halnya dengan pembaca Koran. Jadi manfaatkan tuturan yang hanya sekali itu secara kreatif. Meski begitu pengulangan dengan rentang waktu yang panjang untuk sebuah tuturan yang kreatif tidak merupakan larangan.

OLAH KALIMAT

Olah kalimat sebagai Bahasa Radio menurut Ras Siregar musti :

- Bahasa percakapan, bahasa sehari-hari.

- Langsung ke pokok persoalan.

: Rolling Stones merilis album baru, pekan depan.

- Hindari yang bertele-tele

: Rolling Stones, yang telah malang melintang lebih dari 3 dekade di blantika music rock, akan mengedarkan albumnya yang terbaru, dirilis

- mulai pekan yang akan datang.
- Subyek dekat dengan predikat.
- Pendek, ringkas, padat dan berisi :
- Satu kalimat satu ide.
 - : Penyanyi dan musisi Indonesia merekam lagu Bunga Kehidupan, yang hasilnya disumbangkan pada korban Tsunami.
- Hindari kemajemukan ide pada satu kalimat
 - : Para penyanyi populer Indonesia yang pernah menghasilkan hits mendapat dukungan iringan musik dari musisi terbaik negeri ini untuk melahirkan karya spektakuler yang berjudul Bunga Kehidupan yang liriknya ditulis oleh Iwan Fals, hasil penjualannya diserahkan kepada korban Tsunami.
- Kalimat tunggal.
 - : Single John Lennon, Imagine, meraih Golden Award, 1 Oktober 1971.
- Hindari kalimat majemuk.
 - : Sebuah single, yang dicipta dan disuarakan oleh John Lennon, dengan judul komposisi Imagine, telah meraih penghargaan Golden Award pada tanggal 1 Oktober 1971 yang lalu.
- Kalimat aktif : John Lennon meraih Golden Award lewat Imagine, 1 Oktober 23 tahun yang lalu.
- Hindari kalimat pasif.
 - : Golden Award diraih John Lennon lewat Imagine, 1 Oktober 23 tahun yang lalu.
- Kalimat positif .
 - : Wartawan Eksponen menolak meliput penyanyi dangdut seronok.
- Hindari kalimat negative.
 - : Wartawan Eksponen tidak menyetujui meliput penyanyi dangdut seronok.
- Sederhana.
 - : Subyek + Predikat + Obyek + Keterangan.
- Komunikatif.
 - : Mudah dicerna.

EKONOMI KATA

Asumsi dasar dari ekonomi kata berasal dari berbagai ungkapan para filsuf, pujangga, penulis dan ilmuwan terkenal.

- Cicero : 'Keringkasan adalah daya tarik besar kefasihan lidah'.
- Hosea Ballou : 'Keringkasan dan kepadatan isi adalah orang tua perbaikan'.
- Fenelou : 'Makin banyak yang Anda katakan, makin kurang yang diingat orang.
Makin sedikit perkataan, makin besar keuntungan'.
- Walt Whitman : 'Kesederhanaan (*simplicity*) adalah kejayaan ekspresi'.
- Gustav Flaubert : 'Kalimat terbaik adalah kalimat terpendek'.
- Gunawan Mohamad : 'Bahasa jurnalistik Indonesia yang efisien saya maksudkan lebih hemat dan lebih jelas. Asas hemat dan jelas ini penting buat setiap reporter, dan lebih penting lagi buat editor.

Inti dari pembicaraan mengenai ekonomi kata terletak pada langkah untuk menghindari penggunaan kata-kata secara berlebihan. Dengan catatan, penghilangan kata-kata itu tidak merubah makna kalimat dan tetap menjamin terjalinnya komunikasi antara seorang penutur dan pendengarnya.

Ada beberapa kata dalam penuturan bahasa Indonesia yang dapat dihilangkan, yang – sekali lagi – tidak merubah makna dan tetap komunikatif. Beberapa di antaranya :

1. Bahwa dan bahasa.

- Majalah Billboard mengungkapkan, bahwa nilai kontrak rekaman penyanyi kondang Michael Jackson kini sudah mencapai 4 juta dollar Amerika.
- Datuk Maringgih menegaskan, bahasa adat yang berlaku hingga kini merupakan warisan budaya nenek moyang kita.
- Menteri Luar Negeri mengatakan, bahwa pertemuan antara Menteri Luar Negeri Non Blok merupakan bagian tak terpisahkan dari KTT Non Blok yang akan datang.
- Tidak diragukan lagi, bahwa ialah orangnya yang tepat.

(Kata bahwa dan bahasa merupakan kerancuan pada penerjemahan kata '*that*' dalam kalimat bahasa Inggris).

2. Adalah.

- Itu adalah rumah saya.
- Dia adalah seorang dokter.
- Pendengar, acara buat besok, Kamis 20 Juli 1992, adalah sebagai berikut.....

(Kata adalah merupakan penerjemahan yang salah atas kata kerja kopula atau *to be - is are, was, were* - dalam bahasa Inggris).

3. Telah, akan dan sedang.

- Farhan telah menulis skripsi tahun lalu.
- Presiden telah meresmikan jembatan terpanjang di Indonesia.
- Besok, Presiden akan meninjau usaha peternakan di Bogor.
- Para calon penyiar kini sedang berlatih menulis berita.

(kata telah terpengaruh oleh bentukan '*past tense*', sementara akan terpengaruh oleh bentuk '*future*', sedangkan kata sedang dipengaruhi oleh bentuk '*continous tense*').

4. Untuk.

- Pemerintah Philipina memutuskan untuk mencabut larangan berkumpul.
- Para peserta Diklat sanggup untuk melakukan tugas wawancara.
- Para delegasi yang datang dari berbagai negara bermaksud untuk membicarakan perjanjian tarif komunikasi.

(Kata untuk pada kalimat di atas merupakan terjemahan yang salah atas bentuk '*to.....*' pada bahasa Inggris. Kata untuk tetap bisa dipakai untuk pengertian kesengajaan atau menitikberatkan atau menegaskan sesuatu. Seperti :

“Bung Jajak pergi ke pasar Genteng untuk mengetahui minat masyarakat terhadap antenna parabola”).

5. Dari dan daripada.

- Surat Keputusan dari Menteri Penerangan melarang pemuatan berita yang menjurus pornografi.
- Menurut tetangga saya, Farhan bapak dari anak ini.
- Pidato daripada Bapak Presiden sore ini penting artinya bagi para guru.

- Sebab dari pada kemacetan lalu lintas selalu dihubungkan dengan sempitnya jalan.

(Kata dari dan daripada tidak harus merupakan terjemahan dari kata 'of' dalam bahasa Inggris. Kata-kata itu memiliki makna sendiri dalam bahasa Indonesia :

Dari menunjukkan :

- tempat asal : dari Surabaya
- permulaan : dari sore hingga.....

Pada menunjukkan :

- nama waktu atau benda : pada jaman Romawi, pada waktu sekolah, Buku itu ada pada siswa NSO.
- menurut : pada hematku, pada pendapatnya.

Daripada menunjukkan :

- zat asal : daripada emas 24 karat.
- perbandingan : Bajunya lebih baru daripada milikku.
- diantara : seorang daripada mereka.)

6. Kata-kata bermakna jamak.

- Para hadirin.
- Saudara-saudara sekalian.
- Para saudara sekalian.
- Banyak rumah-rumah.
- Semua pejabat-pejabat.
- Segala peraturan-peraturan.

7. Kerancuan

- Membicarakan tentang cara siaran.
- Keputusan menyangkut masalah hari libur.
- Menurut sumber di Kejaksaan menyatakan.....
- Berhubung karena pemadaman aliran listrik.....
- Saya akan memperhatikan benar terhadap persoalan ini.

FAKTOR KEBAHASAAN PENUNJANG EFEKTIFITAS BERTUTUR

1. Ketetapan ucapan.

Seorang pembicara harus membiasakan diri mengucapkan bunyi-bunyi bahasa secara tepat. Pengucapan bunyi kurang tepat, dapat mengalihkan perhatian pendengar. Sudah tentu pola ucapan dan artikulasi yang kita gunakan tidak selalu sama. Masing-masing kita mempunyai gaya tersendiri dan gaya tuturpun bisa berubah-ubah sesuai dengan pokok pembicaraan, perasaan dan sasaran. Akan tetapi, kalau perbedaan atau perubahan itu terlalu mencolok, sehingga menjadi suatu penyimpangan, maka efektifitas komunikasi akan terganggu. Kita menyadari latar belakang penutur bahasa Indonesia yang memang berbeda-beda. Setiap penutur tentu sangat dipengaruhi oleh bahasa ibunya.

Kunci dasarnya dalam kepenyiaran disebut sebagai :

- *Pronunciation*, menuturkan dengan benar, sesuai dengan lambang fonetik atau kaidah bunyi bahasa.
- *Enunciation*, menuturkan dengan kejelasan daya beda (*distinctive*). Ini terkait dengan kata-kata yang bentuk tulisannya sama namun harus dituturkan secara berbeda untuk mencapai makna yang berbeda.

Contoh :

- 'teras' rumah dan pejabat 'teras'.
- Sedu 'sedan' dan mobil 'sedan'.

2. Penempatan intonasi, aksentuasi dan prolongasi.

Kesesuaian intonasi, aksentuasi dan prolongasi merupakan daya tarik tersendiri dalam berbicara. Bahkan kadang-kadang merupakan faktor penentu. Walaupun masalah yang dibicarakan kurang menarik, dengan penempatan intonasi, aksentuasi dan prolongasi yang sesuai, akan menyebabkan masalahnya menjadi menarik. Sebaliknya jika penyampaiannya datar saja, hampir dapat disampaikan akan menimbulkan kejemuan.

Intonasi merupakan pelaguan kata berdasarkan pola jumlah sukukata, yang menentukan lagu kalimat. Aksentuasi bermakna bagian kata yang ditekankan pada suatu kalimat. Prolongasi berarti upaya untuk memanjangkan bunyi bahasa pada suku kata tertentu pada suatu kalimat untuk mencapai maksud tertentu.

REFERENSI

01. Peter E. Mayeux, *WRITING FOR THE BROADCAST MEDIA*, Allyn & Bacon, 1985
02. Ted White, Adrian J. Meppen, Steve Young, *BROADCAST NEWS WRITING REPORTING AND PRODUCTION*, Macmillan Publ. Coy, 1984
03. Howard Gough, *THE RADIO PROGRAMME 'Planning, Presenting & Producing'*, AIEO, 1982
04. John Hasling & McGraw Hill, *FUNDAMENTALS OF RADIO BROADCASTING*, Book Coy, 1980
05. Hafer & White, *ADVERTISING WRITING 'Putting Creative Strategy to Work'*, West Publishing, 1982
06. Bruce Bendinger, *THE COPY WORKSHOP WORK BOOK*, 1988
07. Reed Bunzel, *GUIDELINES FOR RADIO COPYWRITING*, National Association Broadcasters, 1982
08. Robert L. Hilliard, *WRITING FOR TELEVISION AND RADIO*, Wadsworth, 4th.ed.
09. Ras Siregar, *BAHASA INDONESIA JURNALISTIK*, Pust. Grafika, 1987
10. Abdul Razak, *KALIMAT EFEKTIF 'Struktur, Gaya, dan Variasi'*, Gramedia, 1990
11. Maidar G. Arsjad & Mukti U.S., *PEMBINAAN KEMAMPUAN BERBICARA BAHASA INDONESIA*, Erlangga, 1988
12. Sabarti Akhadiah, Maidar G. Arsjad & Sakura H. Ridwan, *PEMBINAAN KEMAMPUAN MENULIS BAHASA INDONESIA*, Erlangga, 1990
13. Ari R. Maricar, *PRODUKSI ACARA SIARAN DI RADIO*, Paper, 1994

ARI R. MARICAR

- Instruktur Diklat Manajemen Radio Siaran PP PRSSNI
- Pimpinan Radio PANORAMA 102,3 FaMily, Tretes – Jatim
- Pembina NSO, Program Pendidikan Profesi Penyiar Radio & MC
- Wakil Ketua PD. PRSSNI Jawa Timur bidang Pendidikan dan Litbang
- Direktur YASIARI, Yayasan Siaran Indonesia, bergerak di bidang Konsultan Manajemen Radio dan Pelatihan SDM Radio
- Pengajar tamu pada STIKOSA di Surabaya

*Materi Program Pendidikan dan Latihan ‘Penulisan Naskah Radio’
PC. PRSSNI Wilayah Jawa Timur, 1994*

BERITA DAN BERITA LOKAL DI RADIO :

Sebuah Panduan
(NEWS AND LOCAL NEWS IN RADIO)

ARI R. MARICAR

Instruktur Diklat Manajemen Radio Siaran
PP.PRSSNI

BERITA DAN BERITA LOKAL DI RADIO : SEBUAH PANDUAN

Ari R. Maricar

*News is the report of opinion or event
that is significant to a great number of people.*

*The great news story is
that report of opinion or event
that is of the greatest significance
to the greatest number of people.*

(Curtis Backman, *Post President RTNDA*)

A. RADIO DAN BERITA

Jika berita diartikan sebagai laporan atas opini atau peristiwa yang penting bagi sejumlah besar khalayak, maka mendengar berita bisa ditempatkan sebagai alasan utama mengapa orang mendengarkan radio.

Berita di radio bisa disajikan dengan cara yang fleksibel. Penyelenggara siaran radio memiliki keluwesan dalam penataan acara siarannya. Konsep format siaran bukan harga mati. Dan setiap format memiliki keleluasan untuk dimasuki berita sebagai bagian dari acara siaran. Sementara itu, pesawat radio yang semakin hari semakin ringkas bentuknya memungkinkan masyarakat untuk mendengar berita radio dengan cara yang mudah.

