KONSTRUKSI MAKNA "BISNIS" PADA PROGRAM *INSPIRING MORNING* RADIO K-LITE 107,1 FM BANDUNG

Faisal Akbar[1)]
Tine Agustin Wulandari[2)]

[1]Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia
[2]Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia

Abstrack

This study intended to find out how Construction of "Business" Meaning on Inspiring Morning Program on Radio K-Lite 107.1 FM. The purpose of this study was to determine the steps of construction that starts from preparing the contents, distribution of content, the formation of content to confirm the contents of the construction.This research used qualitative approach with descriptive study. Informants were selected by purposive sampling technique which amounted to 4 people. Data obtained through the results of in-depth interviews with informants, observation, literature study and internet searching. The data analysis techniques used were data collection, data reduction, data presentation and last drawing conclusions and evaluation.
The suggestion that can be given by the researcher is to present the resource person who is not yet able to inspire the business on the K-Lite radio listeners especially the Inspiring Morning program.
Key Words: Construction of Social Mass Media, Construction Meaning, Business, K-Lite Radio, Inspiring Morning.

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana Konstruksi Makna "Bisnis" Pada Program *Inspiring Morning* di Radio K-Lite 107,1 FM. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tahapan-tahapan konstruksi yang dimulai dari tahap mempersiap materi, sebaran materi, pembentukan materi hingga konfirmasi materi konstruksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 4 orang. Data diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan informan, observasi, studi pustaka dan *internet searching*. Adapun teknik analisa data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan terakhir penarikan kesimpulan dan evaluasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konstruksi makna pada program *Inspiring Morning* tidak terjadi secara instan. Mulai dari tahap menyiapkan hingga tahap penyebaran materi harus dilakukan secara terus menerus dan konsisten. Namun, pada hasil penelitian yang telah dilakukan, program acara *Inspiring Morning* belum mampu mengkonstruksi makna "Bisnis" di benak pendengarnya.

Kata Kunci: Konstruksi Sosial Media Massa, Konstruksi Makna, Bisnis, Radio K-Lite, *Inspiring Morning*.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini untuk memulai bisnis sudah dapat dikatakan mudah, terbukti dengan maraknya situs-situs penyedia jual beli online, mulai dari forum-forum jual beli secara online, situs penyedia jual beli online maupun membuat situs atau website sendiri untuk memuli bisnis.

Bisnis sendiri memiliki arti sebuah perusahaan atau perorangan atau sekelompok orang yang memproduksi barang atau jasa dengan tujuan untuk mencapai keuntungan.

Tema besar itulah yang diambil oleh Radio K-Lite 107,1 FM Bandung sebagai tema dasar dalam sebuah program acaranya, yaitu *Inspiring Morning*, dimana di dalam program tersebut banyak diangkat tema-tema mengenai bisnis.

Meskipun ketika awal kemunculannya pada tahun 1990-an program tersbut masih memasukan informasi mengenai harga pangan dan lain sebagainya, namun kini program tersebut lebih spesifik mengenai bisnis yang terjadi secara global dengan tujuan pendengar para eksekutif muda yang mencari referensi mengenai bisnis.

Radio K-Lite 107,1 FM Bandung yang merupakan salah satu radio yang banyak didengar oleh masyarakat, bandung khususnya. Radio K-Lite 107,1 FM Bandung sendiri merupakan radio yang memiliki segmentasi pasar terhadat masyarakat dewasa. Dengan motto-nya yang bertajuk Bandung's Inspiring Sound radio K-Lite 107,1 FM Bandung berharap mampu menginspirasi masyarakat bandung melalui program-program acara yang dibuatnya.

Radio K-Lite 107,1 FM Bandung sendiri merupakan radio yang mendedikasikan dirinya sebagai radio yang mengusung tema besar bisnis di

setiap programnya. Mereka berharap mampu merangkul para eksekutif muda dan menjadikan sebagai salah satu acuan dalam mencari informasi khususnya pada bidang bisnis.

Salah satu program yang dibuat oleh radio K-Lite 107,1 FM Bandung adalah *Inspiring Morning*, dimana didalamnya berisikan mengenai isu-isu hangat seputar ekonomi yang beredar dimasyarakat. Sesuai dengan motto nya yaitu Bandung's Inspiring Sound, program ini pun dirancang agar pendengarnya mendapatkan informasi mengenai sebuah isu, khususnya isu bisnis yang tengah beredar dan mampu memberikan bahan perbincangan kepada pendengar untuk disikusikan dengan temannya.

