

Etika Komunikasi Penyiar Pada Program OzClusive Di Oz Radio Bandung

Redana Kalara¹, Twin Agus Pramonojati²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, Redanakalara@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, Jatipramono@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Radio menjadi salah satu media komunikasi yang masih familiar. Di tengah banyaknya media-media baru yang hadir saat ini, media komunikasi radio terus bertahan, bahkan meningkat sangat pesat. Radio hingga kini masih di percaya sebagai media informasi dan komunikasi yang disukai oleh masyarakat lantaran mempunyai peran berguna untuk menyebarkan pesan ke masyarakat luas dan mempunyai kebebasan bertanggung jawab dalam melaksanakan fungsinya sebagai media yaitu: informasi, Pendidikan dan hiburan. Penyiar merupakan peran penting dari keberhasilan suatu radio. Dari segala kesanggupan dan kelebihan yang penyiar punyai, penyiar harus berusaha menghidupkan radio. Seorang penyiar radio menjadi salah satu kunci utama yang menentukan posisi atau rating radio, penyiar radio juga menjadi kunci utama sebuah stasiun radio. Keberhasilan seorang penyiar radio dalam berkomunikasi secara efektif di tentukan dengan penerapan etika komunikasi. (Kaharu, 2017). Dalam penyampaian pesan, penyiar radio yang bertindak sebagai komunikator idealnya memiliki etika komunikasi penyiar dalam berkomunikasi. Etika-etika tersebut sangat penting terlebih penyiar radio memiliki pekerjaan yang langsung didengarkan oleh banyak manusia, meskipun tidak secara langsung. Proses komunikasi yang terjadi selama siaran berlangsung, ketika penyiar radio menyampaikan pesan, pasti tidak lepas dari etika komunikasi penyiar yang dilakukan.

Kata kunci-media, penyiar radio, etika komunikasi penyiar, komunikasi

I. PENDAHULUAN

Radio menjadi salah satu media komunikasi yang masih familiar. Di tengah banyaknya media-media baru yang hadir saat ini, media komunikasi radio terus bertahan, bahkan meningkat sangat pesat. Radio hingga kini masih di percaya sebagai media informasi dan komunikasi yang disukai oleh masyarakat lantaran mempunyai peran berguna untuk menyebarkan pesan ke masyarakat luas dan mempunyai kebebasan bertanggung jawab dalam melaksanakan fungsinya sebagai media yaitu: informasi, Pendidikan dan hiburan.

Di era Globalisasi seperti ini masyarakat akan dengan gampang mendapatkan informasi baik dari media cetak atau media elektronik, karna tidak bisa di pungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada informasi yang aktual dan terpercaya. Hal ini sangat berkaitan dengan media massa, baik media massa cetak atau elektronik. Salah satu media yang memberikan pesan yang faktual atau terpercaya adalah radio. (Kaharu, 2017).

Radio menjadi media telekomunikasi tidak dapat melepas peranannya dalam komunikasi, salah satu fungsi radio saat ini adalah menginformasikan segala sesuatu peristiwa disekitar, seperti sosial, ekonomi dan hiburan. Selain memberikan pesan radio juga berperan untuk mengedukasi masyarakat melalui informasi yang di sampaikan melalui radio, oleh karena itu seorang penyiar radio harus mengerti dan memahami etika penyiar supaya pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pendengar atau masyarakat luas.

pada semua keunggulan yang dimiliki oleh radio, menghasilkan radio banyak disukai oleh masyarakat dan sangat menyenangkan untuk di dengarkan. Selain itu radio juga mempunyai kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, karena menjadi salah satu media tanpa visual, radio memiliki dorongan atau rangsangan suara dan mempunyai upaya untuk memvisualisasi suara penyiar ke telinga pendengar.

Radio bisa memerankan apa saja sesuai gambaran dari pendengar melalui kata-kata yang di sampaikan oleh penyiar dan nada suara yang di keluarkan oleh penyiar.

Penyiar merupakan peran penting dari keberhasilan suatu radio. Dari segala kesanggupan dan kelebihan yang penyiar punyai, penyiar harus berusaha menghidupkan radio. Seorang penyiar radio menjadi salah satu kunci utama yang menentukan posisi atau rating radio, penyiar radio juga menjadi kunci utama sebuah stasiun radio. Keberhasilan seorang penyiar radio dalam berkomunikasi secara efektif di tentukan dengan penerapan etik komunikasi. (Kaharu, 2017)

Karena pada saat ini banyak radio yang membebaskan penyiar untuk membahas hal-hal apapun sehingga pembahasan pada program tersebut menyimpang dan melanggar etika komunikasi penyiar, contohnya seperti radio Hard Rock FM Jakarta dimana pada 15 April 2021 salah satu programnya yang bernama GMHR Show ditegur oleh KPI pusat.