Karena itu para penyelenggara siaran di radio sudah selayaknya (baca : seharusnya) memberikan porsi pemberitaan sebagai bagian penting dari keseluruhan acara siarannya.

Secara khusus radio juga memiliki atribut yang khas, yang karenanya akan berdampak pula pada tatacara dan pola penyajian berita. Atribut

yang berespadan dengan karakteristik itu antara lain :

- **Radio** : medium auditif, karenanya informasi lewat radio lebih mudah dalam hal diserap. Suatu informasi akan lebih mudah dikomunikasikan secara ketimbang visual. Komunikasi visual memerlukan waktu yang relatif lebih lama. Dalam hal kecepatan penangkapan informasi pun sesungguhnya komunikasi auditif cenderung lebih cepat. Penentunya terletak pada penggunaan bahasa tutur sebagai bahasa siaran.
- **Radio** : sumber berita terpercaya, jika setiap persoalan dituturkan langsung oleh sumber beritanya. Banyak sumber berita dan khalayak meyakini hal ini.
- **Radio** : media berita yang segera dan cepat, karena itu radio dikenal sebagai bisnis dalam takaran detik (*'radio is split second bussiness'*). Setiap detik memiliki makna yang sangat berarti bagi radio, lakukan apa yang bisa sesegera mungkin dilakukan guna mencapai kepuasan pendengar sekaligus mengoptimalkan sifat kesegeraannya sebagai kekuatan radio.
- **Radio** : lokal, dalam pengertian ini komunikasi antar individu pendengar dengan masyarakatnya mutlak dijadikan tumpuan utama. Semakin banyak keterlibatan pendengar lokal terhadap isi siaran, maka semakin efektif komunikasi yang terjalin antara radio dengan khalayaknya. Lokalisasi siaran itu bisa dilakukan dengan memperbanyak kesempatan masyarakat untuk beropini, berbagai masalah, menjadikan radio sebagai laboratoriu animasi sosial dan mengupas habis setiap sudut kota dengan perspektif regional atau nasional.
- **Radio** : mengenal pengulangan berita guna mencapai kejelasan atau perkembangan berita (*updating news*), apalagi bila pengulangan itu disertai upaya penyajian yang baru.
- **Radio** : medium dengan mobilitas pendengar yang tinggi, pendengar dengan mudah dapat mematikan pesawat radionya atau memindahkan gelombang radio sekehendaknya. Karena itu perhatian pendengar

ditarik sedari awal lalu dipertahankan selama mungkin. Karena itu pula 'Lead' berita sebagai bagian awal sebuah berita menjadi bagian yang perlu disusun secara masak-masak.

- **Radio** : *theatre of mind*, sebab itu berita yang dipilih untuk disajikan musti dapat mengembangkan imajinasi pendengar secara tepat. Karena itu pilihan tuturannya musti tepat selaras dengan makna yang hendak dicapai. Perlu dihindari tuturan yang ganda makna atau ambigu.
- **Radio** : personal, komunikasi berita radio seperti membicarakan sesuatu dengan teman bukan kepada teman.
- **Radio** : anti detil, sekali bertutur cukup satu topik dengan sesedikit mungkin elemen pendukung, asalkan sudah menjelaskan inti permasalahan. Pendengar terbatas kemampuannya untuk mengingat rincian yang bertele-tele.
- **Radio** : fleksibel, kreatifitasnya tanpa batas baku, bergantung kepada setiap awak siarannya yang selalu berpredikat : '*announcer is the captain of the station*'.

Perpaduan karakteristik jurnalistik radio dengan upaya mengoptimalkan atribut radio sebagai kekuatan telah melahirkan banyak bukti radio unggul dalam berjurnalisme.

B. RADIO DAN JURNALISME

Jurnalisme Radio merupakan proses komunikasi massa lewat media radio siaran. Ini bermakna bahwa radio muskil tanpa berita. Bukankah berita atau pesan merupakan obyek komunikasi massa?

Pada praktiknya jurnalisme radio juga merupakan praktik jurnalisme yang baku. Karena itu kaidah yang berlaku bagi jurnalisme pada umumnya juga berlaku bagi radio. Aspeknya antara lain :

- Jujur.
- Jelas.

- Akurat.
- Objektif.
- Penyajian fakta didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan.
- Cakupan isinya luas : dari lokal, regional, nasional hingga ke internasional.

C. BERITA RADIO DAN ETIKA JURNALIS

Masyarakat praktisi radio di Amerika tergabung dalam NAB (*National Association of Broadcasters*). Lembaga ini pula yang menata sistem pengawasan siaran radio secara internal – organisasional. Di masa kebangkitan radio siaran, tepatnya di tahun 1929, NAB sudah merumuskan kode etik siaran. Dari waktu ke waktu NAB *Radio Code* itu disempurnakan. Seperti halnya kode etik yang lain, penyempurnaannya tak pernah melepas esensinya.

Kode etik Radio perumusan NAB diawali dengan pernyataan : Radio itu unik dalam kemampuannya sebagai (media) yang pertama dalam meraih khalayak terbesar untuk sajian laporan dari peristiwa mutakhir. Dalam keunggulan kompetisi (antar media) ini, maka menjadi yang pertama bukan merupakan hak dari radio siaran.

Tata hukum jurnalistik di Inggris yang berlaku juga secara umum menggariskan aturan main bagi pekerja berita. Secara umum pagar-pagarnya meliputi :

1. Akurasi, hanya menyajikan fakta saja. Interpretasi atau komentar yang menjurus pada penistaan (*defamation*) harus dihindarkan. Kunci akurasi bisa diletakkan juga pada azas keadilan (*fairness*), utamanya menyangkut hak-hak individu.
2. Ketepatan citarasa, upaya penataan penyajian topik-topik yang tabu bagi usia tertentu, menjijikan atau berselera rendah.

Rambunya :

- Tepat waktu.

- Penghindari sensasi murahan.
 - Bahasa yang sesuai.
 - Menghargai kebebasan pribadi (*privacy*).
 - Membuang detail yang tak perlu, utamanya hal yang menjijikan.
 - Penyajian kengerian korban peristiwa.
 - Penyiaran hal ketidakwajaran namun menjadi kepercayaan orang.
 - Pengungkapan pola hidup yang bertentangan dengan moral setempat.
3. Keseimbangan, menyangkut berita yang bersifat seteru. Azasnya :
- Topik kontroversi musti disiarkan secara seimbang antara yang pro dan kontra.
 - Laporan yang negatip hendaknya diseimbangkan secara proporsional.
4. Tak berpihak (*impartial*), dengan upaya-upaya :
- Membuang fakta yang berpihak.
 - Menghilangkan unsur yang bias.
 - Jangan beri kesempatan yang luas bagi pihak luar untuk menentukan arah atau isi siaran.

Secara umum keberadaan jurnalis musti menguntungkan lembaga radio di mana ia mengabdikan. Keuntungan itu bukan sekedar ekonomis belaka. Jurnalis radio hendaknya menjadi manusia yang dipentingkan (*public necessity*) bagi masyarakatnya. Moralitas yang menyandang nama baik perusahaan itu musti diciptakan dan dijaga agar citra perusahaan dapat terjaga pula.

- Di sisi lain karena jurnalis seringkali berhadapan dengan kalangan yang berpengaruh (*influential group*) maka ia hendaknya berkiprah juga sebagai humas dan pemasar bagi radionya dalam pengertian untuk meluaskan daya dengar radionya.
- Pada praktiknya jurnalis radio menyajikan tuturan beritanya dengan titik pandang tunggal (*singular view point*). Tidak

perlu menyajikan berita dengan titik pandang yang meluas, memberitakan rinci peristiwa sampai ke hal-hal yang *njelimet*. Ia cukup menyajikan pokok-pokok yang penting saja.

Jurnalis radio di Indonesia sudah saatnya mempelajari Kode Etik Jurnalistik Indonesia merupakan produk para wartawan kita. Meskipun telah mengalami beberapa kali perubahan, namun esensinya tetap sama.

PWI yang sudah beranggotakan wartawan angkasawan RRI telah membuka pintu lebar-lebar bagi praktisi jurnalisme radio swasta. Kelanjutannya tentu saja layak dimulai dengan pemahaman peran dan fungsi diantara para praktisi jurnalisme itu sendiri, baik di media cetak maupun di media elektronika. Dari identifikasi itu bukannya tak mungkin Kode Etik Jurnalistik PWI itu menjadi bagian dari etika siaran radio swasta, khususnya dalam konteks pemberitaan.

Ada yang patut diingatkan, yakni prinsip-prinsip Kode Etik Jurnalistik PWI, sebagaimana dianjurkan oleh Dewan Kehormatan PWI Pusat, yang secara umum dapat memberikan pedoman bagi setiap awak berita. Prinsip itu meliputi :

- Wartawan mempertimbangkan perlu/patut tidaknya suatu berita.
- Tidak menyiarkan hal-hal yang deskrutif, menimbulkan kekacauan dan SARA.
- Mendahulukan kepentingan nasional.
- Menempuh jalan dan cara yang jujur untuk memperoleh bahan berita.
- Meneliti kebenaran suatu berita sebelum menyiarkannya.
- Penyiaran berita berisi tuduhan tidak berdasar, desas-desus, hasutan, fitnahan dan pemutarbalikan fakta, merupakan pelanggaran berat profesi jurnalistik.
- Menghormati azas praduga tak bersalah dan penyiaran nama secara lengkap, identitas seorang tersangka dilakukan dengan penuh kebijaksanaan.

- Pemberitaan harus selalu berimbang antara tuduhan dan pembelaan dan dihindarkan terjadinya *trial by the press*.
- Setiap pemberitaan yang kemudian ternyata tidak benar atau berisi hal-hal yang menyesatkan harus dicabut kembali atau diralat atas keinsafan wartawan sendiri.
- Pihak yang merasa dirugikan wajib diberi kesempatan secepatnya untuk menjawab atau memperbaiki pemberitaan yang merugikan tersebut.
- Menghargai dan melindungi kedudukan sumber berita yang tidak bersedia disebut namanya (hak tolak).
- Penerimaan imbalan atau sesuatu janji untuk meyiarkan atau tidak suatu berita yang dapat menguntungkan atau merugikan seseorang, sesuatu golongan dilarang sama sekali.
- Pertanggungjawaban tentang pentaatan kode etik berada terutama pada hati nurani setiap wartawan Indonesia, dan sanksi atas pelanggarannya adalah hak organisatoris PWI, dalam hal ini Dewan Kehormatan PWI.
- Harus selalu berusaha untuk bersikap objektif, jujur dan sportif, serta menghindarkan cara-cara penulisan yang bersifat pelanggaran kehidupan pribadi (*privacy*), sensasional, immoral atau melanggar kesusilaan.

Masyarakat radio siaran swasta sesungguhnya sudah memiliki etika sendiri, meskipun masih tergolong baru. Kode etik Radio Siaran Swasta Nasional itu baru dirumuskan pada Musyawarah Nasional VI PRSSNI tahun 1989. Itupun bukannya tanpa kendala. Sebab perangkat etika yang bersifat organisasional yakni Dewan Pengawas Kode Etik baru saja dibentuk. Lembaga ini kelak berfungsi sebagai penindak penyelesaian atas setiap pengaduan yang diterima dari radio siaran swasta.

Dalam hal pemberitaan di radio Kode Etik Radio Siaran itu mengaturnya sebagai berikut :

BAB III : Hubungan dengan siaran, Pasal 3 Sikap Dasar :

Pelaksanaan siaran dilakukan dengan jujur, benar, professional dan bertanggung jawab serta menjunjung tinggi azas praduga tak bersalah (*presumption of innocence*).

Pasal 4 :

1. Informasi

- a. Penyiaran tentang suatu musibah, kecelakaan atau peristiwa kekerasan lainnya, disiarkan dalam isi informatif, tidak didramatisir yang menjurus pada timbulnya kengerian traumatis di kalangan masyarakat.
- b. Materi acara yang disiarkan tidak boleh mengandung maksud untuk memfitnah, menghasut, mencemarkan nama baik, memutarbalikkan fakta, membuat rasa tidak senang dan melanggar azas praduga tak bersalah.

Bab IV : Teknik Penyajian, Pasal 5 : Bahasa.

1. Bahasa pengantar yang digunakan RSS adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar serta komunikatif, sopan dan tidak bertedensi asusila.
2. Ucapan yang dapat menimbulkan masalah suku, agama, ras dan antar golongan wajib dihindarkan.
3. Penggunaan kata-kata yang bersifat sandi atau kode-kode tertentu, yang menciptakan kecurigaan atau kebingungan masyarakat pendengar harus dihindarkan.

Bab V : Pertanggungjawaban, Pasal 8 : Tata Laksana.

1. Sumber berita / informasi.

Dalam pelaksanaan program siaran, RSS wajib menghargai dan melindungi sumber berita yang tidak bersedia disebut nama maupun identitas lainnya, dan tidak menyiarkan keterangan yang dinyatakan oleh sumber berita sebagai '*off the record*'.

2. Hak Cipta.

Dalam pelaksanaan program siaran, RSS wajib menghormati hak cipta dan bersedia menyebutkan sumber informasi / bahan berita, bahan siaran dan karya perorangan atas permintaan yang berkepentingan dan tidak boleh melakukan plagiat.

3. Hak Jawab.

Bilamana terhadap suatu materi yang menyangkut pribadi seseorang dan yang bersangkutan keberatan atas isinya, kepada yang bersangkutan berhak diberi hak jawab, dan RSS berkewajiban menyiarkannya sebagai upaya perbaikan pada jam dan program yang sama sebanyak tiga kali.