Dalam hal ini radio K-Lite 107,1 FM Bandung mencoba mengkonstruksi pemikiran pendengarnya agar memulai bisnisnya sendiri dibandingkan dengan menjadi pegawai dari orang lain, dengan isi program yang banyak membahas mengenai bisnis-bisnis kecil yang akhirnya menjadi besar. Selain itu juga sebagai selingan serta pengetahuan tambahan pada program *Inspiring Morning* ini radio K-Lite 107,1 FM Bandung menambahkan informasi-informasi mengenai bisnis dan ekonomi dunia sebagai referensi dan ilmu tambahan mengenai bisnis.

Istilah konstruksi atas realitas sosial (social construction of reality) sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. (Suparno dalam Bungin, 2008:13)

Berger dan Luckman (Bungin, 2008:14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman "kenyataan dan pengetahuan". Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Dalam hal ini media atau radio K-Lite 107,1 FM Bandug itu sendiri merupakan pelaku yang mengkonstruksi acara *Inspiring Morning* kepada pendengar. Hal ini menjadi substansi teori konstruksi sosial media massa sebagai sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sebagai suatu tujuan penyebaran yang merata dalam menyampaikan informasi.

Implementasiannya pada penelitian ini masyarakat merupakan sekumpulan individu yang saling berkomunikasi dan membutuhkan informasi dengan memanfaatkan acara *Inspiring Morning* sebagai fasilitas penyampaian informasi untuk sebuah pengkonstruksian isu-isu mengenai ekonomi kepada masyarakat dan bagaimana media mengkonstruksi isu-isu ekonomi ini di program *Inspiring Morning*.

Radio sendiri merupakan bentuk media massa elektronik yang pertama kali dikenal oleh masyarakat luas sebelum kemunculan televisi dan internet seperti saat ini. Media yang paling jauh dapat menjangkau suatu daerah adalah media radio.

Melalui media radio, beragam informasi mengenai suatu peristiwa dapat disampaikan secara cepat dan diterima oleh siapa saja. Radio mempunyai sifat-sifat khas yang sekaligus menjadi kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Salah satu ciri khas dari radio adalah ia mampu memberikan informasi tanpa perlu menganggu aktifitas khalayak karena hanya dengan mendengarkan, khalayak dapat menyerap informasi tanpa harus menghentikan kegiatannya. Hal ini dikarenakan radio hanya memerlukan indra pendengaran dari khalayak, karena radio menggunakan bahasa dimana khalayak harus membayangkan sendiri bagaimana detail informasi yang ada. Berbeda dengan televisi yang mengharuskan khalayak menggunakan indra pendengaran sekaligus penglihatan untuk mendapatkan informasi yang utuh. Begitu juga dengan media cetak yang mengharuskan khalayak berkonsentrasi dalam membaca informasi yang ada.

Radio juga menggunakan bahasa sehari-hari yang tidak begitu formal serta menggunakan bahasa yang intim dengan pendengarnya, hal ini karena radio yang membangun sifat keakraban antara penyiar dan pendengarnya.

Seperti yang telah disampaikan oleh Effendy (1991) radio merupakan sebuah media yang digunakan untuk memberikan hiburan kepada pendengarnya melalui lagu dan informasi berdasarkan segmentasi Radio siaran itu sendiri. Selain itu menurut beliau salah satu faktor yang menyebabkan radio siaran memiliki kekuasaan adalah daya tariknya yang kuat yang dimiliki radio. Dimana faktor tersebut berisikan 3 unsut yaitu musik, kata-kata dan efek suara.

Dari pemaparan latar belakang diatas, bermaksud melakukan penelitian dengan menetapkan judul: "Konstruksi Makna "Bisnis" pada Program *Inspiring Morning* di Radio K-Lite 107,1 FM Bandung "

1.2. Rumusan Masalah

a. Bagaimana Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi pada Program *Inspiring Morning* K-Lite FM Bandung?
b. Bagaimana Tahap Sebaran Materi Konstruksi pada Program *Inspiring Morning* K-Lite FM Bandung?
c. Bagaimana Tahap Pembentukan Konstruksi pada Program *Inspiring Morning* K-Lite FM Bandung?
d. Bagaimana Tahap Konfirmasi pada Program *Inspiring Morning* K-Lite FM Bandung?

