

Eksistensi Penyiar Program Morning Zone di Radio Trax Fm Palembang

Refka Audy Phyana¹ dan Rahma Santhi Zinaida²

Universitas Bina Darma^{1,2}

Email Korespondensi: rahmasanthi@binadarma.ac.id

Diterima: 27 Maret 2022

Disetujui: 15 April 2022

Diterbitkan: 31 April 2022

Abstrak

Artikel ini berjudul Eksistensi penyiar Program Morning Zone Di Radio Trax FM Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Eksistensi penyiar Program Morning Zone Di Radio Trax Fm Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Adapun subjek penelitian terdiri dari 4 Orang, meliputi 2 (dua) orang penyiar dan 2 (dua) orang pendengar . Teknik pengumpulan data diperoleh melalui data hasil wawancara, data observasi, dan data dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori Penyiaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Eksistensi Penyiaran Program Morning Zone Di Radio Trax Fm Palembang, yaitu : (1). Melalui Tahapan Program Morning Zone berupa Musik dan Isi materi, (2). Tahapan On Air berupa Musik, Obrolan kata-kata, dan Interaksi pendengar. (3). Evaluasi On air dan (4) Respon pendengar.

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Radio, Penyiar, dan Pendengar.

Abstract

This Article entitled The existence of the Morning Zone Program announcer on the Palembang Trax Radio Fm. This study aims to find out the existence of the Morning Zone Program announcer on the Palembang Trax Radio. The research method used is a qualitative research method, with a descriptive approach. The research subject consisted of 4 people, including 2 (two) publishers and 2 (two) listeners. Data collection techniques were obtained through interview data, observation data, and documentation data. This study uses Broadcasting Theory. The results of this study indicate that the existence of the Morning Zone Broadcasting Program on the Palembang Radio Trax Fm, namely: (1). Through the Morning Zone Program Stage in the form of Music and Content, (2). On Air Stages in the form of Music, Chat Words, and Listener Interactions. (3). Evaluation of On air and (4) Response of listeners.

Keywords: Mass Communication, Radio, Broadcaster, dan Listener.

PENDAHULUAN

Radio memiliki karakteristik yang unik sehingga dijadikan sebagai media yang banyak digunakan masyarakat saat ini radio sangat populer di masyarakat dengan pendengarnya yang spesifik karena kemampuan yang luar biasa untuk menciptakan "*theatre of mind*" dalam pikiran pendengar (Shott, 1976). Radio juga memiliki kemampuan mengirimkan transmisi dengan jangkauan yang sangat luas sehingga menjangkau daerah-daerah secara luas kelebihan media radio dibanding dengan media massa yang lainnya adalah cepat dan mudah dibawa kemana-mana dapat didengar dengan dibarengi mengerjakan pekerjaan yang lain. Radio merupakan media massa elektronik paling tua dan masih ada hingga saat ini radio telah lebih dahulu muncul jauh sebelum televisi muncul.

Radio menjadi *icon* musik untuk kalangan anak muda di kota Palembang adalah radio Trax Fm dengan gelombang siar 95,1 FM. Radio trax dengan segmentasi anak muda mampu menjadi media komunikasi bagi berbagai komunitas anak muda dengan keunikannya di kota Palembang. Saat ini radio trax bukan hanya menjadi sekedar radio anak muda namun juga merupakan media komunikasi untuk berbagai hal misalnya berita lokal dan mancanegara, ruang wawancara interaktif bagi pendengar, media beriklan atau berpromosi dan juga membuat sebuah *event*.

Radio 95,1 Trax Fm Palembang merupakan sebuah stasiun radio yang baru berusia tiga tahun di kota Palembang sebelumnya frekuensi 95,1 ini adalah radio Candrabuana namun MRA Broadcast Media Division adalah investor yang bergabung diradio Candrabuana dan mengalihkan radio Candrabuana dengan membuat branding nama baru yaitu Trax FM Palembang dengan sebutan untuk pendengar yaitu "Anak Trax". Trax FM berdiri sejak tahun 2000 dengan nama MTVon Sky dan merupakan waralaba dari merek dagang MTV, namun sejak tahun 2004 stasiun radio melepaskan diri dari MTV dan berdiri sendiri dengan nama Trax FM dan beroperasi di bawah manajemen MRA Media juga mengelola *i*-Radio, Cosmopolitan Radio, Cosmopolitan (majalah), Cosmogirl (majalah), Spice (Majalah), HardRock Fm, Brafa radio dan Trax Fm.

Trax Fm juga memiliki segmentasi pendengar dengan usia 18 hingga 25 tahun (laki-laki dan perempuan) Trax Fm merupakan salah satu stasiun radio yang mengudara di Jakarta (frekuensi 101.4), Semarang (frekuensi 90.2) dan Palembang (frekuensi 95.1) dengan status ekonomi sosial A, B. Kampanye yang gencar dilakukan bermoto "*Brings out the coolness and goodness in you*" (tunjukkan kehebatan dan kebaikanmu) kampanye ini dimaksudkan untuk mengajak anak-anak remaja agar memiliki kehidupan yang ceria dan dinamis dan juga nilai-nilai sosial dalam kehidupan mereka sehingga pendengar dapat membuat suatu perbedaan yang bersifat positif. Pada umumnya stasiun ini mengedepankan acara musik yang diminati anak-anak remaja, seperti acid, jazz, pop, rock, R&B, hip hop, alternatif, dan lainnya.

