

# PERAN PENYIAR *GOOD MORNING HARD ROCKERS* DI HARD ROCK FM SURABAYA DALAM MENJARING PENDENGAR

Danny Suhartono, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya  
*cung2@live.com*

## Abstrak

Hard Rock FM Surabaya memiliki program unggulan yaitu *Good Morning Hard Rockers* yang pada tahun 2012 mengalami penurunan rating dan jumlah pendengar. Untuk itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana peran penyiar *Good Morning Hard Rockers* dalam menjaring pendengarnya. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyiar *Good Morning Hard Rockers* yaitu Angga Prameswara dan Citra Permata. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan dan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan kalau penyiar *Good Morning Hard Rockers* sudah melakukan peran penyiar seperti melibatkan pendengar dalam acara (interaktif), ekspresif dalam siarannya, dan melakukan siaran dari sudut pandang pendengar. Namun penyiar tidak dilibatkan dalam perencanaan program sehingga terjadi beberapa kesalahan *on air* yang membuat *Good Morning Hard Rockers* belum berjalan optimal. Penelitian ini juga menemukan bahwa pakaian berpengaruh dalam media auditif.

**Kata Kunci:** Peran Penyiar, Hard Rock FM, Menjaring Pendengar.

## Pendahuluan

Good Morning Hard Rockers Show (GMHR) adalah program di 89,7 Hard Rock FM Surabaya yang sudah mengudara selama 10 tahun sejak tahun 2002. Program yang disiarkan setiap hari Senin – Jumat pukul 06.00 – 10.00 pagi ini awalnya dipandu oleh Ivan Arbani dan Meity Piris. Duet ini terkenal dengan gaya siarannya yang lucu, kompak, sedikit nakal, dan sangat dekat dengan pendengarnya. GMHR pernah menjadi acara *morning show* yang paling didengar oleh warga Surabaya. Menurut data dari AC Nielsen tahun 2005 Wave 3, GMHR Hard Rock FM pernah menyentuh angka 20.000 pendengar di Surabaya, yang artinya kurang lebih 20.000 orang mendengarkan siaran GMHR setiap harinya. Karena prestasi inilah yang membuat GMHR menjadi salah satu acara unggulan dari Hard Rock FM Surabaya sampai sekarang. (Research & Development Hard Rock FM: Riset by AC Nielsen, Jumlah Pendengar Radio Surabaya, 2005)

Banyak inovasi-inovasi program yang dilakukan oleh GMHR untuk menjaring pendengar. Salah satunya adalah dengan membuat program dual media yang

pertama di Surabaya di tahun 2010. GMHR on SBO TV yang merupakan hasil kerja sama dengan stasiun televisi lokal SBO TV. Program ini tayang di Hard Rock FM dan SBO TV secara bersamaan, setiap Senin-Jumat pukul 07.00 WIB. Dalam program GMHR on SBO TV ini menampilkan topik bahasan yang dibahas oleh penyiar, laporan keadaan jalan, dan juga “Jam Weker” (D. Taharuddin, Wawancara, November 1, 2012)

Dengan kreatifitas yang semakin tinggi, tidak jarang program GMHR kelewatan berkreasi. Tanggal 16 November 2010, GMHR pernah mendapat protes masyarakat atas penayangan insert “Jam Weker”. Karena protes keras, membuat hari tersebut menjadi hari terakhir duet Ivan Arbani dan Meity Piris bersiar di GMHR, dan kemudian digantikan oleh duet penyiar yang lain. Dengan pergantian penyiar membuat jumlah pendengar GMHR semakin menurun, padahal tidak ada perubahan *treatment* yang diberikan produser kepada penyiarinya. Setelah duet Ivan-Meity, tahun 2011 program GMHR dibawakan oleh duet Angga Prameswara dan Mika Affandy. Setelah satu tahun, penyiar di program GMHR dirubah lagi menjadi duet Angga Prameswara dan Citra Permata. (D. Taharuddin, Wawancara, November 1, 2012)

Penelitian radio yang dilakukan oleh Jessica Staples tahun 1998 mengatakan bahwa “sebagian besar orang mendengarkan radio karena dua alasan utama yaitu untuk mendapatkan informasi dan hiburan” (Staples, 1998, p.80). Oleh karena itu, program siaran radio harus memperhatikan teknik penyiaran yang baik yang harus dimiliki oleh penyiarinya. Sehingga peran penyiar disini tidak hanya untuk membuat siaran yang baik, tapi juga menarik pendengar.

