VOICE COMMUNICATION SKILLS

Oleh:

Hana Rengganawati

Dosen Program Studi Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I Bandung

ABSTRAK

Keunikan yang diberikan radio dengan memberikan ciri khasnya menjadi teman pribadi para pendengarnya. Oleh karena itu, penanganan dalam melakukan siaran harus ditangani secara profesional dengan melihat dari berbagai aspek cara penuangan acara dan penyampaian komunikasi informasinya, sehingga dapat mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat saat ini. Sebagai orang yang berkecimpung di dunia siaran radio, seorang penyiar dituntut untuk mempunyai keterampilan berbicara yang baik. Dan keterampilan berbicara tersebut dapat diperoleh dari voice communication skills.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan audiens mengenai voice communication skills yang dilakukan oleh penyiar Program “Break Time” di Radio Paramuda 93,7 FM Bandung, yang meliputi intonasi dan kewajaran bicara, artikulasi dan kejelasan bicara dan ekspresi vokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dimana dalam metode ini peneliti hanya menggambarkan objek yang diteliti secara jelas berdasarkan data yang dikumpulkan dan dilakukan analisis pada data tersebut. Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan, tanggapan audiens mengenai voice communication skills penyiar Program “Break Time” di Radio Paramuda 93,7 FM bisa dikatakan cukup baik. Mulai dari intonasi dan kewajaran bicara, artikulasi dan kejelasan bicara, sampai dengan ekspresi vokal.

Kata Kunci: penyiar, *voice communication skills*, radio

Pendahuluan

Pernahkah anda menyadari bahwa sekarang ini manusia hidup di era teknologi dan informasi? Dan jika kita telaah terlebih jauh lagi, media memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita. Segala sesuatunya tidak bisa terlepas dari peranan media. Memang, jenis media sudah sangat beragam, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Tapi perkembangan teknologi media juga tidak begitu saja meninggalkan media konvensional yang sudah ada sebelumnya, seperti halnya radio.

Fungsi media pada dasarnya adalah menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Sekarang ini, kehidupan manusia sedang berada di era informasi, dimana media memegang kendali atas perilaku yang dilakukan manusia. Kemajuan zaman telah

mengantarkan manusia kepada perkembangan teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Begitu pula dengan media massa, perkembangan media massa pada saat ini telah mengantarkan manusia untuk melakukan komunikasi massa melalui media massa yang modern.

Biasanya, media massa modern menunjukkan seluruh sistem dimana pesan-pesan diproduksi, dipilih, disiarkan, diterima, dan ditanggapi. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah banyak dengan menggunakan media.

Dan salah satu media massa yang masih menjadi sorotan masyarakat hingga saat ini adalah radio. Radio merupakan salah satu media elektronik yang bisa menimbulkan keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang terbilang cukup jauh dari komunikator, dalam hal ini, penyiar dan penduduk tersebut (audiens), satu sama lainnya dalam keadaan terpisah.

Komunikasi adalah suatu proses, suatu kegiatan yang berlangsung secara kontinu. *Joseph A. Devito (1996)* mengemukakan bahwa komunikasi adalah transaksi. Dengan transaksi dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.

Tersedianya tenaga kerja dalam mempersiapkan, merencanakan dan merealisasikan sektor komunikasi merupakan suatu indikator, sejauh mana suatu masyarakat itu akan memasuki era “masyarakat informasi”. Untuk mewujudkan hal tersebut perlu didukung oleh perkembangan media massa sebagai sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Salah satu media elektronik yang memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi secara cepat adalah media radio, karena radio merupakan media massa paling luas di muka bumi, dengan jangkauan penerimaan informasi melebihi media cetak seperti surat kabar, atau media elektronik lainnya seperti televisi.

Sejalan dengan perkembangan bisnis komunikasi di Indonesia selama 5 (lima) tahun terakhir, perkembangan bisnis radio ini meningkat cukup pesat. Hal ini terlihat dari jumlah stasiun radio baru yang tercatat pada tahun 2002 sebanyak 250 stasiun radio yang dikelola secara individu maupun kelompok, di bawah naungan organisasi anggota PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia) sebagai organisasi tunggal perusahaan radio masa Orde Baru, maupun organisasi baru seperti ARSSI (Asosiasi Radio Siaran Swasta Indonesia) atau ARI (Aliansi Radio Independen) secara serentak bermunculan (Masduki, 2003:7).

Radio memberikan 2 (dua) sisi langsung dari proses transaksi langsung yang dilakukannya terhadap audiens, yang pertama, kecepatannya lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan. Dan yang kedua, keserempakkan penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan. Tanpa komunikasi massa, hanya pesan-pesan sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan, dari satu orang ke orang yang lain.