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1. Radio

Radio sebagai bentuk media massa elektronik merupakan jenis media elektronik yang pertama kali dikenal oleh masyarakat luas sebelum kemunculan televisi dan internet seperti saat ini. Media yang paling jauh dapat menjangkau suatu daerah adalah media radio. Melalui media radio, beragam informasi mengenai suatu peristiwa dapat disampaikan secara cepat dan diterima oleh siapa saja. Radio kini sudah sangat dekat sekali dengan masyarakat umum dan sekarang ini radio sudah berkembang pesat di Bandung. Radio sudah digemari oleh masyarakat umum karena radio bisa menemani dalam kegiatan atau aktivitas kita sehari-hari dan juga bisa menemani di saat waktu luang. Radio mempunyai sifat-sifat khas yang sekaligus menjadi kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Banyak acara radio yang disiarkan dengan target pendengar (segmen) masing-masing, ada segmen untuk remaja, anak muda, orang tua bahkan sudah terdapat stasiun radio yang sasaran pendengarnya anak-anak. Pada saat ini sudah banyak radio yang mempunyai ciri khas masing-masing dan semua berpacu agar mendapatkan pendengar sebanyak mungkin. Radio siaran sebagai unsur dari proses komunikasi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya.

Berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat media optik. Televisi jika ada kesamaan hanya dalam sifat yang elektronik, terdapat perbedaan, yakni radio bersifat audial, televise bersifat audiovisual. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh radio siaran hanya berupa bahasa lisan sehingga membuat para pendengar berimajinasi dengan sendirinya.

Onong U. Effendy menyatakan mengenai dunia Radio siaran memiliki kekuatan untuk mempengaruhi massa atau khalayak, yaitu: Radio siaran diberi julukan The Fifth Estate disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi massa khalayak . (Effendy, 1991:74)

Selanjutnya kekuatan massa atau khalayak pada dunia Radio siaran disebabkan oleh beberapa faktor yang dijabarkan, yaitu:

1. ***Daya Langsung***, Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, isi program acara yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks. Hal ini jika dibandingkan dengan penggunaan pamflet atau media cetak, maka radio memiliki daya langsung yang lebih dibandingkan dengan jenis media cetak.
2. ***Daya Tembus***, dapat diartikan tidak mengenal jarak dan rintangan. Dipedesaan kita masih dapat menikmati Radio siaran yang sama dengan di kota. Tetapi hal ini tergantung dari seberapa kuat pancaran gelombang yang disiarkan oleh tiap-tiap stasiun Radio siaran.
3. ***Daya Tarik***, Daya tarik Radio siaran disebabkan sifatnya yang serba hidup, berkat unsur yang ada pada Radio siaran, yakni musik, kata-kata dan efek suara seperti yang telah digambarkan diatas.

2.2. Bisnis

Menurut Griffin dan Ebert (2007: 4) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Menurut Sukirno (2010: 20) Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan.semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidup nya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian.

Menurut Hooper (2008:35) Bisnis adalah Segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (commerce) dan industri, industri dasar, processing, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankkan,insuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara utuh (which serve and interpenetrate) dunia bisnis secara menyeluruh.

Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama. Dari pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada yang dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok, untuk memenuhi

kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba/keuntungan yang sebesar-besarnya.

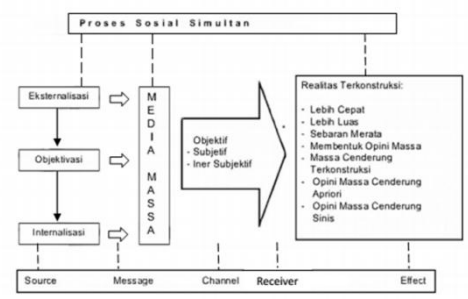
2.3. Konstruksi Sosial Media Massa

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas sosial adalah proses simultan yang tejadi secara ilmiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan seni-sekunder. Substansi "teori konstruksi sosial media massa" adalah sirkulai informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebarannya merata. Realitas terkonstruksi ini juga membentuk sebuah opini di masyarakat. (Bungin, 2008: 194)

Atas dasar pemikiran terebut, kaum konstruksionis memiliki pandangan tersendiri dalam melihat wartawan, media dan berita. Konsep mengenai kostruksionisme ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Luckman melaluitindakan dan interaksinya, dimana incividu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Berger dalam Bungin, 2008)

Menurut Berger, realitas tidak dibentuk secara ilmiah. Tidak juga diturunkan oleh Tuhan. Tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas memiliki dua wujud. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya atas sebuah realitas yang ada. Hal tersebut berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial yang dimiliki oleh setiap pribadi individu.

