

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Implementasi

Implementasi dapat dikatakan sebagai suatu proses penerapan ataupun pelaksanaan. Definisi implementasi yang berdiri sendiri sebagai kata kerja yang dapat ditemukan dalam konteks penelitian ilmiah. Implementasi biasanya terkait dengan suatu kebijaksanaan yang ditetapkan oleh suatu lembaga atau badan tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang ditetapkan.<sup>1</sup>

Secara etimologis, implementasi adalah menyediakan sarana untuk melakukan sesuatu untuk menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu. Implementasi dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan sejumlah sumber yang termasuk manusia, dana, dan kemampuan organisasional yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta (individu atau kelompok). Proses tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pembuat kebijakan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, implementasi memiliki arti pelaksanaan/penerapan. Menurut Nurdin Usman, implementasi adalah bermuara atau mengalir pada aktivitas, aksi, tindakan, kegiatan, penerapan, atau

---

<sup>1</sup> Joko Pramono, Implementasi dan Evaluasi Kebijakan Publik, Skripsi, (2020), h. 1

adanya mekanisme suatu sistem yang disusun untuk memperoleh tujuan yang diinginkan.<sup>2</sup>

## B. *Public Speaking*

### 1. Pengertian *Public Speaking*

Dalam sebuah proses komunikasi, *Public speaking* merupakan salah satu bentuk penjabaran dalam model komunikasi satu arah (one way communication) dimana pesan yang disampaikan dalam bentuk searah dari seorang komunikator terhadap komunikan.<sup>3</sup> Namun jika dilihat dari perspektif komunikasi *public speaking* termasuk kedalam bentuk komunikasi kelompok, karena dalam proses penyampaian pesan komunikator langsung bertatap muka dengan komunikannya.

Istilah *public speaking* berawal dari ahli retorika, yang mengartikan retorika ini merupakan seni (keahlian) berbicara atau berpidato yang sudah berkembang sejak abad sebelum masehi. Secara sederhana, *public speaking* dapat diartikan sebagai proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi (mempersuasi) dan menghibur audiens

### 2. Pengertian *Public Speaking* Menurut Para Ahli

Menurut Stephen E. Lucas *Public speaking* adalah proses komunikasi di mana seorang pembicara

---

<sup>2</sup> Nurdin Usman, Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum, (Jakarta: Grasindo, 2002), h. 70

<sup>3</sup> Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2008), Hal. 61

menyampaikan pesan kepada sekelompok pendengar untuk memengaruhi, menginformasikan, atau menghibur.<sup>4</sup>

David S. McCaffrey Definisi: *Public speaking* adalah seni menyampaikan ide dan informasi secara efektif, dengan fokus pada audiens dan tujuan komunikasi.<sup>5</sup>

*Public speaking* adalah kemampuan berbicara di depan banyak orang, menyampaikan pesan yang dapat dimengerti dan dipercaya oleh publik pendengarnya. *Public Speaking* dapat memiliki peran luar biasa dalam kehidupan kita.

### 3. Teknik *public speaking*

Terdapat beberapa teknik penyusunan *public speaking* yang mudah dipahami, yaitu:

1. Teknik 5W dan 1H
2. Teknik problem solution
3. Teknik pilihan atau versus
4. Teknik segitiga
5. Teknik presentasi kronologi
6. Teknik presentasi fungsional

Salah satu kesalahan yang sering dilakukan oleh pembicara adalah mengabaikan struktur atau alur pembicaraan mereka. Menyusun struktur dengan baik akan membantu audiens untuk memahami dan mengingat

---

<sup>4</sup> Lucas, S. E. *The Art of Public Speaking*. McGraw-Hill Education. (2015).

