

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Radio kini berkembang cukup pesat. Karena semakin banyak saluran radio yang ada, semakin beragam pula program radio yang bermunculan dalam memberikan informasi. Disamping itu, peran radio sebagai media massa semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat dengan ciri khasnya auditif, yakni dapat dikonsumsi telinga atau pendengar khususnya media massa.

Program radio meliputi dua komponen utama talk and music. Program radio harus meliputi musik karena radio identik dengan musik (lagu). Namun jangan pernah abaikan program berita, karna program yang memiliki unsur berita diminati berbagai masyarakat sebagai sumber informasi. Karena Radio merupakan media massa yang efektif dalam penyebaran informasi, tersebar luas secara cepat dan langsung, tidak terbatas oleh ruang dan waktu dengan audio yang jelas, bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. (Asep Samsyul M. 2004 :20)

Radio khusus berita ato radio hiburan yang ada di Bandung memiliki unsur berita bermacam-macam, dari mulai radio yang memang sudah terbentuk sebagai radio berita dan semua programnya memberikan informasi terkini, atau radio hiburan yang memiliki unsur berita di salah satu programnya, atau radio hiburan

yang memiliki unsur berita sebagai selingan dalam penyajian, pembawaan, ciri khas dan lainnya.

Dalam prakteknya, masing-masing radio harus memiliki strategi khusus dari setiap program yang dimilikinya agar mencapai tujuan yang diinginkan dengan beberapa tahapan strategi yang bisa dilakukan. Strategi sendiri pada hakikatnya adalah perencanaan, dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2003 : 32)

Demikian pula halnya dengan Radio Lita. Radio Lita FM salah satu radio yang memposisikan diri sebagai “Radio Keluarga” yang ada di Bandung, dimana radio tersebut tidak hanya mengedepankan unsur edukasi, konten siaran yang solutif dan mencerahkan bagi masyarakat dibalut dengan pesan moral yang sarat akan nilai kereligiusan tinggi dalam bingkai budaya lokal yang tidak terderus arus global. Ada kalanya stasiun radio ini menyajikan seputar informasi berupa suatu kejadian yang hangat untuk dipublikasikan. Jadi Radio Lita memiliki list program acara yang berbeda setiap harinya untuk disajikan kepada para pendengar setianya.

Salah satu program acara yang wajib didengarkan yakni program InfoLita, yang disiarkan pada hari Senin-jumat pukul 06:00-08:00. Program tersebut mengudara dengan memberikan informasi bagaimana kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi di siaran secara langsung dikemas secara apik, terpercaya.

Narasumberpun tak jarang dihadirkan pada pembahasan materi khusus sesuai kebutuhan.

Bila diperhatikan sekilas program tersebut selalu memberikan informasi terkini meliputi lokal, regional dan nasional dari liputan langsung reporter yang bersumber dari media cetak atau online, dikemas menjadi sebuah naskah berita sehingga dapat dipublikasikan kepada masyarakat. Dugaan tersebut karna saat memberikan informasi selalu menyebutkan sumber dari berita yang dipublikasikannya, tanpa menyebutkan hasil dari wartawan radio kita sendiri. Hal itu entah karna keterbatasan wartawan lapangan, penyajian berita yang bersifat dibutuhkan, ato memang seperti itu dalam penyajiannya selama ini dari pihak produksi.

Namun jika kita melihat dari sisi lain, maka kita akan melihat adanya suatu proses strategi khusus dalam penyajiannya, di mulai dari tehnik yang dimilikinya, tahapan strateginya. Menurut (Effendy, 1990 :19) Penyajian pesan menarik penting, karena publik bersifat selektif, begitu banyak pilihan diantara sekian banyak media komunikasi, dan begitu banyak pula pilihan dari sekian banyak acara di setiap media khususnya radio siaran. Maka tidak heran dalam setiap program, penyajian dan pembawaannya berbeda, serta tidak terlepas dari strategi dan pemikiran pers itu sendiri yang meliputi tim redaksi beserta jajarannya.