4. Ralat.

Kekeliruan atau kesalahan yang disadari setelah disiarkan atau diberitahukan kepada pihak lain, maka RSS harus melaksanakan ralat dalam bentuk pernyataan, sebagai upaya pembetulan sebanyak tiga kali pada jam dan program yang sama.

D. PROSEDUR OPERASIONAL PEMBERITAAN RADIO “ARI R. MARICAR”

Pedoman Operasional :

1. *Reporting* :

a. *News Value & News Judgment* :

a.1. *Impact*.

a.2 *Interest* :

- Tepat waktu, sekarang atau baru.
- Kedekatan permasalahan dengan khalayak (*proximity*).
- *Prominence*, hal keunggulan, utamanya personalitas.
- Peristiwa luar biasa.
- Berkadar minat insani.

- Konflik.
- Pembangunan .
- Tanggung jawab sosial.
- Integrasi nasional.
- Pendidikan .

a.3 *Information.*

b. *News – getting :*

b.1 Sumber-sumber berita :

b.1.1. Primer :

- Reporter.
- Kantor Berita.

b.1.2. Reguler.

- Media Cetak.
- Media Elektronika.
- Konperensi Pers.
- Pihak yang berwenang / Otoritas.
- *Phone Tips.*
- *Network / Syndication.*
- Saksi Mata.
- Konperensi Pers.

b.2 Teknik menggali/menghimpun berita :

- | | |
|--|--|
| b.2.1. Pengamatan. | b.2.6. <i>Vox Pop.</i> |
| b.2.2. Dokumentasi. | b.2.7. ' <i>Beating</i> '. |
| b.2.3. Wawancara. | b.2.8. <i>Telephone Beeper.</i> |
| b.2.4. <i>Radio Walk.</i> | b.2.9. <i>Outboard Broadcast /</i>
<i>Remote Broadcast.</i> |
| b.2.5. <i>Hot Potatoes : recheck issue mutakhir / hangat lewat media lain.</i> | |

WAWANCARA UNTUK MENGGALI BERITA

Tujuan wawancara menurut Mule Martel, Ph.D, antara lain untuk:

1. Memastikan fakta.
2. Memperoleh pernyataan.
3. Menggali titik pandang memformulasikan masalah.
4. Mendapatkan opini yang representatif.

Syarat wawancara :

1. Mencapai tujuan.
2. Efisien.
3. Menyenangkan.

Wawancara untuk *Local News* merupakan wawancara aktualitas, atau wawancara yang diperuntukkan sebagai '*band interview*' juga untuk '*audio taped insert*'.

Langkah wawancara :

1. Analisa tujuan.
2. Menentukan *interviewee* / narasumber.
3. Riset materi.
4. Menyusun struktur wawancara.
5. Merancang pertanyaan / *question route*.
6. Melaksanakan wawancara.
7. Analisa hasil wawancara.
8. Editing hasil wawancara.
9. Menyiarkan.

Kegiatan wawancara baru bisa dilakukan bila sudah melewati 5 upaya:

1. Kepastian bentuk dan peruntukannya.
2. Kepastian bahwa topik dan *interview* diminati oleh pendengar yang ditargetkan.
3. Dapat dilaksanakan dengan segala keterbatasan yang ada pada pewawancara.
4. Ditetapkan aturan main wawancara : tempat, waktu, dan alurnya.
5. Diyakini akan mendapatkan jawaban yang responsif.

c. *Newsroom* :

c.1 Penetapan lingkup karakter pemberitaan :

c.1.1. Berita Lokal (*Local News*).

c.1.2. Berita Regional.

c.1.3. Berita Nasional.

c.1.4. Berita Internasional.

LOCAL NEWS

Walter Von La Roche :

Local News merupakan langkah untuk menyajikan berita dengan *issue* yang luas pada tingkatan yang lokal dengan memasukkan aspek-aspek lokal. (*Transfer of broader issue to the local level by adding local aspects*).

Peristiwa apa saja atau opini apa saja yang berasal dari mana saja dapat dijadikan *local news* asal keberadaannya dapat dikaitkan dengan aspek-aspek lokal yang meliputi :

- Figur lokal .
- Sumber-sumber lokal.
- Lembaga-lembaga lokal.

(*Everything happened in other parts of the station could be a Local News under the circumstances that it can be connected with Local aspects which are : local personalities, local sources and local institutions*).

Kelompok Ilmuwan Jurnalisme yang tergabung dalam The Missouri Group memaparkan '*Local Beats*' sebagai upaya penyajian berita yang secara umum – pada pengertian yang sempit – berespadan dengan *Local News*. *Beat* memiliki beragam makna. Selain berarti berita eksklusif yang berhasil diliput dari kawasan lokal/seputar kota, kata *beat* juga berarti kawasan geografis atau kawasan yang terkait dengan suatu topik berita di mana seorang reporter melakukan peliputan.

Mereka menganjurkan penulisan *Local Beats* dengan cara-cara :

1. 'terjemahkan' bahasa para birokrat sumber berita menjadi tuturan yang gampang dipahami masyarakat. Jangan menyajikan berita dengan bahasa ekonomis atau politis tetapi, gunakan gaya 'ras-rasan', bahan obrolan.
2. Tulislah berita dengan pendekatan manusia, bukan persoalannya. Jadikan manusia sebagai subyek atau obyek berita secara lebih menonjol ketimbang persoalannya.
3. Berpikirlah dengan kemampuan dan kapasitas orang kebanyakan, utamanya dalam hal memberitakan kebijakan yang menyangkut biaya yang menjadi beban masyarakat.
4. Segera keluar dari kantor sumber berita dan cari opini dari masyarakat sekitar sesegera mungkin atas berita yang diperoleh dari kantor tadi.

Tentang sumber berita *Local Beats* dianjurkan :

1. Pemerintah setempat dengan segenap bagian, biro atau dinas yang terkait.
2. Lembaga pendidikan di semua tingkatan dan birokrasinya.
3. Kepolisian dan pihak yang terkait.
4. Pengadilan.
5. Lembaga keagamaan.
6. Pusat-pusat ilmu pengetahuan, kesehatan dan lingkungan hidup.
7. Lembaga atau individu yang terkait dengan kebijakan keuangan.

Ketujuh sumber itu memiliki dinamika yang tinggi untuk dijadikan tumpuan utama menguber berita.

c.2 Penetapan pola sajian / bentuk jurnalisme atau bentuk pemberitaan :

c.2.1. *News Spot* :

- *Reading news.*
- *Flash announcement / Stop press.*

- *News with inserts.*

- *News feature.*

- *Phone in news.*

c.2.2. *Newscast (News Bulletin / Block Format News).*

- *Newscaster / anchor/ content announcer / link announcer.*

- *Music bed dan smash music pada newscast.*

c.2.3. *'zoo'* (berita disajikan secara keroyokan sebagai bahan obrolan dengan komentar dari 3 sampai 5 penyiar, biasanya dengan cara *ad lib*).

c.2.4. *Interactive News* (berita bersumber dari keterlibatan khalayak).

c.3 *Writing / re-writing.*

c.3.1. Penguasaan prinsip menulis untuk radio :

- Berita di radio dalam bahasa tutur.

- Berita di radio bersifat segera.

- Berita di radio disajikan 'antar pribadi'.

- Berita di radio didengar cuma sekali selintas.

- Berita di radio cuma suara, pilih kata atau kalimat yang mudah dipahami, manfaatkan elemen suara secara optimal.

c.3.2 Kutipan dan atribusi.

1. Akurasi berita terjamin, utamanya menyangkut nama.
2. Naskah merupakan jaring pengaman (*safety net*).
3. Memungkinkan koreksi kekuranglengkapan info.
4. Naskah = penata alur pikir yang logis dan menuntut alur tuturan .
5. Pemahaman dan interpretasi naskah akan melahirkan gaya tuturan yang menarik.
6. Naskah = dokumentasi, arsip bagi *up dating news*.

MENGAPA BERITA MEMERLUKAN NASKAH TERTULIS ?

- Kualifikasi seorang penulis / penyaji berita ditentukan oleh :
- Falsafah dirinya dalam mengartikan berita, baik secara umum maupun dalam menjalankan profesinya.
 - Pengetahuannya di bidang jurnalisme.
 - Pelatihan yang diikutinya.
 - Pengalaman pribadi dalam hal jurnalisme.

Secara praktis dia musti penulis yang produktif yang juga berkemampuan tinggi dalam mengolah kata untuk melahirkan karya yang mengembangkan *theatre of mind* para pendengarnya. Selain itu ia musti reporter yang aktif, penutur yang baik, penuh inisiatif dan mampu menjadi penggerak utama secara mandiri (*self starter*) dan juga dalam *team-work*. Dia mampu menyusun persiapan yang terbaik, lalu mengatasi setiap problema yang muncul dalam melahirkan karya jurnalistik radio, dan yang penting lagi mampu mempertanggungjawabkan karyanya baik secara internal kepada perusahaan dia mengabdikan dan juga kepada masyarakat / pihak-pihak yang terkait.

KUALIFIKASI PENULIS BERITA DI RADIO

BAHASA BERITA RADIO : BAHASA JURNALISTIK TUTUR

Bahasa Radio :

1. Andalan radio, karena tuturan penyiar merupakan daya tarik siaran.
2. Dibatasi kaidah bahasa, dengan kelenturan di kosakata.
3. Mudah dicerna.
4. Selaras dengan khalayak target.
5. Khas : bahasa tutur.
6. Ringkas, padat tidak bertele-tele.
7. Mengenal ekonomi kata, hindari kata-kata :
 - bahwa kerancuan *that*.
 - adalah kerancuan *to be*.
 - untuk kerancuan *for*.

- telah, akan, sedang kerancuan *tenses*.
- pluralisasi berlebihan : banyak burung-burung, sejumlah nelayan-nelayan.
- mubasir kaprah : bicara tentang, menyangkut masalah persoalan, menurut sumber, berhubung karena, memperhatikan terhadap.

8. Subyek dekat dengan predikat.

9. Satu kalimat satu ide.

10. Kalimat tunggal :

- Hindari kalimat majemuk yang beranak pinak.

11. Kalimat aktif :

- Gunakan kata kerja berawalan me, hindari awalan di .

12. Kalimat positif :

- Gunakan kata menolak sebagai ganti tidak menyetujui.

c.3.3. ABC bagi jurnalisisme professional =

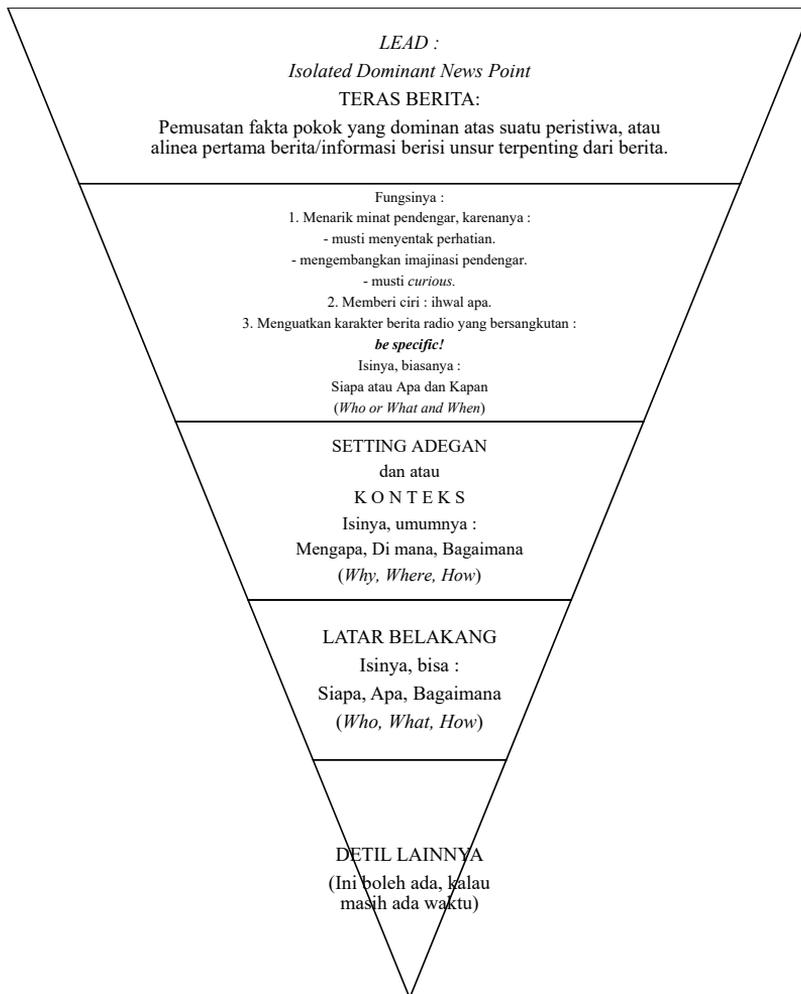
- *Accuracy*, tingkat kecermatan, akurasi isi dan penuturannya.
- *Balance*, keseimbangan isi, perimbangan hak dan kesempatan bagi dua pihak yang diberitakan berseteru.
- *Clarity*, kejelasan, mudah dipahami.

Jika formula ABC ini telah dilaksanakan maka akan dicapai C yang ke dua, yakni *Credibility*, kredibilitas atau kepercayaan pendengar terhadap stasiun radio yang bersangkutan. Karena kredibilitas merupakan asset termahal dalam jurnalisisme maka rumusan ABC = C mutlak menjadi pegangan para pekerja pemberitaan.

c.3.4. Kaidah piramida terbalik.

c.4 *Timing / Scheduling* (Durasi dan penjadwalan siaran berita).