Gambar 2.1 Proses Konstruksi Sosial Media Massa



Posisi konstruksi sosial media massa adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realita, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media massa pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realita. Namun, proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, tetapi melalui beberapa tahapan penting. Dari konteks sosial media massa, dan proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut :

a. Tahap Penyiapan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas dari penulis naskah atau *scriptwriter*, tugas itu didistribusikan pada bagian editor untuk di saring sebelum dimasukan ke meja penyiar. Ada tiga hal penting dalam persiapan materi konstruksi sosial, yaitu:

- Keberpihakan media kepada kapitalisme.
- Keberpihakan semu kepada masyarakat.
- Keberpihakan kepada kepentingan umum. (Bungin. 2008: 206)

Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, radio memposisiskan diri pada tiga hal tersebut diatas, namun pada umumnya keberpihakan kepada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, apabila keberpihakan media massa pada masyarakat, maka sudah tentu keberpihakan itu harus menghasilkan sesuatu untuk media tersebut.

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun perinsip utamanya adalah *real time*. Media elektronik memiliki konsep yang berbeda dengan media cetak. Karena sifat-sifatnya yang langsung (*live*), maka yang dimaksud dengan *real time* oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pendengar.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana mendia menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Model satu arah ini terutama terjadi pada media cetak. Sedangkan media elektronik khususnya radio, bisa dilakukan dua arah, walaupun agenda seting konstruksi masih didominasi oleh radio tersebut.

Perinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pendengar secepat-cepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa.

c. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Pembentukan Konstruksi Realitas menurut Bungin, dalam bukunya yang berjudul "Konstruksi Sosial Media Massa" antara lain:

- Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas
  Tahap ini adalah tahap di mana pemberitaan telah sampai pada pendengarnya yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generic. Pertama, konstruksi realitas pembenaran dimana sebuah media dianggap sebagai media yang memberikan informasi paling benar; Kedua, kesediaan dikonstruksikan oleh media massa, yaitu pendengar secara tidak langsung mengajukan diri sebagai seseorang yang dikonstruksi oleh media tersebut; Ketiga, sebagai pilihan konsumtif, dimana pendengar mendjadikan salah satu media sebagai sumber segala informasi yang ia butuhkan.

- Pembentukan Konstruksi Citra (Pemberitaan)

  Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model: (1) model *good news* dan (2) model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan suatu pemberitaan sebagai pemeberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksikan sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang pada objek itu sendiri. Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan kejelekan atau cenderung memberi citra yang buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri. (Bungin, 2008:198-200)

d. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika radio maupun pendengar memberikan argumentasi dan akuntabilitasi terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi radio, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan alasannya konstruksi soisal. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam peroses konstruksi sosial.

Media dipandang bukan hanya sekedar sebagai saluran bebas, melainkan juga dianggap sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas yang ada. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mengartikan dan menggambarkan realitas.

Pada intinya, Teori konstruksionis ini menilai bahwa media atau pada kasus ini adalah radio merupakan hasil dari konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan dan ideologi, dan nilai-nilai wartawan atau media itu sendiri. Selain itu, teori ini juga menilai berita bersifat subjektif, misalnya sebuah opini tidak dapat dihilangkan karena dalam meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.

