

**FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI PENYIAR DI  
RADIO SONGGOLANGIT FM PONOROGO**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

Sri Wulandari

**NIM. 302190117**

Pembimbing:

**Dr. H Ahmad Munir, M.Ag**

**NIP. 196806161998031002**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PONOROGO**

**2023**

## ABSTRAK

**Wulandari, Sri 2023.** Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar Di Radio Songgolangit FM Ponorogo. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.

### **Kata Kunci: Facebook, Media Komunikasi, Penyiar**

Radio merupakan lembaga yang menyediakan daluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain, memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan informasi dan memiliki ketergantungan terhadap imbalan kerja, teknologi maupun kebutuhan. Dalam hal ini penyiar harus membawakan program acara dengan baik, mengingat di Radio Songgolangit harus mempertahankan eksistensi dan minat pendengar setia serta dalam program penyiaran tentu memiliki tantangan tersendiri.

Berdasarkan uraian diatas peneliti akan membahas Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan penyiar radio, motif penggunaan Facebook sebagai media komunikasi dan hambatan apa saja yang terjadi selama penggunaan Facebook sebagai media komunikasi di Radio Songgolangit FM Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan prosedur pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian meliputi Penyiar Radio Songgolangit FM, Wakil Direktur, dan Program Manager. Hasil perolehan data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menerangkan pandangan penyiar terhadap penggunaan Facebook meliputi dua faktor yang mempengaruhi yakni penilaian (*Value*) untuk mencapai tujuan berupa harapan (*expectancy*). Motif penggunaan yang sangat mempengaruhi pengguna berupa informasi dan hiburan yang dapat mempertahankan eksistensi penggunaan Facebook. Dan hambatan yang dihadapi oleh penyiar Radio Songgolangit FM berupa teknis dan non teknis. Hambatan teknis meliputi hambatan semantik, mekanis, ekologis, dan prasangka, serta hambatan non teknis meliputi suasana hati. Dengan demikian hambatan teknis lebih besar daripada hambatan non teknis yang mana hambatan-hambatan ini berdampak pada proses siaran dan kenyamanan pendengar.

P O N O R O G O



## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudari:

Nama : Sri Wulandari  
NIM : 302190117  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : Facebook Sebagai Media Komunikasi Di Radio  
Songgolangit FM Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 31 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan

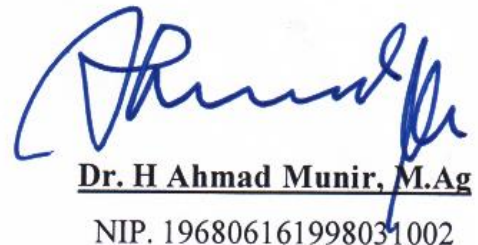


Kayis Fikri Ajhuri, M.A

NIP. 198306072015031004

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. H Ahmad Munir, M.Ag  
NIP. 196806161998031002



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

**PENGESAHAN**

Nama : Sri Wulandari  
NIM : 302190117  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul : Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar Radio  
Songgolangit FM Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin,  
Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Jumat,  
Tanggal : 14 April 2023

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar  
sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Senin,  
Tanggal : 8 Mei 2023

Tim penguji:

- |                  |                              |
|------------------|------------------------------|
| 1. Ketua penguji | : Irma Rumtianing UH, M.S.I. |
| 2. Penguji I     | : Muchlis Daroini, M.Kom.i.  |
| 3. Penguji II    | : Dr. H Ahmad Munir, M.Ag    |

Ponorogo, 8 Mei 2023

Mengesahkan  
Dekan



Dr. H Ahmad Munir, M.Ag  
NIP. 196806161998031002

## **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Wulandari  
NIM : 302190117  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Arab, dan Dakwah  
Judul : Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar di  
Radio Songgolangit FM Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dan keseluruhan artikel tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 29 Mei 2023

Penulis



Sri Wulandari

NIM. 302190117

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Sri Wulandari  
NIM : 302190117  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI PENYIAR DI RADIO SONGGOLANGIT FM PONOROGO**

Dengan ini menyatakan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan pengambilalihan karya orang lain kecuali pada bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 31 Maret 2023

Pembuat Pernyataan



Sri Wulandari

NIM. 302190117



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain atau untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk pemanfaatan dan eksistensi diri.

Media sosial yang semakin banyak digunakan di Indonesia, memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan proses komunikasi. Media sosial berperan aktif dalam aktifitas keseharian masyarakat yaitu dalam bersosialisasi. Media social yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia



yaitu facebook, Instagram dan juga twitter. Kehadiran media sosial dirasa membawa dampak positif di era 4.0 ini, akan tetapi juga memiliki dampak negatif jika media sosial itu tidak digunakan dengan baik.<sup>1</sup>

Dalam skala yang lebih luas, media sosial bisa berfungsi sebagai media untuk melakukan engagement. Media sosial bisa menjadi cara ampuh mengetahui isu-isu tentang apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. *Engagement* bisa dilakukan dengan merespons secara cepat masalah yang muncul. Klarifikasi yang cepat dalam menangani masalah sangat berpengaruh pada citra perusahaan. Membangun keterkaitan (*engagement*) dengan publik adalah suatu hal yang penting. Hal ini berguna untuk mempertahankan relasi, membangun kepercayaan, loyalitas dan citra yang bertujuan untuk memperkuat positioning suatu perusahaan.

Salah satunya pertumbuhan pengguna dan pengakses Facebook diseluruh dunia. Aplikasi jejaring social seperti facebook menawarkan platfoam yang efisien bagi setiap kegiatan dengan memperluas jaringan dan hubungan akrab. Situs jejaring social seperti facebook bisa membantu setiap orang dalam berintraksi secara social dan akademik yang akhirnya

---

<sup>1</sup> Muhammad Firzananda NST, 'Pemanfaatan Media Sosial Di Kalangan Penyiar Radio Most FM Untuk Berkomunikasi Kepada Pendengarnya', 2019, 1-85.

meningkatkan hasil kinerja. Pengaruh facebook dalam kehidupan social sangat besar, di lingkungan social facebook dapat menjadi wadah dimana setiap orang dapat mengenal orang baru yang berasal dari berbagai belahan dunia dan daerah.<sup>2</sup>

Perkembangan pemanfaatan informasi sudah memberikan kenyamanan dan kemanfaatannya. Facebook dapat bermanfaat dan membuat revolusi baru dalam dunia informasi bagi masyarakat. Jarak dan keberadaan informasi hari ini tidak hanya bersumber dan beredar melalui batu, kertas, buku, koran, majalah, pamflet dan media berbentuk konvensional lainnya melainkan bergeser dan dihantarkan melalui fasilitas internet seperti facebook. Informasi itu bergerak sesuai dengan media yang menghantarkannya.<sup>3</sup>

Komunikasi tidak hanya dapat diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, akan tetapi dapat juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta, dan ide. Sehingga komunikasi massapun dapat berfungsi sebagai informasi yang berarti suatu kegiatan menyimpan data, mengumpulkan, fakta dan pesan, opini dan komentar.

Masyarakat Indonesia yang sangat akrab dengan radio, karena radio adalah hiburan yang lebih murah jika dibandingkan

---

<sup>2</sup> Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Komunikasi*, 11.1 (2020), 67–76 <<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>>.

<sup>3</sup> Muh. Quraisy, Mathar. *Information Literacy Skills: Strategi Penelusuran Informasi Online* (Makassar: Alauddin University Press, 2014), 16.

dengan televisi. Selain itu radio juga memiliki jaringan yang kuat hingga mampu menembus daerah-daerah pedalaman atau daerah yang berada jauh di dalam hutan maupun dikaki gunung. Radio siaran merupakan salah satu bentuk dari media massa yang memiliki keunikan tersendiri, hingga saat ini belum sepenuhnya dimiliki oleh media massa lain. Adapun bentuk keunikannya itu selain merupakan komunikasi massa radio juga bisa menjadi komunikasi antarpribadi. Karena penyiar radio selalu berusaha menyapa pendengarnya dengan hangat dan bersahabat

Pembahasan ini adalah media elektronik yaitu radio yang sarana komunikasinya pada publik adalah melembaga memiliki ciri-ciri yaitu menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain, memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan berwujud informasi, pandangan, dan budaya, sebagian besar kegiatan media berada dalam lingkungan public serta merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk berperan sebagai pengirim ataupun penerima pesan, industry media memiliki ketergantungan terhadap imbalan kerja, teknologi maupun kebutuhan pembiayaan.

Seperti di Radio Songgolangit 99.2 FM yang memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi yang dapat digunakan media penyampaian berita, informasi daerah terkini

dan *live streaming* mengenai program atau kegiatan yang dilakukan guna memberikan bentuk partisipasi yang dapat membangun *relationship* dan *engagement* antara radio songgolangit 99.2 FM dengan para fans dan pendengar setia.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi bagaimana pemanfaatan facebook sebagai media komunikasi di radio Songgolangit. Informasi apa saja yang biasanya di unggah di media facebook dalam menyampaikan informasi dalam berkomunikasi untuk para pendengar. Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti mengenai **“Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, peneliti mencoba merumuskan permasalahan-permasalahan yang digunakan sebagai pijakan penyusunan skripsi ini. Adapun rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan penyiar radio terhadap Facebook sebagai media komunikasi di radio Songgolangit FM Ponorogo?
2. Bagaimana motif penggunaan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di radio Songgolangit FM Ponorogo ?

3. Bagaimana hambatan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di radio Songgolangit FM Ponorogo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pandangan penyiar radio terhadap Facebook sebagai media komunikasi di radio Songgolangit FM Ponorogo
2. Untuk mengetahui motif pegunaan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di radio Songgolangit FM Ponorogo
3. Untuk mengetahui hambatan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di radio Songgolangit FM Ponorogo

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dibuat dengan harapan agar dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan suatu ilmu. Manfaat penelitian dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu :

- a. Menambah variasi bahan kajian tentang bagaimana pemanfaatan facebook sebagai media komunikasi
- b. Memberikan sumbangish dalam memperkaya ilmu pengetahuan mengenai facebook sebgai media komunikasi

c. Memberikan kontribusi bagi peneliti lain yang nantinya akan meneliti objek serupa.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu :

- a. Menjadi acuan orang lain dalam mengenai bagaimana pandangan penyiar terhadap penggunaan Facebook sebagai media komunikasi yang nantinya dapat mengetahui prosesnya untuk mencapai tujuan yang diharapkan.
- b. Menambah wawasan tentang bagaimana motif penggunaan dan hambatan yang terjadi terhadap penggunaan facebook sehingga mampu menarik minat pendengar dalam suatu program radio yang ada.

## E. Telaah Pustaka

1. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Oleh UMKM Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Disusun Suka Sari Desa Rantau Sakti*. Skripsi Andi Kurniawan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media social *Facebook* oleh UMKM sebagai media komunikasi pemasaran produk di Desa Rantau Sakti. Hasil penelitian menunjukkan badalm pemanfaatan media social Facebook yang digunakan sebagai media komunikasi pemasaran produk UMKM ada rencana pemasaran yang dilakukan, *Yaitu Situation Analysis* dan *Time Frame*, diamana melakukan pengamatan

kondisi lingkungan sekitar hasilnya mayoritas masyarakat Dusun Suka Sari Desa Rantau Sakti Menggunakan Fcebook, orang suka berbelanja secara online.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah terletak pada keinginan untuk mengetahui manfaat dari facebook sebagai media komunikasi. Perbedaan terletak pada tempat penelitian yang dilakukan dan objek dari penelitian.

2. *Pemanfaatan Media Facebook dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Kpi Angkatan 2014)*. Skripsi Nanda Setiawan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negri Metro. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui mahasiswa KPI angkatan 2014 dalam memanfaatkan media facebook untuk menyampaikan pesan dakwah. Hasil penelitian, ternyata Lebih banyak dari mahasiswa KPI angkatan 2014 yang rutin membuat dan menyebarkan pesan dakwah di media facebook dari pada yang tidak, lalu sisanya hanya sesekali saja. Mendorong mahasiswa KPI untuk membuat dan menyebarkan pesan dakwah adalah karena memiliki rasa tanggung jawab untuk mengajak kepada kebaikan, karena mengajak kepada kebaikan adalah wajib hukumnya bagi setiap muslim.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penggunaan facebook. Perbedaan



terletak pada lokasi penelitian.

3. *Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Penyiar Radio Most Fm Untuk Berkomunikasi Kepada Pendengarnya*. Skripsi M. Firzananda Nst Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatra Utara. Tujuan penulis ingin mengetahui pemanfaatan media sosial di kalangan penyiar radio Most FM untuk berkomunikasi dengan para pendengarnya. Hasil penelitian ini yakni penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan penyiar dan pendengar agar dapat berkomunikasi, sehingga seorang penyiar dapat lebih luas menjangkau calon pendengarnya. Media sosial memudahkan penyiar dan pendengar untuk dapat melakukan komunikasi dua arah.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada studi pendekatan yang menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan terletak pada lokasi yang penelitiannya, M Firzananda NST di radio Most FM, sedangkan peneliti ini di Radio Songgolangit FM.

## **F. Metode Penelitian**

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan

metode deskriptif. Penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan atau menjabarkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Penelitian deskriptif kualitatif mempunyai tujuan untuk menjabarkan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data.<sup>4</sup>

Dalam penelitian kualitatif permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kualitatif juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks social.<sup>5</sup>

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Radio Songgolangit FM Ponorogo yang beralamatkan di Jalan Halim Perdanakusuma nomor 12, Kelurahan Tonatanan, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Dalam hal ini, subjek dalam penelitian adalah Radio Songgolangit FM Ponorogo sedangkan objek dalam penelitian adalah Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiarnya di Radio Songgolangit FM Ponorogo.

## 3. Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Dimana data-data yang ada berupa kata, kalimat,

---

<sup>4</sup> Rahmat Kriyanto, "Pengantar dalam Burhan Bungin, Teknik Praktis Riset Komunikas" (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2009), h. 59.

<sup>5</sup> Sugiyono. "Metode Penelitian Manajemen" (Bandung : CV. Alfabeta, 2013), 22.

paragraf yang memiliki makna dan juga berkaitan dengan penelitian.<sup>6</sup> Data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.

a. Data Primer

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data primer dari data penyiar secara langsung pada kesempatan penyiar membawakan informasi dari media facebook radio songgolangit Fm. Adapun data primer yang diperoleh dalam penelitian ini diambil dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi berkaitan tentang Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo. Pada penelitian ini, narasumber yang digunakan dalam mendapatkan data primer yakni Crew penyiar di Radio Songgolangit FM.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang tidak dibatasi ruang dan waktu, hal ini bermakna bahwa peneliti tidak perlu hadir di lapangan secara langsung sebab data yang dibutuhkan sudah tersedia sehingga peneliti bertindak mencari dan mengumpulkan dari lokasi penelitian semata. Adapun data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dokumen dan arsip serta beberapa situs internet seperti media sosial dan website

---

<sup>6</sup> *Salmaa Awwaabiin*, *Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya*, *Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya (penerbitdeepublish.com)*, (Diakses pada 02 Januari 2023, 05.21).

resmi yang digunakan sebagai data pendukung berkaitan dengan data pendukung di Radio Songgolangit FM Ponorogo.