Trax Fm Palembang berdiri tahun 2014 sebelum nya Trax fm Palembang bernama Radio Candrabuana segmentasi pendengar trax Palembang anak muda generasi milenial 18 hingga 25 tahun untuk secara luas dari 15 hingga 35 tahun tetapi dengan berjalannya waktu diganti dengan nama Trax Fm Palembang dengan frekuensi 95,1 selain dari trax Fm Palembang Trax Fm berada juga dikota-kota lain seperti di Jakarta dan Semarang.

Program Morning Zone adalah program unggulan dari semua program yang ada di Trax FM Palembang karena memang ditempatkan untuk menjadikan penyemangat di saat pendengar memulai aktivitas dipagi hari. Siaran Morning Zone bersifat informatif dan bersemangat karena seseorang baru mulai melakukan aktivitas dipagi hari serta dengan mengetahui informasi atau kejadian di hari ini yang disampaikan oleh penyiar, suasana di Morning Zone lebih menuju ke *show* karena program di pagi hari kebanyakan anak trax baru memulai aktivitas dan program Morning Zone tidak menuntut untuk anak Trax berinteraktif atau interaksi dengan penyiar, tujuan dari siaran pagi di program Morning zone untuk show ke “anak Trax” (Pendengar).

Anak Trax diharapkan memiliki sifat-sifat seperti mudah bergaul, kreatif, terbuka, berpengetahuan luas, inovatif, mengikuti trend masa kini, hobi musik, menyenangkan film, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan dan gaya hidup anak remaja. Program harian Trax FM dimulai dari hari Senin sampai dengan hari Jumat, mulai pukul 5 pagi sampai dengan pukul 12 malam. Setiap radio pasti memiliki keunikannya tersendiri yang membuat begitu orang mendengarkan siaran tersebut pendengar akan mengetahui bahwa itu adalah siaran dari radio A misalnya keunikan dari penyiar dan ciri khas dari radio itu sendiri terdapat dari bahasa kata-kata lisan yang diucapkan seorang penyiar dalam menyampaikan informasi tidak hanya itu lagu dan *jingle* merupakan elemen penting dalam dunia radio semua hal tersebut adalah kunci utama identitas stasiun radio dalam menyajikan informasi atau program untuk tetap memperbanyak para pendengarnya.

Eksistensi dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari aspek penyiar, produser dan iklan. Aspek tersebut dapat membuat sebuah eksistensi. Misalnya, eksistensi sebuah program dapat dipengaruhi oleh penyiar. Apabila penyiar memiliki *fans* yang cukup banyak maka program tersebut dapat terangkat atau eksis. *Fans* dari seorang penyiar dapat memberikan eksistensi atau keberadaan saat penyiar membawakan program tersebut (Suratno et al., 2020).

Sedangkan produser merupakan salah satu orang yang merencanakan sebuah program siaran, produser membuat jadwal siaran dengan mempertimbangkan kenapa sebuah program harus disiarkan pada jam-jam tertentu. Lain pula iklan, eksistensi sebuah program siaran dapat dilihat seberapa sering iklan yang masuk pada program tersebut. Semakin banyak iklan yang masuk, menandakan program tersebut sangat eksis.

Berdasarkan hasil penjelasan, Peneliti melakukan penelitian dengan membahas “Eksistensi Penyiar Program Morning Zone Di Radio Trax Fm Palembang”.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Cangara, 2012).

Ciri-ciri komunikasi massa dibagi menjadi beberapa macam, antara lain (Nurudin, 2014): 1) Komunikator dalam komunikasi massa melembaga, komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang. Artinya, gabungan antara berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem; 2) Komunikasi dalam komunikasi bersifat heterogen, untuk memetakan secara jelas mengapa komunikasi dalam komunikasi massa itu heterogen bisa dimulai dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: siapa penonton televisi, siapa pembaca surat kabar, siapa pendengar radio, dan siapa pengguna internet; 3) Pesannya bersifat umum, pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu; 4) Komunikasinya berlangsung satu arah, ketika anda membacakan, komunikasi yang berlangsung hanya satu arah, yakni dari media massa (koran itu) ke Anda dan tidak sebaliknya. Ini sangat berbeda ketika melakukan komunikasi tatap muka; 5) Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, bahwa dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan; 6) Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis, Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya, pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik); 7) Komunikasi massa di kontrol oleh Gatekeeper, gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/ palang pintu/ penjaga gawang adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Gatekeeper ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebar lebih mudah dipahami.

Radio

Radio yaitu media komunikasi yang bersifat auditif (dengar) dengan penyajian berita yang mengandalkan sistem gelombang elektronik. Kecepatannya merupakan ciri utama media elektronik berbentuk radio, penyebaran informasi dan berita melalui radio dapat berlangsung cepat dan lebih luas (Yunus, 2010). Penyampaian pesan melalui siaran dengan menggunakan bahasa lisan; walaupun ada lambang-lambang non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpannya tanda waktu saat akan memulai acara waktu berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat music (Effendy, 2017).