Konteks berita harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Setiap wartawan mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda atas suatu peristiwa. Hal ini dapat dilihat bagaimana wartawan mengonstruksi peristiwa dalam pemberitaannya. (Bungin, 2008: 206-209)

3. Objek dan Merode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Strauss & Corbin dalam sujaweni mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dengan kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktifitas sosial dan lain-lain (2014: 19). Alasan pemilihan metode kualitatif adalah untuk menjawab rumusan masalah penelitin ini. Melalui penelitian ini diharapkan diperolehnya informasi untuk menjawab bagaimana proses pembentukan konstruksi makna "bisnis" oleh program *Inspiring Morning* di Radio K-Lite 107,1 FM Bandung dengan tahapan-tahapannya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi, dimana menggunakan kombinasi teknik pengumpulan data secara simultan seperti :

(i) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan agar sumber serta litelatur yang digunakan dalam proses penelitian ini dapat dipertangguna jawabkan. Selain itu, studi pustaka juga banyak digunakan untuk mengurai rumusan masalah yang memerlukan pedoman dari ahli-ahli yang memang kompeten pada penelitian ini.

(ii) Wawancara Mendalam
Teknik ini digunakan untuk memperoleh data secara mendalam dari informan sebagai pihak ketiga yang berwenang dan memiliki kapasitas berkenaan dengan penelitian ini.

(iii) Observasi
Teknik ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang tersirat yang dalam proses berlangsungnya konstruksi, yang tidak dapat didapatkan dari proses wawancara dengan informa, sekaligus juga menyamakan persepsi informasi yang telah diberikan oleh informan apakah sama dengan apa yang diucapkan dengan apa yang terjadi di lapangan.

(iv) Dokumentasi Penelitian
Teknik ini digunakan dalam proses observasi dan juga pada proses wawancara mendalam, teknik ini berbentuk rekaman wawwancara dan juga hasil foto. Teknik ini duginakan untuk mempermudah peneliti dalam menggali informasi apabila ada hal-hal yang terlewat.

Setelah pengumpulan data dilakukan maka dilakukan analisis data. Dalam analisa kualitatif tersdiri dari tiga alur yaitu, reduksi data, data *display* dan penarikan kesimpulan. Dalam prosesnya, analisa data dilakukan dengan mengalisa semua data yang diperoleh inti dari jawban permasalahn dan hasil wawancara yang diperoleh dari informan akan memudahkan pengambilan kesimpulan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Tahap Mempersiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi adalah tugas dari penulis naskah atau *scriptwriter*, naskah yang telah jadi ini nantinya didistribusikan kepada editor sebelum nantinya masuk ke meja penyiar. Menurut Bungin (2008: 206) ada hal penting dalam persiapan materi konstruksi sosial, yaitu kepada siapa media berpihak. Menurutnya ada tiga hal, yaitu :

a. Media berpihak kepada kapitalisme,
b. Media berpihak semu kepada masyarakat,
c. Media berpihak kepada kepentingan umum,

Di radio K-Lite sendiri, sebuah program dipercayakan kepada produsernya, jadi seorang produser bisa dengan leluasa menggiring programnya menuju arah mana.

Produser dari porgram *Inspiring Morning* ini telah memiliki target pendengar yang spesifik, serta ia memposisikan dirinya sebagai pendengar yang haus akan informasi. Dilihat dari hal tersebut program *Inspiring Morning* ini masuk kedalam kategori ketiga dari yang telah dijelaskan oleh Bungin, yaitu berpihak kepada masyarakat umum.

Dalam pencarian informasinya pun, seorang *scriptwriter* tidak hanya menggali dari satu media, tetapi mencari dari berbagai media kemudian membandingkannya agar mendapatkan informasi yang lebih akurat dan lebih luas.

Pemilihan dari sumber yang akan digali pun tidak sembarangan, meskipun portal-portal berita online yang digali bukanlah portal berita yang dikhususkan mengenai pemberitaan bisnis, teteapi informan menjelaskan bahwa dalam proses penyaduran materi ia mengambil dari portal-portal berita online terpercaya dalam kolom yang khusus membicarakan mengenai bisnis. Hal ini dikarenakan menurut informan, portal berita yang mengkhususkan diri pada pemberitaan bisnis sangatlah jarang, kebanyakan adalah artikel yang kadang diragukan faktualitasnya.

Dalam hal mempsiapkan sebauh materi, program acara a*Inspiring Morning* ini telah mengikuti apa yang dijelaskan oleh Dominick dalam bukunya Morrisan (2011: 222). Dominick menjelaskan bahwa terdapat empat wilayah dalam format penyiaran radio, yaitu Kepribadian dari seorang penyiar, pemilihan musik serta lagu sebagai hiburan pendengar, gaya bertutur dan kemasan iklan atau jinggle atau bentuk-bentuk promosi lainnya pada radio.