Sedangkan makna dari sumber data merupakan subjek berdasarkan dari mana data diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari ungkapan narasumber atau informan pada saat wawancara, dokumentasi serta karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian. Sementara itu, dalam penelitian secara kualitatif ini peneliti menjadi informan yang memiliki peran utama. Hal demikian dapat terjadi, sebab peneliti merupakan kunci untuk menafsirkan hasil penelitian yang telah diperoleh dari narasumber sehingga mampu memberikan arah yang tepat dalam hasil penelitian. Peneliti sebagai informan utama membutuhkan pemahaman mendalam berkaitan dengan sumber data, untuk itu peneliti menggali kepada beberapa narasumber antara lain:

- a. Setyo budiono sebagai Wakil Direktur adalah melaksanakan sebagian tugas pokok direktur utama. Wakil direktur bertanggung jawab dalam memimpin direktorat dibawahnya, pengembangan, pelaksanaan, dan pengendalian untuk meningkatkan kinerja perusahaan
- b. Anita Rahma selaku head announcer di Radio Songgolangit FM Ponorogo untuk menggali informasi

mengenai pandangan penggunaan facebook di Radio Songgolangit FM

- c. Vega Paramita sebagai marketing support adalah bertanggung jawab dalam melaksanakan pengaturan scape-space iklan berkaitan dengan kegiatan on air dan data keperluan on air program harian, program khusus dan mengecek pemutaran iklan serta mempersiapkan bukti siar untuk pengiklan.
- d. Silvi Garindra sebagai gatekeeper adalah memilah atau menyeleksi informasi untuk disiarkan, menulis dan mengedit informasi sebelum disebar.
- e. Muhammad Zaki Saputra, Heru dan Yogi sebagai pokok reporter adalah bertanggung jawab atas kelancaran pemasukan dan pelaporan berita sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data melalui:

##### a. Observasi

Metode observasi merupakan langkah dalam mengumpulkan informasi dengan pengamatan terhadap orang atau lokasi tempat riset, observasi dilakukan dengan cara

mengumpulkan data-data langsung dari objek penelitian.<sup>7</sup> Dalam observasi juga membutuhkan instrumen pendukung sebagai pengumpulan data dengan melakukan pengamatan atau mengindrakan secara langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses, dan perilaku.<sup>8</sup> Observasi yang dilakukan peneliti dengan memperhatikan setiap program yang digunakan pada facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di Radio Songgolangit FM.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) itu. Persiapan wawancara tak terstruktur dapat dilaksanakan menurut tahapan-tahapan tertentu, yakni sebagai berikut:

- 1) Tahap pertama, ialah menemukan siapa yang akan diwawancarai. Barangkali suatu saat pilihan hanya berkisar diantara beberapa orang menemui persyaratan.
- 2) Tahap kedua, ialah mencari tahu bagaimana cara yang sebaiknya untuk mengadakan kontak dengan responden.

Karena responden adalah orang-orang pilihan,

---

<sup>7</sup> Ahsannudin Mudi. "*Profesional Sosiologi*" (Jakarta: Mediatama, 2004), hal. 44.

<sup>8</sup> Sunapiah Faisal. "*Format-format Penelitian Sosial*" (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 52.

dianjurkan agar jangan membiarkan orang ketiga menghubungi, tetapi peneliti sendirilah yang melakukannya.

3) Tahap ketiga, adalah mengadakan persiapan yang matang untuk melakukan wawancara.

#### c. Dokumen

Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.<sup>9</sup>

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan data, ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data dilakukan sepanjang penelitian dan dilakukan secara terus menerus dari awal sampai akhir penelitian. Analisis data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Reduksi Data
2. Menampilkan Data
3. Verifikasi Data

#### 6. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan Triagulasi

---

<sup>9</sup> Lexy, Moleong J." Metodologi Penelitian Kualitatif" ( Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,2013), 6-12.



Sumber, yaitu keabsahan data diuji dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Pada penelitian ini, peneliti membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab. Semua bab tersebut saling berhubungan dan mendukung antara satu dengan yang lainnya. Gambaran atas masing-masing bab tersebut sebagai berikut :

**BAB I** Merupakan pendahuluan. Pada bab ini memaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan telaah pustaka

**BAB II** Merupakan landasan teori tentang komunikasi meliputi Teori Uses and Gratification, Facebook, Radio, Media Komunikasi dan Penyiar.

**BAB III** Berisi gambaran Radio Songgolangit FM, meliputi profil, sejarah berdirinya, visi misi, struktur organisasi, dan program acara yang ada di Radio Songgolangit FM.

**BAB IV** Merupakan temuan dan hasil penelitian yang berisi poin-poin penting dari data mengenai facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di Radio Songgolangit FM.

**BAB V** Berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti

## BAB II

### FACEBOOK DAN MEDIA KOMUNIKASI

#### A. Facebook Sebagai Media Komunikasi

Layanan jejaring sosial online merupakan layanan internet yang paling digemari saat ini. Pada tahun 2010, situs jejaring sosial facebook, menjadi situs yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet, mengalahkan google dan yahoo.<sup>10</sup> Jejaring sosial adalah sebuah media online yang memungkinkan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan suatu karya.<sup>11</sup>

##### 1. Pengertian Facebook

Facebook adalah website jaringan sosial di mana para pengguna dapat bergabung dalam organisasi, lembaga penelitian dan perusahaan terkenal yang menggunakan sistem jaringan dan teknologi informasi. Facebook pertama kali hadir pada bulan Februari 2004 dengan Mark Zuckerberg sebagai pendirinya.<sup>12</sup> Bagi orang yang biasa berkecimpung di dunia maya, tentunya tidak akan asing dengan istilah yang satu ini. Facebook adalah salah satu layanan jejaring sosial yang sederhana sebab facebook adalah website yang ramah dan terkenal, karena dapat menyambung berbagai hubungan antara satu dan yang lain dalam

---

<sup>10</sup> Henry, Pandia. "Teknologi Informasi Dan Komunikasi" (Jakarta: Erlangga, 2009), 35.

<sup>11</sup> Ilham, Guntara. Media Sosial dalam Dunia Kampus Dampak Penggunaannya. 2013. <http://guntarailham.com/jhk>. (20 juni 2014)

<sup>12</sup> Irham, 'Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurnal Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar', 2014, 1-58.

dunia maya jejaring sosial berbasis internet yang dapat digunakan sebagai media komunikasi dan informasi.<sup>13</sup>

Kini pertumbuhan penggunaan akses Facebook diseluruh dunia sudah melesat sedemikian jauh dan semakin populer dan sebagai konsekuensi pemilihan oleh masyarakat, Facebook menenggelamkan popularitas.

Situs jejaring sosial yang sudah ada sebelumnya dan sedang mengalamifase *booming*, yaitu *Friendster*, *Live Connector*, dan *MySpace*. Bahkan intensitas pemakaian dan akses oleh masyarakat diseluruh dunia setiap harinya, bisa disejajarkan dengan mesin pencari Google atau Yahoo. Facebook kini berkembang sebagai mesin interface raksasa dengan jutaan pengguna. Tampilannya yang sederhana, fiturnya yang komplit, dan pengoperasian yang *user friendly*, membuat Facebook semakin membuat orang tertarik untuk mengakses dan menggunakannya. Facebook tanpa disadari telah banyak mempengaruhi dunia sosialita, pendidikan, bisnis, dan bidang lainnya di kehidupan masyarakat yang berasal dari berbagai kalangan dan berbagai latar belakang sosial. Situs web Facebook memungkinkan anda menerima permintaan pertemanan dari teman dekat, teman sekolah, kerabat dan bahkan teman lama anda. Orang yang tidak anda kenal sebelumnya juga bisa mengajak berteman melalui Facebook atau anda bisa juga memasukkan foto kemudian

---

<sup>13</sup> Khadzi, Leysa. "Cara Mudah Mengenal Dan Membaca Karakter Dan Kepribadian Orang Lewat Media Sosial" (Yogyakarta: Mantra Books, 2013)

menandai orang-orang yang ada difoto tersebut, sehingga orang yang ditandai dapat melihat foto tersebut. Anda juga dapat memasukkan jadwal acara dan mengundang orang lain melalui Facebook.<sup>14</sup>

Dari pengertian yang telah dikemukakan oleh beberapa orang di atas, dapat ditarik kesimpulan pemanfaatan facebook sebagai media komunikasi dan informasi, kegunaan facebook sebagai media yang efektif dalam penggunaan di Radio sebaimana tarjet sasaran usia 25-50 an. Berkomunikasi secara langsung dengan teman, kerabat, organisasi yang bergelut di bidang sosial, jasa dan informasi perpustakaan, memudahkan dalam berinteraksi dan akses informasi dalam bentuk ruangan maya, dengan akses informasi yang mudah digunakan bagi siapa saja yang membutuhkan informasi dan mendekatkan hubungan social.

## 2. Sejarah Facebook

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan mahasiswanya Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Awal mulanya keanggotaan hanya terbatas pada mahasiswa Harvard saja, namun seiring berjalanya waktu kemudian keanggotaan meluas ke perguruan tinggi lain. Uniknya, Zuckerberg dikeluarkan dari Universitas Harvard karena keisenganya menciptakan website yang dianggap tak bermanfaat dan cenderung memperburuk citra kampusnya

---

<sup>14</sup> Hadianto Ego Gantiono, "Fenomena Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Sosial", *Dharma Duta*, XV, (2017)

sebab, sebelum membuat facebook pendahulunya adalah facesmash, yakni *website* yang menggunakan foto dari anak-anak asrama yang dibagikan dan setiap orang bisa mengklik “*hot*” or “*not*” dengan menempatkan dua foto saling berdampingan pada satu waktu dan meminta pengguna memilih yang mana yang paling seksi. Tidak lebih dari tiga bulan setelah Zuckerberg dikeluarkan oleh pihak universitas, dia pun meluncurkan facebook kepada khalayak umum, lama kelamaan situs itu pun mulai dilirik oleh banyak instansi.<sup>15</sup>

Terhitung dua minggu berselang setelah peluncurannya, hampir separuh dari semua universitas di Boston mulai meminta untuk dimasukan dalam jangkauan jaringanya. Melihat banyaknya permintaan tersebut maka Zuckerberg memutuskan untuk mengajak beberapa temanya diantaranya adalah kedua temanya, Dustin Moskowitz dan Chris Hughes untuk membantunya dalam mengembangkan facebook.<sup>16</sup> Usaha mereka pun berbuah manis. Dalam jangka waktu empat bulan, facebook telah merambah lebih dari tiga puluh universitas. Tidak sampai di situ saja, Zuckerberg kemudian berhasil melobi Sean Parker, salah seorang petinggi PayPal yang bernama Peter Thiel. Dialah yang kemudian menjadi investor pertama yang membiayai pengembangan situs layanan jejaring sosial ini. Sejak saat itu prestasi Zuckerberg mulai tidak dipandang sebelah mata.

---

<sup>15</sup> Apriadi, Tamburaka di. Literasi Media. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.

<sup>16</sup> Dwi Riyadi Hartono. ” *Bahaya Facebook: Bagaimana Berfacebook dengan Aman, Sehat, dan Islami*” (Solo: Aqwam, 2011)

Berbagai tawaran pun berdatangan, bahkan situs terkenal, seperti friendster dan yahoo pun hendak membeli karya mereka. Namun semua tawaran itu mereka tolak.<sup>17</sup>

Terkait fungsi internet dalam menghadirkan layanan dasar yang bisa diakses gratis melalui kerja sama dengan penyedia telekomunikasi lokal. Layanan-layanan itu seperti perkiraan cuaca, perpustakaan, facebook, mesin pencari google, situs lowongan pekerjaan, layanan percakapan, dan wikipedia. Tepat pada hari senin, 13 oktober 2014 sesaat sebelum dilantiknya presiden dan wakil presiden terpilih Joko Widodo dan Jusuf Kalla, pendiri facebook Mark Zuckerberg menginjakkan kakinya di Indonesia. Kedatangan bos facebook tersebut membahas rencana kerja sama untuk menyediakan layanan internet bagi masyarakat sekaligus memanfaatkan facebook sebagai media pelayanan jasa informasi dan usaha menengah di tengah berkembangnya perekonomian dunia. Zuckerberg menyatakan sengaja mengunjungi Indonesia karena dinilai sebagai negara potensial. Penetrasi pengguna internet sangat tinggi. Pengguna facebook hampir menyentuh angka 70 juta akun.

Facebook adalah salah satu situs jejaring sosial paling populer selain *Friendster*, *MySpace*, *Multiply*, dan lain-lain. Dengan perkembangannya yang sangat pesat, facebook juga dapat di

---

<sup>17</sup>Maulana Dika." *Sejarah Facebook dan Penggunaan Facebook di Indonesia*" 2011.<http://dikamaulana.wordpress.com/2011/07/02/pengertian-facebook-dansejarah-facebook/> (20 Juli 2014)

manfaatkan sebagai alat promosi. Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard yang meluncurkan situs ini pertama kali pada tanggal 4 februari 2004. Kehadiran facebook pertama kali berfungsi sebagai media untuk saling mengenal bagi para mahasiswa Harvard. Terbukti dalam kurun waktu 2 minggu setelah diluncurkan, setengah Penggunaan Facebook dalam Meningkatkan Partisipasi Pendengar (Sisca) 407 mahasiswa Harvard mempunyai account di Facebook. Tidak hanya itu, beberapa kampus lain di sekitar Harvard pun meminta untuk dimasukkan dalam jaringan facebook.<sup>18</sup>

### 3. Kelebihan Facebook Sebagai Media Komunikasi

Facebook merupakan sebuah fenomena. Sejauh ini belum ada media yang dapat menarik begitu banyak orang untuk berada didalamnya seperti facebook. Besarnya jumlah pengguna facebook menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian orang untuk menjadikannya sebagai media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa manfaat facebook sebagai media komunikasi:

- a. Sebagai media bersilaturahmi dalam jejaring sosial facebook, seseorang dapat menjadi anggota dengan wajah yang terpampang beserta profil berupa nama lengkap, tanggal lahir, pekerjaan, hobi, dan lain sebagainya. Hal tersebut memudahkan seseorang untuk mencari teman, baik teman baru maupun teman lama.

---

<sup>18</sup> Andi. " *Seni Belajar Sekejap Marketing Gratis dengan Facebook*" ( Yogyakarta : Wahana Komputer, 2010) , 23.



b. Sebagai media alternatif memperjuangkan kepentingan rakyat. Ketika satu sistem tidak berjalan dengan baik yang mengakibatkan munculnya gejolak dalam masyarakat karena persoalan keadilan, pemerintah yang tidak sigap merespon suatu masalah, dan lain sebagainya

c. Sebagai media pembelajaran. Facebook mampu menjadi salah satu media sosial yang dipergunakan sebagai media pembelajaran, ketersediaan beberapa aplikasi dalam facebook mampu memfasilitasi dalam proses pembelajaran. Beberapa fasilitas facebook yang bisa dijadikan media belajar adalah:

1) *Notes*. Fitur ini bisa dimanfaatkan oleh pengajar untuk menuliskan artikel, materi, tugas, atau bahan ajar. Menyertakan link menuju halaman lain juga bisa dilakukan jika ada materi pelajaran yang berhubungan dengan materi lain atau yang telah dituliskan sebelumnya.

2) *Messages*. Fitur ini memungkinkan penggunaan Facebook untuk berkirim pesan ke pengguna lainnya.

3) *Group*. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk menjaring atau menentukan siapa saja yang berhak mengikuti, menerima, atau mengakses materi pelajaran.

4) *Event*. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk mengingatkan member tentang kegiatan yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat. Keuntungannya, Facebook secara otomatis akan

memberikan pemberitahuan atau notifikasi kepada member beberapa hari sebelum events tersebut dilaksanakan.

5) *Chat*. Fasilitas ini memungkinkan pengguna Facebook untuk mengirimkan pesan singkat kepada sesama pengguna yang sedang online pada waktu bersamaan.

6) *Video Chat/Cam*. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk berdiskusi melalui media web cam. Pengajar dan pelajar/pelajar dan pelajar dapat menggunakan fasilitas ini dengan mudah.

d. Sebagai strategi marketing ampuh di internet. Selain dapat dijadikan sebagai sarana berkumpul dan menginformasikan berita, pengusaha juga merasakan dampak positif dari Facebook. Facebook dapat juga dijadikan lahan untuk berbisnis. Prinsip bisnis adalah dimana ada kerumunan orang, maka sesuatu pasti bisa dijual disitu. Untuk kepentingan bisnis dan peluang usaha, makin banyak perusahaan mulai mengerti akan kekuatan Facebook.

## **B. Radio**

### **1. Definisi Radio**

Radio adalah media komunikasi massa elektronik yang output pesannya hanya berupa suara. Seperti yang dikatakan Moeryanto Ginting dalam buku *broadcasting radio* karangan Triartanto, yang dikutip oleh Ritonga, radio adalah alat komunikasi massa yang menggunakan lambang komunikasi yang berbunyi. Maka radio siaran perlu dimuati pesan-pesan, informasi, musik, serta bunyi-bunyi lainnya

yang terencana, tersusun/tertata, terpola menjadi suatu program yang layak dan siap untuk didengarkan kepada khalayak.<sup>19</sup>

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.<sup>20</sup>

Setiap media massa memiliki kekuatan dan kelemahan, salah satunya adalah radio siaran. Ada tiga faktor yang menjadi kekuatan radio siaran yaitu:

- a. Radio siaran bersifat langsung. Ini artinya program yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Berita, informasi, atau pesan yang disampaikan oleh penyiar dapat diterima pendengar secara langsung pada waktu itu juga.
- b. Radio siaran menembus jarak dan rintangan. Pengerntiannya bahwa radio siaran dapat menembus jarak yang jauh walau dirintangi oleh gunung, lembah, padang pasir, maupun lautan. Jarak tidak menjadi soal dan rintangan dapat ditembus.