Wawancara dengan Dego Taharuddin (Program Director Hard Rock FM) menyebutkan bahwa GMHR termasuk program *prime time* di Hard Rock FM dan menjadi kekuatan program Hard Rock FM di pagi untuk menjaring pendengar, sehingga pendengar akan tetap mendengarkan Hard Rock FM seharian penuh. Sehingga, penyiar dari program GMHR harus mempunyai peran untuk menjaring pendengar, dan membuat pendengar tetap mendengarkan Hard Rock FM. (D. Taharuddin, Wawancara, November 1, 2012)

Penyiar radio adalah:

Orang yang mampu mengomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio. Dalam hal ini, penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang sedang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar. Penyiar adalah narasumber dan sumber segala informasi yang diberikan kepada pendengar. Dalam sebuah siaran radio, fungsi penyiar bisa diibaratkan sebagai ujung tombak, etalase dan filter terakhir karena penyiar yang mengomunikasikan pesan, baik iklan lagu dan sebagainya. Itulah penyiar tampil sebagai wakil dari radio tempat dia bekerja (Yulia, 2010, p. 17).

Menurut Romli (2009) Ada dua teknik siaran yang harus dikuasai oleh seorang penyiar:

Pertama, teknik *Ad Libitum*, yaitu teknik siaran dengan cara berbicara santai, enjoy, tanpa beban atau tanpa tekanan, sesuai dengan selernya (*ad libitum means to speak at pleasure, as one wishes, as one desires*) dan tanpa naskah. Kedua, teknik membaca naskah (*spoken reading*). Dalam teknik ini, penyiar melakukan siaran dengan cara membaca naskah siaran yang sudah disusun sendiri atau dengan bantuan *script writer* (p.39).

Peran penyiar sangatlah penting, maka dengan itu bagaimana seorang penyiar melakukan aktivitas siaran khususnya dalam bertutur sehingga pendengar merasa nyaman untuk selalu mendengarkan. Untuk itulah peneliti ingin melihat Bagaimanakah peran dari Angga dan Citra sebagai penyiar dari Good Morning Hard Rockers dalam menjaring dan meningkatkan lagi jumlah pendengar di siarannya?

## Tinjauan Pustaka

### Peran Penyiar

Menurut Yulia (2009) beberapa contoh peran penyiar adalah:

1. Libatkan pendengar dalam program acara. Untuk menarik perhatian pendengar, tidak cukup hanya memiliki *golden voice* (suara yang menarik dan memesona). Penyiar radio harus melibatkan para pendengar dalam setiap program acara yang dibawakannya. Inilah yang menjadi tantangan penyiar, bagaimana daya tariknya bisa memaksa pendengar untuk stay tune di program dan tujuan program itu sampai langsung ke pendengar. Beberapa cara supaya penyiar bisa melibatkan pendengar dalam acara adalah dengan memamerkan kekuatan program itu baik secara langsung atau tersamar. Rumusnya adalah: “radio adalah kerja tim”. Jadi, program radio adalah hasil perpaduan antara programmer, penata musik, penata informasi, dan penyiar. Jangan sampai peran mata rantai ini dihilangkan.
2. Maksimalkan ekspresi tubuh ke suara. Penyiar radio hanya bekerja melalui suara. Jadi, suara benar-benar menjadi medium utama komunikasi penyiar dengan pendengar. Oleh karena itu, seluruh energi ekspresi komunikasi penyiar harus tergambar melalui suara. Penyiar yang baik adalah orang yang dapat menyalurkan emosinya, ekspresinya, dan memberi “nyawa” pada suaranya.
3. Empati. Penyiar radio adalah sahabat bagi pendengarnya. Menurut pakar komunikasi Kris Cole, empati adalah kemampuan untuk melihat situasi dari sisi orang lain. Artinya, siaran selalu bermula dari memahami kebutuhan pendengar.
4. Penyiar adalah “etalase” radio. Penyiar diibaratkan sebagai etalase radio, atau citra radio. Semakin cantik performa penyiar maka akan tergambar juga kecantikan dari kerja sama, manajemen, dan standarisasi siaran yang diterapkan radio itu.