Dengan demikian hal ini dianggap menarik untuk diteliti, terdapat beberapa alasan mengapa peneliti memilih program ini sebagai objek penelitian, diantaranya adalah selama ini berita dianggap penting, karena menyangkut

informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dan berdampak untuk kebutuhan informasi manusia yang berkaitan dengan pendidikan, politik, ekonomi, sosial dan budaya. Apalagi program Infolita salah satu program yang ada di Radio Lita, Radio yang dikenal sebagai radio lawas artinya radio orang tua dewasa dan banyak diminati para pendengarnya dari berbagai kalangan tetapi dengan target orang tua dewasa, terletak ditempat yang strategis dekat dengan pemukiman warga, serta dekat dengan anak-anak SMA, SMP. Sehingga informasi sangat dibutuhkan dilingkungan tersebut maupun dilingkungan lainnya.

Penelitian terfokus pada program “Radio Lita” yakni “Infolita” sebagai objek penelitian dilihat dari strategi pemberitaan program Infolita dari setiap proses tahapan yang dilakukan sehingga layak untuk dipublikasikan dan masih eksis sampai sekarang. Berdasarkan uraian diatas peneliti mengambil judul “*Strategi Program Info Lita* ” (*Studi Kasus Pemberitaan di Radio Lita 09.9 FM*).

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemberitaan program Infolita, mulai dari tahapan-tahapan strategi yang dilakukannya. Berdasarkan perumusan masalah, penulis dapat merumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses perumusssan strategi pemberitaan dalam program *InfoLita* ?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemberitaan dalam program *InfoLita* ?
3. Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan dalam program *InfoLita* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses perumusan strategi pemberitaan dalam program *InfoLita*
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemberitaan yang dilakukan dalam program *InfoLita*
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi pemberitaan dalam program *Infolita*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tahapannya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu yang berkaitan dengan judul penelitian, manfaat ini terbagi menjadi 2 bagian yakni manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi dan ilmu jurnalistik, khususnya mengenai strategi radio dalam menyajikan sebuah berita. Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah jurnalistik radio, announcing serta sebagian besar mata kuliah yang dipelajari jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Hal tersebut diharapkan dapat menambah informasi bagi penelitian yang melakukan penelitian pada bidang yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penilaian atau masukan terhadap peneliti khususnya. Selain itu berharap lembaga penyiaran sebagai media elektronik yang terus berkembang dan menjaga eksistensinya agar tetap didengar oleh pendengarnya. Dengan strategi yang kreatif, radio yang berbeda dan layak untuk didengar. Hal tersebut berharap dapat berguna dan memberikan sumbangan pemikiran pada Radio Lita 09.9 FM dalam mengemas berita dan informasi kepada khalayak.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai pembahasan strategi radio atau sejenisnya yang sudah ada. Peneliti dapat melihat dan mencari di universitas-universitas yang ada di Bandung, penelusuran google. Berikut judul penelitian sebelumnya yang mengangkat tentang strategi radio atau sejenisnya, diantaranya :

	Kiwamudin	Tri Dewi Mei Ira Wati	Kristiani Retnowati	Sitti madiyah laka
Judul dan Tahun Penelitian	Strategi Penyiaran radio Kosmo dalam Menyajikan Berita Politik. Tahun : 2010	Strategi Penyiaran Program Acara “Smarakata” di Radio swara Slenk FM 92,5 MHZ.	Strategi Programing pada RRI Program 1. Tahun : 2009	Strategi Radio PR FM Bandung dalam penerapan <i>Citizen journalism</i> Tahun : 2014