---

<sup>19</sup> A.Lus,Triartanto. Y. 2010. *“Broadcasting Radio : Panduan Teori Dan Praktik”* (Yogyakarta : Pustaka Book,2010), 22.

<sup>20</sup> Masduki. *“Menjadi Broadcaster Profesional”*( Yogyakarta : LKIS,2004), 17.

c. Radio siaran mengandung daya tarik. Maksudnya, radio siaran memiliki sifat yang serba hidup berkat tiga unsur yang menjadi daya tariknya, yaitu: musik, kata-kata/suara manusia, efek suara. Kemudian kelemahan radio siaran menurut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Durasi program terbatas. Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu. Setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam, yang terbagi-bagi dalam segmen acara.
- 2) Sekilas dengar. Sifat radio siaran adalah auditori, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ke telinga pendengarnya hanya sekilas dan sepiintas lalu saja. Pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan. Karena sifatnya sekilas, maka pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.

Setiap penyampaian komunikasi dengan menggunakan bahasa lisan atau ucap melalui media mengalami gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis (channel/mechanic noise factor). Karena kekuatan radio siaran adalah suara atau bunyi, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar-menghilang, atau kresek-kresek menjadi tak jelas suaranya.

## 2. Perkembangan Radio

Sejarah media penyiaran diawali oleh penemuan teknologi radio. Pada tahun 1895 seorang ahli mesin Italia Guglielmo Marconi memaparkan temuan teknologi komunikasi telegraf yang sekitar 20 tahun kemudian berkembang menjadi teknologi siaran radio. Pada periode antara tahun 1919-1921 dimulailah eksperimen siaran radio untuk publik di Eropa. Hingga tahun 2003 radio telah berumur hampir 110 tahun dan turut mendokumentasi sekaligus mempengaruhi berbagai pergeseran ideologi politik-ekonomi dan perubahan global dalam masyarakat. Selama itu radio mengalami tiga proses regenerasi. Generasi pertama antara tahun 1920 sampai 1950-an ditandai dengan pendirian radio BBC di Inggris sebagai radio publik pertama di dunia. Generasi kedua antara tahun 1960 sampai 1980-an ditandai dengan maraknya radio komersial dan radio komunitas di 39 berbagai negara. Generasi ketiga antara tahun 1990-sekarang ditandai dengan hadirnya radio digital (digital audio broadcasting), radio jaringan, dan radio berbasis internet.<sup>21</sup>

Di bidang teknologi usaha untuk menyempurnakan kualitas audio radio siaran itu telah mencapai kemajuan pula. Professor E.H. Armstrong dari Universitas Columbia pada tahun 1933 telah memperkenalkan sistem Frequency Modulation (F.M) sebagai penyempurnaan Amplitude Modulation (A.M) yang biasa digunakan

---

<sup>21</sup> Masduki. *“Menjadi Broadcaster Profesional”* (Yogyakarta : LKIS, 2004), 40.

dalam radio siaran. Dengan sistem yang baru itu, untuk pendengaran dapat dicapai fidelity yang lebih tinggi.<sup>22</sup>

Adapun keuntungan dari sistem F.M antara lain dapat menghilangkan interference atau gangguan yang disebabkan oleh cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik, dapat menghilangkan interference yang disebabkan oleh dua stasiun yang bekerja pada gelombang yang sama dan dapat menyiarkan suara dengan sebaik-baiknya dan dapat ditangkap oleh pendengar secara sempurna. Kemudian stasiun FM meningkat, menjadi stereo, dan memiliki semakin banyak segmentasi bagi para pendengar yang bermacam-macam. Penelitian ini didasarkan pada pemanfaatan facebook sebagai media komunikasi, sehingga penting untuk meningkatkan dalam komunitas radio penyiaran dunia ini. Komunitas radio adalah media massa yang bergerak dalam penyiaran, dibentuk oleh sekelompok orang dan digunakan untuk masyarakat juga, maka jika radio perlahan-lahan telah kehilangan keberadaannya di mata masyarakat.

### 3. Karakteristik Radio

Berikut adalah karakteristik radio yang membedakan dengan media massa lainnya :<sup>23</sup>

- a) Radio adalah suara yang diperdengarkan dan tidak dapat diputar kembali.

---

<sup>22</sup> Onong uchana, Effendy. 2011. “*Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktiknya*”(Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,2011), 22.

<sup>23</sup> Asep Syamsul, *Kamus Jurnalistik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), 36.

- b) Proses informasi yang disampaikan melalui pemancar sinyal.
- c) Terdapat gangguan teknis seperti tenggelamnya gelombang sinyal.
- d) Radio membuat gambar dalam imajinasi pendengar melalui suara dan kata yang disampaikan penyiar.
- e) Radio merupakan sarana hiburan yang mudah dan cepat serta menjadi media utama dalam mendengarkan musik.

#### 1. Kelebihan Radio

Adapun kelebihan radio adalah sebagai berikut:

- a) Program secara langsung.
- b) Cepat, hangat, dan dekat.
- c) Mengadirkan gambar dalam ruang imajinasi pendengarnya.
- d) Tanpa batas dan dapat diakses disemua kalangan.
- e) Memberikan manfaat bagi individu dan masyarakat.

#### 2. Kelemahan Radio

Adapun kelemahan radio sebagai berikut:

- a) Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak dapat mengulang informasi yang telah disiarkan.
- b) Sajian informasi bersifat global dan tidak detail.
- c) Waktu siaran radio terbatas, dimulai pukul 05.00 dan berakhir pada pukul 24.00.
- d) Program acara disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang suda ada.



- e) Adanya gangguan yang bersifat teknis, seperti hilangnya sinyal atau suara.
- f) Nonvisual, artinya hanya dapat menampilkan suara saja tidak bisa memperlihatkan kondisi langsung.

#### 4. Konvergensi Radio ke Era Digital

Radio adalah media massa yang mengandalkan audio dan frekuensi FM atau AM dalam melakukan penyiaran informasinya. Penyiaran informasi melalui audio dengan memanfaatkan frekuensi tertentu ini dimulai ketika Guglielmo Marconi menemukan alat yang mampu mengirimkan sinyal melalui udara secara nirkabel (tanpa kabel). Penemuan ini sekaligus menjadikan Marconi sebagai bapak radio.

Proses pengiriman sinyal melalui udara ini mampu mengirimkan suara tanpa kabel seperti telepon berkabel. `

Radio berbeda dari media massa lain, meskipun fungsinya sama sebagai media penyiaran informasi. Radio merupakan media informasi yang menyentuh khalayaknya dengan suara (audio), sehingga radio seringkali memainkan *teater of mind* pendengar agar mengerti maksud yang disampaikan oleh penyiar.

Hal yang membedakan radio dengan media massa lain menurut Hafied Cangara ialah radio cepat dan mudah dibawa ke mana-mana. Media yang bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain, seperti

memasak, menulis, menjahit dan sebagainya. Kelebihan ini membuat radio, menjadi media yang dekat dengan pendengarnya. Format seperti ini pun dirancang sedemikian rupa, hingga pendengar dan penyiar seakan terikat oleh hubungan emosional yang sama.

Salah satu karakteristik radio adalah media massa elektronik yang mengandalkan siaran pada frekuensi sinyal radio yang berada pada FM (*Frequency Modulation*) atau AM (*Amlitudo Modulation*). Kedua frekuensi ini mampu mengantarkan audio penyiar ke telinga pendengar yang berada dalam wilayah yang dapat dijangkau oleh kedua frekuensi tersebut.<sup>24</sup>

## C. Media Komunikasi

### 1. Sejarah Media

Media dalam analisis model komunikasi berasumsi bahwa proses komunikasi manusia dilakukan secara artifial melalui saluran penyuaran pesan (*vokalisasi*), bahasa isyarat (*getures*), terkadang melalui tulisan dan lukisan.

Saat ini kurang lebih ada empat catatan historis tentang perkembangan media, yakni: pertama, era masyarakat tribal (*the tribal age*). Di era ini, komunikasi manusia di mediasi melalui komunikasi lisan (*oral communication*) sehingga yang berperan ialah storytelling

---

<sup>24</sup> Nurrahmah, "Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital ( Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)," (Skripsi, Universitas Alauddin Makassar, 2017), 18-19.

yang mengandalkan keterlibatan pemikiran intuitif dan holistik.

Terdapat empat karakteristik komunikasi lisan, yaitu :

- a. Mengendalikan lisan saat berkomunikasi lisan
- b. Komunikasi antarpersonal sangat mengutamakan keterlibatan
- c. Memotivasi pendengar bahwa apa yang diceritakan itu penting
- d. Komunikasi selalu memperhatikan intraksi personal

Kedua, era masyarakat tulis (*the age of literacy*). Di era ini, komunikasi manusia dimediasi oleh tulisan yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip bangunan logika. Ada empat karakteristik dasar dari era masyarakat tulis, yakni:

- a. Sangat didominasi oleh komunikasi visual
- b. Mendorong permenungan pribadi dari pada melibatkan kelompok
- c. Memperkenalkan logika, cara berfikir linear
- d. Matematika, sains dan filsafat

Ketiga, era percetakan (*the print age*). Di era ini, komunikasi antarmanusia menekankan pada cetakan visual yang berpusat pada “galaksi Gutteberg” disini peranan mata sangat dominan, cara berfikir linear, status sains semakin diperhitungkan, serta munculnya sikap individual. Karakteristik di era ini berkaitan dengan:

- a. Penyebaran visualisasi secara bebas
- b. Melakukan konversi tulisan perorang ke teknik cetakan

- c. Sandarisasi bahasa nasional sebagai syarat membangun nasionalisme
- d. Mempertahankan prototype revolusi industry

Ke empat, era elektronik ( the electronic age), yang menekankan pada image visual. Era ini digali dengan terbentuknya kesadaran dan pengalaman hidup dengan prinsip global village. Pada era ini , televisi merupakan media yang sangat dominan karena melibatkan semua sensori manusia (persepsi, sikap, stereotip, pikiran perasaan, emosi, tindakan ) yang mendorong masyarakat ke retribalization serta memudarnya logika dan cara berfikir linear.

Ada empat karakteristik era ini:

- a. Bertumbuh global village
- b. Kehadiran coll medium seperti televise yang secara spontan menawarkan hakikat lingkungan serta retribalisasi lingkungan (film horror, mitos).
- c. Pengaruh media makin kuat sehingga para penonton menjadi pasif
- d. Peralihan cara berfikir dari linear ke local

Setelah revolusi telekomunikasi bertumbuh pesat yang mendorong dan mengubah peran teknologi media, maka studi komunikasi manusia juga mengalami revolusi yang sangat cepat, dan peranan media dianggap penting untuk di masukkan dalam model poses komunikasi manusia. Peranan media, dengan dukungan teknologi telekomunikasi,

ternyata sangat membantu, memudahkan, mempercepat, memperluas peluang bagi sumber yang mengirimkan dan mempertukarkan informasi kepada audiens atau massa yang sekaligus seolah mengabaikan ruang dan waktu di muka bumi.

## 2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang telah dilakukan oleh manusia sejak manusia itu dilahirkan. Namun ilmu komunikasi yang dikaji saat ini, sebenarnya merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang dikarenakan komunikasi merupakan ilmu yang dikaji berdasarkan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang, maka defenisi mengenai komunikasi itu sangat beragam.

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communication*" yang menurut Wilbur Schramm bersumber pada istilah "*communis*" yang dalam bahasa Indonesia berarti "sama". Berarti kita mengadakan "kesamaan" dalam hal pengertian atau makna dari informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Jika komunikasi tidak berlangsung dengan baik dan tidak dimengerti berarti komunikasi itu dianggap belum berhasil.

Secara sederhana namun jelas pengertian komunikasi yang dilihat dari dua sudut pandang, yaitu :

### a. Pengertian Komunikasi secara Umum

#### 1) Pengertian Komunikasi secara Etimologis

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yakni "*communicatio*", dan perkataan ini bersumber pada kata "*communis*". Arti communis disini adalah sama, dalam arti sama makna, yaitu 8 sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi terjadi apabila antara orang-orang yang terlibat dalam kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

## 2) Pengertian Komunikasi secara Terminologi

Secara terminologis berarti komunikasi dari sudut pandang istilah, kata - kata. Komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain.

### b. Pengertian Komunikasi secara Paradigmatis

Dalam pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tertulis, secara tatap muka, atau melalui media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media non massa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk dan sebagainya.

Jadi, komunikasi secara paradigmatis ini bersifat intensional, mengandung tujuan karena harus dilakukan dengan

perencanaan. Se jauh mana perencanaan itu tergantung pada pesan yang akan dikomunikasikan dan kepada komunikan yang akan dijadikan sasaran.

Menurut Benard dan Gerry A. Stainer dalam bukunya "*human behavior*" mengatakan komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambing-lambang, kata - kata, gambar, bilangan, grafik dan sebagainya. Kegiatan atau proses penyampiannyalah yang dinamakan komunikasi.

Teknik berkomunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seseorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu kepada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan. Anjuran, dan sebagainya.

Terdapat lima unsur dalam komunikasi, yaitu:

- 1). Komunikator (siapa yang mengatakan)
- 2). Pesan (mengatakan apa)
- 3). Alat atau media (melalui saluran, channel, media apa)
- 4). Komunikan (kepada siapa)
- 5). Efek (dengan dampak atau efek apa)

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata *latincommunication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Namun, menetapkan satu definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan berguna. Definisi mana yang kita pilih, tergantung pada kegunaannya dan dalam hal apa definisi kita perlukan. Berikut tiga kategori definisi komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat observasi yakni bersifat umum adalah definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Dalam hal yang lebih khusus, definisi komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir dan lainnya.
- b. Tingkat keberhasilan yakni menekankan keberhasilan dan diterimanya pesan yaitu definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. Sementara itu, yang tidak menekankan



keberhasilan misalnya defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses transmisi informasi.

- c. Tingkat kesengajaan yakni yang mengisyaratkan kesengajaan yaitu defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari mempengaruhi perilaku penerima.<sup>25</sup>

### 3. Bentuk Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, adapun fungsi komunikasi antara lain:

- a. Manusia dalam mengontrol lingkungannya
- b. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
- c. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya

Komunikasi tidak bisa diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Oleh karena itu, komunikasi dapat berfungsi sebagai berikut.

- a. Informasi: yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.

---

<sup>25</sup> Onong uchana, Effendy. "Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktiknya" ( Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 52.

- b. Sosialisasi: yakni menyediakan dan mengerjakan Ilmu Pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- c. Bahan diskusi: menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- d. Pendidikan: yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.
- e. Motivasi: yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, dengar lewat media massa.
- f. Memajukan Kebudayaan: media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataupun bahan tercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara serta mempertinggi kerja sama hubungan antar negara.
- g. Hiburan: media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk

lagu, link dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok.

- h. Integrasi: banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

Pada abad sekarang ini, komunikasi telah mencapai pada suatu titik dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Hal ini berarti tidak ada lagi batasan-batasan yang menghambat berlangsungnya komunikasi antar persona. Ruang dan waktu telah berhasil ditembus dengan adanya komunikasi massa, yaitu komunikasi yang hanya berlangsung dengan menggunakan media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu meliputi media cetak (majalah, tabloid, surat kabar), dan media elektronik (radio dan televisi).

#### 4. Hambatan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi secara efektif tidaklah mudah. Ada beberapa hal yang menjadi salah satu gangguan dalam menyampaikan komunikasi. Hal ini dapat terjadi jika terdapat campur tangan yang mengganggu salah satu komponen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Dalam proses komunikasi gangguan dapat mengurangi lancarnya proses

komunikasi.<sup>26</sup> Hambatan dalam komunikasi yang perlu diperhatikan oleh komunikator agar dapat berkomunikasi secara efektif sebagai berikut :

#### 1) Hambatan Semantis

Adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan.<sup>27</sup> Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis, sebab salah bahasa atau pengucapan mengakibatkan salah pengertian atau salah maksud yang dapat menimbulkan salah komunikasi.<sup>28</sup>

Penyiar di Radio Songgolangit FM saat melakukan siaran menggunakan bahasa Indonesia, hal ini bertujuan agar pendengar mengerti apa yang disampaikan oleh penyiar. Namun, terkadang bahasa daerah turut digunakan oleh penyiar pada program acara tertentu yang memang menargetkan pendengar tertentu yang masih menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa sehari-hari.