5. Jadilah pendengar yang baik. Penyiar tidak boleh hanya sekedar sadar dengan kemampuan bicaranya yang baik, tapi juga harus mendengar. Karena dengan mendengar, penyiar bisa menyerap banyak hal (p.22-23).

## Fenomenologi

Menurut Kuswarno, “Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani dengan asal suku kata *phainomenon* yang berarti yang menampak. Menurut Husserl, dengan fenomenologi, kita dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri” (2009, p.10).

Lebih lanjut dikatakan oleh Alfred Schutz, salah satu tokoh fenomenologi yang menonjol:

bahwa inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (dalam Kuswarno, 2009, p.18).

Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.

Menurut Creswell (1998):

Pendekatan fenomenologi menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini biasa disebut *epoche* (jangka waktu). Konsep *epoche* adalah membedakan wilayah data (subjek) dengan interpretasi peneliti. Konsep *epoche* menjadi pusat dimana peneliti menyusun dan mengelompokkan dugaan awal tentang fenomena untuk mengerti tentang apa yang dikatakan oleh responden (p.54).

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tradisi fenomenologi. Penelitian fenomenologi pada dasarnya berprinsip *a priori*, sehingga tidak diawali dan didasari oleh teori tertentu. Penelitian fenomenologi justru berangkat dari persepektif filsafat, mengenai "apa" yang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya.

Menurut Kuswarno (2009), premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi adalah:

1. Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung
2. Pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif
3. Pengalaman manusia terdapat dalam struktur pengalaman itu sendiri. Tidak dikonstruksi oleh peneliti (p.58).

### *Subjek Penelitian*

Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah penyiar dari program Good Morning Hard Rockers sekarang ini yaitu Angga Prameswara dan Citra Permata. Sedangkan obyek penelitiannya adalah bagaimana penyiar program Good Morning Hard Rockers dalam menjaring pendengarnya. Pada penelitian ini, peneliti mengambil unit analisis individu dengan *purposive sampling* karena informan dipilih berdasarkan kriteria dan batasan yang ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Penelitian ini adalah hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti kepada penyiar dari *Good Morning Hard Rockers*, yaitu Angga Prameswara dan Citra Permata terkait dengan peran penyiar dalam menjaring pendengarnya. Angga dan Citra dipilih menjadi unit analisis penelitian ini karena mereka berdua adalah penyiar dari GMHR sekarang.

### *Analisis Data*

Dalam penelitian ini, peneliti memilih metode analisis data fenomenologi Van Kaam karena lebih sederhana untuk memaparkan data, sehingga memudahkan pengolahan analisis data peneliti. Metode analisis dimulai dengan membuat daftar dan pengelompokan awal data yang diperoleh (*epoche*), eliminasi, reduksi data, validasi awal, esensi, dan *composite* (Kuswarno, 2009).

## **Temuan Data**

Peneliti menemukan beberapa temuan data, seperti perbedaan konsep pemahaman interaksi dari pendengar antara Angga dan Citra. Angga menganggap interaksi dari pendengar adalah sangat penting karena bisa menjadi satu tolok ukur kesuksesan suatu acara. Sementara Citra menganggap kalau interaksi pendengar hanyalah sebuah efek dari pengemasan acara yang bagus, sehingga yang dipentingkan adalah bagaimana penyiar bisa memberikan satu kemasan acara yang bagus, sehingga pendengar bisa ikut berinteraksi.