KAJIDAH PIRAMIDA TERBALIK



IHWAL LEAD

Syarat *Lead* :

1. *Lead* merupakan penuntun utama dan yang pertama agar pendengar dapat dengan segera mengetahui :
 - Fakta terpenting dari suatu berita.
 - Elemen '*crucial*' atas peristiwa yang dilaporkan.
 - Kejadian yang sesungguhnya.
 - Unsur atau suasana unik atas suatu peristiwa.
2. *Lead* musti menarik dan diminati.
3. *Lead* harus dapat menggugah emosi pendengar : suka, benci, senang, kasihan, kaget, *surprise*.

4. *Lead* hendaknya pernyataan yang 'tajam' dan *gambling*.

The Missouri Group menawarkan formula *lead alternative* :

- a. *Lead* identitas segera, dengan cara mengungkapkan nama subyek atau obyek berita sebagai pembuka *lead*.
- b. *Lead* identitas tertunda, caranya menunda penyebutan nama subyek atau obyek berita. Identitas itu disamarkan atau diganti dengan prediksi yang menarik minat pendengar. Cara ini menjadi sah bila tuturannya tidak berkepanjangan.
- c. *Lead* ringkasan, yakni dengan cara meringkas keseluruhan topik berita ke dalam *lead* tanpa menyebut dulu unsur-unsur penentu topik beritanya.
- d. *Lead* elemen ganda, dimaksud sebagai upaya untuk menuturkan adanya beberapa hal yang menarik atas topik berita yang disajikan.

Soal *lead* berita di radio menurut Mitchell V. Charnley lebih bersifat santai, tidak menegangkan sebagaimana di Koran. Dan yang penting jangan mendetail. Yang dianjurkan olehnya :

1. *Lead* nama.
2. *Lead* singkat atau *cartridge lead*.
3. *Lead* anda, atau *you lead*.

Sedangkan yang diharamkan bagi media penyiaran adalah *lead* kutipan. Karena di radio tidak dikenal tanda kutip sebagaimana di bahasa tulis.

Pada *Radio and Television Reporting*, Roy Gibson menguraikan berbagai bentuk *lead* :

1. *Tease lead*, yang intinya menuturkan sebagian fakta dulu agar menggoda pendengar untuk mau mendengar suatu topik berita hingga tuntas.
2. *Umbrella lead*, pada pokoknya sama dengan *lead* elemen ganda.
3. *Narrative lead*, penuturan dengan cara kronologis.
4. *Sound lead*, *lead* yang berisikan kata atau kalimat dari pelaku atau obyek berita, yang merupakan kata kunci atas topik yang dituturkan.
5. *Question lead*, *lead* yang berisikan pertanyaan kepada pendengar.

Secara umum elemen lead terdiri atas :

- APA yang terjadi.
- SIAPA pelakunya.
- KAPAN terjadinya.
- DI MANA peristiwanya.
- MENGAPA terjadi.
- BAGAIMANA kejadiannya.

Yang pasti tidak semua elemen itu dijejalkan pada satu kalimat. *Lead* boleh terdiri dari satu sampai 3 kalimat.

DURASI BERITA DAN PENJADWALAN SIARAN BERITA

Tak ada rumus yang baku untuk durasi berita, baik untuk cerita satuan (*spot news*) maupun berita sekumpulan (*newscast*).

Rumusan idealnya bikin sependek mungkin asal sudah mencakup keseluruhan permasalahan yang hendak dikemukakan. Namun ke arah pembiasaan maka satu berita lepasan seyogyanya ditulis 10 sampai 15 baris.

Apabila menggunakan teknik *insert* (sisipan) maka panjang *insert* untuk tiap berita berkisar antara 20 sampai 55 detik.

Pada pola *newscast* dianjurkan tak lebih dari 5 menit.

Berita dalam bentuk *spot news* bisa disajikan sebagai sisipan pada semua acara.

Kapan *newscast* disajikan? Bergantung kepada kebijakan pemberitaan yang ada. Intinya, cari waktu di mana mayoritas pendengar dapat mengikutinya. Dan biasakan menyajikannya pada waktu yang konsisten, waktu yang sama secara periodikal. Boleh sehari sekali setiap pukul 18.00 atau 2 kali sehari setiap pukul 10.00 dan pukul 21.00, atau boleh juga setiap hari beberapa kali setiap paruh waktu, pukul 06.30, 07.30, dan seterusnya.

d. *Production* :

d.1 *Recording Studio Operation*.

d.2 *Recording Editing*.

d.3 *Announcing.*

d.3.1. *Pronunciation And Enunciation.*

d.3.2. intonasi dan aksentuasi.

d.4 *Timing/Scheduling.*

d.5 *Quality Control.*

d.6 *On Air Studio Operation.*

STANDAR EVALUASI DAN TOLAK UKUR PEMBERITAAN

Standar Evaluasi Pemberitaan, meliputi aspek :

- Isi pemberitaan.
- Kualitas kebahasaan.
- Penyajian dan gaya.
- Produksi.
- Kerjasama tim.
- Inisiatif, untuk hal-hal yang baru.
- Sumbangsih pada manajemen menyangkut sumber-sumber koneksi bagi pengembangan pemberitaan di radio

Tolak ukur mutu pemberitaan pada prinsipnya baru bisa dilakukan ketika berita itu sudah sampai ke telinga pendengar. Meski begitu, karena pemberitaan di radio merupakan proses panjang, maka faktor penentunya bisa dimulai dari hulu sampai ke hilir, maksudnya dari saat direncanakan hingga sampai ke ketika disiarkan oleh sang penyiar.

Konsep kualitas itu pada akhirnya cuma bisa ditakar mutunya dengan acuan kiat produksi siarannya. Semakin tertib dan lengkap saringan kualitas dalam kiat produksi pemberitaannya maka kualitas pemberitaannya akan cenderung meningkat.

Tolak ukur pekerja pemberitaan itu antara lain :

a. Kualitas kerja.

Faktor penentuan kualitas kerja jurnalistik radio bertumpu pada :

- Kreatifitas, contoh konkritnya : pemilihan narasumber, penentuan 'angle' berita, 'lead' sampai pada pemilihan 'sound bite' atau 'music bed'.
- Hubungan antar insani, baik dengan narasumber maupun antar awak siar.
- Kesabaran dan ketelatenan, dengan tetap mengingat *deadline* !
- Energi dan antusiasme.
- Dedikasi terhadap pekerjaan dan stasiun di mana ia bekerja.
- Pengetahuan yang memadai, baik menyangkut keradioan secara umum maupun jurnalisme radio secara khusus. Dalam hal mengembangkan acuan '*frame of reference and field of experience*' maka seorang jurnalis radio mutlak memiliki wawasan yang luas.
- Rendah hati (*humility*), ini persoalan nurani dalam melawan ego.

b. Tanggung jawab.

Pertanggungjawaban karya jurnalistik radio bisa diruntut pada tahapan-tahapan :

- Penulisan, apakah sudah sesuai dengan kaidah yang digariskan, baik menyangkut pilihan kata struktur maupun gayanya hingga ke tanda baca radio.
- Penyiaran, apakah teknik penyajiannya selaras dengan tuntutan naskah.
- *Mixing*, apakah pemuaduanya dengan elemen siaran lainnya harmonis.
- Pengorganisasian, apakah tiap pihak / bidang yang terkait sudah dilibatkan secara optimal.
- Pengawasan kualitas sebagai tahap akhir, dalam hal ini yang diukur penyajiannya secara menyeluruh ketika diudarakan.

Jika paduan dari keterampilan, kualitas dan tanggung jawab tadi bisa tersaring sejak dini, maka tak ada alasan lagi bila berita yang disajikan radio itu menjadi tidak menarik.

REFERENSI :

01. Paul De Maesener, *HERE'S THE NEWS*, AIBD, n.a.
02. Ted White, Adrian J. Meppen and Steve Young, *BROADCAST NEWS WRITING, REPORTING AND PRODUCTION*, Macmillan Publishing Company, 1984, Sage Publication, 1980
03. Michael C. Keith, *RADIO PRODUCTION : ART & SCIENCE*, FP, 1990
04. Donald H. Kirkley, *STATION POLICY AND PROCEDURES : A GUIDE FOR RADIO*, NAB, 1989
05. Jay Hoffer, *WHO DOES WHAT, AND HOW SHOULD IT BE DONE IN TODAY'S RADIO STATION*, TAB, n.a.
06. Albert L. Hester and Wai Lan J. To, *HANDBOOK OF THIRD WORLD JOURNALIST*, The University of Georgia, 1987
07. Lewis O'Donnell, Phillip Benoit and Carls Hausman, *MODERN RADIO PRODUCTION*, Wadsworth Publishing Coy, 1993
08. The Missouri Group, *NEWS REPORTING & WRITING*, St. Martin Press, 1992
09. Robert Mc. Leish, *THE TEHNIQUE OF RADIO PRODUCTION : A MANUAL FOR BROADCASTERS*, Focal Press, 1986
10. Ari R. Maricar, *KAPITA SELEKTA ETIKA RADIO SIARAN*, paper, 1993
11. Mitchell V. Charnley, *REPORTING*, HR & W, 1975
12. Roy Gibson, *RADIO AND TELEVISION REPORTING*, Allyn and Bacon, 1991
13. Ari R. Maricar, *WAWANCARA RADIO*, paper, 1993

ARI R. MARICAR

- Instruktur Diklat Manajemen Radio Siaran PP PRSSNI
- Wakil Ketua PD. PRSSNI Jawa Timur bidang Pendidikan dan Litbang
- Pimpinan Radio PANORAMA 102,3 FaMily, Tretes – Jatim
- Pembina YABIDKINDO, Yayasan Bina Daya Komunikasi Indonesia, untuk program pendidikan profesi penyiar NSO di Surabaya
- Pimpinan YASIARI, Yayasan Siaran Indonesia, bergerak di bidang Konsultan Manajemen Radio dan Pelatihan SDM Radio

MENGENAL JURNALISTIK RADIO SIARAN

(Panduan Praktis Dasar-dasar Jurnalistik Radio Siaran)

Oleh : SYAEFUL BADAR

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan, sehingga penulis dapat merampung buku yang berkaitan dengan Jurnalistik Radio Siaran. Yang mendasari penulis menyusun buku ini, tak lain karena dari hasil berbagai pelatihan yang penulis ikuti mengenai jurnalistik radio, ternyata materi-materi yang diterima banyak sekali manfaatnya. Disamping juga penulis merasa perlu berbagi ilmu tentang Jurnalistik Radio, karena yang jika radio siaran berjurnalisme akan meningkatkan prestise radio siaran itu sendiri.

Penulis sadar, buku ini banyak kekurangannya. Baik isi maupun materi yang tertulis kurang lengkap, namun penulis punya keyakinan sesuatu yang diawali dari kekurangan, akan menjadi baik, karena dari kekurangan itulah akan ada perbaikan-perbaikan yang menunjang kesempurnaan. Dan tentunya materi Jurnalistik Radio Siaran akan terus berkembang karena radio siaran termasuk salah satu medium komunikasi massa, dimana komponen komunikasi baik secara filosofi, *software* dan *hardware* selalu berubah, sesuai dengan tuntutan zaman. Kekurangan ini penulis yakini sebagai motivasi awal untuk lebih mantap dan sempurna bagi penulisan buku ini.

Dalam buku ini, sengaja penulis menggunakan tanda baca yang biasa lazim digunakan dalam penulisan naskah radio siaran. Sehingga penulis berharap pembaca paham lebih awal, tentang penulisan naskah jurnalistik radio siaran. Kepada instruktur yang membantu memberikan referensi atau materi yang berkaitan dengan jurnalistik radio siaran. Penulis ucapkan terima kasih.

Buku ini, sengaja penulis susun dengan bahasa dan format yang sederhana dan ringkas. Yang memuat berbagai artikel dari beberapa makalah instruktur, serta pengalaman penulis selama menjadi reporter radio siaran. Semoga dengan kepadatan isi dan uraian yang ringkas buku ini mudah di pahami oleh pembaca, pembaca terutama praktisi radio siaran baik penyiar maupun penulis naskah. Tanda baca yang digunakan dalam buku ini :

1. (/) Tanda Baca Koma

2. (//) Tanda Baca Titik

3. (///) Tanda Baca Titik Habis atau Ganti Alinea

Penulis jamin setelah membaca buku ini dalam waktu 1,5 jam sudah bisa menulis berita untuk bahan siaran.

Cirebon, April 2002

Syaeful Badar

ULASAN

Dunia informasi merupakan dunia yang tanpa batas, menambah kehidupan manusia sampai ke pelosok dunia dengan bantuan media. Benda maupun peristiwa mempunyai bermacam arti, dalam bahasa puitis bisa kita sebut sebagai berjuta makna, berjuta informasi, bergantung dari sudut pandang mana mengartikannya.

Akan halnya komunikasi, komunikasi telah berumur setua kehidupan manusia meski mungkin di awalnya berupa bahasa isyarat namun itulah hidup, itulah peradapan.

Dewasa kini dalam kehidupan modern, komunikasi telah menjadi global, satu situasi yang memungkinkan manusia mendapatkan informasi dari seluruh penjuru dunia dalam waktu yang sangat singkat, sehingga kecepatan maupun akurasi berita sangat diperlukan. Akar dari semua ini adalah jurnalistik dengan alat bantu teknologi, ilmu yang menuntun kita pada cara yang lebih baik lebih bermanfaat, lebih terkait pada diri kita untuk memperbaiki bentuk jurnalistik yang diperlukan sesuai dengan target *audiencenya*, dengan siapa kita berbicara dan dengan berita macam apa.