#### 2) Hambatan Mekanis

Hambatan yang dijumpai pada media yang digunakan untuk melancarkan komunikasi. Sebagai contoh yang dialami dalam

---

<sup>26</sup> Umar Farouk Zuhdi, *Komunikasi Bisnis Pemahaman Secara Mudah* (Yogyakarta: Wahana Totalita, 2011), 30.

<sup>27</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 157.

<sup>28</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004),

kehidupan sehari-hari, seperti suara telepon tidak jelas dan suara yang hilang-muncul pada pesawat radio.<sup>29</sup>

Hambatan seperti ini biasa terjadi pada media mana pun, tidak terkecuali di Radio Songgolangit FM. Hambatan yang terjadi seperti suara pemancar yang kurang baik sehingga menghasilkan suara penyiar yang tidak terdengar dengan jelas. Hal ini dapat mempengaruhi pemahaman pendengar terhadap isi pesan yang disampaikan oleh penyiar.

### 3) Hambatan Ekologis

Hambatan ini disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi yang datang dari lingkungan. Seperti suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas, suara hujan atau petir, dan lainnya.<sup>30</sup> Hal ini dapat terjadi pada pendengar Radio Songgolangit FM ketika berada di lokasi yang bising sehingga tidak dapat mendengar suara radio dengan jelas.

### 4) Hambatan Psikologis

Merupakan gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu. Misalnya perasaan curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena gangguan kejiwaan sehingga dalam pengiriman dan penerimaan informasi tidak sempurna.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*,15.

<sup>30</sup> *Ibid.*,13.

## D. Penyiar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penyiar adalah orang yang menyiarkan atau menyeru pada radio. Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Bahkan, penyiar adalah “ujung tombak” stasiun radio, sukses tidaknya sebuah acara ditentukan oleh penyiar nya, penyiar adalah seorang penampil. Yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita atau informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menangani olahraga, pewawancara, diskusi, kuis dan narasi. Dalam menyampaikan siarannya, penyiar harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan familiar. Selain itu, penyiar juga diharapkan memiliki kesederhanaan menyangkut hal yang bersifat fisik, tetap jaga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam upaya mengkomunikasikannya. Kesederhanaan seringkali menunjukan keaslian dan kemurnian sikap.<sup>31</sup>

### 1. Karakteristik Penyiar

Karakteristik penyiar semua orang pada dasarnya bisa menjadi penyiar, tetapi untuk menjadi penyiar yang profesional, seseorang harus mempunyai kecakapan diantaranya:

- a. Berbicara: pekerjaan penyiar adalah berbicara, mengeluarkan suara atau melakukan komunikasi secara lisan. Karenanya ia

---

<sup>31</sup> Irwanti Said, *Fungsi Sosial Siaran Radio*, (Cet. Pertama, Alaudin University Press, 2012), 144-155.

harus lancar berbicara dengan kualitas vokal yang baik seperti pengaturan suara, pengendalian irama, tempo, artikulasi dan sebagainya.

- b. Membaca: dalam hal ini kemampuan spoken reading yakni membaca naskah siaran namun terdengar seperti bertutur atau tidak membaca naskah.
- c. Menulis: yaitu menulis naskah siaran. Seringkali penyiar harus menyiapkan naskah siarannya sendiri. Karenanya, ia harus memiliki kemampuan menulis naskah.<sup>32</sup>

Menurut Ben G Henneka dalam bukunya *the radio announcer's handbook*, kecakapan yang harus dimiliki penyiar meliputi:

1. Komunikasi gagasan (*communication of ideas*) seorang penyiar harus mampu menyampaikan gagasan, pemikiran, atau informasi dengan baik dan mudah dipahami pendengar.
2. Komunikasi kepribadian (*communication personality*), penyiar harus memproyeksikan dirinya sebagai pribadi yang memiliki hal-hal sebagai berikut:
  - a) Keaslian (*naturalness*) yakni keaslian suara atau tidak dibuat-buat

---

<sup>32</sup> Asep Syamsul M Romli, "*Broadcast Journalism*", (Bandung: Rosdakarya, 2009), 33.

- b) Kelincahan (*vitality*) dalam berbicara sehingga dinamis dan penuh semangat
  - c) Keramahtamahan (*friendliness*) sehingga hangat dan akrab di telinga pendengar
  - d) Kesanggupan menyesuaikan diri (*adaptability*) yakni bisa bekerja dalam tim, siap menghadapi resiko pekerjaan sebagai penyiar dan mampu melayani atau mengimbangi ragam karakter pendengarnya.
3. Pengucapan (*pronunciation*) yang jelas dan benar atas setiap kata atau istilah yang dikemukakan.
  4. Kontrol suara (*voice control*) meliputi pola titinada (*pitch*), kerasnya suara (*loudness*), tempo (*time*) dan kadar suara (*quality*).<sup>33</sup>

#### **E. Kebutuhan dan Kepuasan ( *Uses and Gratification* )**

Teori Kebutuhan dan kepuasan (*Uses and Gratifications*) pada awalnya muncul karena adanya kritikan terhadap teori Bullet yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1930-an. Sebelumnya, teori bullet menyatakan bahwa khalayak media dianggap sebagai khalayak pasif yang mudah dipengaruhi oleh media. Oleh karena itu muncullah teori ini yang menyatakan jika khalayak media dipandang sebagai khalayak aktif dimana mereka menggunakan media dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Teori ini menjadikan komunikasi

---

<sup>33</sup> *Ibid.*,34



(khalayak media) sebagai fokus utamanya bukan komunikator (media). Akan tetapi dalam karya tulisnya yang diterbitkan pada awal tahun 1970-an, Schramm pada akhirnya meminta kepada para peminatnya agar teori bullet tersebut dianggap tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyata tidak pasif.

Didalam teori *uses and gratifications* khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut teori ini, individu sadar akan kebutuhan mereka dan bagaimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Media hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain. Selanjutnya, *teori uses and gratifications* juga memberi pengertian bahwa penggunaan media diarahkan oleh motif tertentu. Motif merupakan sekumpulan kepentingan dari individu, oleh karena itu mereka menggunakan “pintar” di mana mereka hanya mengkonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka bawa. Teori ini melihat “bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan khalayak” bukan “bagaimana dan seberapa besar suatu media dapat mempengaruhi khalayak.

Pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha

untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media massa) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan. Pengaruh dalam bentuk perilaku atau berkenaan dengan pemilihan tontonan yang dilakukan para audiens.

Seringkali individu yang memilih berita-berita lokal sebagai fokus perhatian muncul sebagai pengemuka-pengemuka pendapat (*opinion leaders*) dalam masyarakatnya, sedangkan individu lainnya yang menaruh perhatian kepada kejadian-kejadian di luar masyarakat seringkali bertindak sebagai “*cosmopolitan influentials*” atau tokoh kosmopolit. Seseorang yang menggemari berita-berita politik akan tetap mengikuti warta berita yang disampaikan melalui radio atau televisi, bahkan tidak tertutup kemungkinan akan mencari sumber- sumber berita yang digemarinya melalui berbagai media yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya.<sup>34</sup>

Model dibangun berdasarkan teori atau setidaknya pengertian teoritis. Tanpa masukan teoritis, maka mustahil untuk membuat konstruksi yang berfokus dari sebuah realitas yang terjadi. Teori memberitahu kepada kita dimana harus mencari, apa yang harus dicari, dan bagaimana melihat suatu masalah. Sementara kita perlu mengetahui bahwa model berbeda dengan fenomena. Model merupakan suatu alat yang digunakan untuk

---

<sup>34</sup> Humaizi, *Uses and Gratifications Theory*, Gedung F, Pusat Sistem Informasi (PSI) Kampus USU, 2018 <<https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>>. 1-5

menjelaskan suatu fenomena. Oleh karena itu, model komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk menjelaskan fenomena komunikasi yang terjadi. Model membantu merumuskan suatu teori, oleh karena itu model lebih bersifat khusus dibandingkan teori.

Motif berasal dari bahasa Latin, *movere* yang artinya bergerak atau *to move*. Menurut Branca motif berarti kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu/merupakan *driving force*. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Dalam teori *uses and gratifications* dijelaskan bahwa khalayak terlibat aktif dalam memilih media, di mana media di gunakan untuk memenuhi motif-motif kepuasan yang di cari khalayak seperti : informasi, pendidikan, dan hiburan.

Menurut McQuail motif seseorang menggunakan media, yaitu: motif hiburan, yang menetapkan sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah sehari-hari; motif integrative sosial, terjadi ketika mereka menggantikan media sebagai sahabat mereka; motif identitas pribadi, cara untuk memperkuat nilai-nilai pribadi; dan motif informasi, tentang bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi. menambahkan kategori motif penggunaan media menurut McQuail sebagai berikut:

## 1. Informasi

- a) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia;
- b) Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan;
- c) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum;
- d) Belajar, pendidikan diri sendiri

## 2. Identitas pribadi

- a) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi;
- b) Menemukan model perilaku;
- c) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media);
- d) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

## 3. Integritas dan interaksi sosial

- a) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial;
- b) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki;
- c) Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial;
- d) Memperoleh teman.
- e) Membantu menjalankan peran sosial.
- f) Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanakkeluarga, teman, dan masyarakat.

#### 4. Hiburan

- a) Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
- b) Bersantai.
- c) Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d) Mengisi waktu.
- e) Penyaluran emosi.

Motif-motif di ataslah yang disebut dalam model nilai pengharapan Palmgreen. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi. Selain itu efek media dapat dioperasionalkan sebagai penilaian kemampuan media untuk memberikan kepuasan (sejauhmana media membantu responden memperjelas suatu masalah), sebagai dependensi media (kepada media mana atau isi yang bagaimana responden amat bergantung untuk tujuan informasi) dan sebagai pengetahuan (apa yang diketahui responden mengenai persoalan tertentu).<sup>35</sup>

Terdapat pula perkembangan dari *teori uses and gratifications* yang dibuat oleh Philip Palmgreen. Bisa dikatakan juga bahwa *expectancy values theory* merupakan varian dari *uses and gratifications theory*. Teori ini mengasumsikan bahwa individu selalu berorientasi pada kepercayaan dan penilaian (*beliefs and evaluations*) dalam hidupnya, termasuk ketika

---

<sup>35</sup> *Ibid.*,23

memilih media. Berdasarkan teori *expectancy values*, orang mengarahkan diri pada media berdasarkan kepercayaan dan evaluasi mereka atas media tersebut.

Kebanyakan riset *uses and gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Dalam teori ini, Palmgreen juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media karena didorong oleh motif-motif tertentu. Namun, ia mengembangkan konsep tersebut dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak yang ada dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, Palmgreen mencoba mencari tahu apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO).

*Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media massa tertentu (radio, televisi, atau koran). GS merupakan motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. GS timbul dari kepercayaan seseorang tentang apa yang disajikan oleh media dan penilaian orang tersebut terhadap isi dari media. Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.

Pencarian kepuasan (GS) dilatar belakangi adanya kepercayaan dan penilaian seseorang terhadap sebuah media massa berdasarkan pengalamannya. Individu mempunyai penilaian dan kepercayaan terhadap salah satu media massa yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya.

Adanya pencarian kepuasan (motif) yang didukung oleh penilaian dan kepercayaan terhadap sebuah media massa, mendorong seseorang mengkonsumsi media. Setelah konsumsi media terjadi, akan terlihat kepuasan nyata yang diperoleh. Apakah dapat memenuhi motif awal dalam menggunakan media massa yang bersangkutan atau tidak. Berdasarkan teori ini, pengukuran kepuasan dalam sebuah penelitian harus dilakukan dengan menanyakan motif atau kepuasan yang dicari dan diinginkan seseorang (GS), kemudian menanyakan kembali apakah motif dan harapan tersebut bisa dipenuhi oleh media yang bersangkutan. Artinya, kita bisa mengetahui kepuasan nyata yang diperoleh seseorang (GO).<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Novlein Theodora, "Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Di Media Elektronik Radio Pada Penyar Memora-FM Manado", 11, No 1 (2013): 6-7.

## BAB III

### FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI PENYIAR DI RADIO SONGGOLANGIT FM PONOROGO

#### F. Profil Radio Songgolangit

##### 1. Sejarah Berdirinya Radio Songgolangit FM

PT. Radio Swara Ponorogo merupakan nama perusahaan dari nama Radio Songgolangit FM. Yang sekarang dalam siarannya menyebut dengan nama Radio Songgolangit Informasi dan Solusi Kebanggaan Ponorogo. Radio sebagai media penyiaran yang memiliki format siaran pada informasi dan berita serta memberikan solusi kepada para pendengar di frekuensi 99,2 Mhz. Radio Songgolangit berlokasi di Jalan Halim Perdanakusuma nomor 12, Kelurahan Tonatanan, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Pendirian perusahaan pertama kali pada 24 Desember 2004 dengan daya pancar 3000 Watt (RVR VJ 3000 TR). Dengan jangkauan Ponorogo dan sebagian dari wilayah Madiun, Wonogiri, Pacitan, dan Trenggalek serta Magetan. Serta menasar pada target pendengar (Segmentasi Audien) semua kalangan (Multi Sex) dengan klasifikasi berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial, pendidikan, dan jenis pekerjaan.

Pada tanggal 02 Agustus 2004 terdapat perjanjian bersama antara Pemerintah Kabupaten Ponorogo dengan CV. Orbit Organizer and Advertising. Diwakili oleh Dr. H.M. Markum Singodimedjo selaku



bupati Ponorogo pada saat itu, dan pihak II CV. Orbit Organizer and Advertising diwakili oleh Bapak Soewarto sebagai Direktur. Kerjasama tersebut dimaksudkan untuk pengelolaan Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) Swara Ponorogo. Demi mengokohkan kerjasama antara pihak Pemerintah Kabupaten Ponorogo dengan CV. Orbit Organizer and Advertising maka didirikan PT. Radio Swara Ponorogo, pada tanggal 24 Desember 2004 dihadapan notaris – PPAT Ibu Hartati Hadi Wijaya, SH notaris di Ponorogo.

Dalam Akta pendirian tersebut komposisi saham pihak Pemerintah Kabupaten Ponorogo 40% dan pihak CV. Orbit Organizer and Advertising 60%. Pada tanggal 14 Desember 2005 CV. Orbit Organizer and Advertising mengajukan permohonan izin menyelenggarakan penyiaran kepada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur. Dalam rentang waktu awal 2006 sampai dengan 2007 dipergunakan untuk pembangunan tower dan pengadaan alat teknis pendukung.

PT. Radio Swara Ponorogo atau Radio Songgolangit memulai siaran percobaan pada tanggal 14 Desember 2007 dan taraf rekrutmen tenaga penyiar dan administrasi. Setelah itu pada awal Januari 2008 radio mulai aktif melakukan siaran secara resmi. Dalam akte pendiriannya dicantumkan bahwa tujuan didirikannya radio siaran ini adalah untuk memberikan informasi, berita, hiburan, edukasi, dan solusi kepada masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Radio

Songgolangit sendiri telah mendapatkan pengesahan dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia tanggal 24 Juni 2005 dengan nomor C-17654 HT.01.01 TH 2005.

## 2. Struktur Perusahaan

Berikut adalah profil radio Songgolangit FM Ponorogo :

Nama Badan Hukum	PT. Radio Swara Ponorogo
Nama Stasiun	Radio Songgolangit FM
Alamat Kantor	Jl. Halim Perdana Kusuma Nomor 12, Tonatan, Kabupaten Ponorogo
Telepon	0811 3555 992
Fax	(0352) 463100
Email	<a href="mailto:songgolangit_fm@yahoo.co.id">songgolangit_fm@yahoo.co.id</a>
Web/Streaming	<a href="http://www.songgolangitfm.com">www.songgolangitfm.com</a>
NPWP	02.302.095.1-621.000
Izin Pendirian	C-17654 HT.01.01 TH 2005
Frekuensi	99,2 Mhz
Direktur Utama	Soewarto

Sumber: Dokumentasi Radio Songgolangit FM<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Dokumen, "Akta Pendirian Radio Songgolangit FM 99,2 Mhz" (Radio Songgolangit FM, 2009).