Dilihat dari apa yang dijelaskan oleh Dominick diatas, program acara *Inspiring Morning* telah mencakup keempat wilayah yang dijelaskan oleh Dominick, dimana terdapat penyiar menggunakan bahasa tutur dan memandang dirinya sebagai pendengar agar mendekatkan dirinya dengan pendengar, kemudian terdapat juga lagu sebagai hiburan serta jinggel-jinggel untuk menarik perhatian pendengar.

4.2. Tahap Penyebaran Materi Konstruksi

Pada proses sebaran konstruksi media massa biasanya bersifat *real time*. Seperti halnya yang tealh dijelaskan oleh Bungin (2008: 208) bahwa media elektronik mempunyai konsep yang berbeda dengan media cetak, dimana media elektronik memiliki sifat yang langsung (*live*) maksudnya adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pendengar.

Mengacu pada yang telah disampaikan oleh Bungin, program *Inspiring Morning* bukanlah acara tapping atau acara yang sebelumnya direkam kemudian disiarkan dilain waktu, tetapi disebarkan secara langsung (*live*).

Meskipun radio kerap menggunakan model dua arah dalam hal penyebarannya, namun program *Inspiring Morning* melakukan hal yang berbeda, yaitu Program *Inspiring Morning* ini hanya menggunakan model satu arah, yaitu hanya memberikan informasi kepada para pendengarnya, dan para pendengarnya hanya bisa mendengarkan

dan menerima informasi yang deiberikan program tersebut.

Pada proses berlangsungnya penyebaran program acara *Inspiring Morning* ini berlangsung hampir 10 tahun, namun dikarenakan pada awalnya porgram acara *Inspiring Morning* ini hanya menyiarkan mengenai harga kebutuhan pokok dipasaran kemudian mengerucut dan berfokus pada tema bisnis pada tahun 2015 lalu. Dalam jangka waktu dua tahun tersebut peneliti menilai bahwa waktu tersebut belum cukup untuk sebuah program untuk mampu mengkonstruksi pendengarnya, dimana sekarang ini untuk mencari informasi lebih banyak orang mencari sendiri melalui internet.

Menurut Romli dalam Bukunya yang berjudul Dasar-dasar Siaran Radio, ia menjelaskan bahwa sebuah radio memiliki karakteristik khas yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu theatre of mind dimana radio menciptkan gambar dalam imajinasi pendengarnya, memainkan imajinasi pendengar dengan hanya mengandalkan kekuatan kata dan suara. Menurut Romli secara hafiah theatre of mind sendiri berarti bioskop dalam pikiran.

Di radio K-Lite sendiri, para penyiar dan *scriptwriter* dituntut untuk ampu mambangun theatre of mind ini, agar pendengar mampu membayangkan dalam benaknya bagaimana suanana serta situasi pembicara atau materi penyiar. Dan dalam hal ini K-Lite berhasil untuk menghadirkan hal terssebut dalam benak pendengarnya.

Namun selain dengan menghadirkan theatre of mind dalam proses penyebarannya, program *Inspiring Morning* ini mengudara dengan waktu yang cukup lama, yaitu sekitar tiga jam dalam sehari dan lima hari dalam seminggu, hal ini bertujuan agar pendengar terus dapat mendengarkan materi-materi yang diberikan dan proses konstruksi dapat dilaksanakan, karena seperti yang di tuturkan oleh Effendy (1991: 77) bahwa salah satu kelemahan dari radio adalah selintas, dimana radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak dapat mengulang perkataan yang diucapkan oleh penyiar. Hal ini alasan mengapa jam terbang dari program acara *Inspiring Morning* cukup lama.

Begitu pula menurut Dominick dalam bukunya Morrisan (2011: 222) bahwa dalam sebuah acara radio terdapat salah satu wilayah penting yang harus ada, yaitu bahasa tutur, dimana bahasa tutur adalah bahasa lisan, bahasa yang diucapkan. Dalam penyebarannya program acara *Inspiring Morning* menggunakan bahasa tutur sebagai gaya bahasa utama yang digunakan. Bahasa tutur digunakan agar terjadi kedekatan antara penyiar dan pendengarnya.