<sup>5</sup> McCaffrey, David S. "*Public Speaking: The Key to Effective Communication*." *Journal of Communication*, 2018)

pesan yang disampaikan. Hojanto menjelaskan beberapa teknik *public speaking* sebagai berikut:

- 1) Teknik 5W dan 1H: Teknik ini meliputi penguraian tentang apa (what), di mana (where), kapan (when), mengapa (why), siapa (who), dan bagaimana (how) terkait topik yang akan dibahas. Meskipun tidak semua unsur perlu ada, dua unsur penting yang harus disertakan adalah what dan why.
- 2) Teknik problem solution: Dengan teknik ini, pembicara dapat mengidentifikasi masalah yang juga dialami oleh audiens, atau membantu mereka menyadari masalah yang sebelumnya tidak mereka sadari.
- 3) Teknik pilihan atau versus: Teknik ini membandingkan dua pandangan berbeda mengenai dua hal yang setara, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangan, serta keuntungan dan kerugian.
- 4) Teknik segitiga: Teknik ini memberikan tiga poin penting (cara, pilihan, dan alternatif tindakan) kepada audiens agar mereka mendapatkan manfaat dari topik yang dibahas.
- 5) Teknik presentasi kronologis: Teknik ini menyusun materi presentasi berdasarkan urutan waktu, yaitu masa lalu, masa kini, dan masa depan.
- 6) Teknik presentasi fungsional: Dengan teknik ini, pembicara menjelaskan fungsi atau cara kerja suatu hal,

sehingga audiens bisa mendapatkan manfaat dari penjelasan tersebut atau produk yang dibahas.<sup>6</sup>

#### 4. Unsur-Unsur *public speaking*

Unsur-unsur komunikasi secara umum juga berlaku bagi *public speaking* karena *public speaking* salah satu bentuk dari komunikasi kelompok. Adapun unsur-unsur dalam *public speaking* adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

##### a. Pembicara

Dalam proses komunikasi selalu terjadi penyampaian pesan dari seorang pembicara kepada sekelompok pendengar. Baik ketika berbicara pada 20 atau 500 pendengar, pembicara menjadi kunci utama yang harus dipenuhi oleh seorang pembicara adalah menyampaikan pesan yang dapat dimengerti oleh pendengarnya. Ini berarti seorang pembicara harus dapat membuat audiens melibatkan pemikiran dan perasaan mereka. Pengenalan terhadap pendengar merupakan hal yang kritis dalam persiapan dan sepanjang penyampaian suatu pembicaraan. Pembicaraan mengenai kehidupan sosial kampus misalnya, akan berbeda sebagai pendengar untuk calon mahasiswa dibandingkan dengan seorang alumnus. Pembicaraan tentang pertanian akan berbeda sebagai para petani dan para pendengar

---

<sup>6</sup> Andiwi meifilina, *Publik speaking* ( Kota Sarang-Banten, CV.AA. Rizky,2021) hal 39-40

<sup>7</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa, Cet Ke 2*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hal.95.

agrobisnis. Meskipun pokok pembicaraannya sama, hakiki dari pendengar akan mempengaruhi mereka bagaimana menjelaskan, dan merancang nada atau sikap pembicara. Dalam mempersiapkan isi pembicaraan, pembicara akan menganalisis para pendengar dan mencoba memenuhi hal-hal apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pendengar secara tepat. Selain itu, tanggapan pendengar selama pembicara berlangsung, misalnya ditandai dengan kerutan dahi, gelengan kepala, tampak bingung, mengharuskan pembicara memodifikasikan bagaimana butir-butir kunci pembicaraan diorganisasi, disusun dan dicoba untuk menanggapi keinginan pendengar. Sebagai pembicara, seharusnya melihat keberagaman yang luas dari pendengar, laki-laki, dan perempuan, perbedaan usia, suku, kelompok etnis, kebangsaan, agama, kesamaan dalam ekonomi, atau kemampuan fisik.

b. Pesan

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.<sup>8</sup> Pesan adalah isi yang dikomunikasikan pembicara dan pendengar terdiri dari pesan verbal dan non verbal. Bahasa adalah pesan verbal sementara pesan non verbal terdiri dari nada suara, kontak mata,

---

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effeandy, Ilmu Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007) Hal.18

ekspresi wajah, gerak tubuh, postur tubuh, dan penampilan. Secara ideal, baik pesan verbal maupun non-verbal harus saling melengkapi dan berkerja bersama secara seimbang. Bila tidak, maka pendengar akan memilih apakah akan menerima pesan verbal atau non-verbal. Untuk mengatasi hal ini, pembicara harus memastikan bahwa isyarat non-verbal yang disampaikan mendukung pesan verbal yang diucapkannya. Dan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah pesan verbal dalam bentuk lisan.