### 3. Visi, Misi, dan Tujuan

Visi : Media dengan kesatuan asa yang sadar betul akan ikatan yang tidak dapat dipisahkan antara pengelola siar, khalayak pendengar dan (pemasang iklan).

Misi :

- Mengemban PT. Radio Swara Ponorogo sebagai media masyarakat yang didengar oleh warga Kota Ponorogo.
- Meningkatkan kinerja pemasaran dengan menjual hingga mencapai rata-rata 80% potensi iklan yang ada dan menempatkan sisanya hingga 20% sebagai pelayanan kepada publik dan fasilitas penjualan kepada para pelanggan iklan yang potensial sebagai ekstra bonus kejutan.

Tujuan : Untuk menyajikan informasi berita dan solusi serta memberikan hiburan dan edukasi kepada masyarakat luas khususnya untuk daerah Ponorogo.<sup>38</sup>

### 4. Logo Radio Songgolangit FM



Sumber: Dokumentasi Radio Songgolangit FM<sup>39</sup>

Nama Songgolangit diambil dari tokoh yang melegenda dari Ponorogo yakni Dewi Songgolangit. Dengan mengambil nama Songgolangit diharapkan radio ini bisa mempunyai keseriusan dan

---

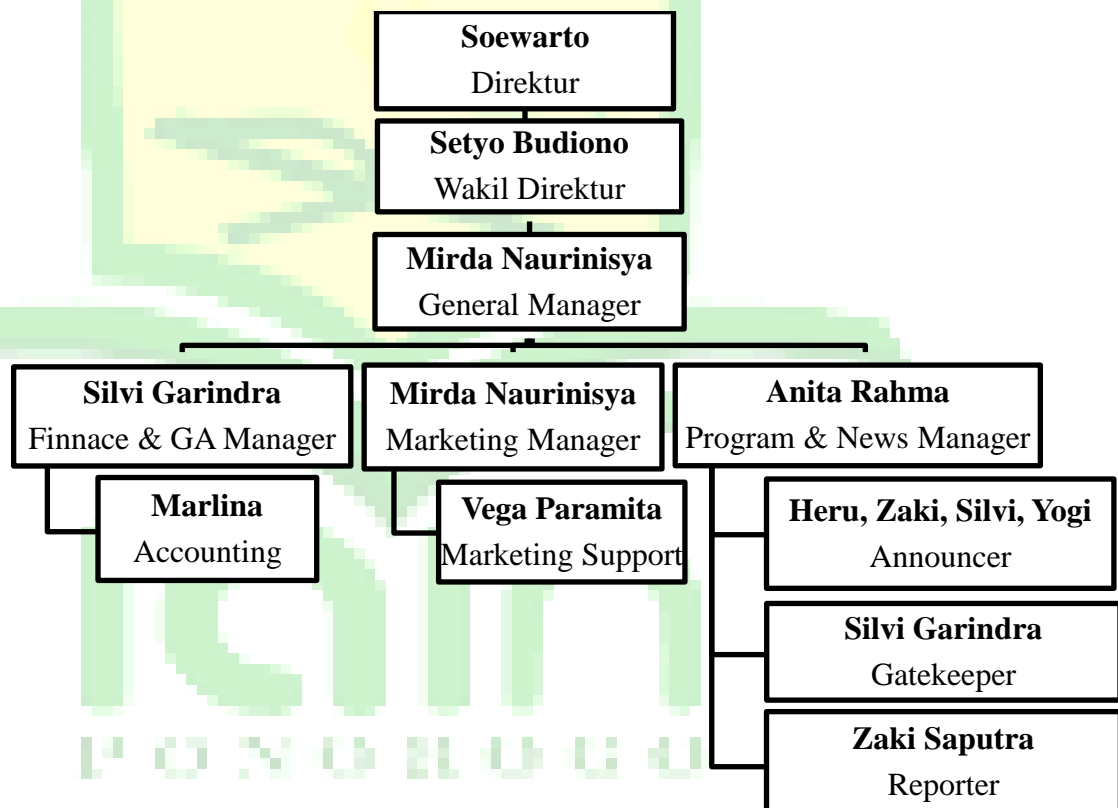
<sup>38</sup> "Perusahaan Radio Songgolangit FM 99,2 Mhz," Perusahaan (blog), 29 Maret 2023, <https://www.songgolangitfm.com/profil-kami/>.

<sup>39</sup> Dokumen, "Akta Pendirian Radio Songgolangit FM 99,2 Mhz."

konsisten dalam berkarya serta menjadi penopang dan pendukung dalam pembangunan bisnis bagi masyarakat Ponorogo dan sekitarnya.

Radio Songgolangit ingin memajukan Ponorogo pada semua bidang melalui informasi audio. Dengan didukung oleh tenaga muda berdedikasi tinggi dan berpengalaman di dunia broadcasting. Serta mengajak pendengar untuk berkerjasama dalam bidang informasi, Radio Songgolangit yakin dapat memberikan yang terbaik bagi masyarakat Ponorogo dan sekitarnya.

#### 5. Struktur Organisasi



### Keterangan Struktur Organisasi:

a. Direktur : Suwarto

Tugas pokok Direktur adalah memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan. Selain itu Direktur juga bertugas memilih dan menetapkan serta mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian atau manager. Direktur juga berfungsi merencanakan, mengandalikan, dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan direksi dalam pengelolaan perusahaan baik yang bersifat strategis, agar misi perusahaan dapat diemban dengan baik dan tujuan perusahaan dapat dicapai sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar.

b. Wakil Direktur : Setyo Budiono

Tugas pokok Wakil Direktur adalah melaksanakan sebagian tugas pokok direktur utama. Wakil direktur bertanggung jawab dalam memimpin direktorat dibawahnya, pengembangan, pelaksanaan, dan pengendalian untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

c. General Manager : Mirda Naurinisya

Tugas pokok general manager adalah bertanggung jawab atas keseluruhan proses operasional, penerapan strategi, pencapaian hasil serta pengelolaan sumber daya manusia, dana, sarana dan prasarana.

d. Finance & GA Manager: Silvi Garindra

Tugas pokok finance & GA manager adalah mengelola keuangan perusahaan dengan cara yang tepat agar operasional dapat dibiayai dengan lancar. Dalam hal ini harus membuat *cashflow* dengan *proyeksi collection* dan pengeluaran rutin perusahaan. Serta mengkoordinasikan segala kegiatan administratif kantor.

e. Marketing Manager : Mirda Naurinisya

Tugas pokok marketing manager adalah merancang dan mengatur strategi marketing dan melaksanakannya bersama tim marketing yang ada. Melakukan penetrasi pasar secara optimal dengan memperhatikan positioning dan station image.

f. Program & News Manager : Anita Rahma

Tugas pokok program & news manager adalah menyusun rinci program harian, mingguan dan bulanan maupun lain-lain yang berkaitan dengan produksi yang berhubungan dengan aktifitas on air, serta pengaturan penyelenggaraanya meliputi jadwal dampai eksekusinya.

g. Accounting : Marlina

Tugas pokok accounting adalah menyusun laporan bulanan sesuai dengan SAK (Standar Akuntansi Keuangan) dan menyelesaikan pada tiap-tiap bulan paling lambat sepuluh hari bulan berikutnya dan menyusun penyajian laporan tahunan.

#### h. Marketing Support : Vega Paramita

Tugas pokok marketing support adalah bertanggung jawab dalam melaksanakan pengaturan scape-space iklan berkaitan dengan kegiatan on air dan data keperluan on air program harian, program khusus dan mengecek pemutaran iklan serta mempersiapkan bukti siar untuk pengiklan.

#### i. Announcer

Adapun anggotanya terdiri dari :

- 1) Anita Rahma
- 2) Vega Paramita
- 3) Silvi Garindra
- 4) Muhammad Zaki Saputra
- 5) Heru
- 6) Yogi Jayastu

Tugas pokok announcer adalah bertanggung jawab atas kelancaran operasional siaran harian. Serta memberika informasi terupdate dan teraktual. Seorang penyiar harus mampu mengkomunikasikan berbagai gagasan, konsep, dan emosi yang berbentuk informasi hiburan, wawancara, dan lain-lain.

j. Gatekeeper : Silvi Garindra

Tugas pokok gatekeeper adalah memilah atau menyeleksi informasi untuk disiarkan, menulis dan mengedit informasi sebelum disebar.

k. Reporter : Muhammad Zaki Saputra

Tugas pokok reporter adalah bertanggung jawab atas kelancaran pemasukan dan pelaporan berita sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu reporter juga harus mencari informasi untuk mengungkapkan suatu kebenaran. Dari informasi yang diperoleh kemudian diolah menjadi sebuah produk berita yang layak dikonsumsi masyarakat. Sumber dari segala berita berasal dari masyarakat yang kemudian dikumpulkan, dihimpun dan dirangkum menjadi satu oleh reporter yang kemudian disebarluaskan kembali kepada khalayak.

6. Program Radio Songgolangit

a. On Air

On Air merupakan suatu cara produksi siaran radio secara langsung tanpa pengeditan terlebih dahulu. Cara ini biasanya dilakukan untuk program yang langsung berinteraktif melalui telepon atau melalui sms. Dengan adanya interaksi antara penyiar dan audiens dapat memberikan kepuasan apa yang diketahui pendengar. Misalnya program acara yang mendatangkan narasumber ke studio, maka pendengar bisa bertanya langsung



dengan narasumber jika belum paham dengan materi yang belum jelas, tentunya penyiar akan tetap menjadi penengah untuk narasumber dan audiens. Berikut program on air yang ada di Radio Songgolangit FM:

#### 1) Graha Warta

Graha Warta adalah program siaran berita yang berisikan tentang informasi lokal, nasional, dan internasional. Adapun sumber informasi yang disiarkan diperoleh dari pendengar (*citizen journalism*) melalui whatsapp, sms dan telepon yang sebelumnya telah diverifikasi terkait kebenaran informasi tersebut oleh tim gatekeeper. Selain itu yang paling utama adalah hasil liputan reporter Radio Songgolangit FM. Dan ada juga mengambil beberapa informasi dari website yang terpercaya seperti detik.com, kompas.com, cnnindonesia.com, jatimnow.com dan beberapa situs terpercaya lainnya.

Serta yang paling utama adalah hasil liputan reporter Radio Songgolangit FM. Dalam program ini selain memberikan informasi juga memberikan solusi terhadap masyarakat yang memiliki keluhan terhadap fasilitas umum maupun berbagai permasalahan lainnya. Perogram ini juga menawarkan musik pop Indonesia di tahun 2000-2023.

## 2) Pawitandirogo

Pawitandirogo adalah program siar unggulan Radio Songgolangit FM yang berisikan berita-berita hasil liputan tim jurnalis tentang kejadian dalam hari itu di wilayah karasidenan Madiun, alasan disebut Pawitandirogo karena isi berita berasal dari wilayah (Pacitan, Ngawi, Magetan, Madiun dan Ponorogo). Berita ini disampaikan pada sore hari mulai pukul 16.00-17.00 WIB.

## 3) Musik Religi

Musik Religi merupakan program yang disiarkan mulai pukul 17.00-18.00 atau menjelang maghrib. Biasanya pada saat bulan Ramadhan perogram ini diisi dengan Cermat (Ceramah Ramadan) yang menyajikan ceramah agama yang disajikan oleh para ustadz menjelang waktu berbuka puasa.

## 4) Senandung Rindu

Pesona Tembang Kenangan adalah program yang berisi musik-musik pop klasik era 90-an dengan diselingi ulasan berita yang telah berhasil dihimpun tim gatekeeper Radio Songgolangit selama satu hari tersebut. Dalam program ini, pendengar dapat request lagu dan titip salam serta berbagi informasi ringan terkait berbagai macam kejadian di wilayahnya.

## 5) Talkshow

Talkshow adalah program yang berupa perbincangan atau diskusi antara penyiar dan narasumber tentang suatu topik tertentu. Narasumber yang didatangkan dalam talkshow ini merupakan orang-orang dari instansi-instansi pemerintahan maupun instansi lain yang ahli dalam bidangnya. Program ini disiarkan pada satu bulan sekali selama satu jam dengan salah satu hari efektif kerja yang telah ditentukan dan biasanya pada pukul 10.00-11.00WIB.

### b. Off Air

Off air merupakan program radio yang dilakukan dengan cara melakukan kegiatan diluar ruangan yang tidak terkait dengan kegiatan siaran radio. Perogram ini dilakukan sebagai upaya untuk mempromosikan stasiun radio kepada kehalayak. Program off air juga sebagai ajang untuk menarik pengiklan. Berikut program off air yang ada di Radio Songgolangit FM.

#### 1) Jum'at Berkah

Jumat Berkah adalah program berbagi yang dilaksanakan Radio Songgolangit setiap hari Jumat sebelum Jumatan.

## 2) Bakti Sosial

Bakti sosial adalah program yang dilaksanakan dalam rangka hari ulang tahun Radio Songgolangit FM. Dalam program ini radio membagikan sembako kepada warga masyarakat yang kurang mampu. Biasanya kegiatan ini dilaksanakan di kawasan pelosok.

## 3) Bagi-Bagi Takjil

Bagi-bagi takjil adalah program yang dilaksanakan pada setiap bulan Ramadhan. Dalam program ini Radio Songgolangit membagikan ratusan bungkus takjil kepada orang-orang di jalan raya menjelang waktu berbuka puasa. Kegiatan bagi-bagi takjil ini merupakan pengganti dari program Jumat Berkah.

## 4) Santunan Anak Yatim

Santunan anak yatim adalah program yang rutin dilaksanakan oleh Radio Songgolangit FM pada bulan Ramadhan. Program ini dilaksanakan pada minggu ke-3 di bulan Ramadhan.

## **G. Pandangan Penyiar Radio Terhadap Facebook Sebagai Media Komunikasi di Radio Songolangit Fm Ponorogo**

Penyiaran atau yang lebih terdengar akrab dengan broadcasting memang tengah menjadi perbincangan. Dimana dunia broadcasting ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Aktivitas penyiaran tidaklah semata merupakan kegiatan ekonomi, tetapi juga memiliki peran sosial yang tinggi sebagai medium komunikasi. Ben H. Henneke, seorang ahli radio siaran mengartikan Broadcasting (Penyiaran) adalah hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujuhkannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu.

Menurut Undang-Undang Nomor 32, tahun 2002, Penyiaran (Broadcasting) memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa, penyiaran merupakan proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan menggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya. Dalam suatu kegiatan menjadi penyiar ini diperlukan adanya pandangan sehingga komunikasi yang dilakukan mampu terarah dan mampu mencapai tujuan yang diinginkan seperti halnya yang diungkapkan oleh Anita selaku head announcer di radio Songgolangit FM.

“Menurut saya penyiar merupakan orang menginspirasi, yang mampu memberikan informasi dan pengetahuan kepada pendengar karena penyiar khususnya yang hanya terdengar suaranya saja, dan tentunya seorang penyiar harus memiliki keahlian dalam menyampaikan suatu hal apapun yang akan diberikan”<sup>40</sup>

Sedangkan, penyiar radio adalah orang yang mampu mengomunikasikan gagasan, konsep, dan ide serta bertugas membawa atau menyiarkan suatu program acara di radio. Dalam hal ini penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar.

Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Di balik layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai ketrampilan yang dimilikinya. Pada dasarnya ada banyak aturan yang menuntut seorang penyiar harus lebih persuasif dan komunikatif pada

---

<sup>40</sup> Wawancara, 01/Anita/22/03/2023

pendengarnya. Hal tersebut dilakukan untuk membentuk menjadi penyiar radio memiliki integritas tinggi guna memberi daya tarik pada pendengar radio dalam pelaksanaan suatu aturan yang berlaku seperti yang telah diungkapkan oleh Silvi merupakan gatekeeper di radio Songgolangit fm.