Selain itu ada TRAX FM dalam program "Morning zone" dimana mereka juga mendapat teguran karena melanggar etika komunikasi pada penyiar, karena perbincangan antara kedua penyiar yang menceritakan pengalaman intim para pendengar radio tersebut pada segmen "Atur-atur" yang disiarkan sepanjang tahun 2020 pada pukul 08:30

Pada penuturan diatas membuktikan bahwa terdapat kelalaian pada penyiar radio Hard Rock FM, Mustang FM dan TRAX FM dimana penyiar mereka menyampaikan pesan berisi percakapan asosiatif antara dua orang penyiar yang bernuansa dewasa atau menjurus ke arah pornografi dan melanggar aturan yang terdapat dalam pedoman penyiaran dan standar program siaran (P3SPS) KPI. Akibat siaran tersebut KPI memutuskan memberikan sanksi teguran tertulis pada ketiga stasiun radio tersebut. Maka karena itu etika komunikasi penyiar sangatlah penting untuk diterapkan agar siaran dapat diterima dengan baik oleh para pendengar dan dapat memberikan efek yang baik kepada masyarakat luas, dan sangat disayangkan karena ketiga radio tersebut mempunyai rating yang sangat baik dan sangat

ditunggu-tunggu oleh pendengar.

Pemanfaatan media massa seperti radio sangatlah penting, terlebih radio memiliki berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh media massa lain. Jangkauannya yang luas, pendengar yang tidak terbatas, serta proses penyampaian yang langsung dari komunikator (penyiar) kepada komunikan (pendengar) secara *realtime* menjadi nilai lebih. Sehingga penggunaan radio sebagai media massa masih banyak dijumpai di berbagai daerah, termasuk di daerah Bandung. Bandung mempunyai salah satu stasiun radio yang hits dan terkenal di kalangan masyarakat yaitu OZ Radio, OZ Radio berada di kota Bandung tepatnya di jalan Setrasari dimana radio tersebut mempunyai program-program yang dapat menarik pendengar dengan nama program yang unik, seperti OZ OTW merupakan singkatan *OZ On The Way*, OZ terbang pagi dan OZ *Clusive*. Dari semua program tersebut banyaknya para pendengar berasal dari kalangan anak muda dan dewasa, ada pendengar yang suka dengan informasi beritanya dan ada juga yang tertarik dengan suara penyiar atau hanya siaran musiknya. Agar penyiar OZ radio Bandung dapat memberikan informasi dan menjalin komunikasi yang baik dengan pendengar, maka dibutuhkan penerapan etika komunikasi agar penyiar terdengar baik dan berkualitas.

OZ Radio Bandung salah satu radio di kota Bandung bekerja di jalur 103.1 FM (*Frequency Modulation*). Radio ini didirikan oleh Ganjar Suwargani pada tahun 1971, Perusahaan penyiaran ini berlokasi di Jalan Setrasari II No.14 Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40152. Pada program siarannya OZ Radio Bandung menyajikan banyak informasi seperti musik, hiburan dan menginformasikan segala sesuatu peristiwa di sekitar. Hampir pada setiap program OZ Radio Bandung melibatkan para pendengar. Seperti halnya pada saat siaran berlangsung, pendengar dapat meminta lagu, menyampaikan kesan-pesan dan saling bertukar pikiran antara penyiar dan pendengar.

OZ Radio Bandung mempunyai program unggulan yang mempunyai rating sangat baik yaitu program OZ *Clusive*, Program ini dimulai secara langsung setiap hari pada pukul 15:00- 19:00 WIB. Pada program OZ *Clusive* penyiar biasanya menyampaikan informasi tentang berita, hiburan, lagu, dan percintaan, dimana program ini banyak sekali didengarkan dan menjadikan OZ Radio Bandung pada program OZ *Clusive* mempunyai rating sangat baik dimasyarakat luas.

Dalam penyampaian pesan, penyiar radio yang bertindak sebagai komunikator idealnya memiliki etika komunikasi penyiar dalam berkomunikasi. Etika-etika tersebut sangat penting terlebih penyiar radio memiliki pekerjaan yang langsung didengarkan oleh banyak manusia, meskipun tidak secara langsung.

