

POLA KOMUNIKASI PENYIAR M RADIO 98.8 FM SURABAYA DALAM MENJALIN RELASI INTERPERSONAL DENGAN PENDENGAR

**Nelam Dewinta Putri (1151400904),
A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom.,
Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.**

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
nelamdewinta@gmail.com

Abstract

According to Nielsen Radio Audience Measurement in 2016, radio is still being heard by 20 million consumers in Indonesia. To getting more listeners, radio have to do a good development in programming, announcers, and more, including M Radio. In broadcasting, the role of announcers is very important because they are main communicators and spearhead in the process of radio broadcasting. The patterns of communication of the announcers with listeners can be seen from the interaction and the closeness to the listeners. The interactions are at inside or outside the radio broadcast. This research is using symbolic interaction theory. The research methods is unobtrusive observation. This research is a descriptive qualitative research. The patterns of communication of the announcers in M Radio for establishing interpersonal relation with listeners is divided into two parts, communication mediated and direct communication. Mediated communication includes radio, social media, and messenger applications. Due to the limited duration of interaction via radio, the way to build effective communication and interpersonal relationships is by meeting face-to-face.

Keywords: *Announcers, Interpersonal Relations, Listeners, M Radio, The Patterns of Communication.*

Pendahuluan

Dalam mengakses berita dan informasi, masyarakat mendapatkannya melalui media massa. Di era digital seperti saat ini, jenis media massa seperti media *online* dan media sosial cenderung dipilih banyak orang untuk memperoleh informasi. Karena karakteristik media *online* dan media sosial yang cepat, murah, praktis, dan mudah diakses di mana saja, maka jenis media massa lain seperti salah satunya radio, dianggap sudah ketinggalan zaman dan mulai ditinggalkan oleh banyak pendengarnya.

Menurut Nielsen Radio Audience Measurement pada tahun 2016, di tengah maraknya media *online* dan media sosial, ternyata menunjukkan bahwa media radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen di Indonesia. Hal ini membuat radio-

radio harus memasang strategi agar menarik banyak orang untuk mendengarkan radio mereka. Mereka harus berinovasi baik dari segi program acara, penyiar, dan lain-lain.

Banyak cara yang dilakukan oleh radio untuk mempertahankan pendengarnya dan meningkatkan eksistensi. Seperti salah satu radio di Surabaya, M Radio 99.8 FM, yang selalu berinovasi dan mengembangkan program acaranya agar menjangkau lebih banyak khalayak. M Radio merupakan radio yang segmentasinya lebih kepada anak muda antara usia 21 sampai 29 tahun. M Radio memiliki beberapa program acara seperti Zero Trip, Duo Kepo Show, Maxi Break, Happy Sore, Free 'N Easy, Midnight Madness, Ini Baskom, M Trepreneur, dan lain-lain. Untuk mengikuti perkembangan zaman, M Radio juga menghadirkan layanan *streaming* yang bisa diakses di mana saja, yaitu di www.mradiofm.com. Saat ini M Radio tidak hanya mengandalkan acara *on air* saja, melainkan acara *off air* yang biasanya bertempat di kantor M Radio.

Dalam radio, salah satu unsur penting adalah adanya komunikator, dalam hal ini adalah penyiar radio. Menurut Wardana (2009: 7), penyiar adalah seseorang yang berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memberikan suatu informasi, pendidikan, hiburan, dan sebagai teman dekat bagi khalayak pendengarnya. Seorang penyiar merupakan ujung tombak untuk radio siaran. Seorang penyiar harus membangun interaksi dan hubungan perasaan dengan pendengarnya agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan benar.

Selain penyiar, tentunya pendengar memegang peran penting dalam eksis atau tidaknya sebuah program radio. Hal ini bisa dilihat dengan umpan balik yang diberikan oleh pendengar terhadap suatu program. Apakah umpan balik tersebut baik atau tidak, dan sesuai yang diharapkan atau tidak, ini bergantung pada interaksi dan kedekatan antara pendengar dan penyiar. Oleh karena itu, pola komunikasi yang digunakan sangatlah berdampak pada keberlangsungan program acara radio itu sendiri. Untuk menciptakan interaksi yang baik dengan pendengar, saat ini radio banyak menciptakan saluran komunikasi selain siaran radio itu sendiri.