		Tahun : 2013		
Metode dan Pendekatan Penelitian		Metode, Purposiv Sampling. Pendekatan Kualitatif Deskriptif	Metode Deskriptif. Pendekatan Kualitatif Teori, Strategi Programig dari sydney W.Head	Metode Deskriptif Kualitatif Teori Agenda Setting
Hasil Penelitian	Penelitian ini memfokuskan bagaimana cara Menyiarkan sebuah berita politik yang dilakukan oleh radio cosmo agar relevan dan seimbang, serta bersikap netral	Hasil penelitian ini sebagai sebuah program acara yang mengedepankan sisi informasi dilihat dari sisi tema memegang peranan penting dalam acara talk show smarakata. Pemilihan tema dilakukan secara fleksibel sesuai kondisi dan situasi setempat sesuai kebutuhan	Hasil penelitian ini bahwa program yang ada sudah dikatakan layak disiarkan dan disesuaikan dengan kebutuhan pendengar sehari-hari dengan format yang berbeda, pemilihan waktu, dan jadwal disesuaikan dengan pendengar. Sehingga format acara mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengkampanyekan <i>citizen journalism</i> di Radio PR FM mereka melakukan promosi di surat kabar khususnya surat kabar pikiran rakyat kemudian setiap kali mereka memutar <i>jiggle</i> atau iklan di radio untuk mengajak warga untuk berbagi informasi melalui <i>citizen journalism</i> . Menrapkan strateginya untuk terus konsisten menyiarkan berita warga yang layak di

				siarkan. Hal tersebut dapat dilakukannya dengan cara konsisten dalam disiplin verifikasi.
--	--	--	--	---

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, hasil dari penelitian lebih banyak yang meneliti terhadap strategi, dengan metode dan teori yang berbeda. Pada penelitian yang akan dilakukan menetapkan program siaran berita sebagai objek penelitian dikarenakan ingin meneliti strategi program pemberitaan, mulai dari tahapan-tahapan strategi yang dilakukannya pada program Infolita di Radio Lita FM 09.9 FM.

1.6 Tinjauan Teoritis

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah, teori Shoemaker dan Reese. Teori ini menjelaskan tentang pengaruh terhadap isi dari suatu pemberitaan media oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa 5 level pengaruh isi media yaitu :

Pertama, tingkat individu (jurnalis). Individu atau jurnalis yang bekerja di media memiliki karakteristik (seperti *gender*, etnis, dan lain sebagainya) belatarbelakang dan pengalaman pribadi (seperti pendidikan, agama, strata sosial, dan ekonomi) latar belakang inilah yang tidak membentuk sikap, nilai dan kepercayaan pribadinya, tetapi juga ikut mengarahkan profesionalitasnya dalam bekerja sebagai jurnalis (Shoemaker and Reese 1991:54).

Kedua, tingkat rutinitas media. Isi media akan diwarnai oleh rutinitas media. Jika media tersebut rutin memberitakan yang sifatnya kritik terhadap politik, maka media tersebut akan kental dengan nuansa politik. Begitu pun dengan rutin atau kebiasaan ketika memberitakan konflik atau kekerasan, akan sulit ketika keluar dari *habit* tersebut (Shoemaker and Reese. 1991:85) dari perspektif budaya, media merupakan sebuah aktivitas, sekaligus ruang tempat banyak nilai dan kepentingan saling bernegosiasi.

Ketiga, tingkat organisasi media. Untuk tingkat organisasi media ini yang menjadi fokus adalah tujuan organisasi media itu sendiri, yaitu tujuan dalam rangka mencari keuntungan. Media memiliki tujuan dalam setiap pemberitaannya. Tujuan utamanya adalah melayani publik dan mendapatkan pengakuan profesional namun tujuan yang tidak kalah penting dan menjadi target dalam organisasi media adalah keuntungan besar (Shoemaker and Reese. 1991: 115)

Keempat, tingkat ekstramedia. Pada tingkat keempat ekstramedia antara lain sumber-sumber informasi yang dijadikan isi media (seperti kelompok kepentingan dan khalayak) serta institusi sosial lainnya (seperti pemerintah). (Shoemaker and Reese. 1991: 147). Diantara ekstramedia yang kuat *hegemoninya* adalah pengiklan atau penyokong dana yang bisa memberikan darah segar dalam operasional media. Dari sinilah media bisa bekerja dan menggaji para jurnalisnya, sekuat dan sehebat apa pun jurnalis jika tidak memiliki penghasilan yang seimbang maka kualitasnya berkurang. Inilah yang seringkali menjadi batu sandungan media dalam pengemasan isinya.