Kami berharap buku ini dapat menuntun, mengasah kemampuan, sensitif dan bermanfaat bagi mereka yang berkecimpung dalam dunia informasi, untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan dan programnya.

Amien.

Cirebon, 22 Maret 2002
PRSSNI Cabang Cirebon

H. Subagja Nitiatmadja
Ketua

BAB I

RADIO SIARAN SEBAGAI MEDIA MASSA

A. RADIO SIARAN MEDIUM KOMUNIKASI MASSA

Radio merupakan salah satu alat komunikasi massa, dimana dengan menggunakan radio siapapun dapat berkomunikasi. Pengertian radio sebagai komunikasi media massa dibedakan menjadi dua, pertama Radio Amatir yaitu alat komunikasi massa yang menggunakan radio hanya untuk keperluan pribadi bentuk komunikasinya *Two Way Traffict Communication*, dalam bentuk percakapan dan biasanya digunakan untuk alat komunikasi amatir personal dan antar instansi, jika ada masyarakat yang menggunakan alat komunikasi radio amatir, terbatas bagi penggemar radio amatir yang kini sudah banyak anggotanya, sedangkan Radio Siaran yaitu alat atau media komunikasi yang secara luas bukan hanya untuk sekedar informasi dan komunikasi, tapi sudah menjadi lembaga komunikasi atau penyiaran, yang didalamnya terdapat berbagai program acara, dari mulai acara hiburan, pendidikan, agama dan sosial juga menyangkut kepentingan publik masyarakat lainnya. Jadi Radio Siaran sifatnya sangat luas karena bukan hanya menjadi alat komunikasi tapi sudah menjadi media komunikasi massa secara makro, artinya setiap program acara yang dikemas Radio Siaran tidak lepas harus menyangkut kepentingan publik. Dan keberadaan Radio Siaran harus dilengkapi dengan badan hukum atau perseron terbatas yang tentunya kepemikannya diharapkan bukan hanya satu orang atau golongan.

Rumusan pengertian Radio Siaran terdapat pada Peraturan Pemerintah, PP Nomor 55 Tahun 1970. Tentang Radio Siaran non Pemerintah, Pasal Satu yang berbunyi sebagai berikut. Radio Siaran adalah pancaran radio yang langsung ditujukan kepada umum, dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media. Sedangkan Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 39 Tahun 1971, tentang petunjuk umum kebijakan penyelenggaraan acara serta isi siaran bagi Radio Siaran Pemerintah, terdapat pada Pasal 2 Ayat 1, tertulis sebagai berikut. Radio Siaran adalah transmisi suara secara telefoni radio untuk penerimaan langsung oleh umum. Sementara tujuan Radio Siaran tertulis dalam PP Nomor 55 Tahun 1970, bahwa

Radio Siaran harus berfungsi sosial, yaitu sebagai alat pendidik, alat penerangan dan alat hiburan.

Joseph A. Devito dalam buku *“Communicology; An Introduction To The Study of Communicator”* yang dimuat dalam buku *“Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek”* karya Onong Uchyana Effendy, mendefinisikan Komunikasi Massa sebagai berikut: Pertama Komunikasi Massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua: Komunikasi Massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Dari definisi tersebut Komunikasi Massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya, ciri-cirinya sebagai berikut :

1. Komunikasinya berlangsung satu arah
2. Komunikator atau sumber komunikasinya melembaga
3. Pesan komunikasi bersifat umum
4. Media atau alat komunikasinya dipancarkan serempak
5. Khalayak atau massa bersifat heterogen

Dari kelima ciri-ciri Komunikasi Massa tersebut diatas, secara sederhana dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Komunikasinya berlangsung satu arah

Dengan menggunakan alat atau media apapun jika kita melakukan Komunikasi Massa akan selalu satu arah, artinya komunikasi yang sedang berlangsung dengan menggunakan media baik cetak maupun elektronik, antara komunikator dan komunikan selalu dihadapkan kepada proses media. Kendati tidak berhadapan secara tidak langsung menerima pesan, entah pesan itu direspon secara serius atau hanya kebetulan. Karena pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan tidak melalui orang lain, melainkan melalui media yang bersangkutan.

2. Komunikator atau sumber komunikasinya melembaga

Sumber komunikasi atau komunikator yang disampaikan melalui media massa, selalu menggunakan lembaga. Jadi produksi Komunikasi Massa harus melalui lembaga yang secara resmi diakui keberadaannya, baik oleh Institusi Pemerintahan maupun Institusi Publik. Sebab produksi komunikasi massa jika tidak melalui lembaga, dikhawatirkan eksistensi maupun kewibawaan informasi dan program acaranya kurang direspon khalayak, karena tidak memiliki

arti sama sekali.

3. Pesan Komunikasi Massa bersifat umum

Ketika sumber berita menyampaikan informasi atau ketika lembaga Pers dan penyiaran menyampaikan program, tidak ditujukan kepada salah satu kelompok masyarakat atau organisasi tertentu. Melainkan kepada publik secara langsung. Adapun adanya pemilahan dan pemilihan program atau informasi oleh khalayak, tergantung dari kebutuhan khalayak itu sendiri, yang terpenting pesan yang disampaikan melalui media massa bersifat umum dan untuk khalayak umum.

4. Media atau alat Komunikasi Massa dipancarkan serempak

Dalam berkomunikasi massa media apapun yang digunakan memiliki sifat yang sama, baik media cetak atau elektronik. Yang dimaksud memiliki kesamaan karena media massa yang digunakan memiliki sifat serempak artinya saat Radio Siaran, televisi dan koran menyampaikan secara serempak pesan itu diterima khalayak, tergantung karakteristik media yang digunakan.

5. Khalayak atau massa bersifat heterogen

Komunikasi sebagai penerima pesan yang disampaikan melalui media massa, tidak memiliki kesamaan. Baik jenis kelamin, pendidikan, sosial ekonomi maupun ras, suku dan agama yang berbeda serta berada diruang atau waktu yang berbeda pula.

Jadi jelaslah bahwa Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media atau alat cetak maupun elektronik yang ditujukan kepada khalayak secara umum dan serempak, atau menurut Jalaludin Rakhmat Komunikasi Massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak tersebar, heterogen, anonim melalui media cetak atau elektronik. Sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Radio Siaran sebagai medium Komunikasi Massa menurut Ari R. Maricar, harus disandarkan pada karakteristik Radio Siaran. Yang antara lain sebagai berikut :

1. Ditujukan pada khalayak luas, heterogen, anonim dan tidak terpengaruh geografis, sosial maupun kultural.
2. Auditif, menjadi pola siaran informasi atau berita sangat cepat, sekilas dan searah.
3. Kegiatan komunikasi di Radio Siaran dilakukan secara terencana,

terjadwal dan terorganisir.

4. Menghibur, kendati berita atau informasi unsur menghibur harus juga masuk dalam informasi maupun berita, tentunya kemasan berita dan informasi harus tetap mengutamakan *entertainment*. Walaupun *entertainment* tidak mutlak.
5. Bersifat komunikasi personal, walaupun Radio Siaran menyiarkan pesan secara umum atau massal, namun pendekatannya tetap pribadi. Komunikasi dalam suasana bertutur antar pribadi, pendengar ditempatkan sebagai pribadi, bukan sebagai himpunan masyarakat.

B. KARAKTERISTIK RADIO SIARAN

1. Suara adalah roh Radio Siaran

Radio Siaran tetap memiliki berbagai karakteristik, atau memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media Komunikasi Massa lainnya, seperti sudah kita pahami bersama bahwa Radio Siaran hanya memproduksi suara, jadi suara inilah yang menjadi sentral utama produksi apapun yang disiarkan dengan menggunakan Radio Siaran, baik musik, lagu, sandiwara maupun berita atau jurnalistik. Tetap bermuara pada suara, sehingga yang harus kita perhatikan bagaimana agar suara itu menjadi konsumsi telinga untuk enak didengar. Sebab jika produksi suara tidak enak didengar, jangan harap program siaran radio banyak yang berminat, jadi **SUARA** di Radio Siaran adalah **ROH** dari semua program acara.

2. Radio Siaran menggoda

Menggoda, dalam arti Radio Siaran mampu menarik perhatian. Suara yang merdu maupun irama musik akan membuat orang tertegun, lantas menjadi penasaran. Sebab jika ada suara merdu maupun irama musik yang secara kebetulan memiliki nuansa *True Story* seseorang, maka orang yang mendengarkan menjadi tertarik, bahkan berusaha mendengarkan lebih seksama. Radio Siaran tetap bermuara **MUSICAL DAN MENGHIBUR**.

3. Radio Siaran bersifat langsung

Radio Siaran memiliki sifat langsung, dalam arti daya tembus frekuensi Radio Siaran sangat mudah didapat, dan tidak harus memiliki alat yang canggih serta saat mendengarkan Radio Siaran bisa juga, tidak harus punya radio. Daya tembus siaran tidak

mengenal batas tanpa ruang sisa dan langsung, karena Radio Siaran bisa didengar, tanpa harus menyediakan ruangan dan waktu untuk mendengarkan Radio Siaran.

4. Radio Siaran AUDITIF

AUDITIF / informasi di Radio Siaran sangat cepat, sekilas dan satu arah. Sehingga untuk *news* atau berita harus dikemas secara sederhana, ringkas, segera dan tidak harus menunggu jadwal siaran.

Radio Siaran, kendati termasuk salah satu medium Komunikasi Massa, namun sifat komunikasinya tetap personal, akrab, pribadi, menghibur dan bertutur adalah nuansa utama yang harus diterapkan di Radio Siaran. Termasuk *news* atau berita sebab informasi di Radio Siaran walaupun ditujukan kepada khalayak umum secara massal, namun tetap pendekatannya secara pribadi atau persona dan tetap akrab.

BAB II

JURNALISTIK RADIO SIARAN

A. PENGERTIAN JURNALISTIK

Pengertian jurnalistik, jurnalistik bahasa Belanda "*Journalistik*". Bahasa Inggris "*Journalism*" dari kata jurnal, terjemahan bahasa Latin "*Diurnal*", yang berarti harian atau setiap hari.

Secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan, teknik mengelola berita dari mendapatkan sampai menyebarkan kepada khalayak publik, baik berupa fakta peristiwa atau pendapat seseorang yang diperkirakan akan menarik perhatian orang banyak dengan menggunakan media massa. Atau bisa juga diterjemahan jurnalistik atau jurnalisme ialah usaha dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, mengolah informasi yang mengandung nilai berita dan menyajikan kepada khalayak menggunakan media massa.

Adapun dasar kegiatan jurnalistik meliputi *honesty*, *accuracy* dan *fairness* sedangkan aktifitas jurnalistik meliputi menggali dan mengolah informasi. Dengan pola mengumpulkan (fakta/opini narasumber dan interpretasi) dan menyeleksi (menarik/penting dan *human interest*) serta mengolah (tulis dalam bahasa sederhana dan tutur). Fungsi utama jurnalistik sendiri untuk menginformasikan secara faktual, menjelaskan untuk meniadakan dan mengurangi ketidakpastian. Ciri karya jurnalistik meliputi fakta (sesuatu seperti apa adanya) dan opini (pendapat bersifat personal/ dilandasi oleh selera pribadi serta interpretasi) pendapat dilandasi oleh sudut pandang, visi, konsep dan teori tertentu.

Lantas apa perbedaan jurnalistik media cetak, Radio Siaran dan televisi ? Perbedaan antara media cetak, Radio Siaran dan televisi terletak hanya pada teknis penyajian. Dalam arti kalau televisi penyajian gambar hidup atau audio visual sebagai kekuatannya, Radio Siaran menggunakan vokal atau suara sebagai kekuatannya. Sementara perbedaan yang lebih menonjol terletak pada cara kerja. Kalau jurnalis di cetak, terfokus hanya pada mencari. Mengolah dan menulis yang selanjutnya urusan cetak maupun layout oleh tim redaksi, begitu juga dengan jurnalis televisi harus menguasai teknik kamera. Namun jurnalis Radio Siaran bukan hanya mencari dan mengolah berita, tetapi harus memproduksi atau mengoperasikan peralatan yang berhubungan

dengan tugas jurnalistik Radio Siaran yang meliputi editing, membaca, dan diharuskan memiliki keterampilan teknik audio mixing atau teknik rekaman. Yang bukan hanya dibutuhkan saat rekaman di studio, tapi saat merekam narasumber di lapangan. Jelas kerja jurnalis Radio Siaran, tidak mudah. Disamping memiliki keterampilan menulis juga keterampilan audio *mixing* atau mampu memadukan bunyi dan suara. Dan yang lebih penting kaidah jurnalistik menjadi pegangan utama, yaitu jujur, akurat, objektif, dan faktual serta idealis.

Karakteristik jurnalistik Radio Siaran menurut Errol Johathans, harus tetap memenuhi karakteristik Radio Siaran yaitu :

1. Produksi radio tetap **suara**
2. Informasi muncul **selintas**
3. Unggul dalam **kecepatan**

Kecepatan menyampaikan pesan atau informasi di Radio Siaran, tidak di Tandingi oleh kekuatan media massa lainnya. Sehingga informasi melalui Radio Siaran akan cepat sampai ke khalayak.

4. Reaksi **emosional**

Suara maupun musik di Radio Siaran mampu membuat emosional, apalagi jika berkaitan dengan pribadi.

5. Teknik *Announcing*

Mampu menguasai audio *mixing* dan perlengkapan teknik yang berkaitan dengan Keperluan produksi siaran.