Karena sifatnya auditori untuk didengarkan lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik. Penyajian hal yang menarik dalam rangka penyampaian suatu pesan adalah penting, karena publik sifatnya selektif. Dalam hubungan ini musik memegang peranan yang sangat penting dan diantara acara-acara musik itu pesan-pesan disampaikan kepada pendengar (Effendy, 2017).

Terdapat beberapa sifat radio, yaitu : Auditori, Sifat radio siaran adalah siaran auditori, untuk didengar karena hanya untuk didengar maka isi siaran yang disampaikan ditelinga pendengar hanya sepintas lalu saja dan hal ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan oleh media surat kabar, majalah atau media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali; 2) Mengandung gangguan, sifat komunikasi yang menggunakan saluran bahasa dan bersifat masal akan menghadapi dua faktor gangguan. Gangguan yang pertama ialah semantic noise factor yang kedua ialah channel noise factor atau yang disebut mechanic noise factor; 3) Akrab, radio siaran bersifat akrab, intim. Seorang penyiar radio seolah-olah berada dikamar pendengar yang penuh hormat dan dengan vekatan menghidangkan acara-acara yang menggembirakan kepada penghuni rumah. Sifat ini tidak dimiliki oleh media lain selain televisi (Effendy, 2017).

Penyiar Radio

Penyiar (announcer) adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, misalnya acara berita, pemutaran lagu pilihan, talk show dan sebagainya (K. Romli, 2016). Sebagai ujung tombak siaran, penyiar tentunya harus dapat menjadi representasi dari stasiun radionya dan berarti seorang penyiar menjadi salah satu cermin identitas stasiun (Triartanto, 2010). Penyiar menjadi juga menjasi sender sebuah stasiun radio dalam berkomunikasi dengan pendengar. Keberhasilan sebuah acara dengan parameter jumlah pendengar dan pemasukan iklan utamanya ditentukan oleh kepiawaian penyiar dalam membawakan sekaligus menghidupkan acara tersebut. Sebagai profesi dengan keahlian yang dimilikinya, seorang penyiar bisa dengan mudah memasuki profesi lain yang sejenis seperti menjadi MC (Master of Ceremony) dan presenter acara televisi.

Selain *announcer*, penyiar juga sering disebut presenter radio atau presenter siaran, yakni penyajian program siaran dan host atau pembawa acara. Penyiar adalah seorang yang bertugas menyebarluaskan suatu atau lebih informasi yang terjamin akurasi dengan menggunakan radio dan televisi atau lainnya dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti dan dipahami. Pemahaman ini perlu untuk membedakan dengan mereka yang bergerak di bidang komunikasi yang juga menggunakan media elektronik seperti radio amatir, telepon dan lain-lain (Bari, 2005). Sebelum melakukan siaran, persiapan yang dilakukan penyiar adalah menyediakan waktu luang. Minimal 15 menit sebelum siaran, penyiar sudah berada di ruang siaran untuk melakukan persiapan fisik, mental dan materi siaran. Selanjutnya memastikan semua kelengkapan siaran, berfungsi tidaknya pemancar, line telepon, dan lagu-lagu atau musik yang akan diputarkan (A. S. Romli, 2004).

Karakteristik Seorang Penyiar

Terdapat banyak kriteria untuk menjadi seorang penyiar radio, untuk menjadi penyiar radio diperlukan beberapa sikap yang perlu dipelajari untuk menarik minat pendengar agar menyukai siaran kita, sebagai berikut (A. S. Romli, 2004) : 1) Skill. Skill utama penyiar adalah lancar berbicara didepan microphone atau didalam ruang siaran; 2) Adaptability. Penyiar bagian dari *teamwork*. Ia tidak bekerja sendirian karena itu, ia harus luwes dan sanggup menyesuaikan diri dengan anggota tim dan situasi-kondisi termasuk tuntutan program dan jadwal siaran yang berubah-ubah atau jadwal yang tidak sesuai dengan keinginan; 3) Berwawasan Luas. Penyiar yang tidak punya wawasan atau pengetahuan yang banyak siarannya akan kering dan tidak berisi. Cuma *say hello* dan kirim-kirim salam, bahkan parahnya bisa *blank*, tidak tahu harus bicara apa. Untuk memiliki wawasan yang luas, penyiar harus rajin baca-baca koran setiap hari, majalah, artikel atau buku, juga sering menonton televisi dan acara lainnya;