c. Medium

Medium adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sebuah pidato dapat disampaikan pada pendengar dengan berbagai cara; contohnya melalui suara, radio, televisi, pidato di depan publik (public address), dan multimedia. Pengirim pesan akan memilih saluran atau medium itu tergantung situasi, tujuan yang hendak dicapai dan jumlah penerima pesan yang di hadapi.<sup>9</sup> Untuk berbicara di depan rekan-rekan kerja, medium yang digunakan dapat berbentuk public address. Medium ini akan efektif bila didukung oleh format ruangan dan akustik yang baik.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hal. 70

<sup>10</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hal. 97

d. Pendengar

Pendengar adalah penerima pesan yang dikirimkan oleh pembicara. Walaupun seseorang pembicara dapat berbicara dengan lancar dan dinamis, namun ukuran kesuksesan sebuah public speaking speech adalah bila pendengar menerima dan memaknai isi pesan yang disampaikan dengan tepat. Kegagalan sebuah proses komunikasi dapat disebabkan oleh pembicara maupun pendengar. Meskipun pembicara adalah elemen utama, namun pendengar juga memainkan peranan penting. Pendengar yang baik adalah yang dapat mendengarkan pesan yang disampaikan dengan pikiran terbuka, menahan diri untuk menilai seorang pembicara tanpa mendengarkan seksama.<sup>11</sup>

e. Umpan Balik

Umpan balik adalah respon yang diberikan oleh pendengar kepada pembicara. Umpan balik dapat berbentuk verbal maupun non verbal. Umpan balik verbal biasanya disampaikan dalam bentuk pertanyaan atau komentar seorang (atau lebih) audiens. Pada umumnya, audiens akan menahan diri untuk umpan balik sampai pembicara telah selesai menyampaikan materinya sehingga sesi pertanyaannya dimulai. Audiens juga dapat

---

<sup>11</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hal. 96

memberikan umpan balik secara non verbal. Bila pendengar mengangguk dan tersenyum, itu berarti mereka setuju dengan pesan yang disampaikan pembicara. Bila pendengar murung dan duduk dengan tangan terlipat, biasanya pendengar memandang dengan ekspresi kosong dan menguap, itu sebenarnya isyarat bahwa mereka bosan atau lelah.

Umpan balik (feed back), yakni apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang disampaikan sebelumnya. Apakah dapat dimengerti, dapat diterima, menghadapi kendala dan sebagainya, sehingga berdasarkan umpan balik itu, sumber dapat mengubah pesan berikutnya agar sesuai dengan tujuannya pengirimnya.<sup>12</sup> Tidak semua respon penerima adalah umpan balik. Suatu pesan dikatakan umpan balik bila hal itu merupakan respon terhadap pesan pengirim dan mempengaruhi perilaku selanjutnya pengirim.

f. Gangguan

Gangguan adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mencegah penyampain pesan yang akurat dalam sebuah komunikasi. Ada tiga jenis gangguan:

---

<sup>12</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hal. 73

- 1) Gangguan eksternal adalah gangguan yang muncul dari luar diri pendengar, contohnya seorang bayi menangis, suara kendaraan yang melintas diluar ruangan, AC yang telalu dingin, atau kondisi ruangan yang tidak nyaman. Kondisi yang tidak nyaman akan membuat pendengar tidak dapat berkonsentrasi.
- 2) Gangguan internal adalah gangguan yang berasal dari diri pendengar sendiri. Ini dapat berupa beban pribadi, pendengar yang berkhayal, kelelahan. Seorang pembicara dapat mengatasi gangguan internal ini dengan membuat pidato atau persentasi semenarik dan seaktif mungkin sehingga audien terdorong untuk memperhatikan.
- 3) Gangguan dari dalam diri pembicara dapat terjadi ketika pembicara menggunakan perkataan yang tidak familiar bagi pendengarnya atau bila isi pesan yang disampaikan tidak dimaknai oleh audien seperti apa yang dimaksudkan oleh pembicara. Begitu halnya bila pembicara menggunakan pakaian yang terlalu mengganggu, pendengar cenderung akan memperhatikan pakaiannya, bukan isi pembicaraan yang disampaikan. Terkadang, pendengar akan berusaha untuk mengatasi gangguan dengan sendirinya. Sebaliknya ada

juga pendengar yang tidak akan berusaha untuk mengatasi gangguan tersebut. Bila ini terjadi maka komunikasi tidak berjalan dengan lancar. Seorang pembicara harus mengerti terhadap petanda-petanda gangguan dan melakukan usaha untuk menangani gangguan tersebut.