Dalam proses interaksi antara penyiar dan pendengar, terdapat pola komunikasi yang digunakan oleh penyiar. Menurut Djamarah (2004: 1), pola komunikasi adalah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi

merupakan model dari proses komunikasi sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi, nantinya akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam proses berkomunikasi. Dari proses komunikasi akan muncul pola, model, bentuk, dan bagian-bagian kecil yang berkaitan dengan proses komunikasi (Bayutiarno, 2015: 5). Secara teoretik, fungsi pola atau model menurut Wizeman dan Larry Baker (dalam Nurudin, 2017: 218) antara lain; (1) melukiskan proses komunikasi, (2) menunjukkan hubungan visual, dan (3) membantu menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi. Pola komunikasi yang dimiliki oleh setiap penyiar radio pastilah berbeda-beda karena pada dasarnya setiap individu itu berbeda, tidak ada yang sama persis baik dari segi kepribadian, emosi, gaya bicara, sampai pola pikir.

Adapun alasan peneliti memilih M Radio sebagai lokasi penelitian adalah karena radio ini memiliki segmentasi ke kalangan anak muda. Di tengah banyaknya radio lain di Surabaya yang segmentasinya ialah anak muda, seperti DJ FM dan EBS FM, M Radio selalu melakukan inovasi dan pengembangan program acara, baik acara *on air* maupun *off air*. Selain itu, menurut hasil survey yang dilakukan oleh Nielsen pada tahun 2016 (dalam *company profile* M Radio), M Radio merupakan radio nomor satu di segmen radio anak muda wilayah Surabaya. Hasil survey ini diakumulasikan berdasarkan perhitungan *weekly reach*, pencapaian segmentasi pendengar, dan lain lain.

Batasan dan Rumusan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih mudah dan terarah, maka peneliti perlu membuat batasan masalah yang akan dibahas yaitu hanya meneliti pada program acara Duo Kepo Show yang dibawakan oleh penyiar Iqbal Mariano dan Arya Linggar Saputra. Kedua penyiar ini lebih dikenal dengan seputan Duo Kepo.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana Pola Komunikasi Penyiar M Radio 98.8 FM Surabaya dalam Menjalinkan Relasi Interpersonal dengan Pendengar?”.

Komunikasi

Menurut Harold D. Laswell (dalam Nurudin, 2017: 37), komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan; Siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa?

Kepada siapa? Efeknya apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*). Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media tertentu yang nantinya akan menimbulkan suatu efek atau dampak.

Pola Komunikasi

Pola komunikasi di sini dapat dipahami sebagai bentuk atau struktur dalam pengiriman dan penerimaan pesan agar pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi, dalam hal penyiaran, merupakan sebuah bentuk interaksi yang terjalin antara penyiar dan pendengar demi terciptanya kedekatan dan relasi yang baik. Pola komunikasi penyiar radio dapat dilihat dari cara penyiar membawakan program acaranya, dengan gaya dan cara saat bersiaran, dan bagaimana cara penyiar berinteraksi dengan pendengar.

Radio

Rahanatha (2008: 42) mendefinisikan bahwa radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Dengan demikian, yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya dari segi bentuk fisiknya saja. Jadi, antara bentuk fisik dengan kegiatan radio saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan antara satu dengan lainnya.

Program Acara

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris yaitu “*programme*” atau “program” yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhannya (Morissan, 2008: 200). Program acara radio dapat berbentuk berita, sandiwara, kesenian, musik, dan sebagainya.

Penyiar dan Pendengar

Penyiar radio adalah orang yang mampu mengomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio. Dalam hal ini, penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang sedang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar (Yulia, 2010: 17). Sedangkan pendengar adalah

sasaran komunikasi massa melalui media radio siaran. Komunikasi dalam siaran radio dapat dikatakan efektif apabila pendengar merasa tertarik untuk mendengarkan dan memperhatikan isi siaran tersebut. Pendengar radio ini diklasifikasikan menjadi beberapa macam, seperti pendengar aktif, pasif, selektif, dan spontan.

Kajian Teori

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori interaksi simbolik. Teori ini digagas oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2001: 68). Menurut teori interaksi simbolik, di setiap interaksi antar manusia pasti terdapat proses komunikasi. Dalam proses komunikasi terdapat simbol-simbol yang menyertai di dalamnya. Simbol-simbol ini berfungsi untuk mendukung penyampaian dan pemaknaan pesan. Ada banyak sekali jenis simbol dalam proses komunikasi, seperti simbol verbal, non verbal, dan lain-lain.