4) *Sense of Music*. Penyiar wajib suka musik atau lagu dan tahu banyak tentang lagu dan peniarnya; 5) *Sense of Humor*. Penyiar juga harus humoris agar mampu menghibur pendengar dengan canda. Penyiar yang suka bercanda dan lucu, banyak disukai pendengar; 6) Jiwa Entertainer. Radio identik dengan hiburan (*entertainment*). Karena itu, penyiar radio mesti memiliki bakat entertaint. Dalam hal ini, penyiar hampir sama dengan artis. Pada kondisi apapun, mereka harus mampu tampil fresh dan cheerful dalam memberikan keceriaan kepada pendengar; 7) *Good Looking*. Karena banyak *fans* yang datang ke studio untuk menemui penyiar idolanya, ditambah lagi sering adanya acara off air yang membutuhkan kehadiran penyiar dilapangan dan bertemu langsung dengan audience, maka faktor penampilan menarik atau enak dipandang (*good looking*) menjadi penting. *Good looking* tidak identik dengan tampan atau cantik yang penting adalah *inner beauty* yang

melahirkan senyum tulus, sikap ramah, hangat dan bersahabat (*friendly*), ditunjang dengan cara berpakaian (*wardrobe*) yang serasi, bersih serta tidak norak.

Program Siaran

Kata program berasal dari bahasa inggris *programme* atau program yang artinya rencana atau acara (Morisan, 2011). Dalam konteks ini program diartikan sebagai segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audien*-nya. Siaran berasal dari kata siar yang berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata siar yang ditambah akhiran “an” membentuk kata benda yang memiliki makna apa yang disiarkan (Morisan, 2011). *Programming* atau penataan acara siaran ini tidak memiliki pola yang baku itu tergantung dari sistem pemerintah di mana badan radio siaran itu berada dan tergantung dari bentuk organisasi Badan radio siaran itu (Effendy, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa program berasal dari bahasa inggris yakni *programme*, yang artinya produk atau hasil dari sebuah media yang diperuntukan untuk menyebarluaskan informasi kepada *audiens* dari media tersebut melalui media sebagai jembatan untuk menyebarluaskan informasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu yaitu tentang eksistensi penyiar. Penelitian ini membahas mengenai Eksistensi Penyiar Program Morning Zone Di Radio Trax Fm Palembang dengan fokus penelitian membahas Eksistensi, Materi, Pendengar. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada penyiar dan kepada pihak yang mengetahui tentang penyiar program morning zone. Peneliti melakukan pertimbangan bahwa karakteristik responden adalah yang dianggap memiliki banyak informasi-informasi mengenai eksistensi penyiar program morning zone di Radio Trax FM Palembang.

Dalam penelitian ini adalah Oke Prima bestari yang merupakan penyiar program *morning zone* di radio trax fm Palembang, yang dalam penelitian ini dapat memberikan informasi lebih banyak bagaimana cara eksistensi penyiar di program *morning zone*. Serta Responden kedua dalam penelitian ini adalah Joni selaku penyiar program morning zone. Peneliti melakukan wawancara terhadap pendengar sebagai Responden ketiga Intan Widi bekerja sebagai wirausaha serta Responden keempat yaitu Nouvi Permatasari Mahasiswi

Universitas Negeri Islam Palembang guna untuk memperkuat bahwa keberadaan penyiar program Morning Zone diakui oleh pendengar.

Tabel 3.1. Informan Penelitian

No	Jumlah Responden	Status
1	1	Penyiar
2	1	Penyiar
3	1	Pendengar
4	1	Pendengar
Jumlah	4 Orang	

Sumber: Peneliti, 2019

PEMBAHASAN

Eksistensi Penyiar Program Morning Zone Di Radio Trax Fm Palembang

Tahapan Persiapan Program Morning Zone. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan diatas, maka peneliti akan membahas mengenai Eksistensi Penyiar Program Morning Zone di Radio Trax Fm Palembang, peneliti mendeskripsikan eksistensi penyiar Morning Zone Trax FM Palembang yang terdiri dari Eksistensi Penyiar, Materi, Pendengar dengan menggunakan Teori Penyiaran sebagai landasan teori dari penelitian ini dan Model lasswell yang berjudul Eksistensi Penyiar Program Morning Zone di Trax FM Palembang.

Formula Lasswell seorang ahli politik Amerika serikat pada tahun 1948 dalam mengemukakan suatu ungkapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa. Ungkapannya yang merupakan cara sederhana untuk memahami proses komunikasi massa adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut. *Who say what in which channel to whom with what effect?* (siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana).

Sebelum memulai siaran musik telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh *music director* (MD) kemudian pada saat siaran, penyiar memutarakan playlist lagu tersebut. Apabila ada pendengar yang ingin request lagu, penyiar akan segera mencarikan lagu sesuai dengan apa yang di request oleh pendengar kemudian memutarakan *request* lagu tersebut. Hal ini dipertegas kembalil oleh responden II selaku penyiar morning zone, bahwa lagu sudah dipersiapkan sebelumnya pada saat on air penyiar tinggal memutarakan playlist tersebut.

Materi program morning zone sudah dipersiapkan terdahulu sehari sebelum siaran, sebelum disiarkan informasi tersebut dikonsultasi kepada rekan siaran apakah informasi tersebut layak untuk disiarkan atau tidak. Hal

ini dipertegas oleh responden II selaku penyiar morning zone materi siaran dipersiapkan terlebih dahulu ada beberapa materi yang telah disiapkan oleh produser dan penyiar. Sedangkan untuk materi *talkshow* sudah dipersiapkan oleh produser namun apabila produser berhalangan balik lagi ke penyiar untuk membuat dengan materi *talkshow* dan materi tersebut di sesuaikan dengan narasumber. Durasi materi berbeda dengan responden I selaku penyiar morning zone, materi *talkshow* untuk pemasaran biasanya materi telah diarsipkan oleh narasumbernya.