“Penyiar itu orang yang dapat menyesuaikan setiap genre, yang dapat memberikan apa yang ada didepan terkait aksen, artikulasi dan memahami apa yang akan disampaikan. Sebagai penyiar radio tentunya juga harus pandai dalam menentukan disetiap moment dalam hal penyampaian. Bagaimana perbedaan ketika pembacaan berita *Hot News*, *Soft News*, *Tips-tips* ataupun iklan. Dapat menempatkan intonasi nada yang tepat dalam penyampaian”<sup>41</sup>

Selaras dengan pernyataan diatas, setiap penyiar memiliki pandangan sebagai penyiar hendaknya tetap dapat menempatkan dari apa yang di sampaikan. Menjadikan setiap taktiknya dapat berjalan dengan baik. Ketika berkomunikasi menggunakan media Facebook pendengar tetap dapat menikmati setiap momen yang di sedia Radio Songgolangit. Memanfaatkan media online untuk menggait maupun untuk tetap mempertahankan pendengar setianya. Dikatakan oleh Yogi *announcer* mengenai pandangan menggunakan Facebook sebagai media komunikasi di Radio Songgolangit FM sebagai berikut.

“Karena sejak awal berdirinya Radio Songgolangit keterikatan masyarakat sangat tinggi kepada Facebook. Jadi, apa-apa langsung menuju ke Facebook. Seperti pernah terjadi banjir di wilayah Ponorogo orang langsung melihat Facebook kita, karena mereka merasa berita paling *up date* itu dari Facebook kita, dengan jangkauan berita yang kami sajikan menjadikan pengguna tetap

---

<sup>41</sup> Wawancara, 02/Silvi/23/03/2023

dapat menikmati dan dari para penyiar tetap mengusahakan untuk bisa mempertahankannya”<sup>42</sup>

Berdasarkan pada penjelasan di atas, Facebook merupakan situs internet yang menyajikan informasi dan para pengguna dapat memanfaatkannya. Sebagaimana yang di sediakan radio Songgolangit FM yang menggunakan Facebook sejak awal sebagai media komunikasi yang dapat disalurkan di masyarakat. Bagaimana pandangan masyarakat dapat menggunakan facebook sebagai situs yang dapat dikunjungi. Pengaruh informasi bagi setiap individunya berbeda-beda. Bisa berawal dari perbedaan keutuhan informasi, terpaan media, pemahamn, latar belakang ataupun pola berfikir dalam menggunakan Facebook. Melalui Facebook para penyiar juga dapat berintraksi langsung dengan para pendengar Radio Songgolangit. Komunikasi melalui media tersebut tentu diharapkan dapat mempertahankan eksistensi para pendengar Radio Songgolangit sebagaimana yang disampaikan oleh Vega sebagai penyiar Radio Songgolangit FM.

“Harapanya tetap bisa aktif, dari pendengar maupun pengguna Facebook dan tetap dapat membuka ruang komentar agar tetap dapat mengetahui dari setiap kekuranganya yang dibagi penyiar di situs Facebook. Radio Songgolangit FM selain melakukan siaran secara manual, juag sudah diimbangi siaran langsung di Facebook. Sehingga pendengar radio melalui Siaran langsung dan media social lainya”<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Wawancara, 04/ Yogi/24/03/2023

<sup>43</sup> Wawancara,05/Vega/22/03/2023



Penggunaan Facebook bagi penyiar radio Songgolangit FM, memberikan dampak yang sangat berpengaruh bagi para pengguna bahkan para pendengar setia radio Songgolangit FM. Facebook merupakan pilihan media yang sudah sejak awal berdirinya Radio Songgolangit FM sebagai media pengenalan yang ditujukan kepada khalayak dalam mempertahankan eksistensi radio dari setiap era yang berkembang. Kepuasan para pengguna dan pendengar radio songgolangit sangat terpenuhi dari berita informasi yang disampaikan, hiburan yang tersedia dan siaran langsung yang disajikan radio songgolangit.

Semakin aktifnya penggunaan Facebook bagi penyiar dapat terus mendorong para pengguna dan pendengar dalam mendapatkan perkembangan yang terjadi di radio Songgolangit FM. Ketersediaan Facebook dapat tepat sasaran yang ditujukan Radio Songgolangit FM mulai umur 25 tahun keatas, dalam penggunaannya tentu manjadi nilai seberapa banyak dan pendengar radio dapat menikmati siaran dan informasi yang di sediakan penyiar sebagai bahan pendukung dalam memberikan tingkat kepercayaan dalam hal penggunaan Facebook sebagai media komunikasi di radio Songgolangit FM.

INOVASI

## **H. Motif Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo**

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipakai untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan juga menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan di dalam kehidupan masyarakat, proses pengiriman informasi di zaman yang serba modern ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari oleh semua orang untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita sebab teknologi telekomunikasi semakin berkembang semakin cepat, akurat, tepat, mudah, murah, efektif serta efisien. Berbagai informasi antar negara dan benua di belahan dunia manapun sekarang semakin mudah.

Tujuan dari komunikasi yakni mengenal diri sendiri dan orang lain, mengetahui dunia luar, menciptakan dan memelihara hubungan yang bermakna, mengubah sikap dan perilaku, bermain dan mencari hiburan, dan membantu orang lain.. Melalui komunikasi permasalahan yang terjadi dapat dibicarakan dengan mengambil solusi terbaik.

Komunikasi sudah dipercayai dan diyakini sebagai alat Interaksi masyarakat dunia sehingga kekuatan yang paling dipercaya sekarang ini di dunia global adalah komunikasi yang didukung oleh teknologi komunikasi. Implikasinya, masyarakat dunia tidak tersekat oleh jarak dan ruangan. Kapan dan di tempat mana saja yang masyarakat global biasa

berbicara dengan siapa saja di belahan dunia manapun menjadi tidak berjarak dan bersekat.

Facebook sebagai salah satu media komunikasi yang digunakan penyiar radio Songgolangit untuk berkomunikasi kepada para pendengarnya. Melalui Facebook dapat mempermudah dan melancarkan informasi ataupun berdiskusi dengan para pendengar radio songgolangit. Facebook menjadi wadah menjalani komunikasi, Berdasarkan penjelasan tersebut dalam penggunaan facebook ada beberapa motif yang dapat digunakan agar facebook dapat menjadi media komunikasi yang baik. Di sini mencakup bagaimana motif penggunaan informasi yang digunakan penyiar sebagai media komunikasi di radio Songgolangit FM. Sehingga facebook dapat menjadi media komunikasi yang mampu terarah dan mampu mencapai tujuan yang diinginkan seperti halnya yang diungkapkan oleh Silvi selaku *gatekeeper* di radio Songgolangit FM.

“Kerena Facebook media yang cukup lama dan untuk radio sendiri sudah banyak pengikutnya, tentunya dengan Facebook penyiar dapat merasakan respon yang lebih luas dari pendengar radio dari berbagai daerah. Facebook sendiri 90% sangat membantu untuk radio songgolangit. Seperti membagikan berita yang sehari bisa sampai dua belas berita yang disalurkan yang saya rasa sangat membantu para pengguna dalam mendapatkan informasi”<sup>44</sup>

Facebook menyediakan berbagai fitur yang digunakan untuk berkomunikasi dan interaksi terhadap para pendengar. Adapun nama akun facebook dari radio songgolangit yakni radio songgolangit FM aktivitas

---

<sup>44</sup> Wawancara,03/Silvi/22/03/2023

yang biasa dilakukan pada akun Facebook tersebut, misalnya mengunggah foto, memperbarui status, Memberikan komentar chatting, live streaming, penyampaian berita dan lain sebagainya grup ini bersifat tertutup, Tidak semua orang bisa memantau. Hanya admin dan anggota grup yang bisa mengakses grup ini, sebagaimana yang dikatakan Budi selaku wakil director Radio Songgolangit FM.

“Dari kami memang sangat menjaga privasi grub pastinya diluar dari lingkungan radio, itupun hanya media yang di sediakan radio yang dapat mengaksesnya. Seperti computer yang telah disediakan radio Songgolangit FM, demi menjaga keamanan dan kenyamanan dalam duania kerja maka kami saling meminta keperfeksionalisan dari para penyiar dalam menggunakan media yang sudah dipertahankan”<sup>45</sup>

Dari grup Facebook inilah para pendengar dapat melihat berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh radio Songgolangit. Seperti kegiatan, Grahawarta atau program siaran berita yang berisikan tentang informasi lokal nasional, dan internasional adapun kegiatan Pawitandirogo yang berisi program siaran unggul dari radio Songgolangit yang berisikan berita-berita hasil liputan tim jurnalis tentang kejadian dalam hari itu di wilayah keresidenan Madiun. Selain itu facebook berisi juga tentang hiburan berupa musik religi, Senandung Rindu, talksow yakni program yang berupa perbincangan atau diskusi antara penyiar dan narasumber tentang suatu topik tertentu. Dengan adanya program ini tidak menjadikan facebook monoton dan tertinggal dalam penggunaan media komunikasi.

---

<sup>45</sup> Wawancara, 06/Budi/24/03/2023

Seperti yang di sampaikan Heru sebagai gatekeeper di radio songgolangit FM.

“Selama ini menurut kita, gimana agar para pengguna juga pendengar radio Songgolangit FM, dapat menikmati akses lain yang kami sediakan selain menyediakan informasi saja kita juga menyediakan hiburan ketika melakukan siaran langsung berupa request lagu yang diminta para pendengar, salam-salam yang mereka tujukan kepada kerabat atau teman bahkan orang tersayang sebagai selingan hiburan yang dapat mereka nikmati ketika bergabung di media Facebook radio Songgolangit”<sup>46</sup>

Facebook menyediakan berbagai fitur yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dan berintraksi dengan para pendengar. Seperti pernyataan diatas yang mengungkapkan hal yang dapat dilakukan melalui Facebook agar tetap dapat menjadikan daya tarik bagi pengguna yang dapat dilakukan penyiar radio Songgolangit dalam menyalurkan kegunaan Facebook di Radio Songgolangit, maka para pengikut Grub Facebook radio Songgolangit dapat melihat di media yang digunakan khususnya media Facebook serta dapat memberikan komentar dari apa yang disalurkan penyiar melalui Facebook. Admin Radio Songgolangit FM yang tak lain yakni para penyiar itu sendiri harus bisa aktif dalam menjaga daya tarik yang diberikan penyiar melalui Facebook sebagai menumbuhkan tingkat kepedulian dan kepercayaan pengguna dalam mengkonsumsinya.

Setiap harinya dapat menyajikan berita, hiburan bahkan bentuk intraksi yang dinikmati para pengguna sebagai bentuk ketidak monotonan

---

<sup>46</sup> Wawancara,07/Heru/24/03/2023

dari Facebook yang digunakan penyiar. Memiliki kekreatifan dan ketelitian yang harus diterapkan agar tidak menyalahi aturan yang disediakan media juga turut dilakukan oleh penyiar radio Songgolangit FM. Kemudian selain dari media itu sendiri para penyiar perlu memperhatikan penyampaian pesan yang diberikan ke para pendengar radio Songgolangit FM. Dengan adanya implementasi Grup radio Songgolangit FM mampu membangun komunikasi yang baik kepada para pengguna media Facebook.

#### **I. Hambatan Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo**

Hambatan yang dihadapi oleh penyiar Radio Songgolangit disebabkan oleh hambatan teknis dan non teknis yang diakibatkan dari peralatan siaran yang digunakan dan karakter penyiar itu sendiri. Hambatan tersebut terjadi pada proses komunikasi, termasuk komunikasi pada penyiar di Radio Songgolangit FM. Berikut faktor penghambat menurut Heru salah satu penyiar di Radio Songgolangit FM.

“Adanya unggahan yang sensitive mengakibatkan dari pihak Facebook untuk memberhentikan akses penggunaan facebook radio Songgolangit sementara waktu, adanya iklan ketika *live streaming* karna iklan yang bersifat komersial terkadang mengakibatkan live tidak dapat berjalan lama, karna ketentuan dari media facebook, kendala lain signal walaupun tidak sesering yang lain. Selain itu dari penyiar harus bisa mengatur suasana hati ketika akan melakukan siaran, jangan sampai suasana hati dapat merusak ekspresi kita ketika melakukan siaran”<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Wawancara,08/Heru/24/03/2023

Dari pernyataan informan di atas mengatakan bahwa hambatan yang terjadi ada kendala teknis dan non teknis. Hambatan secara teknis seperti adanya iklan ketika live streaming yang mengakibatkan siaran tidak dapat berlangsung lama. Sedangkan hambatan secara non teknis yang terjadi seperti suasana hati yang tidak baik agar tetap dapat mengespresikan seperti halnya tidak terjadi apa-apa pada diri penyiar.

Tidak jauh berbeda pendapat atau tanggapan yang disampaikan terkait kendala penggunaan Facebook bagi penyiar. Zaki sebagai penyiar radio Songgolangit juga mengungkapkan.

“Selama ini kendala terbesar penyiar terdapat pada signal, tentunya dengan signal akses penggunaan Facebook menjadi terhambat dan tidak dapat tepat waktu, misalnya seharusnya ada berita terkini yang harus diberikan pagi hari, sebab terkendala signal berita baru bisa di siang hari. Sehingga menjadi keterlambatan dalam menyalurkan informasi yang diberikan”<sup>48</sup>

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa kendala yang dialami penyiar saat menggunakan Facebook kebanyakan disebabkan dari teknis yang mana kejadian tak terduga tersebut diluar SOP yang telah ditentukan. Berdasarkan penjelasan di atas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi para penyiar dalam penggunaan media Facebook. Hal tersebut menunjukkan seberapa pentingnya persiapan yang harus diperhatikan sebelum jalanya sebuah program yang disediakan. Bagaimana dalam menangani setiap hambatan yang terjadi ketika

---

<sup>48</sup> Wawancara,09/Zaki/22/03/2023

berlangsungnya penggunaa Facebook. Hal yang melatar belakangi perspektif tersebut tak lain adanya kesalahan teknis dalam penggunaan media ataupun penyiari yang menggunakan. Sehingga ketika permasalahan itu terjadi tentu akan menghambat proses berjalanya penggunaan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiari di radio Songgolangit FM.





## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI PENYIAR DI RADIO SONGGOLANGIT FM PONOROGO**

Analisis data yang merupakan tahapan dari suatu pembahasan penelitian kualitatif berguna untuk menelaah data dan informasi yang telah diperoleh dari informan melalui penelitian di lapangan. Manfaat dari analisis data salah satunya yaitu untuk membuktikan keabsahan data yang diperoleh peneliti berdasarkan informasi sesuai dengan fakta. Analisis data juga menjadi suatu pelaksanaan untuk mengatur rincian data yang kemudian diklasifikasikan menjadi sebuah pola, kategori, dan uraian dasar. Setelah beberapa data telah terkumpulkan berdasarkan penggalian data melalui informan yang relevan dan analisa dari dokumen pendukung maka akan didapatkan hasil yang valid dan intensif. Di samping itu peneliti juga melakukan analisis mengenai informasi yang telah didapatkan ketika penelitian dengan teori kebutuhan dan kepuasan (*Uses and Gratifications*) supaya dapat diperoleh hasil yang lebih valid. Kemudian dari hasil yang telah didapatkan akan ditarik sebuah kesimpulan yang di dalamnya terdapat penjelasan mengenai keseluruhan hasil penelitian secara singkat, pada, dan jelas.

Berdasarkan dari hasil penyajian data yang diperoleh ditemukan bahwa Facebook merupakan media komunikasi utama yang digunakan Radio Songgolangit sebagai menambah daya tarik peminat radio yang memiliki empat karakteristik motif penggunaan sebagai bahan informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi social dan hiburan. Radio Songgolangit FM tentu memiliki

target khusus dalam mempertahankan kegunaan facebook sebagai media komunikasi terkhusus kualitas dari penyiar radio yang tentunya yang dapat menjaga kegunaan Facebook di khalayak masyarakat luas terkhususnya masyarakat Ponorogo sendiri. Radio Songgolangit merupakan Radio yang telah berdiri sejak tahun 2004 dengan jangkauan Ponorogo dan sebagian dari wilayah Madiun, Wonogiri, Pacitan, dan Trenggalek serta Magetan. Serta menasar pada target pendengar (*Segmentasi Audien*) semua kalangan (*Multi Sex*) dengan klasifikasi berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial, pendidikan, dan jenis pekerjaan.