Pada setengah abad terakhir ini, karena keunikan "pendekatan pribadi" yang menjadi ciri khasnya, radio menjadi teman pribadi yang setia (Asep, 2004:7). Keunikan yang diberikan radio dengan memberikan ciri khasnya menjadi teman pribadi para pendengarnya, dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi masyarakat yang butuh akan hiburan, penerangan, dan pendidikan. Upaya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat ini dilakukan pihak radio terutama dengan meningkatkan jam siarannya, menyajikan berbagai variasi acara, dan meningkatkan mutu siaran yang diberikan. Oleh karena itu, penanganan dalam melakukan siaran harus ditangani secara profesional dengan melihat dari berbagai aspek cara penuangan acara dan penyampaian komunikasi informasinya, sehingga dapat mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat saat ini.

Alasan dipilihnya media radio, seperti apa yang dikatakan Effendy dalam bukunya Radio Siaran Teori dan Praktek (1993:136), bahwa radio merupakan bagian dari sektor komunikasi. Radio siaran (*broadcast*) berhubungan langsung dengan aspek komunikasi, karena itu proses komunikasi dalam radio siaran dipelajari oleh ilmu komunikasi. Orang yang berkecimpung dalam dunia siaran, seperti penyiar, reporter dan komentator radio, atau mereka yang menggunakan media radio sebagai sarana untuk menyebarkan informasinya dan melancarkan persuasinya seperti umpamanya pemimpin partai politik, kepala jawatan, pengusaha dan sebagainya, perlu sedikit banyak memahami tentang ilmu komunikasi.

Radio merupakan medium komunikasi dan hiburan yang sangat strategis dari masa ke masa. Para insan dan pendengar radio mungkin merasa minder dengan maraknya TV dan semakin variatifnya media cetak di tanah air. Namun demikian, bekerja, mendengarkan dan beriklan di radio tetap merupakan pilihan yang strategis. Sebagai media publik paling murah, merakyat dan cepat, radio memiliki kekuatan yang jauh lebih besar daripada media lain, apalagi jika ditambah dengan kekuatan imajinasi setiap program yang mengudara (Masduki, 2003:99).

Komunikasi yang serupa juga terjadi di Radio Paramuda 93,7 FM Bandung. Sebagai pelaksana komunikasi massa, penyiar Radio Paramuda 93,7 FM dihadapkan pada suatu "beban" tugas yang berat dalam menyampaikan pesan-pesan kepada audiensnya. Hal ini

terjadi karena demikian beragamnya audiens komunikasi massa itu. Dan Radio Paramuda 93,7 FM secara demografis mengetahui usia rata-rata dan keadaan social ekonomi serta status ekonomi audiensnya.

Disamping itu, data dari Profil PT. Radio Paramuda sendiri menyebutkan bahwa karakteristik pendengar terdiri atas : pecinta olahraga (*sportmania*), pecinta musik (*musiclover*), pecinta film (*moviefreak*), sportif, kreatif, selalu mengikuti perkembangan terbaru (*up to date*), *smart*, *cool*, berani tampil beda (*dare to be different*), dan berdaya beli.

Mempersembahkan informasi musik terbaru, informasi olahraga eksklusif, berita seputar dunia hiburan (*entertainment*), dan informasi dari seluruh penjuru dunia. Olahraga adalah kekuatan/kelebihan (ciri khas) Radio Paramuda. (*Company Profile* Radio Paramuda).

Audiens komunikasi massa mempunyai kemungkinan yang besar untuk menyalahartikan pesan komunikasi melalui *selective attention*, *perception* dan *retention*. Itulah salah satu alasan kenapa penulis merasa penting untuk membahas tentang *voice communication skills*. Oleh karena itu, penyiar Radio Paramuda 93,7 FM dibekali dengan kemampuan *voice communication skills*, yang bisa memperkecil kemungkinan penyalahartian pesan sehingga komunikasi massa bisa dilakukan dengan efektif. Selain dari penyampaian pesan yang menggunakan *voice communication skills*, penyiar Radio Paramuda 93,7 FM juga bisa membentuk persepsi audiens tentang penampilan fisik yang dimiliki oleh penyiarinya masing-masing.

Terkadang, karakter suara yang dimiliki penyiar pun ikut menentukan pilihan audiens atas program radio yang akan didengarnya. Tidak berbeda halnya dengan Radio Paramuda 93,7 FM yang mengandalkan *voice communication skills* dalam setiap karakter suara penyiar. Sehingga target audiens yang mendengarkan Radio Paramuda 93,7 FM selain merasa nyaman dengan gaya siaran penyiar, juga ikut mempersepsikan tentang satu program yang disiarkan oleh Radio Paramuda.