Menurut Mulyana (dalam Ahmadi, 2008: 304), kaitan antara simbol dengan komunikasi terdapat dalam salah satu dari prinsip-prinsip komunikasi mengenai komunikasi adalah suatu proses simbolik. Pada teori ini menitikberatkan pada tiga prinsip utama komunikasi, yaitu *meaning* (makna), *language* (bahasa), dan *thought* (pikiran). Dalam teori ini, Mead mengambil tiga konsep pemikiran yang diperlukan dan saling memengaruhi satu sama lain. Dengan demikian, pikiran manusia (*mind*) dan interaksi sosial (*diri/self*) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (*society*) (Ardianto, 2007: 136).

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu data yang peneliti kumpulkan berbentuk deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, jadi tidak terikat dengan perhitungan angka-angka seperti halnya penelitian kuantitatif.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian observasi *unobtrusive* atau nonreaktif. Pada metode penelitian ini, observasi yang dilakukan nantinya tidak mengubah perilaku natural subjek (Hasanah,

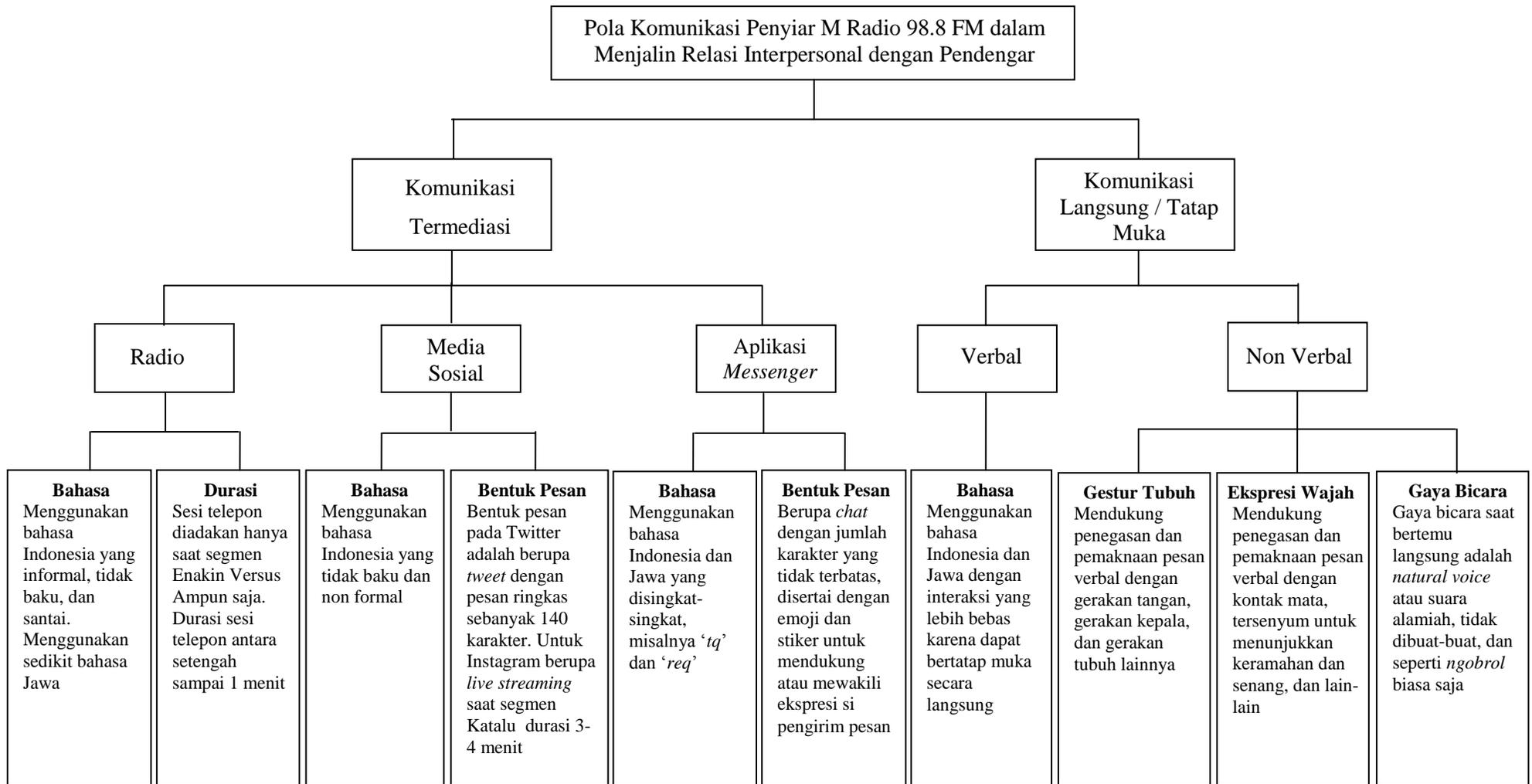
2016: 36). Jadi, peneliti akan datang ke tempat penelitian, tetapi tidak ikut terlibat langsung dan melakukan kegiatan yang sama dengan subjek penelitian. Di sini peneliti hanya bertindak sebagai pengamat saja. Peneliti akan mengamati bagaimana pola komunikasi penyiar dengan pendengar ketika ada dalam suatu siaran radio, maupun saat berinteraksi secara langsung.