Dalam proses pengembangan Radio Songgolangit FM menggunakan Facebook sebagai media komunikasi yang mudah untuk dijangkau untuk semua kalangan. Bentuk komunikasi yang dilakukan Radio Songgolangit dengan membentuk Grup Facebook yang bernama Radio Songgolangit FM yang sejak dulu hingga saat ini tidak pernah mengganti nama media tersebut guna mempermudah pengguna dalam mengakses media milik radio Songgolangit FM tersebut. Dalam pendekatan penggunaan media Facebook radio Songgolangit menggunakan para penyiar radio sebagai admin dalam menjalankan akses penggunaan media. Dibutuhkan penilaian penggunaan dan motif penggunaan supaya komunikasi dapat terlaksana dengan tepat sesuai apa yang sudah direncanakan. fungsi dari adanya penilaian dan motif penggunaan dalam komunikasi yaitu untuk memberikan gambaran mengenai proses komunikasi yang sedang dilakukan sehingga mampu terlihat jelas bagaimana proses komunikasi,

*feedback* (timbang balik) yang diberikan, dan tingkat tercapainya suatu tujuan akibat dilakukannya komunikasi tersebut.

Pada dasarnya aktivitas komunikasi didalam masyarakat merupakan sebuah kegiatan pertukaran informasi dan Komunikasi merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung/tidak langsung dengan maksud memberikan dampak atau *effect* kepada komunikan sesuai dengan yang di inginkan komunikator, yang memenuhi 5 unsur *who, says what, in which channel, to whom, with what effect.*<sup>49</sup>

#### **A. Pandangan Penyiar Radio Terhadap Facebook Sebagai Media Komunikasi di Radio Songgolangit Fm Ponorogo**

Penyiaran atau yang lebih terdengar akrab dengan broadcasting memang tengah menjadi perbincangan. Dimana dunia broadcasting ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Aktivitas penyiaran tidaklah semata merupakan kegiatan ekonomi, tetapi juga memiliki peran sosial yang tinggi sebagai medium komunikasi.

Ben H. Henneke, seorang ahli radio siaran mengartikan Broadcasting (Penyiaran) adalah hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya pada pendengar secara perorangan dan

---

<sup>49</sup> Heri Kristanto, "Facebook Sebagai Media Komunikasi (Study Deskriptif Kualitatif Motivasi dan Persepsi Penggunaan Facebook Sebagai Media Komuniasi Jejaring Sosial Dalam Pertemanan Pada Mahasiswa Fisip UNS Non Reguler Angkatan 2007-2008)" 2008.

komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu.

Menurut Undang-Undang Nomor 32, tahun 2002, Penyiaran (Broadcasting) memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa, penyiaran merupakan proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan menggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya.

Sedangkan, penyiar radio adalah orang yang mampu mengomunikasikan gagasan, konsep, dan ide serta bertugas membawa atau menyiarkan suatu program acara di radio. Dalam hal ini penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar. Chester, Garisson dan Willis dalam bukunya yang berjudul Television dan Radio mengatakan bahwa penyiar dalam sebuah stasiun radio memainkan banyak peran. Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Di balik layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai

ketrampilan yang dimilikinya. Pada dasarnya ada banyak aturan yang menuntut seorang penyiar harus lebih persuasif dan komunikatif pada pendengarnya.

Untuk menjadi seorang penyiar profesional sebenarnya sederhana, yaitu cukup dengan modal suara atau vokal, niat dan keinginan yang kuat untuk belajar. Namun, pada masa kini, seorang penyiar dituntut untuk menjadi yang terdepan dalam berbagai hal, termasuk didalamnya hiburan, teknologi dan informasi karena melalui media inilah seorang penyiar berekspresi menginformasikan dan menyajikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh khalayak.<sup>50</sup>

Teori pengharapan nilai (*Value-expectancy theory*) menjelaskan bahwa salah satu teori tentang komunikasi massa yang meneliti pengaruh penggunaan media oleh pemirsanya dilihat dari kepentingan penggunaannya. Teori ini mengemukakan bahwa sikap seseorang terhadap segmen-segmen media ditentukan oleh nilai yang mereka anut dan evaluasi mereka tentang media tersebut.<sup>51</sup> Sebagaimana kita ketika melakukan komunikasi akan senantiasa melibatkan bagaimana proses intraksi sehingga menciptakan unsur system, dan mengetahui bagaimana seseorang memberikan respon kepada yang lainya dan menentukan jenis hubungan yang dimiliki. Secara sederhana, pandangan dalam pemberian nilai bagaimana kualitas dalam melakukan

---

<sup>50</sup> Novlein Theodora, "Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Di Media Elektronik Radio Pada Penyiar Memora-FM Manado", 11, No 1 (2013): 6-7.

<sup>51</sup> <https://infointermedia.com/teori-pengharapan-nilai-value-expectancy-theory/v> diakses 29 Maret 2023

penyiaran yang di salurkan melalui media lain akan sangat mempengaruhi seperti yang digunakan penyiar di radio Songgolanggit salah satunya yakni media Facebook.

Segala kalangan masyarakat awam, yang tidak mengenal internet, menjadi mengenal internet, menjadi hobi berinternet, bahkan kecanduan berinternet. Pada dasarnya, setiap orang itu bangga dengan dirinya, bangga dengan foto diri, bangga dengan wajahnya serta bangga dengan momen-momen terbaiknya sehingga sangat memuaskan batin jika kebanggaan tersebut dapat dilihat oleh orang lain, bahkan jutaan orang di internet. Ini adalah sifat dasar manusia yang kemudian mendorong Facebook untuk menjadi candu dalam diri sendiri. Situs ini sudah merambah ke semua lini dan lapisan masyarakat, tidak mengenal kasta dan pangkat, bahkan orang-orang penting dan elit di pemerintahan pun tidak ketinggalan mendaftar di facebook ini, bintang film dan selebriti juga tidak canggung-canggung memamerkan dirinya yg sudah punya facebook. Segmentasi pengguna internet menjadi meningkat tajam bahkan luar biasa. Selain itu, dengan Facebook, kita juga mampu membangun jaringan untuk membentuk suatu kelompok bisnis ataupun kelompok organisasi.

Setiap orangnya tentu butuh memilih dalam menggunakan media, bagaimana kebutuhan yang akan terpenuhi selama penggunaan dapat memberikan dampak baik bagi khalayak luas. Sebagai contoh, seorang penyiar berhak memilih Facebook sebagai media komunikasi yang dapat menyalurkan berbagai segmen dan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat luas

dan tentunya angka kepuasan dapat tersalurkan begitu juga bagi penggunanya.

Berdasarkan kepada analisis yang telah dilakukan terdapat dua komponen yaitu nilai (*value*) dari tujuan yang akan dicapai dan harapan (*expectancy*) agar berhasil dalam mencapai tujuan. Menurut pandangan para penyiar yang akan diberikan terhadap pengguna dalam mempertahankan sebuah perangkat yang digunakan. Setiap diri seorang penyiar selalu berorientasi pada kepercayaan dan penilaian dalam hidupnya mengembangkan kepercayaan dalam menyalurkan kekreatifan dalam sebuah media. Dimana seseorang mengarahkan diri pada media berdasarkan kepercayaan dan evaluasi diri atas media tersebut. Artinya, khalayak juga dapat menyeleksi media mana yang dapat memenuhi kebutuhan mereka sehingga timbulah kepuasan ketika menggunakan suatu media massa.

Pandangan penyiar terhadap Facebook terdapat pada nilai (*value*) yang diberikan berupa kepuasan yang dapat dirasakan oleh pengguna. Facebook sendiri merupakan media yang telah digunakan sejak awal berdirinya radio Songgolangit FM, dengan media ini para pengguna media dan pendengar dapat mengetahui bagaimana setiap perkembangan yang diberikan oleh penyiar. Jalanya sebuah program yang dapat disalurkan tentu akan menimbulkan angka pengharapan (*expectancy*) seorang diri penyiar dalam menggunakan media Facebook. Walau Facebook terbilang media yang tertinggal tapi dengan Facebook harapan para penyiar tetap terpancar sebab jangkauan dan target usia yang tetap dapat mempertahankan eksistensi

Facebook radio Songgolangit FM.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan mengenai pandangan penyiar terhadap penggunaan Facebook sebagai media komunikasi merupakan suatu komunikasi yang berlangsung secara efektif dan efisien. Hal tersebut dikarenakan adanya hubungan yang terjalin dari kegiatan komunikasi yang dilakukan, dan didalam pandangan tersebut menimbulkan efek dan respon terhadap isi pesan yang telah disampaikan. Berbagai respon yang dapat diraskan para penyiar menjadikan penyiar yakin akan media Facebook menjadi tanda bahwa komunikasi yang telah dilakukan berjalan secara efektif. Pentingnya evaluasi disetiap kegiatanpun akan memberikan efek berlangsungnya tujuan, terjadinya pertukaran pendapat antar penyiar dan dengan yang lain yang memberikan bentuk komunikasi yang terarah.

#### **B. Motif Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo**

Pada dasarnya, seseorang selalu memiliki kebutuhan yang memerlukan pemenuhan. Pemenuhan kebutuhan tersebut salah satunya melalui penggunaan media massa. Seseorang mempunyai harapan-harapan tertentu dalam menggunakan media Facebook agar kebutuhannya dapat terpenuhi, sehingga menimbulkan motif. Motif diartikan sebagai suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu dengan melakukan tindakan dan bersikap tertentu. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan pemakaian media massa oleh seseorang didorong oleh alasan yang menyebabkan dia berbuat sesuatu, yaitu menggunakan media massa. Dengan



kata lain, motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media.

Motif berasal dari bahasa Latin, *movere* yang artinya bergerak atau to move. Menurut Branca motif berarti kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu atau merupakan *driving force*. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Dalam teori *uses and gratifications* dijelaskan bahwa khalayak terlibat aktif dalam memilih media, di mana media di gunakan untuk memenuhi motif-motif kepuasan yang di cari khalayak seperti : informasi, pendidikan, dan hiburan.

Dalam penelitian ini, pengukur kepuasan berangkat dari motif penggunaan media seseorang. Artinya, kepuasan penggunaan Facebook bagi penyiar radio Songgolangit dapat diukur dengan mengetahui terlebih dahulu motif-motif para penyiar ketika menggunakan media Facebook sebagai media komunikasi di radio Songgolangit FM.

Denis McQuail, mengemukakan kemungkinan penggunaan media dan jenis-jenis motif gratifikasi, dengan membedakan empat bagian. Dalam penelitian ini, kategori motif membaca berita di radio Songgolangit FM yang dijadikan acuan adalah kategori motif pegonsumsian media menurut McQuail,

yaitu:<sup>52</sup>

1. Motif informasi, motif yang berhubungan dengan kebutuhan informasi tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitarnya, dorongan akan mendapatkan pengetahuan, dorongan akan rasa ingin tahu, dorongan untuk memperkuat pendapat dan keputusan yang diambil, dorongan untuk belajar, dorongan untuk memperoleh perasaan aman melalui pengetahuan yang didapat dari media massa. sebagaimana yang dilakukan radio songgolangit dalam memberikan informasi melalui *riewread* berita, informasi terkini dan siaran langsung ketikan menggunakan media Facebook sebagai pusat informasi yang dapat disebarluaskan ke media massa oleh para penyiar.
2. Motif identitas pribadi, motif ini berhubungan dengan dorongan untuk memperkuat dan menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, dorongan untuk memperkuat kredibilitas, stabilitas dan status. Selain itu juga berkenaan dengan dorongan individu untuk mencari model perilaku melalui media bagi perilakunya sehari-hari, dan dorongan untuk mencari identifikasi nilai-nilai dalam diri khalayak dengan nilai-nilai orang lain melalui media. Bagaimana radio tetap dapat mempertahankan Facebook sebagai eksistensi yang tetap digunakan untuk tetap dapat mempertahankan penggunaanya.
3. Motif integritas dan intraksi sosial, motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk berinteraksi dengan orang lain, dorongan untuk

---

<sup>52</sup> Humaizi, *Uses and Gratifications Theory, Gedung F, Pusat Sistem Informasi (PSI) Kampus USU*, 2018 <<https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>>. 1-5

memperoleh pengetahuan akan empati sosial, dorongan untuk mempertahankan norma-norma sosial, dorongan untuk membantu individu dalam menjalankan peran sosial. Dengan menggunakan media seorang penyiar tetap harus membentuk diri dalam memberikan efek baik bagi pengguna, agar pengguna tetap mendapatkan jaringan yang luas melalui Facebook yang di sajikan Radio Songgolangit FM.

4. Motif hiburan, motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk mencari hiburan, dorongan untuk melepaskan kejenuhan dan kebosanan, dorongan untuk mengisi waktu luang. Adanya dunia hiburan tentu akan semakin menumbuhkan daya tarik pengguna dalam memanfaatkan media yang digunakan. Bagaimana Facebook tidak merasa monoton dimata para pengguna dan pendengar Radio, dengan kekreatifan penyiar para penyiar sepakat mengembangkan dengan melakukan siaran langsung. Dengan melakukan siaran langsung tentu para penyiar dapat melaukan intraksi secara langsung dengan para pengguna dan pendengar Facebook.

Berdasarkan teori yang dijelaskan diatas, peneliti menyimpulkan bahwasanya motif yang disebutkan dapat menjadi acuan pengguna dalam memilih dan memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi yang dapat memberikan kepuasan pada para pengguna. Selain itu efek media dapat dioprasionalkan sebagai penilaian kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Sajian berupa informasi, identitas pribadi, integritas atau intraksi social bahkan hiburan yang dapat diberikan penyiar melalui media Facebook. Dengan adanya beberapa akses yang diberikan kepada para khalayak tentu

para masyarakat akan sangat bergantung terkhusus pada informasi seperti riewread berita, dan informasi terkini berita yang ada disekitar masyarakat. Disamping itu, para penyiar harus memberikan dampak baik dan bermanfaat pada masyarakat sebagai bentuk keefektifan media Facebook yang digunakan.

### **C. Hambatan Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo**

Dalam penerapan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di radio Songgolangit FM tentunya tidak mudah untuk selalu mendapatkan sesuai harapan dengan mudah. Pada setiap proses penggunaan Facebook sebagai media komunikasi tentunya mengalami hambatan-hambatan yang menahan kelancaran proses komunikasi sehingga tujuan yang direncanakan tidak terpenuhi secara maksimal. Penerapan Facebook sebagai media komunikasi yang dilakukan para penyiar radio Songgolangit FM tentu mengalami beberapa hambatan yang menghalangi kelancaran komunikasi sehingga tujuan untuk penggunsn media juga terhambat. Memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi tentunya tidak mudah bagi para penyiar radio, dibutuhkan proses yang fleksibel dan mendukung agar dapat mempertahankan pengguna Facebook radio Songgolangit FM.

Komunikasi penyiaran merupakan hal yang utama bagi sebuah stasiun radio dalam menjalankan kegiatan siaran, komunikasi penyiaran merupakan pondasi utama sebuah program acara agar berjalan sesuai dengan target perusahaan Komunikasi penyiaran yang baik dan terjalin sesuai dengan

rencana akan menumbuhkan dan menghasilkan sebuah program acara yang sempurna, dan bertahan lama. Komunikasi penyiaran juga menjadi sebuah kegiatan utama dalam radio untuk membangun sebuah program acara menjadi lebih hidup, mengingat interaksi antara penyiar hanya dapat di dengar oleh pendengar atau masyarakat Indonesia melalui suara saja tanpa menampilkan mimik wajah secara virtual, maka komunikasi penyiaran merupakan salah satu penentu pembentukan karakter sebuah program acara.

Komunikasi penyiaran akan berjalan dengan baik jika penyiar dapat membentuk pola komunikasi yang sesuai dengan program acara yang sejalan dengan tujuan perusahaan. Dalam kegiatan membentuk komunikasi penyiaran yang baik dibutuhkan dukungan secara moral dan material dari lingkungan perusahaan seperti tim produksi, manajemen, dan suasana yang kondusif lainnya. Jika dari salah satu hal tersebut tidak mendukung komunikasi penyiaran yang sudah dibentuk maka akan menghasilkan hambatan komunikasi yang sudah di rencanakan sebelumnya.<sup>53</sup> Seperti yang terjadi pada para penyiar terhadap penggunaan Facebook sebagai media komunikasi terdapat beberapa kendala yang terjadi selama penggunaan media.