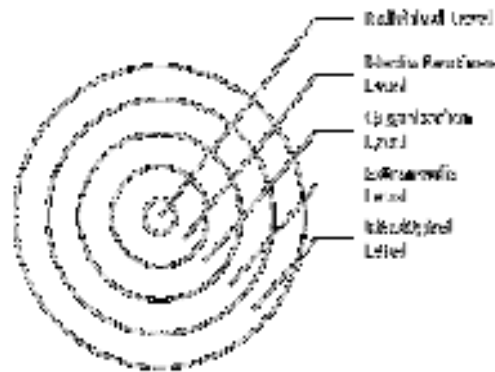
Kelima, tingkat ideologi. Harus diakui setiap media memiliki ideologi yang berbeda. Ideologi media tersebut merujuk pada kaidah atau kode etik jurnalistik yang diakui secara umum. Ideologi media inilah yang mau tidak mau setiap jurnalis harus menjunjung tinggi nilai-nilainya, dan mempraktikkannya dalam kinerja di lapangan. Disinilah media berfungsi sebagai kepanjangan kepentingan kekuatan dominan, bagaimana nilai-nilai atau ideologi media ini dikombinasikan untuk menyajikan eksistensi media dalam setiap beritanya (Shoemaker and Reese. 1991: 183).

Asumsi dari teori ini adalah bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Pengaruh internal pada konten media sebenarnya berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, rutinitas organisasi media. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada konten media berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dan faktor eksternal lainnya.

Berkaitan dengan Strategi program Infolita dalam menyajikan siaran berita. Jika merujuk pada teori Shoemaker and Reese bahwa pada praktiknya strategi dalam menyajikan berita di Radio Lita dipengaruhi lima level dalam keterkaitan dengan strateginya tahapan strategi Fred david

Gambar 1

Lima Level yang Mempengaruhi Isi Media

Sumber: Shoemaker and Reese (1991), *Who Watches the Watchmen?*

Media and Communication for Public Interest



Lima level yang mempengaruhi isi pesan media

(Shoemaker and Reese. 1991: 54).

Hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa dalam kegiatan produksi program radio dipengaruhi oleh berbagai pihak baik internal dan eksternal media. Kelima lapisan itu menunjukkan bahwa pengaruh pada isi media terjadi pada tingkatan paling kecil hingga besar.

Dalam kegiatan yang terjadi di dalam program info lita, tidak akan lepas dari pengaruh internal dan eksternal itu sendiri. Apalagi dalam menggarap sebuah program yang berunsur berita memberikan informasi dengan cara penyajiannya, strateginya. Disinilah dibutuhkan kecermatan para pekerja Radio Lita untuk dapat mencapai tujuannya dengan mengetahui bagaimana media bekerja, maka kita

dapat memahami bagaimana media mempengaruhi masyarakat ataupun sebaliknya.

Apabila pendengar terpengaruhi oleh isi pesan yang diberikan oleh program info lita, berarti strategi yang dimilikinya berhasil mempengaruhi masyarakat sehingga masih mampu bersaing dan layak untuk didengar oleh pendengar setianya. Dengan begitu strategipun harus dilakukan agar proses yang terjadi dapat memikat para pendengarnya dengan program yang disajikan khusus pada Radio Lita FM dengan programnya Infolita.

1.7 Strategi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, yaitu : “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2003 : 32)”.

Sedangkan menurut Morrisey (1995:45), strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk,

jasa, dan pasarnya di masa depan. Dalam menjalankan aktifitas operasional setiap hari di perusahaan, para pemimpin dan manajer puncak selalu merasa bingung dalam memilih dan menentukan strategi yang tepat karena keadaan yang terus menerus berubah.