g. Situasi

Situasi adalah konteks, yaitu waktu dan tempat dimana komunikasi terjadi. Situasi yang berbeda memerlukan cara berkomunikasi yang berbeda, baik dari pembicara maupun dari pendengar. Waktu merupakan hal yang penting dalam menentukan bagaimana respon audiens. Banyak pendengar menjadi lebih sulit untuk dipersuasi pada waktu-waktu dimana mereka cenderung mengantuk dan lelah (antara pukul 15:00 sampai 17:00). Pada jam-jam tersebut, persentasi harus dilakukan sehidup mungkin. Ketika seorang pembicara mempersiapkan diri, ia harus mencari tahu sebanyak mungkin tentang situasi yang akan di hadapi.<sup>13</sup> Seorang publik speaker harus bisa membaca situasi dan menyesuaikan keadaan.

---

<sup>13</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hal. 98

#### h. Tujuan

Alasan mengapa pembicara menyampaikan pesan, seperti menginformasikan, meyakinkan, atau menghibur.

#### i. Kredibilitas

Tingkat kepercayaan audiens terhadap pembicara. Kredibilitas dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan etika pembicara.

#### 5. Komponen *public speaking*

Komponen *public speaking* sangat mirip dengan elemen komunikasi yang efektif, yang meliputi:

##### 1. Penyampai pesan

Seorang pembicara perlu memperhatikan teknik dasar *public speaking*, termasuk teknik vokal dan verbal, agar dapat menyampaikan pesan dengan baik.

##### 2. Pesan yang disampaikan

Informasi harus disampaikan secara singkat, jelas, dan mudah dipahami.

##### 3. Komunikasi/audiensi

Pembicara harus mampu menganalisis audiensi, termasuk aspek psikologis dan demografi, untuk menyampaikan pesan yang tepat.

##### 4. Media penyampaian

Cara informasi disampaikan juga mempengaruhi seberapa baik audiensi dapat menerima dan memahami pesan.

## 5. Umpan balik

Salah satu indikator keberhasilan penyampaian informasi adalah adanya respons dari audiensi.<sup>14</sup>

### C. Komunikasi Massa

Komunikasi massa didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan melalui media massa yang ditujukan kepada banyak orang. Definisi ini menekankan pentingnya komponen-komponen dalam komunikasi massa, yang mencakup pesan yang disampaikan dan media yang digunakan, seperti koran, majalah, radio, televisi, dan film, serta audiens yang menjadi sasaran.

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik, minimal ada tiga elemen yang diperlukan: sumber (komunikator), pesan, dan tujuan (komunikan). Kehadiran salah satu dari ketiga komponen ini sangat penting; jika salah satu hilang, maka proses komunikasi tidak akan dapat berjalan dengan efektif.

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang memanfaatkan saluran atau media untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan secara luas. Proses ini menjangkau banyak orang yang tinggal di lokasi yang terpencar dan sangat beragam, serta dapat menimbulkan efek tertentu. Ada tiga ciri utama dari komunikasi massa:

---

<sup>14</sup> Andiwi Meifilina, *Publik speaking* ( Kota Serang – Banten, CV. AA. RIZKY, 2021), hal 35-41

1. Audiens yang Besar dan Heterogen: Komunikasi massa ditujukan kepada audiens yang relatif besar, beragam, dan anonim.
2. Pesan yang Disebarkan Secara Umum: Pesan-pesan sering disusun untuk menjangkau sebanyak mungkin audiens secara bersamaan dan memiliki sifat sementara.
3. Komunikator yang Beroperasi dalam Organisasi Kompleks: Komunikator biasanya beroperasi dalam struktur organisasi yang kompleks dan memerlukan biaya yang besar.

Fungsi komunikasi massa meliputi beberapa aspek penting:

1. Penafsiran (Interpretation): Fungsi ini mencakup komentar dan opini yang disampaikan kepada publik, memberikan perspektif terhadap berita.
2. Pertalian (Linkage): Komunikasi massa dapat menyatukan masyarakat yang beragam berdasarkan kepentingan dan minat yang sama.
3. Penyebaran Nilai (Transmission of Values): Media massa menyampaikan nilai-nilai dan menggambarkan tindakan serta harapan masyarakat.
4. Hiburan (Entertainment): Televisi dan radio berfungsi sebagai sumber hiburan, sementara surat kabar dan majalah sering menyediakan rubrik hiburan, seperti cerita pendek dan bergambar.
5. Informasi: Media massa berperan sebagai penyebar informasi kepada pendengar, pembaca, atau pemirsa.