Karakter penyiar dan kemampuan penyiar dalam menerapkan *voice communication skills* dalam setiap siarannya, mempunyai pengaruh dalam proses pencapaian target audiens.

Model Komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model “Uses and Gratifications”. Model ini digambarkan sebagai *a dramatic break with effects tradition of the past* (Swanson, 1979). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak secara aktif menggunakan media untuk memeanuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa komunikasi massa diarahkan oleh motif (*intentionally*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak

sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (Blumler, 1979: 265). Karena penggunaan media ha nyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media massa dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Konsep dasar dari model ini diringkas oleh para pendirinya (Katz, Blumler, dan Guveritch, 1974: 20). Dengan model ini yang diteliti ialah (1) sumber social dan psikologis dari (2) kebutuhan yang melahirkan (3) harapan-harapan dari (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang menyebabkan (5) perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam hal lain), dan menghaswilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki. (Rakhmat, 2002:65)

Gambar 1.1

Model Uses and Gratifications menurut Katz, Guveritch dan Haas

Sumber: Onong U. Effendy, "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi," (2003): 293.

Kebutuhan audiens akan media, merupakan kebutuhan secara individual. Hal ini bisa terjadi pada media elektronik seperti televisi maupun radio. Kebutuhan pendengar akan radio merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Dan radio, merupakan salah satu alat pemenuhan kebutuhan audiens tersebut. Seperti halnya jenis pendengar yang setia mendengarkan siaran Program "Break Time" Radio Paramuda Bandung, mereka mendengarkan program tersebut untuk memenuhi kebutuhannya secara individual yang terdiri atas:

1. *Cognitive needs* (Kebutuhan kognitif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan; juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.

2. *Affective needs* (Kebutuhan afektif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional.

3. *Personal integrative needs* (Kebutuhan pribadi secara integrative)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.

4. *Sosial integrative needs* (Kebutuhan Sosial secara Integrative)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, atau dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

5. *Escapist needs* (Kebutuhan Pelepasan)

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman. (Effendy, 2003: 294)

Kelima kategori tersebut merupakan hasil penggolongan dari 35 daftar kebutuhan yang diambil “(sebagian besar spekulatif) dari literature tentang fungsi-fungsi social dan psikologis media massa” oleh Katz, Guveritch dan Haas (1973). Mereka juga memandang media massa sebagai suatu alat yang digunakan oleh individu-individu untuk berhubungan (atau memutuskan hubungan) dengan yang lain.

Selain itu, dalam sebuah penelitian, yang membandingkan computer dengan alat-alat pemenuhan kebutuhan yang lainnya, Perse and Courtright (1993) membuat daftar sebelas kebutuhan psikologis dasar (lihat box 1.1)

Box 1.1 Kebutuhan–kebutuhan yang Mungkin Dipenuhi Komunikasi

Serangkaian kebutuhan yang mungkin dipenuhi oleh komunikasi massa, Interpersonal, dibantu computer yang dikembangkan oleh Perse dan Courtright (1991), yang didasarkan pada karaya sebelumnya yang ditulis oleh Genberg (1974):

1. Untuk bersantai
2. Untuk dihibur
3. Untuk melupakan pekerjaan atau hal-hal lain
4. Untuk melakukan sesuatu bersama teman-teman
5. Untuk mempelajari berbagai hal tentang diri sendiri maupun orang lain
6. Untuk melewatkan waktu (terutama ketika bosan)
7. Supaya merasa senang
8. Supaya tidak kesepian
9. Untuk memenuhi kebiasaan
10. Agar orang lain tahu bahwa saya peduli akan perasaan mereka
11. Untuk mengajak seseorang melakukan sesuatu demi saya.

Sumber : Severin – Tankard, “Teori Komunikasi”, (2005): 358

Penggunaan media massa oleh khalayak menurut model ini adalah jenis media, isi media, terpaan media dan konteks sosial dari terpaan media. Kaitan antara kebutuhan audiens dengan proses komunikasi yang berlangsung dalam media massa, dalam hal ini radio, terletak pada saat audiens komunikasi massa memilih media radio untuk pemuas lima kebutuhan yang telah disebutkan di atas. Dan proses *voice communication skills* berada di dalam isi media, spesifiknya berada dalam kemampuan penyiar sebagai pelaku komunikasi massa, pada saat melakukan siaran radio. Dengan keterampilan *voice communication skills* yang dimiliki penyiar, penyiar bisa menghibur audiens dengan materi siarannya, juga bisa dianggap sebagai teman dikala audiens sedang merasa sendiri. Dan hal tersebut terdapat dalam salah satu kebutuhan yang dapat dipenuhi dalam komunikasi (box 1.1)