Tahapan On Air Program Morning Zone. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan hal tersebut menjadi daya tarik yang kuat dalam menarik minat dengar masyarakat (Effendy, 1990: 77). Tiga faktor tersebut adalah: 1) Musik. Tulang punggung radio adalah musik orang mendengarkan pesawat radio terutama untuk mendengarkan musik karena musik merupakan hiburan. Musik secara umum adalah alunan-alunan yang berasal dari alat musik maupun mulut manusia yang mengandung unsur keselarasan, nada, dan irama; 2) Kata-Kata. Menyampaikan isi pesan kepada audiens, pemilihan kata-kata yang digunakan haruslah tepat dan sesuai dengan target market radio tersebut agar isi pesan mudah dimengerti oleh pendengar; 3) Efek suara (sound effect). Efek suara adalah suatu yang dibuat untuk menciptakan kesan sesuatu dalam beberapa program radio tertentu, penggunaan efek suara seperti suara pesawat, kereta api, anak nangis, hujan, petir, dan lain sebagainya digunakan untuk menjadi daya tarik minat dengar masyarakat. Efek suara ini digunakan terutama dalam program sandiwara radio dan sejenisnya agar program tersebut menjadi menarik dan hidup (Effendy, 2017).

Siaran morning zone, *backsound* untuk sepanjang siaran sudah disiapkan sebelum siaran dimulai, penyiar mencari terlebih dahulu *backsound* yang akan digunakan selama siaran. Untuk jenis *backsound* yang dipilih menyesuaikan dengan *mood* suasana *segment* dan di setiap *segment* menggunakan *backsound*. Pemilihan lagu di jam 06.00-08.00 diutamakan musik yang *high beat* untuk menambah semangat di pagi hari dan di jam 08.00-10.00 pemilihan lagu yang *slow*.

Gimick merupakan salah satu bahan dalam menjalankan siaran dalam dunia radio yang memiliki nilai untuk diterapkan di pemikiran pendengar, *gimick* yang dimainkan oleh penyiar mengikuti konten persegmen nya. Sejalan dengan perkembangan jaman penyiar bisa menyambungkan kesukaan pendengar seperti di Program Morning Zone mempunyai ciri khas untuk hari jumat pukul 06.00-07.00 penyiar memutar instrumen lagu selain itu untuk keseharian Morning Zone tidak hanya terfokus pada *gimick* saja melainkan penyiar juga memainkan obrolan, sketsa, informasi, *hot five*. Untuk itu penyiar menjauhi *gimmick* yang berbau sara, menjauhkan yang merendahkan orang lain, jadi sebenarnya *gimick* yang kita mainkan hanya jooks atau kalimat sentilan saja.

Menyiarkan suaranya melalui radio penyiar tidak bisa sembarang membaca *adlips* untuk membuat *adlips* menjadi menarik penyiar mempunyai cara dengan menyambung kalimat dengan mengolah kata-kata yang tepat untuk jembatan iklan tersebut sehingga *adlips* yang dibaca dapat dimengerti oleh pendengar. Tidak hanya itu tujuan dari penyiar juga untuk menarik para pengiklan memasang iklan di Trax FM mempunyai ciri khas baik dibacakan sendiri maupun dengan teman siaran saat membaca iklan *Adlips*. Tentu penyiar diharuskan untuk mengecek terlebih dahulu *Adlips* apa yang harus dibaca seperti kecantikan, pendidikan maupun olahraga dengan begitu penyiar bisa merangkai kata sehingga penyiar bisa menyampaikan dengan bahasa sendiri agar cepat dimengerti dan ditangkap maksud dan tujuan oleh pendengar.

Penggunaan durasi banyak dipakai terutama dalam dunia broadcasting radio dikaitkan dengan durasi berbicara yaitu sebuah kata yang akan digunakan penyiar untuk memaksimalkan kata-kata berbicara baik memberikan informasi, mengangkat telepon, membuat obrolan, membacakan whatsapp dan membacakan *request* yang terpakai hanya berkisar lima menit dari ucapan hingga ke inti pembicaraan. Lain halnya dengan adanya talkshow yang mengharuskan penyiar menanyakan tujuan dari talkshow tersebut sehingga durasi dimainkan lebih lama rata-rata ngobrol tentang topik yang mendalam dari tujuan *talkshow* tersebut (Pratiwi, 2020).

Prosedur adalah aturan yang sudah dibuat perusahaan untuk dijalankan oleh semua karyawan sama halnya dengan segmen pembacaan whatsapp di mana untuk Morning Zone kita tidak punya segmen pembacaan whatsapp tersebut. Karena Morning Zone mempunyai penyiar dua orang dengan begitu muncul karakter sendiri yaitu lebih ke ngobrol, namun penyiar tidak menutup untuk pendengar mengirim whatsapp untuk request lagu, kirim salam, bahkan mengucapkan hari-hari spesial melalui radio yang langsung dibacakan oleh dan disapakan untuk pendengar yang dituju.