6. Pengaruh: Media massa memiliki kekuatan mempengaruhi melalui tajuk, editorial, iklan, dan artikel.
7. Pendidikan: Melalui media, nilai-nilai, etika, dan aturan yang relevan diajarkan kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa.<sup>15</sup>

#### D. Radio

Secara umum, radio dapat dipahami sebagai media untuk menyampaikan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Suara yang kita dengar dari radio adalah hasil dari konversi energi elektromagnetik yang dihasilkan oleh gelombang radio. Gelombang ini ditangkap oleh perangkat radio dan diubah menjadi suara melalui penguat suara (loudspeaker), sehingga kita dapat mendengarnya.<sup>16</sup> Penyiar radio biasanya menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan hiburan, musik, humor, serta topik-topik yang sedang populer. Pendengar dapat dengan mudah mengakses saluran radio dari mana saja.

Radio adalah teknologi yang memanfaatkan modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik untuk mentransmisikan sinyal yang dapat merambat melalui udara. Gelombang ini mampu menjelajahi ruang hampa udara tanpa memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara.

---

<sup>15</sup> Dinda Helsa Novia & Besti Rohana Simbolon, "Strategi Komunikasi Penyiar Radiosla Fm 105,6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar," Jurnal Social Opinion, Volume 4 Nomor 1 (April 2019) Hal 3

<sup>16</sup> Novlein Theodora, *Study Tentang Ragam Bahasa Gaul Di Media Elektronika Radio Pada Penyiar Memora-FM Manado,* `Jurnal Acta Diurna. Vol.II. No. 1.Th. 2013., H. 4.

Berbeda dengan media cetak, di mana pembaca dapat mengulang bacaan kapan saja, radio menawarkan hiburan yang cepat dan terjangkau, menjadikannya sebagai media utama untuk menikmati musik.

Karakteristik radio meliputi:

1. Auditori: Radio dirancang untuk didengar, sehingga isi siarannya bersifat sementara dan tidak dapat diulang.
2. Transmisi: Proses penyampaian informasi dilakukan melalui pemancar.
3. Gangguan: Siaran radio sering mengalami gangguan, seperti fenomena timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis seperti *noise* saluran.
4. Teater Imajinasi: Karena sifatnya yang auditif, radio dapat menciptakan gambaran dalam imajinasi pendengar melalui kekuatan kata dan suara.
5. Identik dengan Musik: Pendengar sering kali mengalami kejutan saat mendengarkan, karena mereka tidak tahu lagu apa yang akan diputar selanjutnya.<sup>17</sup>

#### E. Penyiar

Penyiar adalah individu yang berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan, dan menjadi teman bagi pendengarnya. Seorang penyiar harus dapat menjalin kedekatan dengan pendengar, sehingga

---

<sup>17</sup> Dinda Helsa Novia & Besti Rohana Simbolon, “*strategi komunikasi penyiar radiosla fm 105,6 mhz takengon kabupaten aceh tengah dalam meningkatkan minat pendengar.*” *Jurnal social opinion*, volume 4 nomor 1 (april 2019) hal 4

menciptakan suasana seolah-olah mereka berada di satu ruangan, meskipun sebenarnya terpisah. Dengan cara ini, pendengar merasa tertarik untuk mendengarkan program musik tersebut dan enggan untuk beralih ke stasiun radio lain.