Salah satu konsep proses komunikasi yaitu model perhatian (*attention model*), dimana dikatakan bahwa kegiatan komunikasi media massa ialah untuk menarik perhatian bukannya untuk mengirim pesan, menciptakan kesamaan pandangan, meningkatkan kemampuan ekspresi, atau mengembangkan kegiatan bersama. Sedangkan kewajiban dan tujuan utama media adalah untuk menarik perhatian khalayak. Dengan demikian, keterampilan komunikator media massa, dalam hal ini penyiar Radio Paramuda, harus dikembangkan dan

patut diberikan imbalan dalam komunikasi massa juga harus diselaraskan dengan tujuan utama media. Oleh karena itu, pentingnya peranan *voice communication skills* dalam media massa harus dikembangkan melalui bagian-bagian yang terdapat di dalamnya, antara lain:

1. Intonasi dan Kewajaran bicara

Kejelasan materi yang dibawakan oleh penyiar sangat bergantung pada intonasi. Agar tercipta kesan dan pemahaman yang benar, maka harus memperhatikan :

- a. Penekanan tertentu pada bagian dalam kalimat
- b. Penekanan pada kata-kata tertentu dalam kalimat
- c. Variasi dalam penyampaian pesan (Booher, 2005: 45)

2. Artikulasi dan Kejelasan Bicara

Seorang penyiar harus bertutur kata dengan jelas, dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kesalahan pelafalan
- b. Terpengaruh bahasa daerah
- c. Bicara yang terburu-buru (Booher, 2005: 47)

3. Ekspresi Vokal

Seorang penyiar, bisa menimbulkan kesan yang baik kepada audiensnya ketika ia bisa melakukan ekspresi vokal sebagai berikut:

- a. Keinginan
- b. Perasaan (Condrill-Bough, 2004: 25)

Efektivitas penerapan *voice communication skills* dalam siaran Radio Paramuda berlangsung dalam durasi 5 x (1-3 menit) untuk setiap on-air 1 interval (1 jam). Hal ini terjadi, karena dalam 1 interval siaran radio, tidak selama satu interval tersebut seorang penyiar berbicara, dan dalam setiap program yang disiarkan, penyiar juga memutar lagu yang menjadi kebutuhan entertainment audiens. Sehingga, kesempatan penyiar berbicara hanya bisa dikalkulasikan dalam hitungan menit saja. Dan hal inilah yang menjadi tantangan bagi para penyiar untuk menyampaikan informasi yang padat, lugas dan menghibur kepada audiensnya. Respons akan diberikan oleh audiens radio jika stimulus atau implementasi dari setiap kata per kata dan kalimat per kalimat disajikan dengan tepat.

Metode dan Teknik Penelitian

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan melalui metode deskriptif. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk :

1. Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah yang ada atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
3. Membuat perbandingan atau evaluasi
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menerapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat, 2002:25)

Menurut Jalaluddin Rakhmat (1997:25) penelitian deskriptif bertujuan untuk: mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan dan evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui angket, observasi, studi kepustakaan dan wawancara.

Populasi adalah kumpulan objek penelitian yang dapat berupa orang, organisasi, kelompok, lembaga, buku-buku, kata-kata, surat kabar, dan lain-lain (Rakhmat, 1997: 78). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah audiens Radio Paramuda yang tergabung ke dalam komunitas Remedy yang berjumlah keseluruhan 70 orang

Penarikan sampel dilakukan dengan cara *sampling purposif*, yaitu memilih orang-orang tertentu karena dianggap – berdasarkan penilaian tertentu – mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis. (Rakhmat, 2002:81)

Pada penelitian ini akan diambil sampel sebanyak 25 orang dalam komunitas Remedy dengan criteria sebagai berikut:

- Sering mendengarkan siaran Radio Paramuda 93,7 FM Bandung
- Sering berinteraksi dengan penyiar Radio Paramuda melalui no telepon (022) 2514401 dan 0811210937
- Aktif dalam event on air maupun off air Radio Paramuda 93,7 FM Bandung

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Analisis Deskripsi Responden Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Radio Paramuda dengan sampel penelitian adalah pendengar Program “*Break Time*” yang tergabung ke dalam komunitas Remedy di Radio Paramuda yang berjumlah 25 orang (36%) dari total jumlah keseluruhan sebanyak 70 orang. (100%).