Dalam hal ini strategi dituangkan dalam program siaran sebuah radio. Sedangkan taktik adalah metode, cara, rekayasa, yang digunakan untuk merealisasikan target capaian yang direncanakan dalam strategi tersebut dari mulai tahapannya. Wujud nyata dari taktik adalah program-program yang mengisi setiap jam siaran radio. Dan konteks penyiaran, strategi adalah bentuk perencanaan dan pelaksanaan dari penyelenggaraan siaran secara holistic yang mencakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari stasiun radio.

Kata “program” berasal dari bahasa inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti dan mendengar siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Program tersebut dapat dipilih dan dibuat oleh pemilik media tersebut entah mengenai program edukasi, informasi dan hiburan dengan ciri khas yang berbeda dengan media komunikasi lainnya yang bisa menjadi kelebihan serta kelemahan dari program tersebut.

Tahapan strategi menurut Fred R. David terdiri dari tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap perumusan strategi

Menetapkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi organisasi dari sudut pandang eksternal, menetapkan kelemahan dan keunggulan yang dimiliki organisasi dari sudut pandang internal, menyusun rencana jangka panjang, membuat strategi-strategi alternatif dan memilih strategi tertentu yang akan dicapai.

2. Tahap pelaksanaan strategi

Tahap ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi pegawai, dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki sehingga strategi yang sudah diformulasikan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi. Mengimplementasikan strategi sering disebut sebagai "*action stage*" dari manajemen strategis. Pengimplementasian strategi memiliki maksud memobilisasi para pegawai dan manajer untuk menterjemahkan strategi yang sudah diformulasikan menjadi aksi.

4. Tahap mengevaluasi strategi

Evaluasi tahap terakhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu untuk mengetahui ketika ada strategi yang sudah diformulasikan tidak berjalan dengan baik. Evaluasi strategi memiliki tiga aktifitas yang

fundamental, yaitu mereview faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar untuk strategi saat ini, mengukur performa dan mengambil langkah korektif.

(<http://harismunandar.com/manajemen-strategis-berdasarkan-konsep-fred-r-david/>. Diakses 13/01/2017)

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Asep syamsul M. Romli (2010:19) Radio siaran merupakan salah satu jenis media massa yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio auditif, yakni dapat dikosumsi telinga atau pendengar. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu”.

Drs Totok Djuroto (2000:46) dalam Manajemen penerbitan pers, “berita” berarti kabar atau warta, sedangkan dalam kamus besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi laporan mengenai kejadian atau peristiwa hangat. Jadi berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi. .

Eric C. Hepwood dalam buku manajemen penerbitan pers (2000:47) mengatakan berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.

Bagian terkecil berita adalah data, data berasal dari datum, sedangkan datum diambil dari semua kejadian atau peristiwa. Untuk bisa jadi berita, data harus dibuat atau diolah terlebih dahulu.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kantor Radio Lita Fm yang berada di Jalan Budhi No.42 Bandung Bandung Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemberitaan yang dimiliki Radio Lita dalam setiap menyajikan berita sesuai dengan pertanyaan penelitian. Peneliti memilih Radio Lita sebagai objek penelitian karena Radio Lita adalah radio keluarga yang memiliki program berita yang berbeda dengan radio berita pada umumnya seperti PRFM yang khusus menyiarkan berita selama 24 jam, sedangkan radio Lita hanya memiliki 1 program yakni Info Lita dengan durasi 2 jam penyiaran.

1.7.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus karena dengan metode ini penulis bisa mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci. Metode studi kasus memiliki pengambilan data yang mendalam dan menyertakan berbagai sumber informasi, dan penelitiannya dibatasi oleh waktu, tempat, dan kasus yang dipelajari berupa program, peristiwa, aktivitas, dan individu.

Metode studi kasus dipilih karena fokus masalah yang akan diteliti adalah terkait lembaga media massa serta peranannya dan proses dalam melakukan peran tersebut. Definisi studi kasus sebagai suatu strategi penelitian. Definisi yang paling sering dijumpai tentang studi kasus semata-mata mengulangi jenis-jenis

topik yang aplikatif. Sebagai contoh, dalam kata-kata seorang pengamat diketengahkan.