Syarat untuk menjadi penyiar radio saat ini, atau setidaknya memenuhi kriteria berikut:

1. Memiliki kualitas vokal yang baik: Penilaian terhadap kualitas suara sangat bergantung pada pendengar. Oleh karena itu, saat merekrut penyiar, perlu diwaspadai apakah suara mereka sesuai dengan segmen radio. Jika suara yang diinginkan tidak ditemukan, stasiun radio biasanya akan melatih penyiar untuk menyesuaikan dengan karakter program yang telah direncanakan. Yang terpenting adalah bagaimana penyiar dapat mengoptimalkan suaranya agar sesuai dengan program dan harapan pendengar.
2. Mampu melakukan adlibbing (spontan) dan membaca naskah dengan baik: Penyiar harus bisa berbicara secara spontan tanpa persiapan sebelumnya. Kelancaran berbicara yang jujur, jelas, dan tidak dibuat-buat sangat dipengaruhi oleh pengetahuan yang luas dan latihan khusus. Oleh karena itu, penyiar perlu memiliki wawasan dan kemampuan untuk menganalisis situasi dari berbagai aspek.
3. Memahami format radio dan format jam: Seorang penyiar harus mengetahui format radionya, baik dalam hal kata

maupun musik, serta aturan yang berlaku di stasiun tersebut. Format ini merupakan kerangka kerja yang ditujukan untuk audiens tertentu, sementara format jam mencakup playlist, rotasi musik, iklan, penempatan jingle, dan toleransi waktu berbicara.

4. Memahami segmen radio secara mendalam: Dengan pemahaman yang mendalam tentang segmen radionya, penyiar dapat mengenali target pendengar dengan baik. Mereka harus tahu karakteristik audiens dan jenis program yang mereka butuhkan dan sukai.
5. Menunjukkan simpati dan empati terhadap pendengar: Penyiar perlu mampu berempati, menciptakan kedekatan dengan pendengar, dan berpikir dari sudut pandang mereka untuk memberikan pelayanan yang optimal.
6. Mampu menghasilkan gagasan segar dan kreatif dalam siaran: Penyiar harus menjadi kreator yang mampu menghibur pendengar dengan ide-ide baru dan menarik sesuai dengan tren yang berkembang.
7. Bisa bekerja sama dalam tim: Karena radio adalah kerja terintegrasi antara berbagai bagian, semua praktisi, termasuk penyiar, harus memiliki kemampuan untuk berkolaborasi, saling menghargai, dan mendukung untuk menghasilkan siaran berkualitas<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Viana Fatma Anasari, “*gaya komunikasi penyiar radio as syafi’iyah pada program pesona irama melayu,*” (skripsi, fakultas dakwah dan komunikasi dan uin syarif gadayatullah Jakarta, Jakarta, 2022), hal 46-50

8. Pengusaan tempo: Tempo atau kecepatan dalam berbicara akan memberikan kesan berbeda-beda saat didengarkan, jika tempo terlalu lambat, pendengar bisa menganggap penyiar tersebut malas, tidak bersemangat atau sebaliknya. Oleh karena itu perhatikan kecepatan bicara agar tidak terkesan monoton.<sup>19</sup>
9. Mengikuti format siaran: Dalam memahami format siaran dan menjalankan tugasnya, seorang penyiar harus memahami format radionya, baik format kata maupun format musik, serta aturan-aturan lain yang berlaku pada stasiun radionya. Yang jelas, format radio lebih merupakan ramuan pokok atau rencana program yang diarahkan pada pendengar tertentu.<sup>20</sup>
10. Spontan: Tuturan penyiar yang dilakukan spontan secara tanpa persiapan, apalagi mengingat-ningat terlebih dahulu, bahkan tidak dipikirkan sesaat pun. Kelancaran berbicara secara mengalir apa adanya, tidak dibuat-buat, jujur, jernih, jelas akan banyak dipengaruhi wawasan yang luas dan latihan-latihan khusus. Oleh karena itu, penyiar perlu memiliki wacana dan mampu menganalisis situasi serta kondisi dari berbagai aspek.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Hamid galiskha titara rishi, "strategi komunikasi penyiar radio 96,3 medan FM dalam program BK medan plus," (skripsi, fakultas ilmu social dan ilu politik universitas medan area medan, medan 2021), hal 15

<sup>20</sup> Anasari fatma viana, "gaya komunikasi penyiar radio as syafi'iyah pada program pesona irama melayu," (fakultas dakwah dan ilmu komunikasi uin syarif hidayatullah Jakarta, Jakarta 2022) hal 49

<sup>21</sup> Anasari fatma viana, "gaya komunikasi penyiar radio as syafi'iyah pada program pesona irama melayu," (fakultas dakwah dan ilmu komunikasi uin syarif hidayatullah Jakarta, Jakarta 2022) hal 48