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data yang nantinya akan mendukung penyusunan penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini, data primer yang peneliti gunakan berupa informan penelitian atau narasumber untuk mendapatkan data. Informan penelitian yang peneliti gunakan berupa informan (para pendengar radio) dan *key informan* (penyiar program acara Duo Kepo Show). Untuk sumber data sekunder, peneliti menggunakan studi pustaka, data perusahaan, dan internet. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Untuk memproses dan menganalisis data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga proses, yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (Prastowo, 2014: 242). Untuk menguji validitas atau keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan triangulasi sumber dan teknik saja. Dalam melakukan triangulasi sumber, peneliti mengecek dan membandingkan kebenaran data wawancara antara pendengar dan penyiar. Selain itu, dilakukan juga metode triangulasi teknik. Jadi, peneliti akan memeriksa validitas data hasil wawancara dengan cara mengecek hasil data yang didapat dari observasi dan dokumentasi.

Hasil dan Pembahasan

Dalam menjalin relasi interpersonal dengan pendengar, penyiar M Radio membangunnya dari interaksi dan komunikasi saat bersiaran radio. Interaksi saat siaran berlangsung dapat melalui berbagai media, seperti melalui telepon, media sosial, dan *messenger*. Interaksi antara penyiar dan pendengar tersebut nantinya dapat berkembang saat bertemu dan bertatap muka secara langsung. Dari sini dapat diamati bagaimanakah pola komunikasi penyiar M Radio dalam menjalin relasi interpersonal dengan pendengarnya. Pola komunikasi tersebut peneliti gambarkan dalam bagan berikut ini:



Gambar Bagan Pola Komunikasi Penyiar M Radio 98.8 FM dalam Menjalinkan Relasi Interpersonal dengan Pendengar
(Sumber: Olahan Peneliti)

Dalam menjalin relasi interpersonal dengan pendengar, penyiar M Radio membangun komunikasi dan berinteraksi saat bersiaran radio maupun bertemu secara langsung. Dalam siaran radio, penyiar berkomunikasi baik dengan komunikasi verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal dapat berupa penyampaian pesan secara lisan maupun tulisan. Tentunya pesan disampaikan berupa kata-kata atau lebih tepatnya adalah bahasa verbal. Menurut Mulyana (2007: 261), bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.

Dalam siaran radio, penyiar berkomunikasi secara verbal dengan menggunakan bahasa yang informal atau bahasa yang digunakan oleh anak muda dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa informal di sini berupa bahasa Indonesia yang gaul dan santai karena segmentasi pendengar M Radio adalah anak muda yang berumur 21 sampai 29 tahun. Pada teori interaksi simbolik, Mead (dalam Johnson, 1986: 17) mengemukakan bahwa individu menjadi objek dirinya sendiri dengan mengambil posisi orang lain dan menilai perilakunya sendiri seperti yang mereka inginkan. Penilaian ini meliputi suatu usaha untuk meramalkan respon orang lain dan meliputi penilaian akan respon-respon ini menurut implikasinya terhadap identitas individu itu sendiri.

Penyiar program acara Duo Kepo Show mengonsepskan dirinya sebagai anak muda yang gaul, lucu, santai, tidak kaku ketika bersiaran. Yang diharapkan ketika mereka berkomunikasi lewat radio, mereka diterima oleh pendengar yang juga mayoritas adalah anak muda. Ningrum (2007: 10) menyatakan bahwa radio anak muda, gaya siarannya harus disesuaikan dengan anak muda, apa yang biasa dikatakan, dan dipikirkan anak muda masa kini. Ceria, lucu (bisa ber-*haha-hihi*), ramai, tapi cerdas.

Dalam berinteraksi dengan penyiar, pendengar bisa menelepon atau mengirim *chat* lewat aplikasi *messenger* dan media sosial. Selama pengamatan, untuk sesi telepon, program acara Duo Kepo Show hanya memberi kesempatan pendengar untuk menelepon hanya pada saat segmen Enakin Versus Ampun saja. Durasi telepon juga tidak lama, maksimal satu menit saja.

