# BAB II

# PELAKSANAAN PKL

## 2.1 Aktifitas dan Jadwal PKL

Kegiatan selama PKL terbagi menjadi 2, yakni yang bersifat rutin dan juga yang bersifat insidentil. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang dilakukan sehari-hari sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang tidak dilakukan sehari-hari dan dilakukan apabila ada *event*. Jadwal PKL yang penulis lakukan sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Jadwal Kegiatan Selama PKL**

| No | Hari/Tanggal | Kegiatan | Sifat |
|---|---|---|---|
| 1 | Rabu, 17 Juli 2013 | - Asisten Produser II *Evening Lite* | Rutin |
| 2 | Kamis, 18 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Marmor* (Mara Morning) | Rutin |
| 3 | Jumat, 19 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Audiozine* | Rutin |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4 | Senin, 22 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Audiozine* | Rutin |
| 5 | Selasa, 23 Juli 2013 | - Asisten Produser II *Evening Lite* | Rutin |
| 6 | Rabu, 24 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Marmor* (Mara Morning) | Rutin |
| 7 | Kamis, 25 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Audiozine* | Rutin |
| 8 | Jumat, 26 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Audiozine* | Rutin |
| 9 | Senin, 29 Juli 2013 | - Asisten Produser II *Evening Lite* | Rutin |
| 10 | Selasa. 30 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- AsistenProduser II *Marmor* | Rutin |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | (Mara Morning) | |
| 11 | Rabu, 31 Juli 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Audiozine* | Rutin |
| 12 | Kamis, 1 Agustus 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Audiozine* | Rutin |
| 13 | Jumat, 2 Agustus 2013 | - Asisten Produser II *Evening Lite* | Rutin |
| 14 | Senin. 5 Agustus 2013 | - *Script Writer* Isi Acara<br>- Asisten Produser II *Marmor* (Mara Morning) | Rutin |

Sumber : Catatan Penulis, 2013

## 2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin

Selama melaksanakan praktek kerja lapangan di Radio Mara, penulis telah banyak melakukan kegiatan rutin yang berkaitan dengan segala kegiatan yang telah disusun oleh Radio Mara.Kegiatan rutin adalah kegiatan yang dilakukan sehari-hari dan memiliki kesamaan pada setiap kegiatan yang dilakukannya setiap hari. Berikut adalah kegiatan rutin selama PKL di radio Mara 106.7 FM :

- ***Script Writer* Isi Acara**

  Menjadi seorang *script* writer bukanlah hal yang mudah, diperlukan kemahiran dalam memilih kata agar bisa disampaikan secara menarik kepada pendengar. Pada Radio Mara FM sendiri, seorang *script* writer harus menyiapkan dan menulis naskah berita dan informasi yang akan dibacakan sesuai dengan format radio Mara FM. Dalam tata cara penulisan *script*, penulis diajarkan oleh pembimbing PKL di radio Mara, agar informasi dan konten acara dapat disampaikan sesuai gaya bahasa dan format radio Mara, tidak rancu, dan mudah dimengerti. Format untuk penulisan dari radio Mara yaitu menggunakan huruf besar semua (Kapital), jenis huruf Arial dengan ukuran 14, spasi 1,5, dan memberikan judul acara serta sumber berita yang didapat.

- ***Assisten Producer II***

Selain menjadi *Script Writer*, penulis juga ditugaskan untuk menjadi Asisten Produser I untuk acara *live* MarMor. Asisten Produser II bertugas untuk memantau dan menjaga *traffic* acara mulai dari ketepatan waktu mulai dan selesai setiap konten, dan memberikan konten yang akan dibacakan kepada penyiar di ruang siaran. Sedangkan Asisten Produser II bertugas untuk mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan konten seperti *slide* pemindah tiap isi acara hingga mengingatkan penyiar dan operator jikalau ada telepon yang tersambung ke studio siaran live. Berikut salah satu tabel *rundown* acara selama Ramadhan yang ada diacara MarMor adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2**