Jika pada umumnya program radio menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh pendengarnya, namun sedikit berbeda dengan apa yang digunakan oleh program *Inspiring Morning* ini, karena pada penggunaan bahasanya program *Inspiring Morning* ini mencampurkan bahasa-bahasa bisnis sederhada kepada pendengernya, hal ini dikarenakan program acara *Inspiring Morning* telah menentukan sendiri siapa yang akan menjadi pendengar mereka yaitu para eksekutif muda ataupun para pebisnis muda yang diharapkan sudah mengerti mengenai bahasa bisnis yang sederhana.

4.3. Tahap Pembentukan Materi Konstruksi

Menurut Bungin (2008: 206), pada tahap pembentukan ini Konstruksi dibagi menjadi dua tahapan yaitu pembentukan konstruksi realitas, dimana pendengar menganggap apa yang diberikan oleh sebuah media adalah hal yang benar, dan mereka akhirnya menjadi konsumtif atau terus mendengarkan media tersebut. Dan tahap selanjutnya adalah konstruksi citra, dimana sebuah materi konstruksi yang ada di buat sedemikian rupa hingga akhirnya terlihat berlebihan namun tanpa sepengetahuan dari pendengarnya.

Pada program *Inspiring Morning* sendiri telah memasuki kedua fase tersebut dimana pada fase pertama scriptwiter menggunakan atau mencari materi konstruksi dari portal-portal berita online yang kredibilitasnya sudah tidak diragukan lagi, selain itu juga anggapan *scriptwriter* serta penyiar yang mencoba mewakili sebagai pendengar menjadikan pendengar tidak ragu untuk mempercayai materi apa yang diberikan oleh program tersebut.

Pada tahapan konstruksi citra, program *Inspiring Morning*, disini yang diwakili oleh penyiarnya mampu membawakan sebuah berita dengan mempermainkan emosinya yang mampu membawa para pendengar masuk lebih dalam terhadap materi konstruksi tersebut.

Selain itu penggunaan bahasa bisnis sederhana yang diterapkan oleh program acara *Inspiring Morning* ini merupakan langkah pembentukan dari konstruksi citra itu sendiri, dimana program acara *Inspiring Morning* berharap mampu dikenal oleh pendengarnya sebagai radio yang mengkhususkan diri sebagai radio yang bertemakan bisnis.

Dalam proses pembentukan ini pula, program acara *Inspiring Morning* menggunakan pesan yang persuasif dengan memilih materi yang akan diberikan secara spesifik agar apa yang diinginkan oleh pendengar dapat diberikan secara tepat. Dalam hal ini pemilihan spesifik yang dimaksud adalah tema besar dari program acara *Inspiring Morning* itu sendiri, dimana tema besar yang coba diangkat oleh program ini adalah bisnis. Hal tersebut sejalan

dengan apa yang dijelaskan oleh Littlejohn dan Jabusch dalam bukunya Devito (2010: 252) bahwa dalam salah satu prinsip dari prinsip persuasif itu sendiri, dimana salah satu prinsip itu adalah Prinsip Pemaparan Selektif, dimana pada prinsip ini pendengan akan selektif terhadap apa yang ia dengarkan, dalam hal ini dapat terjadi dua hal, pendengar akan mencari informasi untuk mendukung informasi yang telah diberikan oleh program *Inspiring Morning* atau untuk menolak informasi tersebut. Apabila informasi yang didapatkan pendengar sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka pendengar akan cenderung tertaik dengan pesan yang disampaikan.

Namun sayangnya pada program ini, pendengar tidak diberi kesempatan untuk masuk langsung kedalam acara tersebut dalam bentuk telepon interaktif atau melalui SMS, yang sebenarnya jika ini dilakukan maka persuasif akan lebih dalam lagi, seperti yang dijelaskan oleh Littlejohn dan Jabusch dalam bukunya Devito (2010: 252) dimana prinsip selanjutnya setelah prinsip pemaparan selektif adalah prinsip partisipasi khalayak.