Esensi studi kasus, kecenderungan utama dari semua jenis studi kasus, adalah mencoba menjelaskan keputusan-keputusan tentang mengapa studi tersebut dipilih, bagaimana mengimplementasikannya, dan apa hasilnya (Robbert K. Yin, 2002:17).

Definisi ini dengan demikian menonjolkan topik "keputusan" sebagai fokus utamanya. Sejalan dengan itu topik-topik lain juga ditemukan, mencakup organisasi, proses, program, lingkungan, institusi, dan bahkan peristiwa. Studi kasus diarahkan seperti mengkaji kondisi, kegiatan, perkembangan serta faktor-faktor penting yang terkait dan menunjang kondisi dan perkembangan tersebut. Penulis dalam penelitiannya nanti akan menghimpun data yang diperoleh dari informan dan menganalisa hasilnya.

1.7.3 Jenis dan Sumber data

Jenis Data

Jenis penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif yaitu pendekatan tanpa menggunakan angka statistik. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya. Disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya bersifat kualitatif. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human intruent*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi intrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan

yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. (Sugiyono,2013:8).

Sumber Data :

Sumber data yaitu penyedia informasi yang mendukung menjadi pusat perhatian peneliti, yakni :

1. Sumber data utama yang harus digunakan untuk bahan dalam penelitian ini, yaitu sumber data yang dapat digunakan dalam program siaran berita Infolita
2. Sumber data penunjang yang berupa buku pengetahuan, buku sejarah, data dokumentasi yang diperoleh dari station Radio Lita, jurnal, majalah, internet, artikel dan lain sebagainya yang berkaitan dengan objek penelitian.

1.7.4 Pemilihan Informan

Informan adalah objek penting dalam sebuah penelitian. Informan adalah orang yang terlibat langsung dan menguasai dalam kegiatan uji layak tayang sebuah program yang akan ditayangkan.

Sugiyono (2013) Informan adalah mereka yang tidak hanya bisa memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan.

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan memilih beberapa informan untuk dimintai keterangan secara sengaja yang ditentukan sendiri oleh peneliti sesuai kebutuhan, informan yang dipilih harus mengerti dan memahami setiap

tahapan proses sampai dengan evaluasi. Dengan demikian informan yang menjadi sumber data untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan penelitian ini adalah :

1. Direktur Operasional

Direktur Operasional merupakan orang yang bertanggung jawab juga untuk mengatur jalannya perusahaan yaitu bagaimana Radio Lita Fm dapat berjalan. Wawancara kepada direktur utama dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana sejarah berdiri radio Lita, struktur organisasi, pembagian tugas tiap bagian, visi dan misi, data media, serta gambaran umum penyiar Radio Lita. Yaitu Agus Widodo

2. Penyiar

Penyiar adalah orang yang bertugas melakukan siaran atas program-program acara yang telah disusun sebelumnya. Wawancara kepada penyiar dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana proses siaran dan bagaimana program acara yang dibawakannya. Yaitu Donny Prasetya

1.7.5 Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara terstruktur dan mendalam, observasi.

1. Observasi dengan membuat kunjungan lapangan, penulis melakukan observasi langsung. Mulai dari pengumpulan data, penulis akan mengamati secara langsung proses produksi program Info Lita, mencatat dan mengumpulkan data.

1. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan buku-buku atau sumber lainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sebagai landasan teoritis guna menunjang penganalisaan data-data yang diperoleh dari berbagai sumber referensi seperti buku dan internet.

2. Wawancara dimaksudkan untuk menanyakan secara langsung terkait penelitian yang dikaji. Data-data yang dikumpulkan penulis adalah sumber dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, studi perpustakaan yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji.

Dengan demikian alat yang digunakan ada dua yaitu dengan wawancara mendalam dan observasi. Wawancara merupakan bukti terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antara pewawancara dengan yang diwawancarai.

Observasi adalah metode atau cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.