***Rundown* Konten Acara MarMor**

**M A R M O R** **RAMADHAN** *REGULER*

| SORT | | TIME Clock | | Dur | CONTENT | FLASH | SONGS / BS | REMARKS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | INTERVAL 1 | 14.00 – 14.12 | | 12 | *PRSSNI* | | | *Relayed* |
| 2 | | 14.12 – 14.15 | | 3 | *Commercial break I* | | | |
| 3 | | 14.15 – 14.20 | | 5 | Opening by Host | | BS MARMOR | Bumper Opening MARMOR |
| 4 | | 14.20 – 14.24 | | 4 | Song 1 | | | |
| 5 | | 14.24 – 14.34 | | 10 | T A L K 1 | | BS DM | Including SMS |
| 6 | | 14.34 – 14.38 | | 4 | Song 2 | | | |
| 7 | | 14.38 – 14.42 | | 4 | *Commercial break II* | | | Including Adlips |
| 8 | | 14.42 – 14.46 | | 4 | Song 3 | | | |
| 9 | | 14.46 – 14.56 | | 10 | T A L K 2 | | BS DM | Including SMS |
| 10 | | 14.56 – 15.00 | | 4 | *Commercial break III* | | | Including Adlips |
| | | | | 60 | | | | |
| 11 | INTERVAL 2 | 15.00 – 15.02 | | 2 | Info MARA 1 | | | Tune in/out Info |
| 12 | | 15.02 – 15.06 | | 4 | Song 4 | | | |
| 13 | | 15.06 – 15.16 | | 10 | T A L K 3 + CLOSING DM | | BS DM* | Including SMS |
| 14 | | 15.16 – 15.20 | | 4 | *Commercial break I* | | | Including Adlips |
| 15 | | | | | *TIME SIGNAL ASHAR* | | | |
| 16 | | 15.20 – 15.24 | | 4 | Song 5 | | | |
| 17 | | 15.24 – 15.29 | | 5 | Info Lifestyle | | BS MARMOR | Tune in/out Lifestyle |
| 18 | | 15.29 – 15.33 | | 4 | Song 6 | | | |
| 19 | | 15.33 – 15.37 | | 4 | *Commercial break II* | | | Including Adlips |
| 20 | | 15.37 – 15.43 | | 6 | INFO SPORT | | BS MARMOR | Tune in/out Info Sport |
| 21 | | 15.43 – 15.47 | | 4 | Song 7 | | | |
| 22 | | 15.47 – 15.51 | | 4 | *Commercial break III* | | | Including Adlips |
| 23 | | 15.51 – 15.56 | | 5 | TRASA KADU | | BS MARMOR | Tune in/out Trasa Kadu |
| 24 | | 15.56 – 16.00 | | 4 | Song 8 | | | |
| | | | | 60 | | | | |
| 25 | INTERVAL 3 | 16.00 – 16.05 | | 5 | Info MARA 2 | | BS MARMOR | Tune in/out Info MARA |
| 26 | | 16.05 – 16.09 | | 4 | Song 9 | √ | | |
| 27 | | 16.09 – 16.13 | | 4 | Song 10 | | | |
| 28 | | 16.13 – 16.17 | | 4 | *Commercial break I* | | | Including Adlips |
| 29 | | 16.17 – 16.21 | | 4 | Song 11 | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 30 | | 16.21 | – | 16.26 | 5 | INFO WALINI | BS MARMOR | Tune in/out Walini |
| 31 | | 16.26 | – | 16.30 | 4 | Song 12 | | |
| 32 | | 16.30 | – | 16.34 | 4 | *Commercial break II* | | Including Adlips |
| 33 | | 16.34 | – | 16.43 | 9 | HEADLINE MARMOR | BS MARMOR | Tune in/out Headline |
| 34 | | 16.43 | – | 16.47 | 4 | Song 13 | | |
| 35 | | 16.47 | – | 16.52 | 5 | BERITA PILIHAN MARMOR | BS MARMOR | Tune in/out BerPil |
| 36 | | 16.52 | – | 16.56 | 4 | *Commercial break III* | | Including Adlips |
| 37 | | 16.56 | – | 17.00 | 4 | Song 14 | | |
| | | | | | **60** | | | |
| 38 | | 17.00 | – | 17.06 | 6 | INFO LALULINTAS - RTMC | BS MARMOR | Tune in/out Info RTMC |
| 39 | | 17.06 | – | 17.10 | 4 | Song 15 | | |
| 40 | | 17.10 | – | 17.15 | 5 | *Commercial break I* | | Including Adlips |
| 41 | | 17.15 | – | 17.30 | 15 | KUIS BANK SAUDARA | BS KUIS | |
| 42 | | 17.30 | – | 17.34 | 4 | Song 16 | | |
| 43 | INTERVAL 4 | 17.34 | – | 17.37 | 3 | INFO WALINI | BS MARMOR | Tune in/out Walini |
| 44 | | 17.37 | – | 17.41 | 4 | *Commercial break III* | | Including Adlips |
| 45 | | 17.41 | – | 17.45 | 4 | Quote of The Day (Closing by Host) | BS MARMOR | Theme Song (PekPek) |
| 46 | | 17.45 | – | 17.49 | 4 | **Special Song** | | |
| 47 | | 17.49 | – | 17.50 | 1 | KULSUM | | Kuliah Satu Menit |
| 48 | | 17.50 | – | 17.52 | 2 | *TIME SIGNAL* | | *TIME SIGNAL* |
| 49 | | 17.52 | – | 17.52 | 4 | ADZAN MAGHRIB | | Bumper in/out Maghrib |
| 50 | | 17.52 | – | 17.56 | 4 | Song 17 | | |
| | | | | | # | | | |