4.4. Tahap Konfirmasi Materi Konstruksi

Tahap konfirmasi adalah tahapan terakhir dimana para pendengar mau hadir untuk dikonstruksi oleh media tersebut (Bungin, 2008: 208)

Dari hasil wawancara dan observasi sebelumnya, para pendengar yang telah dipilih menjadi informan pada penelitian ini secara tidak sadar ia memposisikan dirinya sebagai individu yang siap dan mau dikonstruksi oleh media, pada kasus ini oleh program Inspiring Morning

Menurut Effendy (1991: 77), keunggulan dari media radio adalah cepat dan langsung, akrab, dekat, hangat, dan tanpa batas. Keuggulan-keunggulan dari radio tersbutlah yang dimanfaatkan oleh K-Lite 107,1 FM Bandung khususnya program acara Inspiring Morning untuk memperkuat proses konstruksi yang dibuat oleh program acara Inspiring Morning. Dimana radio memiliki waktu persiapan serta penyebarannya yang lebih cepat dibanding dengan TV dan media massa. Kemudian penggunaan bahasa tutur serta menempatkan penyiar dengan sudut pandang pendengar untuk mendekatkan, mengakrabkan pendengar dengan penyiarnya. Penggunaan kata sapaan atau panggilan khusus adalah termasuk dengan cara mendekatkan dan mengakrabkan program acara Inspiring Morning dengan pendengarnya. Perpaduan kata-kata serta musik latar yang mempengaruhi emosi pendengar juga menjadi alat program acara Inspiring Morning. Terakhir adalah tanpa adanya batasan siapapun dapat mendengarkan radio, dimana sekarang ini hampir seluruh telepon genggam yang digunakan oleh khalayak gunakan terdapat aplikasi radio di dalamnya.

Selain itu untuk mendekatkan dengan para pendengarnya juga radio K-Lite menggunakan software bernama RISE software ini terintegrasi dengan SMS dari setiap pendengar dengan cara jika pendengar ingin mengirimkan pesan-pesan melalui pesan singkat (SMS) maka pendengar harus terlebih dahulu mendaftarkan dirinya. Namun sayangnya pada program acara Inspiring Morning ini pendengar hanya tidak terdapat layanan pesan singkat, pendengar hanya mampu memberikan tanggapannya melalui jejaring sosial Facebook milik radio K-Lite 107,1 FM yaitu RADIO K-LITE 107.1 FM Bandung atau melalui twitter yaitu @1071klitefm. Namun, sayangnya kedua jejaring sosial tersebut sudah jarang digunakan kembali untuk proses tanya jawab atau sekedar menginformasikan mengenai program Inspiring Morning, bahkan pada sosial media radio K-Lite 107,1 FM Bandung sendiri sudah tidak terlihat adanya pembaruan infromasi sejak tahun 2016 lalu, hal ini lah yang disayangkan oleh peneliti karena sekarang ini orang lebih banyak melihat sesuatu memalui internet.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Program acara *Inspiring Morning* sudah mengudara selama 10 tahun terakhir dengan membawakan informasi-informasi bisnis kepada pendengarnya. Namun sayangnya hal tersebut belum mampu membuat porgram acara *Inspiring Morning* membentuk atau mengkonstruksi makna pada benak pendengarnya. Hal ini dikarenakan dalam perjalanannya selama 10 tahun tersebut program acara *Inspiring Morning* pada awalnya hanya memberitakan informasi mengenai kenaikan harga bahan pokok di pasar. Namu, kemudian berlaih dan berkembang menjadi memberikan informasi mengenai bisnis secara global bermula pada tahun 2015 lalu, hal tersebut membuat pada proses pemaknaan oleh para pendengarnya masih belum mampu. Selain itu pemilihan musik yang dirasa kurang tetap oleh para pendengarnya menjadi hal lain yang juga membuat pendengernya belum mau hadir dan dikonstruksi oleh program acara *Inspiring Morning*.

Daftar Pustaka

Acuan dari Buku :

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

_____ 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.

Devito, J. A. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*. Tanggerang selatan: Karisma Publishing Group.

Effendy, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran Teori Dan Praktek*. Bandung: C.V Mandar Maju.

_____ 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Hooper, D, Coughlan, J and Mullen, M (2008) *Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. Electronic. Journal of Business Research*

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Purwana, Dedi dan Nurdin Hidayat. 2016 *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok: PT Rajagrafindo Persada

Sadono, Sukirno. 2010. *Makroekonomi. Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grasindo Perseda. Jakarta

Sujaweni, V. Wiratna. 2014. *Metode penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suyatna, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternative Pendekatan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yunus, Syarifudin, 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sumber lain :

Company Profile Radio K-Lite 107,1 FM Bandung tahun 2016