Pendengar bisa mengirim *chat* dengan melalui aplikasi *messenger* LINE@ Official dan WhatsApp. Dengan adanya berkiriman pesan melalui aplikasi *messenger*, telah terjadi proses komunikasi secara sekunder karena interaksinya menggunakan media. Aplikasi

messenger ini sangatlah praktis karena proses penyampaian pesannya cepat, murah, dan bebas berkirim pesan dengan tidak terbatas karakter. Peneliti mengamati bahwa penyiar juga membalas beberapa *chat* dari pendengar yang sering memberi informasi penting dan *real time* tanpa diminta oleh penyiar saat bersiaran, misal saat terjadi kecelakaan atau kemacetan. Sementara itu, penyiar tidak pernah membalas *chat* dari pendengar yang hanya *me-request* lagu saja, jadi *chat* hanya dibacakan saja.

Dalam interaksi menggunakan aplikasi *messenger*, baik pendengar maupun penyiar sering berkirim pesan dengan menggunakan emoji. Emoji ini merupakan simbol berupa emotikon wajah manusia dalam *chat* yang berfungsi untuk mewakili ekspresi kita terkait dalam menanggapi isi pesan dalam *chat*. Terdapat ratusan jenis emoji, seperti emoji tersenyum (😊), tertawa (😂), menangis (😭), terkejut (😱), dan lain sebagainya. Selain itu, untuk aplikasi LINE@ Official juga terdapat fitur stiker yang dapat dikirimkan untuk mengekspresikan emosi dan perasaan si pengirim *chat*. Adanya interaksi melalui aplikasi *messenger* dengan menggunakan simbol berupa emoji dan stiker, dirasa dapat menggantikan simbol non verbal berupa ekspresi wajah, emosi, dan gestur tubuh yang tidak dapat pendengar dan penyiar lihat secara langsung. Menurut Herring (2010: 12), emoji dapat menunjukkan cara bagaimana pesan disampaikan, dengan indikator sebagai berikut, yaitu indikator perasaan, indikator non verbal, dan indikator ilokusi. Penggunaan stiker dan emoji juga memberikan tanda bahwa si pengirim pesan, dalam hal ini adalah penyiar dan pendengar, sangat ekspresif dan ramah dalam berkirim pesan, jadi tidak hanya berupa teks atau tulisan saja.

Selain penggunaan stiker, *chat* yang dikirimkan oleh penyiar maupun pendengar juga berupa singkatan-singkatan. Menurut Wijana (2008: 48) penyingkatan adalah proses pemendekan bentuk yang dianggap panjang atau terlalu panjang dengan cara penggabungan huruf awal menjadi bentuk baru yang lebih pendek. Proses pemendekan tersebut merupakan salah satu cara praktis berkomunikasi untuk menyatakan sesuatu, seperti halnya yang sering ditemui dalam *chat*. Misalnya yang terdapat dalam chat WhatsApp dan LINE@ Official milik M Radio, yaitu penggunaan kata ‘*tq*’ atau ‘*trims*’ untuk kata ‘*thank you*’ atau ‘terima kasih’ dan ‘*req*’ untuk ‘*request*’.

Kata merupakan unsur dari bahasa, dan bahasa adalah salah satu bentuk dari simbol. Jadi, kata yang disingkat-singkat ini juga merupakan simbol yang menyertai dalam proses

komunikasi. Orang awam mungkin masih paham dan tahu singkatan ‘*tq*’ atau ‘*trims*’ yang merujuk pada ‘*thank you*’ dan ‘terima kasih’, tapi mungkin sedikit tidak mengerti dengan ‘*req*’. Di sini, pendengar sering menulis kata ‘*req*’ untuk me-*request* lagu yang diinginkannya. Jadi mungkin kata ‘*req*’ hanya dipahami oleh pendengar dan penyiar saja.

M Radio memiliki akun media sosial Twitter dan Instagram di mana pendengar bisa mengirim *request* lagu atau berkirim salam. Untuk Twitter, penyiar memanfaatkannya untuk berbagi info *now playing* lagu yang sedang diputar dan berbagi info *traffic* Surabaya. Untuk media ini, peneliti menemukan hanya sedikit interaksi dari pendengar. *Mention* dari pendengar hanya untuk menyapa penyiar dan *request* lagu saja. *Tweet* yang dikirimkan juga terbatas karena untuk Twitter maksimal hanya 140 karakter saja, tidak seperti aplikasi *messenger* yang tidak terbatas karakter dalam mengirim pesan. Tampaknya para pendengar radio yang juga merupakan pengguna Twitter, mulai beralih ke media sosial lain yaitu Instagram, dan untuk mengirim *request* lagu lebih praktis melalui aplikasi *messenger*.