Memainkan segmen perjamnya salah satu strategi yang dilakukan diprogram morning zone dengan di isi berbeda-beda konten yang sudah disiapkan oleh produser trax fm. Salah satu cara menarik minat pendengar agar setiap pagi hari di saat pendengar ingin memulai aktivitas selalu memutar kembali gelombang frekuensi 95,1. Saat ini penyiar sedang memainkan *hot five* yaitu semacam info yang sudah dikumpulkan terlebih dahulu menjadi lima informasi seperti kumpulan lagu-lagu semangat di pagi hari untuk disiarkan dan dulu ada mama dimo yaitu main-main di morning zone isinya penyiar hanya main *games*.

Perbincangan atau obrolan yang dipandu oleh penyiar untuk memberitahu maksud dan tujuan datangnya tamu seperti artis, komunitas baik untuk promosi maupun untuk keperluan promosi film mereka tersebut, untuk *talkshow* di morning zone waktu yang sudah ditetapkan dari perusahaan mulai dari pukul 09.00-10.00 pagi.

Modal awal dari seorang penyiar membawakan program acara prime time adalah penyiar dituntut untuk dapat membuat pendengar betah untuk mendengarkan obrolan keberhasilan penyiar tidak terlepas dari peran serta pendengar sehingga penyiar bisa kreatif untuk membuat obrolan setiap hari dengan berbeda-beda, biasanya penyiar memainkan jokes sehari-hari yang dikemas tetap menarik sehingga penting bagi penyiar memainkan trik dengan teman tandem.

Eksistensi penyiar morning zone sudah diakui dengan banyaknya pendengar yang lebih mengenal penyiar dengan obrolan serta diselingi humor oleh penyiar, dengan hal ini strategi penyiar morning zone menarik minat pendengar tetap mengudara Trax fm memiliki penyiar yang *smart*, cerdas, suara baik, humor dan obrolan. Keberadaan penyiar saling melengkapi tetapi tetap memang ada *moment* dimana penyiar harus menunjukkan bahwa memang keberadaannya diakui melalui obrolan yang berbeda setiap segmen artinya nuansa obrolan yang disampaikan itu betul-betul untuk kepentingan publik, kelebihanannya bahwa penyiar program morning zone diakui identitasnya oleh publik melalui audio dari suara penyiar.

Kualitas siaran cara kerja penyiar harus baik untuk tidak memihak perlu dibutuhkan minat pendengar agar mempertahankan eksistensi, hadirnya media sosial banyak keuntungan didapat yaitu penyiar bisa mengangkat eksistensi diri menjadi lebih maju dan lebih diakui oleh masyarakat dengan begitu penyiar mempunyai tugas dan peran dalam menunjang eksistensi siaran program morning zone cara untuk menarik pendengar serta mengalami peningkatan sejalan dengan satuan kerja sehari-hari dengan mempublikasikan nya dibantu melalui media sosial.

Menjadi penyiar bukan hanya bisa berbicara di depan *microphone* mempersiapkan obrolan persegmen tentu diperlukan sejauh ini pendengar mengetahui eksistensi penyiar, peran penyiar dari bahasan yang dishare melalui program morning zone dengan tujuan maksud yang dituju sampai dengan benar oleh pendengar. Morning zone selain informasi yang diberi suara yang enak dan musik yang diputar juga menentukan minat pendengar untuk bisa mengrequest musik yang *up to date* sehingga membuat pendengar menjadi puas akan program morning zone yang disiarkan oleh penyiar.

Tahapan Evaluasi On Air. Evaluasi setelah siaran untuk di trax fm hanya ngobrol ringan saja tidak menjurus seperti meeting yang harus menghabiskan waktu beberapa jam karena pendengar hanya menginginkan obrolan materi yang menarik bagus simpel langsung kepada intinya penyair pun mengangkat obrolan tidak jauh dari kehidupan dan kejadian pendengar sehari-hari dengan begitu penyiar juga sebelum siaran perlu adanya diskusi untuk memantaskan bahwa materi tersebut pantas tidak penyiar obrolkan di pagi hari.

Menjalankan sebuah pekerjaan seseorang mempunyai perencanaan ketika kesalahan terjadi sehingga penyiar mempunyai strategi yang dilakukan

yaitu melanjutkan topik obrolan yang dibicarakan, sebuah perkiraan dan rencana akan strategi yang matang dapat membantu penyiar saat terjadi kesalahan bahkan bisa menjadi nilai plus di saat menyebutkan *brand* atau merek dengan mengolah kalimat yang salah menjadi sebuah arti. Karena seorang penyiar bisa memanipulasi kalimat-kalimat dengan kemampuan yang dipunyai oleh penyiar tidak hanya itu fokus dalam bekerja perlu dilakukan untuk membuat pendengar betah dan menikmati mendengarkan penyiar memberi kan info atau obrolan di pagi hari karena sifat radio hanya selintas.