Berdasarkan dari data yang telah didapatkan dapat data tersebut bersesuaian dengan teori yang digunakan dan diketahui bahwa dalam penggunaan Facebook sebagai media komunikasi mengalami beberapa kendala sebagai berikut:

---

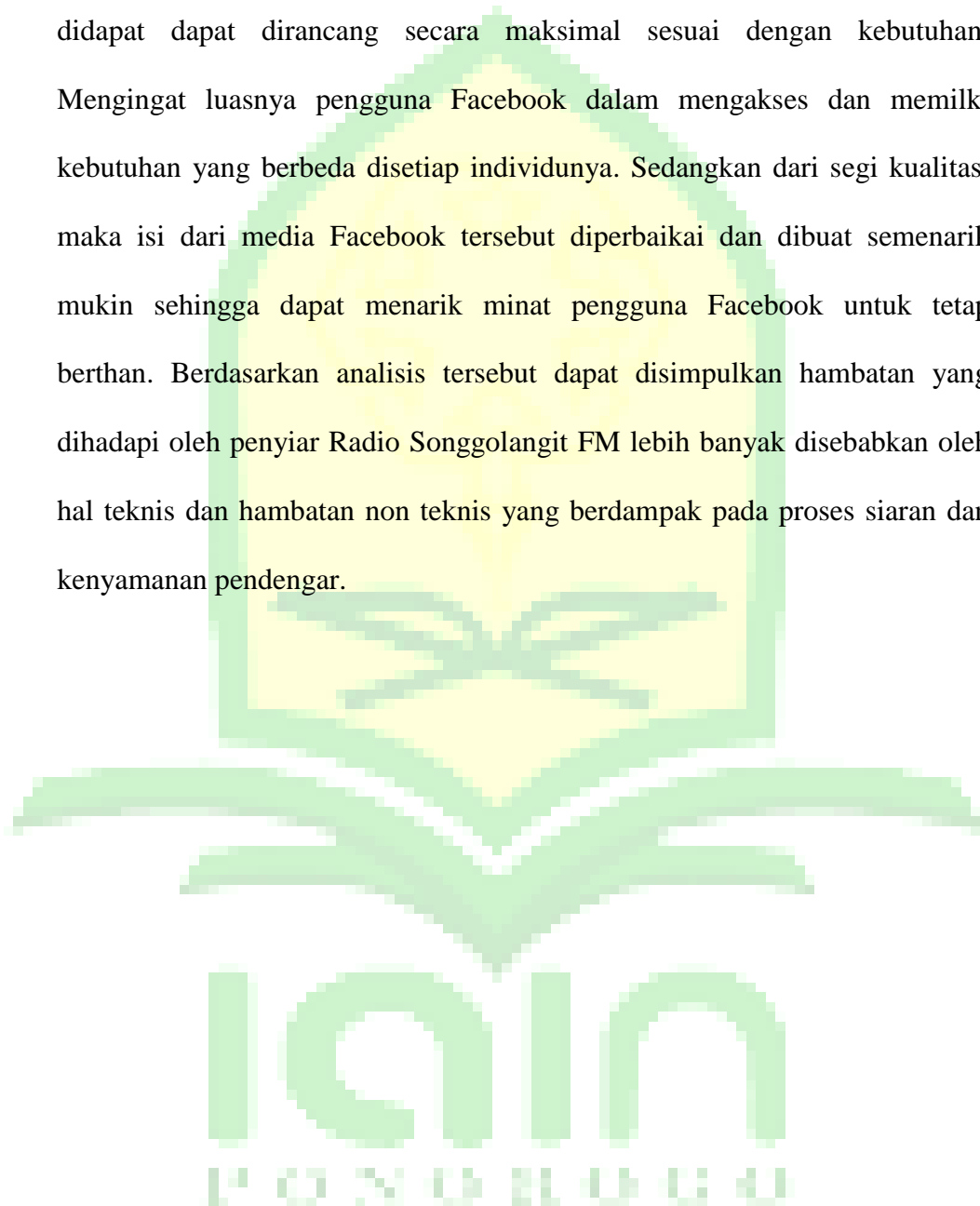
<sup>53</sup> Syisea Putri Syam dan Wahyu Utamidewi, "Hambatan Komunikasi Penyiar Radio Pro 2 FM Jakarta pada Program Morning Live Chat di masa Covid-19," *Jurnal Kajian Media* 5, no.2 (2021):108.

1. Hambatan mekanis atau teknis, hambatan teknis menunjukkan kepada kurangnya persiapan para penyiar dalam penggunaan media sebagai sarana yang dapat disalurkan kepada masyarakat. Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan peneliti memperoleh hasil data yang mengungkapkan bahwa kurangnya persiapan yang dimiliki penyiar menjadi kurang efektifnya dalam penggunaan media. Menjadi seorang penyiar yang profesionalis tentu membutuhkan persiapan yang dapat memberikan hasil yang memuaskan dan lantang terdengar seorang penyiar agar dapat memberikan respon baik bagi masyarakat. Sehingga setiap tindakan yang diberikan penyiar sangat berpengaruh atas hasil yang diperoleh. Seperti, kurangnya informasi berita yang disajikan Facebook sebagai media perantara yang dapat digunakan dapat menjadikan pengguna kecewa akan media tersebut.
2. Selain hambatan teknis juga ada hambatan non teknis yaitu hambatan yang selain hambatan teknis, dapat dilihat penyiar terkadang mengalami suasana hati yang tidak stabil.

Akibatnya dari hambatan-hambatan tersebut mengakibatkan proses siaran terkadang terganggu, yang seharusnya siaran menjadi tidak siaran. Selain itu juga dapat menyebabkan siaran menjadi tidak maksimal dan mengganggu kenyamanan pendengar seperti menjadi lama menunggu, komentar tidak terbaca, dan suara menjadi tidak jelas.

Dari penjelasan diatas dapat peneliti pahami bahwa dalam membantu proses berjalanya penggunaan Facebook untuk menuju pada tujuan tertentu

dibutuhkan faktor pendukung yang memadai. Dan pada permasalahan tersebut maka kualitas dan kuantitas pada media yang digunakan untuk mempublikasi setiap hasil yang didapat untuk mebagikan informasi apa yang didapat dapat dirancang secara maksimal sesuai dengan kebutuhan. Mengingat luasnya pengguna Facebook dalam mengakses dan memiliki kebutuhan yang berbeda disetiap individunya. Sedangkan dari segi kualitas, maka isi dari media Facebook tersebut diperbaiki dan dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat pengguna Facebook untuk tetap berthan. Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan hambatan yang dihadapi oleh penyiar Radio Songgolangit FM lebih banyak disebabkan oleh hal teknis dan hambatan non teknis yang berdampak pada proses siaran dan kenyamanan pendengar.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul Facebook Sebagai Media Komunikasi bagi Penyiar di Radio Songgolangit FM Ponorogo, mendapatkan hasil analisis penelitian yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pandangan penyiar radio terhadap Facebook sebagai media komunikasi yakni dapat memberikan banyak manfaat pada khalayak atas apa yang disediakan dan digunakan untuk mengatur jalannya program sampai selesai, berupa interaksi antara penyiar dan pendengar. Artinya, khalayak juga dapat menyeleksi media mana yang dapat memenuhi kebutuhan mereka sehingga timbulah kepuasan ketika menggunakan suatu media massa.
2. Motif penggunaan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar yakni sebagai media informasi, yang membagikan sebuah informasi meliputi berita terkini dan hiburan agar media tidak monoton dalam memanfaatkanya. Kedua motif tersebut tentunya dapat menjadi acuan penggunaan dalam memilih dan memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi yang dapat memberikan kepuasan pada para pengguna.



3. Hambatan Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar berupa hambatan teknis yakni kurangnya persiapan para penyiar dalam menggunakan media sebagai sarana yang dapat disalurkan kepada masyarakat dan hambatan non teknis seperti suasana hati, yang mana hambatan-hambatan ini berdampak pada proses siaran dan kenyamanan pendengar.

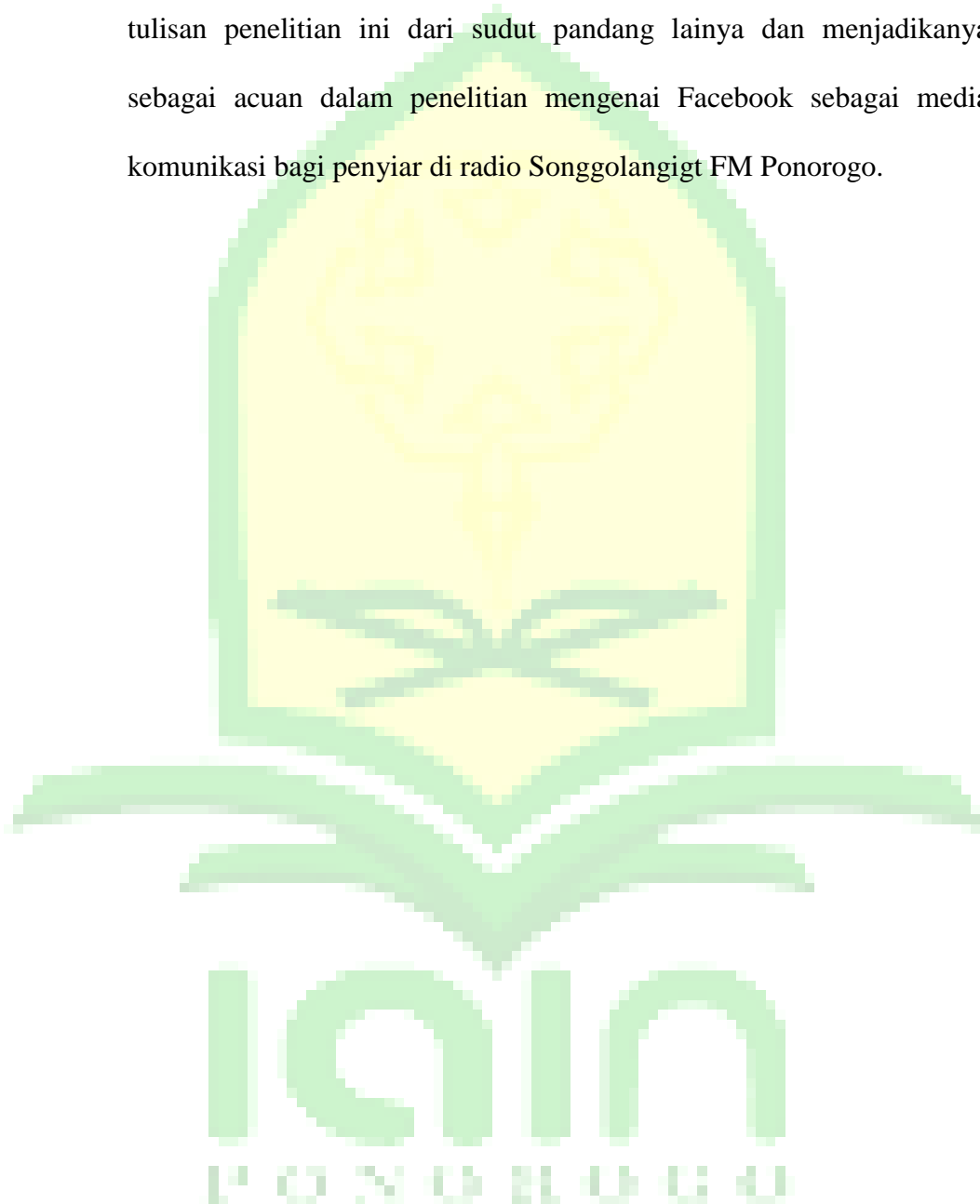
## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan dengan penelitian Facebook Sebagai Media Komunikasi Bagi Penyiar Di Radio Songgolangit FM untuk tetap dapat mempertahankan eksistensi pengguna facebook dan pendengar Radio Songgolangit FM meliputi:

1. Diharapkan kepada para penyiar Radio Songgolangit Fm tetap dapat aktif dan efektif di setiap program dan aturan yang telah ditetapkan Radio Songgolangit FM. Tetap dapat menjaga kekompakan disetiap permasalahan yang dialami selama berjalanya program. Kenyaman pengguna tentu sangat berpengaruh dari bagaimana penyiar dapat menyampaikan suatu pesan.
2. Diharapkan kepada tim penyiar untuk dapat memperbaharui setiap system yang tersedia dengan prosedur yang lebih tertata agar dapat meningkatkan pengguna radio dan Facebook sebagai media yang

digunakan untuk mendapatkan *up date* apa yang diberikan radio terhadap pengguna.

3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar melakukan pengembangan tulisan penelitian ini dari sudut pandang lainya dan menjadikanya sebagai acuan dalam penelitian mengenai Facebook sebagai media komunikasi bagi penyiar di radio Songgolangigt FM Ponorogo.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.Lus. Y, Triartanto. *Broadcasting Radioa : Panduan Teori Dan Praktik*, Yogyakarta : Pustaka Book. 2010.
- Ahsannudin, Mudi. *Profesional Sosiologi*, Jakarta: Mediatama. 2004.
- Andi. *Seni Belajar Sekejap Marketing Gratis dengan Facebook*. Yogyakarta : Wahana Komputer. 2010.
- Apriadi, Tamburaka. *Literasi Media*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Awwaabiin, Salmaa. *Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya*, [Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya \(penerbitdeepublish.com\)](http://penerbitdeepublish.com), 02 November 2023
- Dika, Maulana. *Sejarah Facebook dan Penggunaan Facebook di Indonesia 2011*. <http://dikamaulana.wordpress.com/2011/07/02/pengertian-facebook-dansejarah-facebook/> 02 November 2023
- Dokumen. “Akta Pendirian Radio Songgolangit FM 99,2 Mhz.” Radio Songgolangit FM, 2009.
- Ego, Hadianto Gantiono, “*Fenomena Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Sosial*”, Dharma Duta, XV, (2017)
- Firzananda, Muhammad NST. “*Pemanfaatan Media Sosial Di Kalangan penyiar Radio Most FM Untuk Berkomunikasi Kepada Pendengarnya*”. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2019.
- Hafied, Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2012.
- Hartono, Dwi Riyadi. *Bahaya Facebook: Bagaimana Berfacebook dengan Aman, Sehat, dan Islami*. Solo: Aqwam, 2011.
- Henry, Pandia. *Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Herawati, Anita & Setio Budi HH. *Ekologi Media Radio : Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2007.
- Humaidi. *Uses and Gratifications*. Medan : Gedung F, Pusat Sistem Informasi (PSI) Kampus USU. 2018.

- Ilham, Guntara. *Media Sosial dalam Dunia Kampus Dampak Penggunaanya*. 2013. <http://guntarailham.comjkh>. 27 Januari 2023.
- Irham., *Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar*.(Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar), 2014.
- Kriyanto, Rahmat. “Pengantar” dalam *Burhan Bungin, Teknik Praktis Riset Komunikasi, Edisi Pertama*. Cet. V; Jakarta: Kencana. 2009.
- Leysa, Khadzi. *Cara Mudah Mengenal Dan Membaca Karakter Dan Kepribadian Orang Lewat Media Sosial*. Yogyakarta: Mantra Books, 2013
- Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta : LKIS. 2004.
- Moleong, Lexy J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2013.
- Muh, Mathar Quraisy. *Information Literacy Skills: Strategi Penelusuran Informasi Online*. Makassar: Alauddin University Press, 2014.
- Nurrahmah, *Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)*.( Makassar: Universitas Islam Negri Alauddin Makassar), 2017.
- Onong, Effendy Uchana. *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktiknya*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2011.
- Romli, Asep Syamsul M. *Broadcast Journalism*. Bandung: Rosdakarya, 2009.
- Said, Irwanti. *Fungsi Sosial Siaran Radio Bandung*: Alaudin University Press, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Managemen*, Bandung : CV. Alfabeta. 2013.
- Sunapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2003.
- Syam, Syeisea Putri dan Wahyu Utamidewi.”*Hambatan Komunikasi Penyiar Radio Pro 2 FM Jakarta Pada Program Morning Live Chat di Masa Covid-19*”, *Kajian Media*, 2 no. 2, 2021.

Theodora, Novlein. “*Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Di Media Radio Pada Penyiar Memora- FM Manado*”, Acta Diurna, 11 No 1, 2013.

Zahudi, Umar Farouk. *Komunikasi Bisnis Pemahaman Secara Mudah*. Yogyakarta: Wahana Totalita, 2011.

<https://infointermedia.com/teori-pengharapan-nilai-value-expectancy-theory/v>  
diakses 29 Maret 2023