Proses komunikasi yang terjadi selama siaran berlangsung, ketika penyiar radio menyampaikan pesan, pasti tidak lepas dari etika komunikasi penyiar yang dilakukan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, informan pada penelitian ini sudah ditentukan oleh penulis yaitu dua penyiar pada program OZ *Clusive* di OZ Radio Bandung. Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis perlu meneliti lebih jauh mengenai penerapan etika komunikasi penyiar serta apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan etika komunikasi penyiar, dimana program OZ *Clusive* selalu menjadi program unggulan di OZ Radio Bandung dan selalu mendapatkan rating yang cukup baik.

A. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini penulis fokus kepada bagaimana penyiar OZ Radio Bandung pada program OZ *Clusive* menerapkan etika komunikasi penyiar. Etika komunikasi penyiar yang akan diteliti berkaitan dengan informasi-informasi yang disampaikan penyiar OZ Radio pada program OZ *Clusive*.

B. Etika dalam penyiaran radio

Komisi Penyiaran Indonesia menyebutkan pada peraturan komisi penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang standar program siaran di Indonesia bahwa Indonesia harus melindungi hak warga negara untuk mendapatkan informasi yang tepat, akurat, bertanggung jawab, dan hiburan yang sehat dan program siaran harus mampu memperkokoh integrasi nasional, terpelajarinya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan masyarakat.

Disaat menjalankan kegiatan penyiaran radio, Lembaga penyiaran radio harus menerapkan atau berpegang teguh kepada etika. Hal seperti ini dijalankan agar penyiaran yang dilakukan dapat memberikan manfaat kepada khalayak umum. Etika sebagai nilai atau norma-norma yang menjadi pedoman bagi seorang atau kelompok yang mengatur tingkah lakunya (Mufid, 2009: 173). Etika adalah nilai-nilai atau norma yang harus menjadi pedoman bagi pelaku media seperti, produser, director, penyiar, dan lain sebagainya. Agar kegiatan siaran yang dilakukan tidak menyimpang.

Dengan ini di harapkan radio tetap menjalankan fungsinya dengan menyampaikan informasi untuk para pendengar, radio dapat menjalankan fungsinya secara bebas namun tetap bertanggung jawab sesuai aturan dan etika yang berlaku. Serta moral dan hati nurani para pelaku media harus berkontribusi sehingga mereka dapat melakukan kegiatan siarannya dengan memberikan informasi yang sehat dan bermanfaat. Nilai etika sangatlah penting karena hal tersebut dapat mendorong untuk membuat komitmen serta membuat keputusan yang penuh dengan pertimbangan.

Peduli kepada nilai etika juga mengajarkan pelaku media untuk menemui hal baik pada praktek profesi mereka, meningkatkan penghargaan kepada diri sendiri dan kredibilitas khalayak umum. Penekanan perhatian kepada etika ini berfokus kepada dua hal, yaitu: (1) etika sosial atau komunitas, dimana komunikator di media memperhatikan isyarat etis dari masyarakat dan komunitas (2) etika perorangan atau individual, pelaku media menekankan pengembangan etika individu dan etika komunitas sebagai prioritas kedua (Gordon, et al:2011).

Disaat melakukan penyiaran, etika pada media sangat dibutuhkan sebagai pegangan aturan moral, mengingat media dan perilaku pelaku media (komunikator) bisa saja mempunyai dampak negative. Hukum melindungi sebagian hal dalam kegiatan penyiaran, tetapi tidak semuanya terlindungi oleh hukum, oleh karena itu diperlukan dalam situasi tertentu dimana hukum tidak dapat menyelesaikannya. Etika ini ada pada level kebijaksanaan individu dan organisasi profesi. Yang paling pertama diperhatikan etika media adalah akurasi atau kebenaran (*accuracy or truthfulness*), keadilan dan tanggung jawab, rahasia subyek media dan orang-orang dalam layanan informasi, dan penghargaan terhadap *property* intelektual atau ide-ide orang lain.