Penarikan sampel dilakukan dengan cara *sampling purposif*, yaitu memilih orang-orang tertentu karena dianggap – berdasarkan penilaian tertentu – mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis.

(Rakhmat, 2002:81)

Pada penelitian ini akan diambil sampel sebanyak 25 orang dalam komunitas Remedy dengan criteria sebagai berikut:

- Sering mendengarkan siaran Radio Paramuda 93,7 FM Bandung
- Sering berinteraksi dengan penyiar Radio Paramuda melalui no telepon (022) 2514401 dan 0811210937
- Aktif dalam event *on air* maupun *off air* Radio Paramuda 93,7 FM Bandung

Dari 5x siaran Program “*Break Time*” dalam seminggu, ke-25 orang inilah yang tercatat sering berinteraksi melalui sms maupun telepon *on air* Radio Paramuda. (*Operator Program, Bobby; 28 Juni 2007*)

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui angket dapat diketahui data responden berdasarkan karakteristik:

1. Jenis Kelamin
2. Usia
3. Pekerjaan
4. Pendengar Radio Paramuda 93,7 FM
5. Pendengar Program “*Break Time*”
6. Ketertarikan mendengar Program “*Break Time*”
7. Frekuensi mendengar siaran Program “*Break Time*”
8. Ketertarikan terhadap penyiar Program “*Break Time*”

2. Analisis Data Penelitian

Data yang akan di analisis dalam bab ini merupakan data yang diperoleh dari angket tanggapan audiens mengenai *voice communication skills* penyiar dan juga hasil observasi di lapangan. Pertanyaan yang diajukan dalam angket ini berupa pernyataan-pernyataan tertutup mengenai *voice communication skills*; 1) intonasi dan kewajaran bicara, 2) artikulasi dan kejelasan bicara, dan 3) ekspresi vocal. Itu semua merupakan variabel dari *voice communication skills* yang dilakukan oleh penyiar Radio Paramuda.

2.1. Pernyataan Indikator Mengenai Intonasi dan Kewajaran Bicara Penyiar

Pernyataan indikator mengenai intonasi dan kewajaran bicara penyiar terdiri dari:

- a. Penekanan tertentu pada bagian dalam kalimat
- b. Penekanan pada kata-kata tertentu dalam kalimat
- c. Variasi dalam penyampaian pesan

Intonasi merupakan salah satu hal yang penting bagi seorang pembicara, maupun bagi seorang penyiar. Intonasi diartikan sebagai nada suara yang menimbulkan makna tertentu pada sebuah perkataan atau kalimat (Effendy, 1989:191). Ada beberapa faktor yang mengharuskan penyiar untuk memperhatikan intonasi pada saat mereka siaran:

- a. Untuk membantu menarik telinga audiens
- b. Agar maksud dari penyiar bisa dimengerti audiens, yang hanya mendengarkan saja, tidak memahami maksud penyiar dengan bantuan penglihatan.
- c. Agar pendekatan yang dipilih penyiar bisa dimengerti oleh audiens.

(Workshop@Penyiar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Serta kejelasan materi yang disampaikan penyiar sangat didukung oleh intonasi dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk memberi penekanan pada bagian tertentu pada kalimat
- b. Untuk memberi penekanan pada kata-kata tertentu dalam kalimat
- c. Untuk memberi variasi dalam penyampaian pesan, supaya tidak terkesan membosankan

(Workshop@Penyiar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Gaya siaran seseorang merupakan variasi dalam cara berbicara dan suara-tingkat bicara cepat dan lambat, nada tinggi dan rendah, volume keras dan perlahan, naik dan turunnya suara, penekanan dan intonasi. (Booher, 2005:296)

Komunikasi yang dilakukan penyiar bukan hanya penyampaian informasi saja, tetapi juga berkaitan dengan pengemasan informasi tersebut agar bisa lebih menarik perhatian audiensnya

Pemberian informasi itu sendiri mengandung makna:

- a. Ada suatu berita yang seharusnya disampaikan
- b. Ada informasi yang dianggap menarik oleh penyiar
- c. Materi/info yang sengaja disiapkan dan disampaikan
- d. Mengarah ke pengertian/pengetahuan audiens
- e. Tidak dikemas semaksimal mungkin, karena hanya bertujuan memberitahu
- f. Audiens tidak merasa terpaksa mendengar informasinya

(Workshop@Penyiar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Dalam penyampaian informasi penekanan kata-kata tertentu, dianggap penting untuk menambah kejelasan akan informasi yang disampaikan.