Sumber : Catatan Penulis, 2013

## 2.3 Deskripsi Tentang Jurnalistik Radio

Jurnalistik adalah kepandaian mengarang untuk memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya. Sementara menurut ilmu komunikasi, jurnalistik adalah suatu bentuk komunikasi yang menyiarkan berita atau ulasan berita tentang peristiwa sehari-hari yang umum dan aktual dengan secepat-cepatnya. Bila disimpulkan, jurnalistik merupakan sebuah proses penulisan dan penyebar luasan informasi berupa berita, *feature*, dan opini melalui media massa.

Dewasa ini media massa berlomba-lomba untuk menyampaikan informasi secara cepat dan akurat sehingga masyarakat bisa mendapatkan segala informasi yang dibutuhkannya dengan hanya melihat, membaca, atau mendengarnya dari media massa tersebut. Salah satunya yakni radio. Radio merupakan media massa yang paling cepat dalam menyampaikan informasinya kepada pendengar. Tidak ada jarak waktu / *delay* seperti media massa lainnya.

Walaupun demikian, radio juga masih berpedoman kepada etika dan pedoman-pedoman jurnalisme sehingga berita atau informasi yang disampaikan memiliki nilai jurnalisme yang sama dengan media massa lainnya.

Radio merupakan salah satu media komunikasi yang bersifat auditif (dengar) dengan penyampaian informasi yang mengandalkan sistem gelombang elektronik. Salah satu ciri dari informasi yang disampaikan radio yakni aktualitas. Berikut beberapa kekuatan yang dimiliki oleh radio (dalam Astuti, 2008) sebagai berikut:

1. Radio dapat membidik khalayak yang spesifik. Artinya, radio memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki. Selain itu, untuk mengubah atau mempertajam segmen atau ceruk sasaran yang dituju, radio jauh lebih fleksibel dibandingkan media komunikasi massa lainnya.

2. Radio bersifat *mobile* dan *portable*. Orang bisa menjinjing radio kemana saja dan radio bisa menyatu dengan fungsi alat penunjang kehidupan lainnya.

3. Radio bersifat *intrusive,* memiliki daya tembus yang tinggi. Radio dapat menembus ruang-ruang di mana media lain tidak bisa masuk, misalnya di dalam mobil.

4. Radio bersifat fleksibel, dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera, dapat secepatnya membuat perubahan.

5. Radio itu sederhana: sederhana mengoperasikannya, sederhana mengelolanya (tak serumit media lain), dan sederhana isinya.

Untuk karya atau produk radio, J. B. Wahyudi membagi menjadi dua pokok besar, yang masing-masing memiliki kekhasan tersendiri dalam memperlakukan idenya:

1) Karya artistik, diproduksi dengan pendekatan artistik, berlandaskan fiksi atau fakta, yang dalam hal ini boleh diperlakukan sebagai fiksi.