Adapun bentuk jurnalistik Radio Siaran meliputi :

1. Berita atau *news*
2. Wawancara
3. Reportase
4. Feature
5. Diskusi
6. Dialog atau obrolan
7. Majalah udara
8. Uraian

Dalam buku ini penulis hanya akan menguraikan bentuk jurnalistik berita atau *news* dan reportase, yang merupakan bentuk awal dari jenis kegiatan jurnalistik di Radio Siaran.

B. PERBEDAAN KARYA JURNALISTIK RADIO SIARAN, TELEVISI DAN MEDIA CETAK

▪ RADIO SIARAN

- Dapat didengar oleh kelompok relatif lebih besar.
- Dapat mencapai seluruh lapisan masyarakat.
- Memiliki daya tembus yang canggih.
- Penyiaran berita paling cepat, relatif tidak terbatas teknologi.
- Pendengar dapat mengikuti setiap waktu sambil melakukan tindakan yang lain.
- Diperlukan suara yang berprestasi guna memikat pendengar.
- Kelemahannya hanya didengar sekilas.

▪ TELEVISI

- Dapat dilihat pada skala kelompok relatif lebih kecil.
- Mencapai lapisan atau segmen masyarakat tertentu.
- Penyiaran berita kurang cepat akibat kompleknya teknologi.
- Penyiaran berita terikat waktu tertentu.
- Diperlukan presentasi suara dan penampilan yang baik.
- Kelebihannya dapat menampilkan gambar dan suara sekaligus.

▪ MEDIA CETAK

- Koran dan majalah kelompok pembacanya relatif lebih kecil.
- Mencapai lapisan masyarakat yang lebih khusus.
- Penyiaran berita lambat karena harus dicetak.
- Dibaca pada waktu-waktu tertentu.
- Hanya diperlukan penulisan berita dan foto yang baik.
- Kelebihannya dapat dibaca kapan saja.

C. BERITA DI RADIO SIARAN

Apakah setiap peristiwa atau kejadian yang kita lihat dikatakan berita ? Jawabannya boleh Ya atau Tidak. Kenapa ? Bila jawaban Ya karena dalam peristiwa atau kejadian tersebut ada sesuatu yang unik dan menarik, dan bila jawabannya Tidak karena dalam peristiwa atau kejadian tersebut dinilai biasa atau tidak ada yang menarik sedikitpun. Jadi apa dong yang sebenarnya dikatakan berita ?

Ada beberapa definisi berita, diantaranya mengatakan berita adalah informasi hangat yang disajikan kepada umum, mengenai apa yang sedang terjadi atau informasi yang penting artinya bagi khalayak yang mencoba memutuskan tentang apa yang harus difikirkan dan bagaimana segera bertindak. Prof. Mitchell V. Charnley (Univ. Minnesota) merumuskan berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang menarik minat atau penting atau kedua-duanya bagi sejumlah besar penduduk. Bisa juga berita adalah informasi yang penting untuk diketahui, aktual, faktual, diperlukan dan mempengaruhi masyarakat. Kredibilitas berita menyangkut *accuracy* adalah fakta maupun data dilapangan benar adanya, tidak direkayasa ataupun opini wartawan. Seimbang ialah antara fakta dan data bukan hanya dari satu narasumber melainkan harus seimbang antara narasumber satu dengan lainnya. Sehingga tidak ada kesan berita yang disiarkan terdensius, hanya memiliki kepentingan golongan, seseorang atau kepentingan pribadi. Hendaklah keseimbangan berita terjaga demi kepentingan publik, sedangkan *clarity* atau kejelasan yaitu pendengar mengerti isi dan maksud berita yang disiarkan. Hal ini bukan hanya menyangkut teknis tapi juga menyangkut topik, alur penulisan, kalimat yang jelas, kemudian bahasa atau bahasa umum, bagi naskah Radio Siaran tetap auditif.

Adapun nilai berita meliputi, penting sekaligus menarik bagi khalayak. Penting bagi khalayak, menarik bagi khalayak, kebaruan atau aktualitas (aktual berarti sedang terjadi atau dalam proses). Kaidah umum peristiwa atau kejadian bisa dinamakan berita bila mengandung 5 W 1 H atau :

1. WHAT : Apa
2. WHO : Siapa
3. WHEN : Kapan
4. WHERE : Dimana
5. WHY : Mengapa
6. HOW : Bagaimana

Jika difokuskan menjadi siapa melakukan apa, dimana, kapan, mengapa dan bagaimana. Yang tentunya kaidah ini berlaku umum untuk semua media massa. Namun untuk Radio Siaran. Jadi berita di Radio Siaran harus :

1. Baru (*New*)

Kualifikasi berita radio harus benar-benar yang terbaru, karena radio membutuhkan proses yang cepat menyampaikan informasi. Berita radio adalah tentang apa yang terjadi saat ini, segera dan apa yang akan terjadi.

2. Berarti (*Significance*)

Berarti bagi pendengar, walaupun Radio Siaran termasuk dalam medium media massa, tetapi bentuk Komunikasi Massa tetap komunikasi personal. Sehingga berita yang disiarkan juga harus berarti atau sesuai dengan kebutuhan khalayak pendengar.

3. Melayani Kebutuhan (*Interest*)

Berita menjadi berarti bagi pendengar bila isi berita menyangkut kebutuhan dan *interest* pendengar, sebab informasi seputar kebutuhan pendengar menjadi daya tarik.

4. *Relevant*

Memiliki gaya penulisan dan bahasa siar yang sesuai dengan karakter pendengar. Arti relevan yaitu informasi yang disiarkan betul-betul menyentuh kepentingan pendengar, ambil contoh pengalaman menulis ketika menulis ulang atau *re-write* berita koran tentang Radio Siaran gelap (ilegal) yang digunakan sebagai ajang transaksi seks. Ketika berita itu masih di koran, tidak ada pembaca yang kontak ke redaksi koran tersebut. Namun ketika berita itu di *re-write* untuk radio, baru sekali disiarkan sudah banyak yang kontak telepon ke radio yang menyiarkan. Diantara penelpon kebanyakan dari penelepon yang memiliki pemancar gelap (ilegal), begitu juga wartawan koran yang menulis berita tersebut.

Membuat berita bukan sekedar paham bentuk dan aturan main, namun yang lebih penting bagaimana memahami berita dalam **KONTEKS ISI**. Yang berarti esensi berita untuk radio adalah bagaimana mengemas sebuah peristiwa atau kejadian yang bermuara dari **ISI** peristiwa atau kejadian tersebut, dengan tidak meluaskan kaidah berita. Sebab pendengar hanya ingin tahu ada peristiwa apa bukan kenapa ada peristiwa, walaupun itu penting. **INGAT !** Konsumsi **BERITA RADIO UNTUK TELINGA**, jadi hanya ada kata **NGOMONG DAN DENGAR** selanjutnya terserah anda.

Sedangkan hakikat berita untuk Radio Siaran harus :

- Baru dan hangat

- Faktual
- Ada secara fakta dan data, bukan opini atau rekayasa publik apalagi manipulasi peristiwa.
- Penting dan perlu segera disampaikan
- Yang dimaksud penting karena masyarakat memang membutuhkan informasi tersebut, atau memang informasi tersebut layak disiarkan karena menyangkut kepentingan masyarakat atau publik.
- Berdampak
- Informasi yang disiarkan minimal akan berdampak terhadap pendengar, atau kesan respon terhadap hasil informasi.

D. SUMBER-SUMBER BERITA

- Koran
- Majalah
- Brosur atau selebaran juga pamlet
- Internet
- Kantor berita
- Televisi
- Radio
- Instansi pemerintah maupun swasta
- Publik figur
- Wartawan
- Siaran pers
- Peristiwa menyangkut alam
- Peristiwa menyangkut manusia dan hewani
- Dan lain-lain.

E. MENULIS BERITA UNTUK RADIO SIARAN

Yang harus diperhatikan jika akan menulis naskah berita atau *news* di Radio Siaran, tetap berfokus pada karakteristik Radio Siaran. Ingat Suara merupakan prioritas utama, koridor atau batasan yang harus diperhatikan antara lain :

- Kalimat pendek dan langsung
- Terkesan menceritakan kejadian bukan menulis kejadian

- Bahasa umum atau yang biasa di mengerti oleh masyarakat, hindari bahasa yang belum dikenal masyarakat, jangan pergunkan bahasa gaul apalagi bahasa prokem. Jika ada kata asing, sebaiknya cari terjemahan atau padanannya dari kalimat asing tersebut. Sebab bahasa yang sudah dikenal masyarakat, akan mempermudah masyarakat mengerti berita atau informasi yang disiarkan radio.
- Hindari opini saat menulis berita, ingat ! Berita adalah fakta dan data yang ada di lapangan, bukan interpretasi penyiar maupun penulis berita.
- Tulis, sebelum disiarkan baca yang keras secara berulang-ulang. Sehingga kesalahan ataupun ketidakcocokan dari kata atau kalimat yang ditulis akan kelihatan, dengan membaca berulang-ulang naskah Radio Siaran yang ditulis akan lebih baik.

Lima prinsip menulis berita di Radio Siara menurut Errol Jonathans:

1. Untuk bicara
2. Komunikasi langsung
3. Individu ke individu
4. Sekali ucap langsung mengerti
5. Ingat radio hanya suara
6. Ekonomi kata

Sedangkan 4 tahap penulisan berita atau langkah-langkah penulisan gaya auditif, yang harus diutamakan saat akan menulis, baik itu bahan tulisan berasal dari koran ataupun sumber berita yang lain dan juga dari hasil liputan langsung. Maka harus diperhatikan langkah-langkah berikut :

- Pikirkan = sekali lagi pikirkan dan pikirkan
 Karena berita yang akan ditulis bukan kenapa ada peristiwa, tapi ada peristiwa apa.
- Tulis berita = sambil dibaca.
- Ingat ! Suara ciri khas radio atau radio adalah suara, sehingga berita atau informasi juga berdasarkan hasil tulisan untuk dibaca. Dan lebih utama lagi bukan hanya di baca tapi disampaikan dengan tutur yang baik, dan ingat kalau di televisi presenter boleh membaca naskah dengan cara membaca atau baca. Tapi di radio tidak boleh, karena jika naskah berita disampaikan oleh presenter atau penyiar dengan cara membaca atau baca, maka karakteristik Radio Siaran sebagai medium

Komunikasi Massa personal, tidak akan terwujud. Karena membaca itu terkesan formal, radio tidak mengenal kesan formal. Yang ada akrab, Radio Siaran harus dan tetap akrab bagi khalayak umum.

- Perbaikan

Untuk mengoreksi kesalahan yang perlu diperbaiki.

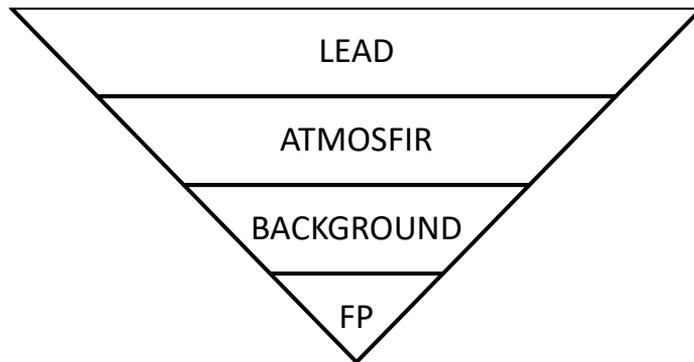
Ada konsep penulisan berita untuk Radio Siaran yang sering dipergunakan, dengan konsep penulisan piramida terbalik, yang komponennya sebagai berikut :

- **Lead/Inti** = terdiri dari inti dan isi berita

Karena sekilas dan langsung, maka penulisan berita pada awal akan disiarkan harus bisa mewakili dari seluruh peristiwa yang terjadi, jadi penulisan juga harus jelas. Karena pendengar hanya akan memahami isi berita dari pengucapan awal, yang selanjutnya tergantung materi berita tersebut. Errol Jonathans menulis **FUNGSI LEAD** sebagai berikut :

- Untuk menyentak pendengar, sebagai daya tarik berita
- Menggelitik rasa ingin tahu endengar
- Menggugah dan mengaduk imajinasi pendengar
- Menolong pendengar mengetahui pokok informasi dengan tuntas, apalagi jika pendengar tidak sempat mengikuti berita itu secara lengkap.
- Atau secara definisi **LEAD** bisa dirumuskan : **ALINEA**
Pertama sebuah bentuk berita yang mengandung pokok-pokok terpenting dari berita yang akan disiarkan.
- **ATMOSFIR** = gambaran peristiwa yang terjadi dengan didukung fakta dan data yang lebih luas.
- **BACKGROUND** = dijabarkan kenapa peristiwa itu terjadi atau latar belakang dari peristiwa itu, biasanya menjawab *WHY* (mengapa) atau *HOW* (bagaimana), *background* memberikan gambaran peristiwa yang lebih luas seputar kenapa peristiwa itu terjadi.
- **FAKTA PENDUKUNG (FP)** = bisa ditulis bisa juga tidak, karena hanya fakta-fakta pelengkap dari sebuah peristiwa yang terjadi.

BAGIAN PIRAMIDA TERBALIK



F. PENTING UNTUK DI INGAT !

Yang harus diperhatikan dalam menulis berita untuk Radio Siaran juga penulisan tentang :

- **SINGKATAN** = untuk penulisan lebih dahulu diterangkan singkatan tersebut.

Contoh : - **DEPDIKNAS** ditulis Departemen Pendidikan Nasional

- **MENKUMDANG** ditulis Menteri Hukum dan Perundang-Undangan

Kecuali yang sudah umum seperti TNI/SMU/LSM maupun istilah yang oleh masyarakat sudah mengerti walau tidak disebutkan perpanjangannya.