Saran-saran untuk bahasan *on air* pasti ada tetapi disampaikan oleh produser melalui obrolan kecil saja tidak begitu yang formal dengan begitu untuk mengacu penyiar ke depan lebih baik dari hari ini jadi cukup santai sebagai penafsiran atau penilaian penyiar. Hal tersebut bisa menjadi acuan untuk menambah fokus saat siaran selain setelah itu penyiar juga mempunyai tugas untuk menarik minat pendengar kota Palembang dengan begitu bila terjadinya kesalahan penyiar bisa memutar kata-kata yang salah.

Respon Pendengar Morning Zone. Radio memang hanya selintas baik kata-kata, informasi, atau obrolan yang disampaikan melalui radio hanya selintas saja tidak bisa diulang kembali, penyiar mempunyai cara agar pendengar dapat mengenali penyiar tersebut melalui karakter yang dipakai oleh penyiar saat *on air*. Hal tersebut sudah di lihat mengenai cara penyiar merespon pendengar di luar *on air* penyiar sangat ramah dan tidak ada batasan jika bertemu dengan pendengar. Salah satu contoh penyiar mempunyai jargon untuk sebutan yaitu jomblo *people* dan gak gesit gak hidup ciri khas dari sebutan *tagline* untuk diri masing-masing.

Eksistensi banyak menggunakan nama samaran saat *on air* pasti mempunyai tujuan dengan memberikan kesan yang berbeda kepada pendengar dan bukan hal itu saja pendengar bila bertemu di luar jam siaran radio biasanya menyapa dengan nama yang digunakan saat *on air*. Dengan begitu penyiar bisa membedakan antara pendengarnya yang sering mendengarkan siarannya dengan teman mainnya. Berhubung pendengar kenal dengan nama siarannya kemudian bila bertemu diluar kita sapa dengan nama siarannya itu aja.

Melalui media sosial pendengar bisa melihat dan merasa dekat dengan pendengar karena disaat penyiar meng-*upload* foto pendengar yang berteman di media sosial tersebut bisa melihat *upload* tersebut dan bisa merespon melalui media sosial. Melalui media sosial juga pendengar bisa melihat secara tidak langsung apakah karakter penyiar asik atau tidak dengan pendengar.

Radio sudah jadi rumah ke dua bagi anak trax karena disana selain bisa menjalin silaturahmi dengan penyiar, pendengar bisa sharing sambil seru-seruan bukan hanya itu pendengarpun bisa foto-foto dengan penyiar bahkan pendengar bisa mengenal anak trax yang lainnya dengan begitu bisa kenal dengan anak trax lainnya. Tidak hanya sendiri biasanya anak trax datang ke studio bersama teman-teman yang lain sekitar empat sampai sepuluh orang.

Eksistensi penyiar bukan hanya disaat on air saja penyiar morning zone mempunyai cara khusus untuk mem-*branding* dirinya salah satunya dengan melebarkan karirnya di dunia presenter tv, *mater of ceremony* (MC), dan juga selebgram kota Palembang dengan begitu banyak pendengar yang mengenali. Memanfaatkan *selebgram* menjadi salah satu hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perhatian pendengar (Purnama, 2020).

Pendengar mendengarkan radio memang hanya bisa menikmati melalui audio saja tetapi penyiar yang smart juga bisa menarik perhatian pendengar dengan mempunyai karakter penyiar bisa dikenali dan ditunggu-tunggu *on air* setiap harinya dengan begitu jadilah penyiar yang smart bisa berbicara di depan mikrofon kemudian cari karakter untuk diri sendiri. Diluar on air penyiar morning zone mempunyai pekerjaan yang membantu membuat keberadaannya diakui oleh pendengar salah satunya ada yang menjadi presenter televisi, master of ceremony, selebgram.

Salah satu strategi penyiar agar pendengar interaktif di program morning zone penyiar mempunyai cara yaitu dengan membuat kuis di akun media sosial dengan begitu penyiar bisa interaktif dan bisa merasa dekat dengan pendengar. Bukan hanya itu pendengar juga bisa *me-request* lagu melalui media sosial penyiar dan kirim salam untuk orang dituju. Kuis merupakan salah satu strategi komunikasi yang baik diterapkan dalam penyiaran agar tetap dapat memikat hati pendengarnya di mana-pun (Retta et al., 2021).

Akrab dengan penyiar tidak mempunyai batas tinggal mengajak teman-teman ke studio dan mengobrol dengan penyiar karena waktunya pas setelah siaran jadi anak trax sekalian bawa sarapan untuk penyiar bukan hanya untuk penyiar sekaligus untuk foto-foto.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dengan judul “Eksistensi Penyiar Program Morning Zone di Radio Trax Fm Palembang”, bahwa Eksistensi adalah keberadaan penyiar yang diakui oleh pendengar melalui obrolan yang dibahas setiap pagi oleh kedua penyiar dengan begitu Radio Trax Fm mewakili radio anak muda Palembang di tunjang dengan kualitas penyiar yang sangat ramah. Dengan adanya kedua penyiar memperkuat siaran Morning Zone tanpa perlu adanya pergantian penyiar lain. Musik dan backsound sebelum on air sudah terlebih dahulu dipersiapkan oleh *music director* (MD) sehingga penyiar hanya memutar melalui *mixer*. Materi di-*share* setiap hari dibuat oleh produser dan sesekali materi ditambahkan oleh penyiar untuk menunjang siaran jika tidak sempat penyiar sebisa mungkin untuk mengambil ahli dengan membuat materi iklan dari klien. Kata-kata obrolan atau bahasa digunakan penyiar tidak mengandung sara dan sensualitas, berusaha agar pendengar paham tujuan dan maksud yang disampaikan penyiar. Interaksi penyiar dan