Dalam komunikasi lisan (*speech communication*), terjadi pelarihan pesan-pesan verbal dalam bentuk 'kata-kata'. Menurut De Vito; Victoria dan Robert (1983); ada enam jenis komunikasi lisan, salah satu di antaranya adalah:

Cognitive speech, merupakan jenis komunikasi verbal yang mengacu kepada kerangka berpikir atau rujukan yang secara tegas mengartikan suatu kata secara denotative dan bersifat informative. (Liliweri, 1994:43-44)

Pengemasan suatu informasi yang disiarkan oleh seorang penyiar melalui penekanan tertentu bagian dalam kalimat yang dianggap penting dalam penyampaian informasinya, bisa digolongkan ke dalam poetic speech, yaitu komunikasi lisan yang secara verbal berkuat pada struktur penggunaan 'kata' yang tepat. (Liliweri, 1994:44)

Jargon merupakan kosakata khusus yang digunakan dalam kehidupan atau lingkungan tertentu, sangat mirip dengan akronim, dapat terkesan eksklusif dan menjauhkan orang sementara dari percakapan. (Condrill-Bough, 2004:9)

Humor mematahkan rintangan pada saat orang berbicara di depan publik. Begitu pun yang terjadi terhadap penyiar. Humor spontan membuat penyiar merasa lebih santai pada saat siaran. Humor spontan digunakan untuk menyampaikan poin informasi pada saat penyiar memusatkan sisi lebih ringan dan lebih lucu dari suatu informasi, hal tersebut akan lebih mudah dipahami oleh audiens. Tetapi, sebaiknya penyiar menghindari humor yang menjadikan orang lain sebagai objek gurauan. (Condrill-Bough, 2004:11) Selain tidak akan dimengerti oleh keseluruhan audiens, hal ini juga tidak baik untuk nama penyiar itu sendiri.

Story telling mempunyai dasar-dasar yang bisa dijadikan acuan bagi penyiar untuk terus mengungkapkan cerita pendek tersebut. Dasar-dasar dari *story telling* itu sendiri adalah:

- a. Menyampaikan rangkaian kejadian
- b. Menggunakan sensation (indera perasa)
- c. Mengandalkan kata/bahasa
- d. Mengarah pada penjiwaan dan pengalaman
- e. Mengupayakan adanya reaksi audiens
- f. Penyusunan dan penyampaian butir pikiran mengacu pada alur peristiwa.

(Workshop@Penyiar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Selain itu, pengungkapan cerita pendek ditujukan untuk menyampaikan maksud, untuk menghibur atau untuk membangun pokok pembicaraan dengan audiensi agar bisa mengetahui tujuan pembicara dengan mudah. Pembicara juga akan mengerti berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menceritakannya dan usaha yang diperlukan untuk menceritakannya dengan benar. (Booher, 2005:153)

2.2. Artikulasi dan Kejelasan Bicara Penyiar

Artikulasi merupakan pelafalan pada saat seseorang berbicara. Hal ini menjadi salah satu hal yang penting bagi penyiar, dikarenakan :

- a. Untuk menarik perhatian audiens

- b. Supaya tujuan bicaranya dapat ditangkap oleh audiens
- c. Supaya berhasil dalam menghibur seluruh audiens
- d. Untuk meningkatkan kesan yang diterima audiens pada saat itu
(Workshop@Penyar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Pelafalan kata sangatlah penting pada saat berbicara, terlebih lagi untuk seorang penyiar yang mengandalkan keterampilan berbicara setiap ia siaran. Pelafalan menentukan kejelasan kata-kata yang disampaikan seorang penyiar pada saat siaran. Logat bicara penyiar Program “*Break Time*” terdengar jelas dalam setiap siarannya. Hal ini menjadi ciri khas penyiar, atau bisa dibilang keunikan dan keotentikan yang dimiliki oleh penyiar Program “*Break Time*” . Sehingga penyiar Program “*Break Time*” tidak perlu mengikuti karakter siaran orang lain.

Sesuatu yang unik, dengan demikian, berarti sesuatu yang hanya satu-satunya; sesuatu yang tiada duanya; sesuatu yang tidak ada bandingannya; dan sesuatu yang tak ada yang menyamainya. (Anjali, 2006:57-58)

Kejelasan bicara juga bisa berpengaruh kepada kejelasan penyampaian informasi. Pada saat seorang penyiar berbicara tidak terlalu jelas, maka demikian pula dengan informasi yang disampaikannya. Ketidakjelasan penyampaian informasi bisa saja terjadi pada saat penyiar tersebut mengalami ketidakfokusan, sehingga butir-butir pikiran yang akan dia sampaikan atas satu informasi tidak tersusun dengan baik.