Sementara dari *script* siaran, Angga menganggap bahwa *script* itu penting untuk memberikan informasi kepada penyiar supaya tahu arah obrolannya. Sementara Citra menganggap *script* siaran bisa mengurangi tingkat kekreativitasan penyiar, sehingga Citra tidak terlalu peduli dengan *script*. Dikarenakan tidak terlalu memperhatikan *script* maka sering terjadi perubahan topik sehingga berbeda

dengan apa yang sudah ditulis didalam *script*. Hal ini terjadi beberapa kali dalam siaran GMHR, dan perubahan topik atau materi ini berlangsung secara mendadak tanpa dikoordinasikan dulu dengan produser yang bertugas atau dengan penyiar.

Penggunaan gerakan atau *gesture* tubuh dalam siaran GMHR dilakukan selalu oleh Angga dan Citra, padahal radio adalah media auditori sehingga pendengar tidak bisa melihat gerakan mereka. Dengan menggunakan gerakan-gerakan tubuh, kedua penyiar ini lebih leluasa dan lebih ekspresif dalam siarannya. Hal ini terlihat dalam hampir seluruh siaran GMHR.



Gambar 1. Angga melakukan gerakan mendorong mobil



Gambar 2. Citra melakukan gerakan menyetir mobil

Dalam siaran GMHR, terlihat juga kalau Angga dan Citra juga memperhatikan penampilan termasuk dengan baju yang mereka pakai. Hal ini mereka lakukan, karena mereka menjadi representatif dari Hard Rock FM.



Gambar 3. Pakaian yang digunakan oleh Angga dan Citra di siaran GMHR

## Analisis dan Interpretasi

Menurut pengamatan peneliti, Angga selalu dalam siaran GMHR mengajak pendengarnya untuk bergabung dan memberikan *feedback* interaksi. Angga selalu menutup obrolan dengan kalimat ajakan untuk Hard Rockers mengirimkan SMS, twitter, dan juga Blackberry Messenger, untuk mengikuti topik yang sedang dibahas, seperti "Hard Rockers, SMS sekarang juga ke 08123020897, atau telpon 8250082 atau 92, twitter @HARDROCKFMSBY". Hal ini sering terjadi terutama pada topik siaran, atau saat program kuis. Jadi cara Angga melihat sebuah acara yang bagus adalah dengan banyaknya interaksi yang masuk.

Hal yang berbeda, dilakukan oleh Citra, yang terpenting adalah bagaimana penyiar bisa membuat sebuah acara yang bagus dari kreativitas penyiarinya. Dalam pengamatan peneliti, Citra cukup jarang mengajak Hard Rockers untuk berinteraksi lewat SMS, twitter atau Blackberry Messenger, tetapi Citra lebih sering memberikan kejutan-kejutan dalam siaran. Contohnya: memutar lagu-lagu yang bagus, menelpon orang secara tiba-tiba, bernyanyi on air, dan lain sebagainya. Itu yang akan membuat pendengar melakukan interaksi. Seperti yang terjadi pada siaran GMHR tanggal 13 November 2012, ketika *break* dan memutar lagu Blackstreet ft. Mya yang berjudul Take Me There, ada beberapa BBM yang masuk dan menanyakan lagu yang sedang diputar. "Siapa yang nyanyi nih?" "Lagunya lucu" adalah interaksi yang masuk lewat BBM Hard Rock FM yang penasaran dengan lagu yang diputar. Dengan kata lain, dengan pengemasan acara yang bagus, niscaya akan menghasilkan interaksi dari pendengar.

Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Yulia (2010) kalau beberapa cara supaya penyiar bisa melibatkan pendengar dalam acara adalah dengan memamerkan kekuatan program itu baik secara langsung atau tersamar. Rumusnya adalah: "radio adalah kerja tim". Jadi, program radio adalah hasil perpaduan antara programmer, penata musik, penata informasi, dan penyiar. Jangan sampai peran mata rantai ini dihilangkan. Seperti di program GMHR dimana kerja sama antara produser (penata informasi) dalam memilih topik, ditambah dengan proyeksi kepribadian penyiar (*on air personality*) bisa menjangkau pendengar untuk ikut dalam *show* tersebut. Ditambah lagi dengan pemilihan-pemilihan lagu yang dipilih oleh Music Director yang membuat pendengar penasaran dan bertanya (secara tidak langsung berinteraksi), dan penyampaian informasi yang bisa mengundang pendengar untuk berkomentar, meskipun penyiarinya tidak mengundang untuk berinteraksi. Sehingga yang terpenting dalam sebuah *show* bukanlah interaksinya, tetapi adalah bentuk *show*nya (*having a good show*) seperti yang diungkapkan oleh Citra.