Untuk Instagram, bahkan pendengar bisa melihat secara langsung kondisi dan situasi di dalam studio siaran apabila penyiar membuka fitur Live Instagram. Di situ, pendengar bisa langsung berkomentar. Penyiar juga bisa langsung menyapa pendengar, walaupun memang terbatas karena masih ada dalam sebuah siaran radio. Tapi, selain melihat keadaan studio siaran secara langsung, pendengar bisa melihat simbol-simbol non verbal dari penyiar saat berkomunikasi, seperti gestur dan ekspresi wajah. Menurut hasil observasi yang dilakukan peneliti, penyiar melakukan Live Instagram hanya pada saat segmen Katalu saja. Pada segmen ini hanya berdurasi sekitar tiga sampai empat menit saja.

Soal bahasa, radio anak muda bisa jadi menggunakan perpaduan bahasa Indonesia, Inggris, dan bahasa daerah setempat. Pada program acara Duo Kepo Show juga menerapkan hal itu. Selain menggunakan bahasa Indonesia yang informal, luwes, santai, dan penuh dengan candaan, penyiar Duo Kepo juga menggunakan sedikit bahasa Jawa. Penggunaan bahasa kedaerahan dalam sebuah siaran radio berarti menerapkan penggunaan *local content*. Dengan penyiar berusaha mengonsepan dirinya sebagai orang Jawa, maka akan menimbulkan kedekatan emosi dengan pendengar, yaitu satu emosi kedaerahan, yang akan memperkaya siaran yang dilakukan penyiar. Menurut Wardana (2009: 106), penerapan warna kedaerahan dalam sebuah siaran akan membuat *air personality* dari penyiar yang benar-benar beda dengan yang lain.

Dari adanya interaksi-interaksi yang intens saat siaran, baik melalui telepon, media sosial, maupun aplikasi *messenger*, komunikasi antara pendengar dan penyiar dapat berkembang saat di luar siaran. Pendengar dapat bertemu dengan penyiar di acara-acara *off air* yang diadakan oleh M Radio, seperti misalnya saat acara rutin Friday M Live di setiap hari Jum'at malam. Pendengar juga bisa bebas kapan saja untuk berkunjung ke radio karena kantor M Radio memiliki sebuah kafe yang mana apabila sedang tidak bersiaran, para penyiar pasti berada di situ untuk menunggu waktu siaran atau sekedar bersantai.

Pendengar aktif yang peneliti wawancarai, Meiske Vella, sering sekali berkunjung ke kafe ini di setiap minggunya untuk bertemu dengan penyiar Duo Kepo. Terlihat kedekatan personal yang tidak terjadi seperti pada antara penyiar dengan pendengar lain. Apabila dilihat, memang untuk tipologi pendengar lain, seperti pendengar pasif dan selektif, mereka memang hanya murni menikmati siaran radio saja, tanpa berusaha untuk aktif berinteraksi di dalam maupun di luar siaran. Apalagi pendengar spontan yang hanya mendengarkan radio secara sepintas saja, jadi kecil kemungkinan untuk mengenal bahkan mengetahui nama penyiar dari radio yang sedang didengarkan.

Dengan adanya tatap muka secara langsung, membuat simbol-simbol yang menyertai sebuah komunikasi baik itu verbal maupun non verbal dapat diamati secara langsung. Bentuk komunikasi verbal adalah bahasa. Saat melakukan observasi, peneliti mengamati bahwa penyiar bisa lebih luwes untuk bercanda dengan pendengar. Dalam berkomunikasi, mereka cenderung lebih dominan dibanding pendengar, karena pendengar lebih kepada malu-malu saat bertemu dengan penyiar. Tapi penyiar berusaha membangun komunikasi dengan bersikap ramah, ceria, dan tidak 'sok-sokan' atau sombong.