- **NAMA DAN GELAR** = untuk penulisan nama dan gelar hendaknya dipergunakan Bahasa Indonesia sesuai ejaan yang telah disempurnakan, EYD Tahun 1974, namun jika nama tersebut memang sudah umum dan penyiar sudah tahu dan terbiasa maka tidak menjadi masalah. Jika ada nama panjang seperti **Rina Dwi Rakhmawati**, cukup ditulis nama panggilannya seperti **Rina**.

Untuk penulisan Negara/Propinsi dan Kota tidak boleh disingkat. Seperti : Negara **AS** harus ditulis **Amerika Serikat**, **Jabar** harus ditulis **Jawa Barat**.

Contoh : - **Soekarno** dibaca **Sukarno**

- **Muhamad Roem** dibaca **Muhamad Rum**

Namun untuk nama asing seperti John/Michael/Robert/Jackson atau Mark **tetap ditulis seperti apa adanya**, tidak boleh di rubah apalagi ditambah.

Sedangkan untuk penulisan gelar = jika gelar tersebut sudah umum seperti **Ir (Insinyur)**, **Drs (Doktorandus)** dan lain sebagainya yang oleh masyarakat sudah umum dan mengerti maksudnya, tidak harus ditulis sebenarnya. Namun jika gelar tersebut belum dikenal luas oleh masyarakat seperti **S.Sos (Sarjana Sosial)**, **S.Ag (Sarjana Agama)** dan lainnya, bisa ditulis lengkap sebelum nantinya disingkat.

Contoh : - Direktur Eksekutif LSM Bina Martabat Manusia, Daris Abyan Nafi'a Sarjana Sosial S.Sos, mengatakan. Sumber Daya Manusia berkualitas syarat utama menuju keberhasilan pembangunan.

Sebagai catatan = untuk penulisan nama dan gelar sebenarnya fleksibel, namun yang harus diperhatikan adalah tentang bentuk dan istilah baru, yang oleh masyarakat belum umum diketahui maupun dimengerti tentunya bagi pendengar radio anda.

Angka = untuk penulisan angka dalam naskah berita di radio tidak harus ditulis secara detail.

Contoh : - **Rp. 7.500.000** cukup ditulis **7 juta 5 ratus ribu rupiah**

- **Rp. 8.500.000.000** cukup ditulis **8 milyar 500 juta rupiah**

- **Rp. 5.900.000** cukup ditulis sekitar **5 juta 9 ratus ribu rupiah**

Untuk penulisan uang asing seperti = **\$ 5000** ditulis **5 ribu dolar Amerika**.

Penggunaan tanda baca :

- / = koma
- // = titik
- (___) = penekan kata
- (.....) = berhenti sejenak
- Dalam penulisan naskah radio tidak ada istilah tanda kutip (“)
- **Ekonomi Kata** = jangan terlalu menggunakan kata-kata yang tidak perlu.
- **Contoh** = Presiden Joko Widodo, besok akan meresmikan pabrik, bertempat di Kota Cirebon.
- **Sebaiknya ditulis** = Presiden Joko Widodo, besok meresmikan pabrik di Cirebon.
- **Satu ide satu kalimat** = penulisan berita di Radio Siaran menggunakan kata kerja dan kalimat langsung, sehingga sekali ucap pendengar mengerti.

- **Contoh** = sidang umum MPR diwarnai unjuk rasa mahasiswa, menentang Dwi fungsi ABRI.
- **Diakurasi** = makna dan data harus jelas
- **Alur bahasa** = penulisan juga harus memperhatikan alur bahasa, sehingga akan enak di dengar dan cepat dipahami.
- **Penulisan waktu** =
- **Contoh** = pertandingan Persib dan Persija dilaksanakan Kamis 5 Mei 2016 di Stadion Gelora Bung Karno.
- **Sebaiknya ditulis** = pertandingan Persib Bandung dan Persija Jakarta dilaksanakan Kamis 5 Mei jam 3 sore di Stadion Gelora Bung Karno.
- **Menulis berita di radio siaran harus :**
 1. Format
 2. Terfokus
 3. Alur berita jelas

Untuk penulisan *script writer* di Radio Siaran harus :

1. Kalimat pendek
2. Gunakan kata kunci
3. Sampaikan apa adanya

Menulis berita atau informasi di Radio Siaran menurut Temmy Lesanpura. Untuk menyiarkan informasi tidak cukup hanya tungan unsur *Accuracy/Balance dan Credibility*. Tetapi perlu diiringi dengan *Responsibility*, yaitu sikap yang selalu berpihak kepada masyarakat umum, atau masyarakat mayoritas disekitar lingkungan siar, dimana radio kita berpengaruh dominan. *Responsibility* bukan berarti berpihak mutlak, tapi hanya memberikan respon atau langkah apa yang sebaiknya dilakukan pendengar. Inipun sekali lagi bukan kesan menggurui apalagi terkesan sebagai penasehat. Bahasa sederhananya fungsi *Responsibility* untuk berita atau informasi di Radio Siaran, menitik beratkan pada apa yang semestinya dilakukan pendengar.

PERLU DI INGAT ! JIKA PENULIS NASKAH BERITA RADIO SIARAN

Karena Radio Siaran hanya memproduksi **Suara** maka faktor

kejelasan. Intonasi dan artikulasi pengucapan kata-kata juga harus **baik dan benar**. Baik bukan berarti pengucapannya di buat-buat atau sengaja di tegaskan, tapi baik dalam pengertian umum, yang oleh masyarakat dianggap lazim. Sedangkan benar bukan berarti menurut kaidah bahasa saja tapi juga menurut tuturan umum yang lazim di mengerti masyarakat. Jadi, patokannya tetap **suara**. Maka jika menulis naskah berita untuk Radio Siaran, usahakan membaca sambil menulis. Dan menulis berita di Radio Siaran jangan mendetail atau detail sekali, **Radio Siaran Anti Detail**. Untuk berita di Radio Siaran, **satu berita berdurasi 1 menit atau 30 hingga 50 detik**. Dan yang lebih penting dan harus di perhatikan, saat membaca berita di Radio Siaran bukan membaca tapi menyampaikan. Ingin menyampaikan bukan membaca.

G. KONSEP *RE-WRITE* ATAU PENULISAN ULANG NASKAH RADIO SIARAN DARI MEDIA CETAK

Menurut Thomas Rump (*Radio Work Training & Consulting Germany*)

1. Baca koran
2. Serap atau pahami
3. Tulis
4. Baca
5. Rekam
6. Dengar
7. Tulis lagi
8. Disiarkan

Sedangkan menurut Imelda Reynolds (*Trainer Internews Indonesia*) mengatakan, penulisan ulang atau *re-write* hanya berfungsi untuk *background* informasi. Jadi tidak boleh dijadikan sumber informasi utama untuk berita radio, karena berita radio harus selalu menampilkan data terbaru atau informasi terbaru narasumber, dari peristiwa yang ada di media cetak.

H. TEKNIK PELIPUTAN BERITA ATAU REPORTASE BERITA

Langkah - langkah yang harus dipersiapkan :

1. Cita - cita = yaitu harapan dari berita yang akan disampaikan bagi pendengar
2. Topik = yaitu judul atau tema berita yang akan diliput
3. Angle = sudut pandang atau yang menarik dari berita itu
4. Relevansi = usahakan kebutuhan pendengar diutamakan
5. *Proximity* = nilai kedekatan yaitu adanya kedekatan baik secara geografis/ demografi dan psikografi.
6. Unik = memiliki nilai lebih atau ada sesuatu yang menarik atau trend
7. *News value* = nilai berita
8. Narasumber = orang yang ada kaitan dengan berita yang akan di liput
9. *Question road* = daftar pertanyaan yang meliputi latar belakang dan tujuan.

***Question Road* merupakan :**

1. Pokok - pokok yang ditanyakan pada narasumber
2. Disusun berdasarkan alur
3. Bukan sekedar daftar pertanyaan
4. Penuntun wawancara
5. Bisa didayagunakan untuk menajamkan topik
6. Pedoman untuk menggali fakta dan data
7. Bisa mengembangkan fakta dan data terbaru lewat pertanyaan baru dengan tetap berfokus pada topik
8. Tidak harus berangkat dari *entry point*, namun *entry point* musti digali lebih cermat.

Sedangkan faktor-faktor yang menentukan nilai berita antara lain :

1. Tepat waktu
2. Kedekatan (*Proximity*)
3. Luar biasa
4. *Human Interest*

5. Konflik
6. Pembangunan
7. Tanggung jawab sosial
8. Integrasi nasional
9. Pendidikan

I. WAWANCARA

1. Jenis Wawancara

- *The factual interview* = wawancara untuk memperoleh fakta dan data yang sebenarnya
- *The opinion research interview* = wawancara untuk mengumpulkan atau ingin tahu apa yang terjadi keinginan narasumber atau masyarakat
- *A well known personality interview* = wawancara untuk menegaskan kredibilitas dari sebuah informasi, yang di wawancarai biasanya tokoh, pakar atau narasumber yang menguasai bidang keilmuan tersebut.

2. Yang harus di perhatikan sebelum Wawancara

- Buat perjanjian dengan narasumber
- Tentukan waktu wawancara
- Datang lebih cepat dari waktu yang ditentukan
- Susun daftar pertanyaan
- Jika mungkin bawa *tape recorder/HP*
- Jika bawa recorder / cek baterai dan usahakan tape dalam keadaan baik

3. Yang harus diperhatikan saat Wawancara

- Lakukan *ice breaking* atau pencairan suasana sebelum wawancara dengan menanyakan keadaan, suasana kantor atau rumah, atau juga pertanyaan seputar hobi atau yang lain dengan tidak berlebihan.
- Posisi duduk berhadapan jika mungkin, namun jika tempat duduk tidak berhadapan lebih baik duduk di sebelahnya.
- Mulai dengan pertanyaan yang ringan
- Jika menggunakan tape recorder, usahakan narasumber di beri tahu.

- Usahakan penggalian fakta dan data atau pertanyaan yang di anggap menarik, boleh di kupas atau di tanyakan lebih detail.
 - Jangan menggunakan bahasa tubuh seperti gerakan mata, bibir atau kerutan jidat yang berlebihan. Dan usahakan jangan berkomentar dari pertanyaan narasumber.
 - Ingat saat wawancara anda sedang mencari data dan fakta bukan sedang berdebat.
 - Tempatkan posisi narasumber sejajar dengan anda, sejajar disini bukan bearti sama kedudukan dan posisi jabatan atau keahlian. Tetapi posisi sejajar ialah antara narasumber dan anda sama-sama sedang melakukan kegiatan jurnalistik, sehingga anda tidak merasa ragu untuk menanyakan pertanyaan yang lebih tajam dari daftar pertanyaan yang ada.
 - Jika penulisan kurang jelas, sebaiknya narasumber menulis nama di buku yang anda bawa. Hal ini menghindari kesaahan penulisan nama.
 - Ucapkan terima kasih setelah melakukan wawancara.
4. Yang perlu diperhatikan jika wawancara menggunakan Tape Recorder
- Ingat suara adalah produk utama di radio
 - Usahakan tape recorder atau mix posisi dekat dengan mulut narasumber
 - Jika di ruangan kantor yang ada AC, tolong usahakan AC dikecilkan
 - Jika membawa handphone atau ada telepon, usahakan agar dalam keadaan mati
 - Jika di ruangan yang banyak orang, usahakan narasumber diajak ke tempat yang lebih sepi dan tidak banyak orang. Atau jika sulit mendapat tempat yang sepi, usahakan anda dan narasumber berhadapan lebih dekat. Karena jika berhadapan baik badan narasumber maupun anda akan menjadi penghalang suara lain masuk ke mix atau tape recorder.
 - Jika ada kata-kata yang kurang jelas, tolong tanyakan ulang.
 - Ingat tape recorder atau mix selalu siap pakai.
- INGAT BUNG !** Pewawancara adalah **PENENTU ARAH WAWANCARA. PUNYA PERTANYAAN** dan **MENGGALI MATERI.**

BAB III

ALUR JURNALISTIK RADIO SIARAN

A. JURNALISME RADIO SIARAN

Yang harus diperhatikan bahwa Radio Siaran memiliki format, segmentasi dan positioning yang berbeda antara Radio Siaran yang satu dengan yang lainnya. Namun secara umum Radio Siaran memiliki filosofi yang sama dalam program dan format radio, bahkan segmentasi Radio Siaran selalu mengacu pada :

1. Demografi = usia pendengar radio
2. Geografi = lingkungan dimana pendengar tinggal
3. Psikografi = kecenderungan yang meliputi gaya hidup kelas ekonomi/ pendidikan/ selera musik dan kebutuhan informasi.
4. Format = atau model siaran adalah suatu rancangan acara siaran yang akan disiapkan guna penyiaran di Radio Siaran. Untuk menetapkan format harus, ditetapkan khalayak pendengar kebutuhan dan selera pendengar. Yang dilakukan melalui hasil survei.
5. Pola = adalah bentuk acara siaran atau bentuk siaran yang dilakukan penyiar, biasanya bentuknya *single fighter*, talkshow dan diskusi.

Setelah kita mengetahui format, pola, segmentasi dan khalayak pendengar Radio Siaran serta target pendengar. Baru kita memformat jenis atau bentuk jurnalistik yang bagaimana untuk dikemas menjadi bagian dari program acara di Radio Siaran.