Ketidakjelasan penyampaian informasi juga bisa terjadi karena tempo bicara penyiar berbicara terburu-buru. Bukan hanya ketidak jelasan penyampaian informasi yang terjadi jika tempo bicara penyiar terburu-buru, tetapi juga ketidakjelasan artikulasi atau pelafalan kata.

Yang harus diperhatikan penyiar pada saat akan menyampaikan suatu informasi:

- a. Lebih baik jika informasi tersebut disampaikan (describing?retelling) dan bukan dibacakan
- b. Pahami terlebih dahulu maksud dari informasi tersebut
- c. Jangan terburu-buru, agar kejelasan pesan tercapai
- d. Percepat atau perlambat penyampaian sesuai konteks materi (seperti dialog)
(Workshop@Penyar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Tempo bicara juga berpengaruh pada penyampaian informasi yang dilakukan. Selain itu, tempo bicara juga akan berpengaruh terhadap artikulasi atau pelafalan kata, dan kesan yang akan ditinggalkan seorang penyiar jika lalai dalam artikulasi adalah sebagai berikut:

- a. Tidak fokus
- b. Tidak pandai
- c. Ceroboh
- d. Malas
- e. Tidak niat.

(Workshop@Penyiar.Com tanggal 13 Januari 2007)

Tempo bicara yang terlalu cepat atau terburu-buru akan memperbesar kemungkinan salah ucap, membuat pendengar susah memahami apa yang disampaikan dan lelah mendengarkan. Tetapi, jika tempo bicara terlalu perlahan dan lama, hal itu menunjukkan penyiar kurang berenergi atau kurang berminat pada hal yang dibicarakan.

2.3. Ekspresi Vokal Penyiar Program "*Break Time*" di Radio Paramuda

Ekspresi vokal menunjukkan emosi penyiar pada saat siaran kata. Ekspresi vokal yang dilakukan penyiar hanya secara audio saja. Ekspresi secara audio merupakan penekanan dalam essensi dari setiap informasi.

Cara penyampaian materi bicara penyiar yang dilakukan penyiar pun menunjukkan keinginannya untuk bersiaran.

penyiar Program "*Break Time*" melakukan penyampaian materi bicaranya secara bersemangat. Hal ini menunjukkan bahwa penyiar Program "*Break Time*" mengekspresikan keinginannya untuk bersiaran dengan menunjukkan energi yang dikeluarkannya pada saat siaran. Sehingga pendengar yang mendengarkan siaran Program "*Break Time*" mempunyai kesan bahwa penyiar menyampaikan materi bicaranya dengan semangat.

Dalam setiap siaran kata, ada beberapa materi informasi yang mengandung unsur-unsur yang mengekspresikan perasaan manusia. Seorang penyiar dikatakan istimewa jika bisa menyuarakan perbedaan dalam ekspresi manusia tersebut.

penyiar Program "*Break Time*" bisa dikatakan cukup mampu untuk mengekspresikan perasaan bahagia pada saat siaran, tergantung juga pada materi siaran yang ia bawaikan.

Penggunaan humor spontan yang dilakukan penyiar pada saat menyampaikan suatu informasi, memungkinkan penyiar untuk berekspresi seperti tertawa. Penyiar Program "*Break Time*" bisa dikatakan cukup mampu untuk berekspresi seperti tertawa sesuai dengan humor spontan yang dilontarkannya pada saat menyampaikan suatu informasi dalam siaran Program "*Break Time*".

Ekspresi sedih dilakukan penyiar pada saat penyiar Program "*Break Time*" membacakan berita duka atau bencana termasuk ke dalam unsure paralinguistic pada saat berkomunikasi. Yang dimaksudkan dengan paralinguistic ialah cara menggunakan vocal/suara pada saat sedang berbicara. (Liliweri, 1994:152). Ekspresi sedih di sini diartikan sebagai nada suara penyiar pada saat ia membacakan atau menyampaikan suatu berita duka atau bencana.

Selain perasaan sedih, ekspresi menangis pun terkadang bisa dilakukan seorang penyiar pada saat melontarkan humor spontan dengan berbicara seolah-olah dia menangis pada saat siaran.