Bahasa yang digunakan juga sama seperti saat siaran, bahasa Indonesia yang santai dan informal, dicampur dengan bahasa Jawa. Bahasa tergantung pada apa yang disebut Mead sebagai simbol signifikan, atau simbol-simbol yang memunculkan makna yang sama bagi banyak orang (West dan Turner, 2008: 105). Jadi dengan penggunaan bahasa Jawa, akan menimbulkan sebuah pemahaman yang lebih seperti pada misalnya ada beberapa candaan dari penyiar yang lucu dan mengena apabila disampaikan dalam bahasa Jawa. Bahasa kedaerahan juga berfungsi untuk mendekatkan satu sama lain yang memiliki latar belakang daerah yang sama. Candaan dan sapaan dalam bahasa Jawa yang dilontarkan oleh

penyiar ini dimaksudkan untuk mendekatkan emosi dan hubungan interpersonal dengan pendengar.

Menurut hasil wawancara dengan penyiar Duo Kepo dan pendengar aktif, dalam hal interaksi mereka lebih menyukai saat bertemu langsung dibandingkan saat siaran. Saat bertemu langsung mereka bisa bebas membicarakan apa saja yang tidak boleh dibicarakan saat berada dalam siaran, dan tidak terbatas durasi waktu juga. Dengan bertatap muka membuat simbol-simbol non verbal bisa dilihat secara langsung. Apabila saat siaran pendengar hanya bisa mengira-ngira emosi dari pendengar hanya berasal dari intonasi, jeda, atau penekanan kata saat berbicara, maka saat bertemu pendengar dan penyiar bisa melihat ekspresi dan gestur tubuh secara langsung.

Simbol non verbal yang dapat dilihat dan diamati ketika bertatap muka secara langsung adalah gestur tubuh, ekspresi wajah, dan gaya bicara. Gestur tubuh penyiar misalnya bisa diamati dari tangan yang selalu bergerak untuk menunjukkan bahwa penyiar adalah orang yang sangat ekspresif ketika menceritakan sesuatu. Lalu ekspresi atau mimik wajah seperti kontak mata dan tersenyum yang menunjukkan keramahan ketika bertemu dengan pendengar. Gaya bicara penyiar ketika bertemu secara langsung adalah *natural voice* atau suara alamiah, tidak dibuat-buat, dan seperti *ngobrol* biasa saja. Simbol non verbal ini untuk mempertegas pemberian dan pemaknaan pesan sehingga komunikasi akan menjadi lebih efektif. Komunikasi yang efektif tidak akan terjadi tanpa adanya makna yang dibagikan.

Karakter penyiar yang dibangun saat siaran adalah lucu, suka bercanda, dan gaul. Ternyata menurut pendengar aktif, karakter asli penyiar adalah lucu, ramah, dan tidak sombong dengan pendengar. Konsep diri dapat dibentuk dengan cara merefleksikan diri sendiri menurut pandangan orang lain. Penyiar mengonsepskan dirinya sebagai tidak hanya teman untuk menemani aktivitas sehari-hari dalam siaran radio, tapi juga lebih kepada teman yang bisa akrab dan ramah saat bertemu. Penyiar tidak membatasi untuk berinteraksi dengan pendengar, siapapun itu.

Dari hasil wawancara dengan pendengar aktif, Meiske Vella, saat bertemu dengan penyiar ia mengonsepskan dirinya lebih kepada teman, bukan hanya sebagai pendengar atau fans. Saat bertemu ia tidak hanya mengobrol basa-basi atau masih malu-malu seperti halnya pendengar lain, tapi sudah mengobrol layaknya teman. Bahkan penyiar juga sudah

mengenal keluarga dari Meiske sejak lama. Saat berkunjung ke radio Meiske juga sering mengajak keluarganya.

Meiske awalnya adalah pendengar pasif program acara Duo Kepo Show, yang kemudian menjadi sering berinteraksi. Dimulai dari seringnya berinteraksi dengan mengirim *request* lagu via WhatsApp, menelepon, kemudian sering berkomentar di media sosial Instagram milik Duo Kepo, Meiske menjadi terdorong untuk bertemu dengan Duo Kepo secara langsung. Duo Kepo yang lucu dan ramah saat bersiaran, ternyata karakter aslinya di luar siaran juga sama seperti itu. Tahapan atau status Meiske sebagai pendengar, sebenarnya sudah sangat dekat dengan penyiar, lebih dari sekadar hubungan antara pendengar dan penyiar. Tapi sudah menjadi teman dekat untuk *nongkrong* dan *curhat*.

Saat siaran radio, peneliti mengamati bahwa percakapan antara Meiske dan penyiar diselingi candaan dan percakapan yang bersifat personal. Pendengar lain mungkin akan bertanya-tanya dan tidak paham dengan apa yang diperbincangkan oleh mereka berdua, oleh karena itu penyiar juga membatasi durasi telepon tidak lebih dari satu menit. Begitulah pola komunikasi yang terbentuk dari penyiar M Radio dalam menjalin relasi interpersonal dengan pendengar.

Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pola komunikasi penyiar M Radio dalam menjalin relasi interpersonal dengan pendengarnya terbagi menjadi dua bagian yaitu komunikasi termediasi dan komunikasi langsung atau tatap muka. Komunikasi termediasi meliputi radio, media sosial, dan aplikasi *messenger*. Dalam siaran radio, penyiar menggunakan bahasa Indonesia yang informal, tidak baku, dan santai yang dicampur dengan bahasa Jawa. Untuk media sosial, interaksi terlihat via Twitter dan Instagram. Untuk aplikasi *messenger*, pendengar bisa mengirim *chat* via WhatsApp dan LINE@ Official.

Karena adanya keterbatasan durasi saat berinteraksi melalui radio, maka cara untuk membangun komunikasi dan hubungan interpersonal yang efektif adalah dengan cara bertatap muka secara langsung. Dengan bertatap muka secara langsung, simbol non verbal berupa gestur tubuh dan ekspresi wajah dapat diamati. Adanya pertemuan dan interaksi secara langsung yang intens, dapat menimbulkan kedekatan tersendiri antara pendengar dan

penyiar. Kedekatan saat di luar siaran akhirnya terbawa kembali ketika ada dalam sebuah siaran. Terlihat ada perbincangan personal yang hanya dimengerti antara pendengar dan penyiar saja.

Saran

1. Untuk Pengembangan Teoretis

Penelitian yang peneliti lakukan ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi penyiar M Radio dalam menjalin relasi interpersonal dengan pendengarnya, di sini M Radio adalah radio dengan segmentasi anak muda dengan umur antara 21 sampai 29 tahun. Jadi, hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk pola komunikasi penyiar pada radio dengan segmentasi atau target pendengar yang berbeda dengan M Radio. Maka, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti pola komunikasi penyiar pada radio dengan segmentasi selain anak muda. Sedangkan dari segi teori, yaitu teori interaksi simbolik, peneliti hanya berfokus pada *self* (konsep diri) pada penyiar dan pendengar radio. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat lebih membahas mengenai konsep utama pemikiran interaksi simbolik lainnya yaitu *mind* (pikiran) dan *society* (masyarakat).

2. Untuk Pengembangan Praktis

Berdasarkan hasil wawancara dengan penyiar program acara Duo Kepo Show dan pendengarnya, didapat hasil bahwa interaksi saat siaran memang sangat minim. Apalagi untuk sesi telepon yang hanya berdurasi tidak lebih dari satu menit saja. Di sini peneliti berharap interaksi dengan pendengar melalui telepon agar lebih dimaksimalkan lagi di beberapa segmen lain dalam program acara Duo Kepo Show, tidak hanya pada segmen Enakin Versus Ampun saja mengingat durasi siaran yang cukup lama, yaitu tiga jam. Selain itu, *Program Director* atau penyiar Duo Kepo Show bisa sesekali mengundang pendengar untuk bersiaran secara langsung untuk menambah materi siar, memberi warna baru dalam program acara, dan memperkaya interaksi antara penyiar dan pendengar.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Dadi. 2008. *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. Jurnal MediaTor, Vol. 9, No.2.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Bayutiarno, Naufal. 2015. *Pola Komunikasi Komunitas Otaku di Kota Surakarta*. Jurnal Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Hasanah, Hasyim. 2016. *Teknik-teknik Observasi: Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial*. Jurnal Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Ilmu Negeri Semarang.
- Herring, E. D. 2010. *Functions of the Non-Verbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force*. *Communication Theory*.
- Johnson, Doyle Paul. 1986. *Teori Sosiologi: Klasik dan Modern*. Jakarta: PT Gramedia.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- , 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ningrum, Fatmasari. 2007. *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter & Reporter Radio*. Jakarta: Penebar Plus.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Prastowo, Andi. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Rahanatha, Bayu. 2008. *Skema Pembentukan Positioning terhadap Pendengar dari Sebuah Stasiun Radio*. Jakarta: Visuo.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Wardana, Ega. 2009. *Sukses Menjadi Penyiar Radio Profesional: Panduan Praktis untuk Profesi Dunia Radio*. Jogjakarta: CV Andi Offset.
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. 2008. *Semantik: Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Yulia, Wanda. 2010. *Andai Aku Jadi Penyiar*. Yogyakarta: Andi Offset.