B. SASARAN PROGRAM AUDIO SIARAN

**RADIO - AUDIENCE - (TARGETING - LOCAL - SEGMENTASI)
- FORMAT - PROGRAM - (TO - INFORM - TO - EDUCATE - TO - ENTERTAIN) - KENDALA - PROBLEM - SOLUSI.**

C. PROSEDUR OPERASIONAL PEMBERITAAN RADIO

(Menurut Ari R. Maricar)

1. Pemberitaan

Filosofi pemberitaan organisasi pemberitaan aspek yuridis dan etika

2. Etika

Impact : dampak
Interest : peminatan
Information : informatif

3. Proses kerja

Gali : filter melalui *news value* dan *news judgment* cara melalui baca, lihat dan wawancara

Oleh : alat menggunakan bahasa tutur silahkan pola dalam bentuk-bentuk jurnalisme radio

Saji : alat dan cara *news reading, live reporting dan announcing*

D. STANDARD OF OPERATION PROCEDURE (SOP) BIDANG PEMBERITAAN

1. Filosofi radio
2. Filosofi tata cara (*radio programming*)
3. Filosofi pemberitaan
4. Konsiderasi legal
 - Landasan hukum
 - Peraturan
5. Kode etik
 - Kode etik Radio Siaran
 - Kode etik jurnalistik
6. Kebijakan umum perusahaan
7. Kebijakan umu pemberitaan
8. Pedoman operasional
 - A. Reporting
 - *News-getting*
 - *Interview*
 - *Vox pops*
 - *Beating*
 - *Telephone beeper*
 - *Out boar broadcast/remote broadcast*
 - B. *Newsroom*
 - *Writing*

- *Re-writing*
- *Timing/scheduling*
- *editing*

C. *Production*

- *Recording studio operation*
- *Editing*
- *Announcing*
- *Timing/scheduling*
- *Quality control on air studio operation*

9. Standar evaluasi

- Isi pemberitaan
- Kualitas bahasa
- Penyajian dan gaya
- Produksi
- Kerja sama tim
- Inisiatif untuk hal-hal yang baru
- Sumbangsih pada manajemen menyangkut sumber daya

E. *ANNOUNCER'S SKILL*

Penyiar menurut Onong Uchyana Effendi, M.A, mengutip dari Ben H. Henneke menyebutkan definisi penyiaran sebagai berikut. Penyiaran adalah usaha untuk mengkomunikasikan informasi, memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukan kepada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut akan sempurna bila si pendengar mendengar, mengerti, merasa tertarik lalu melakukan apa yang ia dengar. Penyiar harus memiliki skill atau *announcer's skill* yang meliputi :

1. Komunikasi gagasan (*Communication of ideas*)
2. Komunikasi kepribadian (*Communication of personality*)
3. Proyeksi kepribadian

Meliputi :

- Keaslian (*Natural*)
- Kelincahan (*Vitality*)

- Keramah-tamahan (*Friendly*)
 - Kesanggupan menyesuaikan diri (*Adaptility*)
4. Pengucapan (*Pronunciation*)
5. Kontrol suara (*Voice Controle*)
- Meliputi :
- Pola titi nada (*Pitch*)
 - Keras suara (*Loudly*)
 - Tempo (*Time*)
 - Kadar suara (*Quality*)

F. SEBAIKNYA DICOBA

Bill Scott dalam buku *"The Skill of Communicating"* atau "Keterampilan Berkomunikasi", menerangkan sebelum seseorang melakukan informasi kepada orang lain atau sebelum ngomong, maka harus ada seseorang yang merupakan pihak berkepentingan atau dalam medium Radio Siaran adanya pendengar. Disamping juga pesan harus menarik, mudah dipahami dan dimengerti, yang harus diingat. Penyiar menyampaikan pesan bukan membaca pesan. Sebab tugas komunikator atau penyiar harus mengetahui apa yang ia komunikasikan dan mengetahui bagaimana ia harus menyampaikan.

Sebaiknya sebelum melakukan kegiatan jurnalistik Radio Siaran, lebih baik mencoba berlatih menjadi penyiar, atau cobalah latihan ngomong dengan cara berbicara seperti orang yang menyampaikan pesan kepada orang lain, seringnya berlatih ngomong atau bertutur akan semakin paham dari apa yang dikatakannya. Jadi jangan coba-coba membuat naskah untuk Radio Siaran, tapi belum pernah mencoba menjadi penyiar. Hal ini sering terjadi, karena menganggap bahwa konteks jurnalistik Radio Siaran sama dengan konteks jurnalistik media cetak. Perlu juga dipahami bahwa jurnalistik televisi juga berbeda dengan jurnalistik Radio Siaran kendati banyak persamaannya. Contoh sederhana jika pembaca berita di televisi boleh terkesan membaca, karena antara penyiar televisi dan pemirsa saling berhadapan, dan pemirsa biasa selalu berkonsentrasi penuh ketika melihat dan mendengarkan televisi. Namun pendengar Radio Siaran konsentrasinya melalui pendengaran, yang langsung menggunakan otak dengan cepat ketika pesan atau informasi itu dibacakan penyiar radio.

1. Radio Siaran

Melalui :

- Berbicara / tutur
- Pendengar paham dan mengerti
- Setelah mendengar

2. Televisi

Melalui :

- Berbicara / membaca
- Pemirsa paham dan mengerti
- Setelah melihat dan mendengar

3. Media Cetak

Melalui :

- Menulis dan foto
- Pembaca paham dan mngerti
- Setelah melihat dan membaca

SUMBER / REFERENSI :

Ari R. Maricar Tahun 1994-1995

- Bertutur dalam bahasa siaran di radio (Makalah)
- Karakteristik radio siaran dan implikasinya pada produksi siaran (Makalah).

Bill Scott Tahun 1984-1986

- *The skill communicating* – Binarupa Aksara Jakarta.

Errol Jonathans Tahun 1995

- Menulis berita di Radio Siaran.

Ekspo Radio (Tabloid) Minggu ke-1 Juni 1999

Imelda Reynolds (*Internews* Indonesia) Tahun 1999

- Berita (Makalah).

Noor Akhirul Layla Tahun 1995

- Dasar-dasar jurnalistik (Makalah)

Onong Uchjana Effendi Tahun 1983-1993

- Radio Siaran teori dan praktek – Alumni Bandung

- Ilmu komunikasi teori dan praktek - Remaja Rosda Karya Bandung.
Syaeful Badar Tahun 1997
- Pemanfaatan Radio Siaran bagi pendidikan islam luar sekolah
(Skripsi).

BIODATA PENULIS

ERROL JONATHANS

Lahir: di Jakarta, 27 April 1958.

Pendidikan: Sarjana komunikasi dan jurnalistik Akademi Wartawan Surabaya dan Sekolah Tinggi Komunikasi Surabaya-Almamater Wartawan Surabaya.

Profesi dan karier: Wartawan Pos Kota Jakarta (1977-1986). Direktur Utama Suara Surabaya Media: Radio Suara Surabaya FM100, SHE Radio FM99.6, Portal News Suara Surabaya Net, Free Magazine Surabaya City Guide-SCG, Suara Surabaya Centre-SSC, dan EO M-Communication (sejak 1983). Dewan Redaksi Majalah Seni dan Budaya "Gong" Yogyakarta (1996-2010). Pemimpin Redaksi Tabloid Efata Paroki Santo Yakobus (sejak 2008).

Mengikuti pelatihan kemediiaan: PRSSNI, PWI, Radio VOA-USA, Radio Deutsche Welle Jerman, Radio Bayerischen Rundfunk Jerman, Radio Nederland Wereldomroep, Radio France Internationale Prancis, Radio Kampus WOUB Ohio University-Athens, International Visitor USIA Program Manajemen Radio, Forum Komunikasi Global Salzburg Seminar, Leiden University Nederland, Broadcast Asia Singapore, Radio Asia dan Radio Days Asia.

Organisasi: Badan Pengurus Komisi Komunikasi Sosial Konferensi Wali gereja Indonesia (KWI), Anggota Komisi Komunikasi Sosial Keuskupan Surabaya, Ketua Standar Profesional Radio Siaran PRSSNI Jatim.

Dosen tamu: ilmu komunikasi, jurnalisme, dan radio broadcasting di beberapa perguruan tinggi fakultas/jurusan komunikasi di Jawa Timur dan Jawa Tengah.

Pembicara dan Trainer keradioan: The Ford Foundation Indonesia, Friedrich Naumann Stiftung Jerman, Internews Amerika, Tifa Foundation, Unifem, Konferensi Wali gereja Indonesia (KWI), Signis, PRSSNI.

Penerbitan buku: "Politik dan Radio" (Friedrich Naumann Stiftung-1999), "Radio dan Pemilu 2004" (Friedrich Naumann Stiftung-2004), "Socrates di Radio-Esai Esai Jagad Keradioan" (2006)

dan makalah pelatihan: Keradioan, Jurnalisme, Teknik Announcing dan Public Speaking.

Penghargaan: Penulis Jurnalistik Terbaik-Persatuan Wartawan Indonesia Jatim (1982), Hari Pers Nasional Award-Anugerah Tokoh Pers Indonesia (2013), PWI Jatim Award-Tokoh Media Jawa Timur (2013), Jatim Kompeten Award-Tokoh Kompeten Bidang Media (2013), Lifetime Achievement Award-Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jatim (2019). (*)

Ari R. Maricar,

- Instruktur Manajemen Radio Siaran, pada PP. PRSSNI
- Wakil Ketua PD. PRSSNI Jawa Timur bidang Pendidikan dan Litbang.
- Pimpinan Radio PANORAMA 102.3 FaMily, Tretes – Jatim.
- Pembina YABIDKINDO, Yayasan Bina Daya Komunikasi Indonesia, untuk program pendidikan profesi penyiar NSO di Surabaya.
- Pimpinan YASIARI, Yayasan Siaran Indonesia, bergerak di bidang pelatihan SDM radio siaran dan konsultan manajemen radio.

Hasnan Syam Basari (Desain Grafis)

Tahun 1979 Penyiar Radio CBB Cirebon Tahun 1980 Radio CBB berubah nama menjadi Radio Swara Prima Sonata dan berubah menjadi Radio Prima Sonata.

Tahun 1989 Kepala bagian Siaran & Programmer Radio Prima Sonata

Tahun 1990 Pendidikan Produksi siaran.

Tahun 1991 Diklat Spesial program.

Tahun 1992 Diklat Produksi Siaran RRI regional 1 Bandung.

Tahun 1994 Penghargaan dari Menperpostel Lomba Perangko 50 Indonesia Merdeka.

Tahun 1995 Diklat Jurnalistik Radio PRSSNI Jawa Barat.

Tahun 1996 Seminar Sehari Bulan Bahasa dan Sastra.

Tahun 2020 Mencipta Logo Hari Pahlawan 2020 Tingkat Nasional.

Vianisa Atifah (Editor)

Lahir, Cirebon 7 Juli 1998

Alumni Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Syech Nurjati Cirebon.

Syaeful Badar

Lahir Tegal, 22 September 1968

Pendidikan Magister Psikologi Pendidikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Ringkasan Keahlian :

Sejak tahun 1990 bekerja sebagai penyiar dan jurnalis radio siaran di Radio Maritim 102, 6 FM Cirebon, sampai menduduki jabatan sebagai Program Manager PT. Radio Maritim Rasonia 102,6 FM Cirebon, keahlian di bidang penyiaran dan jurnalistik radio siaran mengantarkan pada profesi jurnalis televisive dengan menjadi *contributor newI* pada salah satu televisi swasta Indonesia juga menjadi kontributor daerah jaringan berita nasional Kantor Berita Radio KBR 68 H Jakarta, serta mengantar pula sebagai Dosen Komunikasi pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran di IAIN Syekh Nurjati Cirebon juga Jurnalis radio program jurnal PRSSNI Jawa Barat.

Pendidikan dan Pelatihan Bidang Media :

No	Kegiatan	Penyelenggara	Tahun
1	Diklat Jurnalistik Radio Siaran	PRSSNI Jawa Barat	1995
2	Radio Talkshow	FNS Jerman	1997
3	Liputan AIDS bagi Wartawan	LP3Y Yogyakarta	1998
4	Investigasi Reporting	LPS Dr.Soetomo, LP3Y Yogyakarta dan ISAI Jakarta	1999
5	Investigasi Reporting Radio Jurnalist	FNS Jerman	1998
6	Lokakarya Jurnalistik Radio	The Freedom Forum Australia	1999
7	Handling Guest in Studio	FNS Jerman	2000
8	Jurnalistik Radio Siaran	Internews USA	2000
9	Advanced Journalis Training	Internews USA	2001

10	Media Meliput Konflik	Voice of America (VOA)	2001
11	Media Pemantau Pemilu 2004	CETRO Jakarta	2003
12	Youth and The Media	Voice of America (VOA)	2003
13	Radio Peliput Pemilu 2004	PRSSNI Jawa Barat	
14	Karya Latihan Wartawan	PWI Jawa Barat	2000
15	Workshop Wartawan	Departemen Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia	2007

Karya Ilmiah Buku Yang Telah di Publikasikan:

No	Judul	Penerbit	Tahun
1	Mengenal Jurnalistik Radio Siaran	PRSSNI Cirebon	2002
2	Pembelaan Da'i	PATH/ASUH USAID	2004
3	Klinik Sosial Kesehatan Reproduksi	WS Foundation	2004
4	Desa Siaga Sebuah Kesaksian	WS Foundation	2008 ISBN : 979338142-b
5	Pedoman Kampung Siaga	Dinas Kesehatan Kota Cirebon	2006
6	Pegangan Kader Kampung Siaga	Dinas Kesehatan Kota Cirebon	2006
7	Warga Peduli AIDS	KPA Nasional	2010
8	Dengarkan Kami Bicara	PKBI Pusat	2014
9	Gotong Royong Menuju Indonesia Sehat	PKBI Pusat	2015
10	Gotong Royong Bantu Ibu Hamil	Warga Siaga Press	2020