Karya artistik mengandalkan dramatisasi. Contoh: sandiwara radio, berita, iklan.

2) Karya jurnalistik, diproduksi dengan pendekatan jurnalistik, diikat oleh kaidah, standar, hukum, dan kode etik jurnalistik, bertitiktolak dari fakta, dramatisasi – demi objektivitas dan kesakralan fakta – dijaga sebisa mungkin agar tidak membiaskan karyanya. Contoh: berita, dokumenter, feature.

Pada dasarnya, karya jurnalistik apa pun yang dapat ditemukan pada media cetak, juga bisa diproduksi oleh radio namun dengan pendekatan yang berbeda. Namun dengan karakteristiknya, radio mempunyai kelebihan dalam menyampaikan sesuatu melalui medium suara.

Selain itu, Astuti dalam bukunya ”*Jurnalisme Radio*” mengungkapkan;

> “Fungsi aktual menjadi ciri yang melekat pada radio dan eksistensi radio salah satunya ditentukan oleh faktor aktualitas dari informasi yang disiarkannya” (Astuti, 2008: 56).

Radio, ketika bersiaran, memiliki ruang yang terbuka untuk berinteraksi dengan pihak lain, pada saat yang sama.

## 2.4 Analisa Kegiatan PKL

Kota Bandung tercatat memiliki banyak radio yang mengusung tema hiburan. Seperti radio Ardan 105.9 FM, Dahlia 101.5 FM, Hard Rock 87.7 FM, OZ 103.1 FM, Cosmo 101.9 FM, dan B Radio 95.6 FM. Hal ini bisa dilihat dari pada tabel mata acara siaran dan *positioning* pendengar sebagai berikut:

**Tabel 2.4**

**Persentase Mata Siaran Radio di Bandung**

| No | Nama Radio | Persentase Mata Siaran | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Ardan 105.9 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 3 % | 5 % | 5 % | 10 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 2 % | 50 % | 15 % | 10 % |
| 2 | Hard Rock 87.7 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 5 % | 20 % | 0 % | 0 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 0 % | 75 % | 30 % | 10 % |
| 3 | OZ 103.1 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 10 % | 10 % | 5 % | 5 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 5 % | 40 % | 25 % | 0 % |
| 4 | Cosmo 101.9 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 10 % | 2 % | 3 % | 10 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 5 % | 50 % | 10 % | 10 % |
| 5 | Dahlia 101.5 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 5 % | 5 % | 15 % | 10 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 0 % | 45 % | 20 % | 0 % |
| 6 | B Radio 95.6 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 8,33 % | 8,33 % | 10,67 % | 5 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 10 % | 34,4 % | 15 % | 8,33 % |
| 7 | Mara 106.7 FM | **BERITA** | **PENERANGAN** | **PENDIDIKAN** | **AGAMA** |
| | | 10 % | 30 % | 0 % | 5 % |
| | | **OLAHRAGA** | **HIBURAN** | **IKLAN** | **PENUNJANG** |
| | | 0 % | 30 % | 20 % | 5 % |

Sumber : Arsip PRSSNI Pusat, 2013

**Tabel 2.5**

**Persentase *Positioning* Pendengar Radio di Bandung**

| No | Nama Radio | Persentase Positioning Berdasarkan Umur | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Mara 106.7 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 0 % | 0 % | 70 % | 30 % | 0 % |
| 2 | Ardan 105.9 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 15 % | 35 % | 45 % | 5 % | 0 % |
| 3 | OZ 103.1 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 5 % | 35 % | 50 % | 5 % | 5 % |
| 4 | Cosmo 101.9 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 0 % | 15 % | 40 % | 30 % | 15 % |
| 5 | B Radio 95.6 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 0 % | 0 % | 35 % | 50 % | 15 % |
| 6 | Hard Rock 87.7 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 0 % | 0 % | 88 % | 12 % | 0 % |
| 7 | Dahlia 101.5 FM | 0-14 | 15-20 | 20-29 | 30-39 | 40 >> |
| | | 0 % | 17 % | 31 % | 26 % | 26 % |

Sumber : Arsip PRSSNI Pusat, 2013

Tetapi, radio Mara FM adalah salah satu radio yang masih menyisipkan unsur berita dalam setiap konten acaranya sekitar 10% dengan tidak mengesampingkan unsur hiburan dalam proses penyampaiannya.