Berbagai emosi dari perasaan seseorang bisa muncul kapan saja. Begitu pun dengan penyiar, perasaan kesal akan sesuatu hal bisa saja muncul pada saat ia siaran. Penyiar Program "*Break Time*" kadang-kadang mengekspresikan perasaan kesal pada saat siaran. Hal ini bisa saja terjadi pada saat penyiar menanggapi suatu informasi yang membuatnya kesal. Pada saat penyiar mengekspresikan perasaan kesal, biasanya penyiar berbicara dengan nada tinggi. Perasaan kesal ini termasuk ke dalam perasaan tanggapan, yaitu perasaan yang mengiringi manusia menanggapi sesuatu keadaan. (Sujanto,2006:77)

Ekspresi perasaan marah bisa ditunjukkan penyiar dengan menggunakan volume tinggi pada saat ia siaran. Sama dengan perasaan kesal, perasaan marah juga termasuk ke dalam perasaan tanggapan, yaitu perasaan yang mengiringi manusia menanggapi sesuatu keadaan. (Sujanto,2006:77). Jika ditelaah lebih jauh lagi, tanggapan penyiar akan satu informasi yang membuat penyiar tersebut marah, bisa dikatakan sangat jarang. Sehingga tidak heran jawaban responden untuk pernyataan ini menunjukkan angka yang lebih mengarah pada jawaban tidak pernah.

Seorang penyiar menyampaikan informasi yang akurat melalui pemilihan kata dan kalimat. Pemilihan kata dan kalimat tersebut diproses dalam pemikirannya melalui butir-butir pikiran. Hal ini yang membedakan keterampilan penyiar pada saat berbicara dengan kemampuan seseorang pada saat berbicara. Sehingga terkadang audiens mendengar seorang penyiar berbicara dengan sangat berwibawa pada saat siaran.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data yang terdapat pada hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai intonasi dan kewajaran bicara penyiar Program "*Break Time*" di Radio Paramuda, yang diukur melalui penekanan tertentu pada bagian dalam kalimat, penekanan pada kata-kata tertentu dalam kalimat dan variasi dalam penyampaian pesan dapat disimpulkan baik.. Dari segi penekanan tertentu pada bagian dalam kalimat, sebagian besar responden menyatakan baik. Selain itu, penekanan pada kata-kata tertentu yang dianggap penting pun bisa disimpulkan baik. Serta berdasarkan pada jawaban sebagian besar responden menyatakan bahwa variasi

- penyampaian pesan yang dilakukan oleh penyiar Program “*Break Time*” bisa disimpulkan baik, dengan penggunaan jargon, humor spontan dan pengungkapan cerita pendek.
2. Tanggapan responden mengenai artikulasi dan kejelasan bicara penyiar Program “*Break Time*” di Radio Paramuda yang diukur melalui kesalahan pelafalan, terpengaruh bahasa daerah dan bicara yang terburu-buru dapat disimpulkan baik. Dari jawaban responden, terlihat sedikit kesalahan pelafalan yang dilakukan oleh penyiar Program “*Break Time*”. Kemudian penyiar Program “*Break Time*” tidak terlalu terpengaruh oleh bahasa daerah yang digunakannya, sehingga program tersebut masih bisa dinikmati pendengarnya secara umum. Untuk tempo bicara atau bicara terburu-buru, kebanyakan dari jawaban responden menyatakan bahwa penyiar Program “*Break Time*” menyatakan kadang-kadang, hal ini menandakan bahwa meskipun bicara penyiar Program “*Break Time*” terburu-buru, tapi ia masih bisa menyampaikan informasi yang bisa diterima audiens dengan baik.
 3. Tanggapan responden mengenai ekspresi vokal penyiar Program “*Break Time*” di Radio Paramuda yang diukur dari keinginan dan perasaan penyiar pada saat membawakan program tersebut dapat disimpulkan baik. Keinginan penyiar untuk melakukan siaran kata ditunjukkan dengan semangatnya dalam membacakan informasi pada audiens. Dan penyiar Program “*Break Time*” juga bisa dikatakan sebagai penyiar istimewa karena bisa mengekspresikan berbagai perasaan dalam waktu dan kondisi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anjali, Khaura Munaya P., 2006. *Menjadi Pembicara Ulung*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya, 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Booher, Diana, 2005. *Speak With Confidence*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Condrill, Jo dan Bennie Bough, Ph.D., 2004 *Techniques and Tips of Power Communicating*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, U. Onong., 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.

-, 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
-, 2002. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
-, 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo, 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
-, 1994. *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Masduki, 2003. *Radio Siaran dan Demokratisasi*. Yogyakarta: Jendela.
- Mulyana, Deddy, 2001. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, 2001. *Metode Penelittian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J., 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sujanto, Agus. 2006. *Psikologi Umum*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Whitman, Richard F, Ted J. Foster.1987. *Speaking In Public*. New York: Machmillan Publishing.

B. Sumber lain:

Profil PT. Radio Paramuda

prssnijabar.or.id

www.wikipedia.com

www.penyar.com

Workshop@Penyar.com