Pelaku media (komunikator) harus mengerti etika yang bersangkutan dengan aksi komunikasi, tujuan tindakan komunikasi, sarana dan tujuan tindakan komunikasi. Dalam melakukan tindakannya, pelaku media harus mempunyai kehendak atau tujuan baik untuk tanggung jawab. Baik ini diungkapkan pada etika profesi dengan maksud agar ada norma intern yang mengatur profesi. Mengapa pelaku media harus memahami prinsip-prinsip etika (Libois (dalam Haryatmoko, 2007: 38-39) menegaskan mengapa etika harus dilakukan saat kegiatan komunikasi berlangsung, pertama, media memiliki wewenang dan dampak yang besar kepada masyarakat. Sedangkan media dengan gampang dapat memalsukan dan menghalangi audiens, karena ini etika komunikasi dapat mengamankan masyarakat yang lemah. Kedua, etika komunikasi adalah upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab. Ketiga, menghindari dampak negatif logika instrumental logika ini cenderung mengabaikan makna dan nilai, yang terpenting adalah mempertahankan kejujuran pers di hadapan masyarakat, sementara itu tujuan media adalah sebagai instrumen pencerahan kurang mendapatkan perhatian. Seharusnya, media menjalankan perannya sebagai sarana pendidikan, agar pendengar, pembaca, pemirsa memiliki sikap kritis dalam berpikir, tetapi disisi lain praktek logika ekonomi memaksakan media mengambil logika mode yang mementingkan hal yang bersifat luar biasa, *sensational, superficial*, dan beberapa pesan yang beragam.

II. METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah satu penelitian yang objeknya bersifat alamiah, dimana penulis berperan menjadi suatu kunci, dan sebagai teknik pengumpulan data beserta hasil penelitiannya lebih menekankan kepada artinya. Dapat disederhanakan dengan mengkaji yang difokuskan pada kualitas data bahan dan pelayanan (Sugiyono, 2010:1). Metode penelitian kualitatif ini adalah untuk memperoleh data yang lebih mendetail, dari suatu data tersebut dapat mengandung makna.

Makna adalah data yang sebenarnya, kriteria dari data penelitian kualitatif terdapat data yang akurat. Data yang akurat adalah data yang terjadi sesuai dengan kejadian sebagaimana adanya, bukan data yang hanya dilihat, terucap tetapi data yang berisi makna dibalik yang dilihat dan diucapkan tersebut (Sugiyono, 2014). Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut sugiyono (2012) pada buku *dasar metodologi penelitian* penelitian kualitatif deskriptif dimana penelitian ini terdapat masalah mandiri, baik hanya satu variable atau lebih. Penelitian deskriptif kualitatif ini mengumpulkan data fakta yang ada dilapangan, data tersebut dapat berupa kata-kata, gambar maupun angka yang kemudian diolah menjadi sebuah tulisan sebagai penunjang penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan mengenai penerapan etika komunikasi pada penyiar OZ Radio Bandung. Sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai analisis etika komunikasi.

III. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan. Bahwa penyiar pada program OZ Clusive di OZ Radio Bandung telah menerapkan etika komunikasi penyiar. Dalam penerapan yang dilakukan sebagai berikut: menjadikan medianya sebagai sarana pendidikan, membagikan pesan yang akurat dan dijamin kebenarannya, dan membagikan pesan yang sehat dan bermanfaat.

REFERENSI

<file:///C:/Users/ASUS%20TUF/Downloads/79-Article%20Text-152-1-10-20160106.pdf>

<http://repository.ums.ac.id/handle/123456789/11601>

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36199-temukan-percakapan-asosiatif-kpi-tegur-radio-hard-rock-fm-jakarta>

https://id.wikisource.org/wiki/Standar_Program_Siaran_oleh_Komisi_Penyiaran_Indonesia

<https://www.google.com/search?q=rating+oz+radio+bandung&safe=strict&sxsr=>

<https://www.google.com/search?q=rating+oz+radio+bandung&safe=strict&sxsr=>

https://www.kompasiana.com/orangradi_o/55104861813311d438bc633e/penyiar_Sugiyono.

Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Kanisius

Komisi Penyiaran Indonesia. 2016. *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS)*. Jakarta

Komisi Penyiaran Indonesia. 2002. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002: Tentang*

Kepenyiaran. Jakarta

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Data Kasus Pelanggaran Praktek Siaran Radio. Jakarta: KPI. www.kpi.go.id

Nurrokhim. (2017) <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/11601>

Richard L. Johannes, *Etika Komunikasi*, Alih Bahasa: Dedy Djamaludin Malik, dkk, (Bandung: PTRemaja Rosdakarya)

Sugiyono. (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.

Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. ALFABETA,

Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta. cv.

Penyiar. (2015). (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA,

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. 2014. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cet. 14

McLeish, Robert. 2006. *Radio Production; Fifth Edition*. Burlington: Focal Press