pendengar tetap terjalin di luar siaran misalnya saat bertemu di jalan, pusat perbelanjaan bahkan tempat makan. Evaluasi biasanya langsung disampaikan dengan obrolan santai setelah siaran. Respon pendengar mengatakan bahwa lebih mengenali penyiar dengan nama *on air*-nya, pendengar masih tetap menjalin silaturahmi dalam satu minggu berkunjung ke radio bila tidak mempunyai kesibukan karna bagi pendengar studio trax sudah menjadi rumah kedua bagi pendengar. Berdasarkan hasil penelitian tersebut yang dapat disimpulkan bahwa keberadaan penyiar radio “Trax Fm” Palembang sangat mendukung keberadaan radio “Trax Fm” dari hasil lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bari, H. (2005). *Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi-Radio-MC Sebuah Pengetahuan Praktis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (T. Surjaman (ed.)). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morisan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Kencana.
- Nasri, H., Nurman, N., Azwirman, A., Zainal, Z., & Riauan, I. (2022). Implementation of collaboration planning and budget performance information for special allocation fund in budget planning in the regional development planning agency of Rokan Hilir regency. *International Journal of Health Sciences (IJHS) Ecuador*, 6(S4), 639-651.
- Muda, A. *Komunikasi Anak Muda dan Perubahan Sosial*.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st–6th ed.). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persana.
- Pratiwi, M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Satyagraha*, 03(02).
- Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(2), 14–20.
- Retta, K., Saragih, M., Purba, F., Sipayung, T., Ekonomi, F., & Simalungun, U. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187–195. <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/manajemen/article/view/132>
- Riauan, M. A., Sari, G. G., Aslinda, C., & Qurniawati, E. F. (2018). Konstruksi Makna Ketergantungan dalam Perilaku Merokok. *Relasi Negara Industri Dan Masyarakat Dalam Perspektif Komunikasi*, 171.

- Romli, A. S. (2004). *Broadcast Journalism*. Penerbit Nuansa.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa* (Adipranomo (ed.)). Jakarta : PT.Grasindo.
- Shott, S. (1976). Society, self, and mind in moral philosophy: The scottish moralists as precursors of symbolic interactionism. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 12(1), 39-46. [https://doi.org/10.1002/1520-6696\(197601\)12:1<39::AID-JHBS2300120105>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/1520-6696(197601)12:1<39::AID-JHBS2300120105>3.0.CO;2-T)
- Suratno, S., Irwansyah, I., Ernungtyas, N. F., Prisanto, G. F., & Hasna, S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1552>
- Riau, M. A., Sari, G. G., Aslinda, C., & Qurniawati, E. F. (2018). Konstruksi Makna Ketergantungan dalam Perilaku Merokok. *Relasi Negara Industri Dan Masyarakat Dalam Perspektif Komunikasi*, 171.
- Riau, M. A. I., & Shasrini, T. (2017). Dampak Komunikasi Terapeutik terhadap Citra Pelayanan Kesehatan (Studi Kasus di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Achmad Pekanbaru). *Jurnal The Messenger*, 9(1), 31-43.s
- Triartanto, A. I. Y. (2010). *Broadcasting Radio Paduan Teori dan Praktek*. Pustaka Book Publisher.
- Yunus, S. (2010). *Jurnalistik Terapan*. Ghalia Indonesia.
- Zainal, F. N. P. (2021, December). Government Management in Village-Owned Enterprises in Increasing Village Original Income In Kampar District. In *ICLSSE 2021: Proceedings of the 3rd International*
- Zainal, Z. (2018). Intergovernmental Relations Dalam Pemberian Konsesi Hutan Tanaman Industri Di Provinsi Riau. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 14(2), 92-114.
- Zainal, Z. (2016). Dinamika Kebijakan Pemerintahan Desa Di Indonesia Dari Masa Ke Masa (Studi Tahun 1979-2015). *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 12(1), 19-36.
- Zainal, M., Suworo, U., Mariana, D., & Redjo, S. I. (2017, November). Governance of Forest and Peatland Fire Prevention in Riau Province. In *International Conference on Democracy, Accountability and Governance (ICODAG 2017)* (pp. 122-125). Atlantis Press.
- Zainal, M., Suworo, U., Mariana, D., & Redjo, S. I. (2017, November). Governance of Forest and Peatland Fire Prevention in Riau Province. In *International Conference on Democracy, Accountability and Governance (ICODAG 2017)* (pp. 122-125). Atlantis Press.