Menurut Harley Prayudha (2004), strategi programming atau penataan acara adalah sebuah proses mengatur program demi program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan *image* stasiun penyiaran radio, dengan kata lain mencapai rating yang tinggi. Hal ini juga terjadi di program GMHR di mana perencanaan program ini diatur dalam script siaran yang disiapkan oleh produser yang bertugas. Akan tetapi, berdasarkan teori *ad libitum*, penyiar menginginkan sesuatu yang sesuai dengan seleranya supaya dia

bisa berbicara dengan santai. Sehingga yang terjadi adalah penyiar mengganti topik siaran yang sudah disiapkan oleh produser karena merasa penyiar lebih cocok dengan topik yang dia pikirkan.

Seperti yang terjadi pada GMHR pada tanggal 16 November 2012. Produser sudah menyiapkan *script* siaran yang membahas masalah “Cutu Bersama”, tetapi berhubung tanggal 16 November adalah Hari Toleransi Internasional, dan Citra merasa topik yang disiapkan kurang kena dengan Hard Rockers, akhirnya pada saat eksekusi *on air*, dan tanpa melakukan konfirmasi ke produser dan pasangan siarannya, Citra berinisiatif untuk mengganti topik yang sudah disiapkan menjadi “Hal yang tidak bisa Hard Rockers toleransi lagi?”. Akibatnya pada saat eksekusi *on air*, kedua penyiar tidak ada kesepahaman untuk mengantarkan topik, yang bisa jadi berakibat pada kebingungan pendengar.

Pergantian topik di siaran GMHR secara mendadak dan tanpa konfirmasi, pernah dilakukan GMHR sebelumnya. Hal ini menunjukkan kurangnya proses perencanaan, terutama pada bagian koordinasi antara produser, dan penyiar di program GMHR. Ada baiknya topik dalam sebuah siaran dikoordinasikan dulu antara produser dan penyiar, karena topik adalah bagian dari perencanaan program yang sudah diatur sedemikian rupa oleh produser dan program director. Jadi, dengan perencanaan yang baik bisa meminimalisasi ketidakpahaman akibat perbedaan pandangan terhadap topik, sehingga hasil *on air* bisa jadi lebih rapi dan bagus.

Penyiar radio hanya bekerja melalui suara. Jadi, suara benar-benar menjadi medium utama komunikasi penyiar dengan pendengar. Oleh karena itu, seluruh energi ekspresi komunikasi penyiar harus tergambar melalui suara. Penyiar yang baik adalah orang yang dapat menyalurkan emosinya, ekspresinya, dan memberi ”nyawa” pada suaranya (Yulia, 2009). Supaya obrolan terdengar lebih bernyawa, tidak jarang penyiar berbicara sambil melakukan gerakan-gerakan tubuh meski tidak terlihat dari radio. Hal ini juga terjadi dalam siaran GMHR, terutama pada saat program GMHR on SBO TV di pukul 07.00 WIB. Dengan bantuan kamera dan masuk di televisi, membuat penyiar tidak hanya sekedar berbicara, tapi juga bergerak. Akan tetapi gerakan ini ternyata juga dilakukan oleh penyiar diluar program GMHR on SBO TV. Menurut Angga, gerakan ketika bersiaran bisa membantu dia untuk menjelaskan sesuatu dan membuat mood menjadi naik.