Tulang punggung jurnalisme radio yakni berita – *news,* dalam berbagai bentuk. Di samping *news,* radio dengan cirri jurnalisme radio yang kental biasanya dilengkapi dengan siaran-siaran berbasis *talk,* atau biasa disebut *talkshow*. *Talkshow* radio merupakan wujud forum diskusi yang sangat istimewa – khas radio.

Bahasa jurnalistik yang digunakan pada radio tentu berbeda dengan media lainnya. Bahasa di radio harus menggunakan tutur bahasa yang mudah dicerna oleh pendengarnya tanpa harus menyimak dengan seksama. Sejauh ini, radio Mara FM sudah berhasil melakukan tugasnya dalam menyampaikan berita atau informasi dengan menggunakan bahasa tutur. Terkadang bahasa daerah dan tidak baku sering digunakan agar timbul rasa kedekatan antara penyiar dengan pendengarnya. Bahasa tutur yang digunakan oleh radio Mara salah satunya seperti menyebutkan nominal angka secara rata-rata, misalnya pada sumber tertulis "167.800 pengunjung" maka radio Mara akan menyampaikannya "sekitar 160 ribu lebih pengunjung".

Acara *talkshow* pun kerap dilakukan secara teratur. Hal ini dilakukan agar radio Mara FM dapat menyajikan informasi secara cepat dan terpercaya. Hal ini radio Mara FM lakukan untuk selalu mempertahankan eksistensinya dalam era globalisasi ini. Dalam mempertahankan eksistensinya, salah satu cara yang radio

Mara FM lakukan yakni dengan lebih mengenalkan konsep radio Mara FM yang baru kepada masyarakat luas. Konsep lebih *fresh*, *friendly*, dan *update* mulai diterapkan semenjak ulang tahun radio Mara FM yang ke-44 kemarin. Pergantian konsep ini radio Mara FM lakukan agar radio Mara FM tidak lagi terkesan sebagai radio berita, walaupun tidak menampik bahwasannya radio Mara FM masih menyisipkan informasi dan berita kedalam acara-acaranya. Cara lain selain mengubah konsep, radio Mara FM juga sering melakukan acara *live* di jalan agar masyarakat bisa lebih mengetahui apa radio Mara FM itu dan bagaimana konsep radio Mara FM yang baru sehingga eksistensi dapat ditingkatkan serta radio Mara FM sendiri dapat bertahan dalam era globalisasi sekarang. Apabila melihat dari sisi Jurnalistik Radio, Mara FM dianggap sudah mampu fungsinya seperti melakukan proses pencarian berita, pemilihan berita yang menarik, mengelola sebuah berita, dan menyiarkan berita secara menarik.

### 2.5 Pelayanan Radio Mara 106.7 FM Kepada Mahasiswa

Selama melaksanakan PKL, penulis melakukan kegiatan yang sudah sesuai dengan konsentrasi keilmuan penulis, yakni Jurnalistik. Selama PKL, penulis diberikan tanggung jawab dalam pelaksanaan tugas untuk melakukan kegiatan jurnalistik meliputi *script writer*, asisten produser acara, dan redaktur SMS. Tak lupa pada setiap kegiatan tersebut, penulis ditemani dan diawasi oleh pembimbing di tempat PKL penulis.

Radio Mara FM pun senantiasa memberikan keleluasaan kepada mahasiswa-mahasiswa yang melaksanakan PKL untuk bertanya bilamana

mahasiswa tersebut kurang mengerti, seperti menanyakan bagaimana proses-proses pengoperasian sarana ketika akan siaran, hingga terkadang melibatkan mahasiswa yang PKL dalam *meeting* sesuai dengan dimana mahasiswa tersebut ditempatkan dalam PKL.

Radio Mara FM pula selalu mempersilahkan mahasiswa PKL untuk menggunakan dan memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada di radio Mara FM guna menunjang kinerja, meningkatkan kreatifitas serta menambah wawasan dalam dunia radio.