Peneliti menemukan bahwa Citra lebih banyak menggunakan gerakan untuk membantu dia mendapatkan ekspresi suara. Seperti saat adegan kepanasan, Citra mengipas wajahnya dengan kertas seakan-akan kepanasan, padahal kenyataannya udara di studio cukup dingin. Begitu juga ketika adegan membuka jendela, Citra memeragakan adegan membuka jendela dengan cara memutar seperti membuka jendela mobil, dan adegan mengambil paspor, Citra mengambil tasnya yang kebetulan ada di bawah tempat duduknya, dan pura-pura mengambil barang yang dianggap itu adalah paspornya. Dari gerakan-gerakan yang Citra lakukan, mempengaruhi ekspresi suaranya dan pendengar jadi tau seperti apa kejadiannya, meskipun pendengar tidak bisa melihat apa yang Citra lakukan. Hal ini sesuai dengan yang ditulis Ardianto, Erdinaya (2007), dimana radio siaran bersifat



imajinatif, karena indera yang digunakan oleh pendengar hanya indera pendengar. Sehingga radio siaran harus dapat mengajak pendengarnya berimajinasi. Hal ini bisa tercapai jika kita memaksimalkan ekspresi tubuh ke suara, dengan cara memberikan 'nyawa' pada suara kita (Yulia, 2009).

Dari dua gaya berpakaian Angga dan Citra tadi, bisa dilihat kalau kedua penyiar ini sama-sama ingin tampil bagus meski mereka hanya melakukan siaran radio. Angga dan Citra pun punya tujuan yang sama mengenakan pakaian yang sesuai dengan nilai Hard Rock FM yang lifestyle & entertainment supaya siaran mereka jadi lebih enak dan jadi lebih percaya diri. Gaya berpakaian yang sesuai dengan nilai Hard Rock FM, tidak menghilangkan ciri khas mereka. Contohnya Angga yang suka memakai baju kaos yang ditutup dengan kemeja kotak-kotak, atau Citra yang selalu punya tema tersendiri dalam gayanya. Hal ini berfungsi untuk membuat penyiar menjadi nyaman dan enak dalam bersiaran.

## Simpulan

Peran penyiar di program Good Morning Hard Rockers (GMHR), sudah berjalan dengan baik. Penyiar GMHR yaitu Angga Prameswara dan Citra Permata sudah mempunyai peran yang baik terhadap pendengarnya, dimana mereka melakukan interaktif, ekspresif dan empati kepada pendengarnya. Angga dan Citra sudah melibatkan pendengar dalam siarannya, meskipun pemahaman tentang konsep interaksi mereka berbeda. Mereka juga sudah ekspresif dalam siarannya dengan menggunakan gerakan-gerakan atau gesture meskipun radio adalah media auditif, dan juga sudah berempati dalam siarannya.

Akan tetapi, penyiar GMHR juga mempunyai beberapa kelemahan yang cukup signifikan, yaitu perencanaan program yang kurang dikoordinasikan dengan baik antara produser, atau dengan sesama penyiar. Selain itu, penyiar suka mengganti topik yang sudah disusun seenaknya sendiri, sehingga perencanaan program menjadi kacau. Akibatnya terjadi kesalahan-kesalahan yang on air karena tidak ada kesepahaman dari antara sesama penyiar dan produser. Kesalahan-kesalahan inilah yang membuat peran penyiar di program GMHR ini belum berjalan dengan optimal.

Sementara peneliti menemukan adanya pengaruh pakaian yang digunakan oleh penyiar radio dalam siarannya, meskipun radio adalah media auditif. Pakaian yang digunakan Angga dan Citra berpengaruh dalam menjaga mood atau semangat siaran mereka meskipun pendengar tidak melihat pakaian apa yang mereka gunakan. Hal ini menunjukkan kalau ada pengaruh pakaian dalam media auditif.

## Daftar Referensi

- Ardianto, E & Erdinaya, L. (2005). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five tradition*. London: Sage Publication.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: metode penelitian komunikasi : Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Prayudha, H. (2004). *Radio suatu pengantar untuk wacana dan praktik*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Staples, J. (1998). *Call-in talk radio: A uses and gratifications study of listeners, non listeners, and callers*. Delaware: Faculty of the University of Delaware.
- Yulia, W. (2010). *Andai aku penyiar*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.