



DISEMINASI INFORMASI PROGRAM KERJA PEMERINTAH KOTA BEKASI MELALUI RADIO

VIVI OKTAVIANI¹, TATIK YUNIARTI²
vianioktavivi@gmail.com¹, tatikyuniarti.unisma@gmail.com²

Program Studi Ilmu Komunikasi, FKSB, Universitas Islam “45” Bekasi

ABSTRACT

Radio is a mass media that can be used to disseminate information. Nielsen Radio Audience Measurement noted that in the third quarter of 2017, 57% of the total radio listeners came from generation Z and millennials. This made the Bekasi City government collaborate with the local radio media to spread information related to the Bekasi City government's work program. The study was conducted to determine the information dissemination of Bekasi City government work programs via radio. The research method uses descriptive qualitative. The results showed that the dissemination of information on the Bekasi City government work program in order to realize development in Bekasi City was divided into four elements. First, sources in the dissemination of information on the work program of the Bekasi City government are delivered directly by speakers in accordance with their field expertise. Second, the delivery of messages is done through radio talkshows relating to the vision and mission of the City of Bekasi. Third, the Bekasi City government disseminates information on the Bekasi City government work program through local radio media in Bekasi City, namely Dakta, Elangga and Gaya radio by interactively opening via Phone, SMS, Whatsapp, Fanpage and Twitter to get responses from the community related to information dissemination and the development of Bekasi City government work programs. Fourth, the Bekasi City community as the recipient of the message during the talkshow can directly deliver criticisms and suggestions related to the work program of the Bekasi City government in accordance with communication skills, attitudes, knowledge, social and cultural systems that affect the Bekasi City community in receiving messages.

Keywords: *Talkshow Program, Dissemination, Bekasi City Government, Berlo Communication Model, Radio Media*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Diseminasi ialah sebuah aktivitas penyebaran informasi publik yang diperuntukkan bagi seseorang atau sekelompok orang yang menjadi target, supaya mereka mendapatkan dan menerima informasi sehingga muncul kesadaran untuk memanfaatkan informasi tersebut demi mewujudkan suatu pembangunan.

Berdasarkan peraturan Menteri Komunikasi dan PER/M.KOMINFO/03/2009 tentang diseminasi informasi nasional oleh pemerintah, pemerintah daerah provinsi dan pemerintah daerah kabupaten/kota, diseminasi informasi nasional ialah penyebaran informasi secara timbal balik dari pemerintah kepada masyarakat, baik diminta atau tidak diminta, dengan menggunakan media dalam penyampaiannya. Baik media massa maupun media komunikasi lainnya dan lembaga-lembaga komunikasi masyarakat. Sedangkan dalam UU No. 14 tahun 2008 menyebutkan, informasi



nasional yaitu informasi tentang kebijakan publik yang mempunyai dampak pada kehidupan masyarakat dalam ruang lingkup nasional.

Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi. Salah satu media massa yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi adalah radio. Sebagaimana yang dijelaskan dalam UU No.32 tahun 2002 perihal penyiaran, yaitu bahwa media radio berfungsi menyalurkan ide atau gagasan serta informasi dalam bentuk siaran umum serta bersifat terbuka, berupa program siaran yang teratur dan berkesinambungan. *Nielsen Radio Audience Measurement*, yaitu sebuah survey pengukuran kependengaran radio mencatat, pada kuartal ketiga tahun 2017 memperlihatkan, 57% dari keseluruhan pendengar radio ialah kaum milenial dan generasi Z yang merupakan para konsumen dari masa depan.

Sebagai salah satu media massa elektronik, radio mempunyai sifat-sifat khusus yang dapat dijadikan sebagai keunggulan dalam menyampaikan informasi dan pesan kepada masyarakat luas, informasi melalui radio sangat mudah dan juga dapat dengan mudah disampaikan.

Berdasarkan hal tersebut pemerintah Kota Bekasi kemudian bekerja sama dengan radio lokal yang ada di Kota Bekasi yaitu radio *Dakta*, radio *Elangga* dan radio *Gaya* untuk menginformasikan terkait dengan pembangunan dan program kerja pemerintah kota Bekasi agar masyarakat dapat mengetahui, memahami, mengingat serta berpartisipasi terhadap informasi yang disampaikan.

Penelitian ini diperlukan untuk menganalisis pemanfaatan media radio oleh pemerintah Kota Bekasi dalam mendiseminasikan program-program kerja pemerintah dalam rangka pembangunan Kota Bekasi. Rumusan penelitian ini adalah bagaimana pemerintah Kota Bekasi memanfaatkan media radio lokal untuk mendiseminasikan program-program pemerintah serta bertujuan untuk mengetahui diseminasi informasi program-program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui radio lokal di Kota Bekasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Menurut Bittner, Komunikasi Massa ialah penyampaian pesan (message) kepada banyak orang dengan menggunakan media massa. Ahli komunikasi lainnya, yakni Gerbner turut merumuskan definisi komunikasi massa, yaitu komunikasi massa merupakan produksi serta distribusi pesan yang dilandaskan pada teknologi serta lembaga. Arus pesan yang terus menerus dan paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sementara itu, menurut Meletzke komunikasi massa ialah semua bentuk yang dalam penyampaian pesan terbukanya dengan melalui media. Teknis penyebarannya secara tidak langsung dan berjalan satu arah pada publik yang tersebar. (Komala Ardianto: 2007)



Radio

Arifin berpendapat, radio merupakan alat komunikasi massa. Dengan kata lain, merupakan saluran bagi pernyataan manusia yang bersifat umum/ terbuka, di mana menyalurkan gelombang yang berbunyi berupa program teratur yang isinya bersifat actual serta mencakup segi perwujudan kehidupan masyarakat.

Widjaja turut mengemukakan pendapatnya yaitu, radio ialah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan oleh stasiun pemancar serta diterima oleh sebuah pesawat penerima yang bisa berada di mana saja (Wjaya: 2000).

Berdasarkan pendapat beberapa ahli komunikasi tersebut bisa ditarik sebuah kesimpulan, radio adalah sesuatu yang menghasilkan suara, lalu dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui udara. Kemudian manusia menggunakannya sebagai sarana untuk menyampaikan informasi.

Komunikasi Pembangunan

Nasution mengemukakan, komunikasi pembangunan ialah segenap cara atau teknik yang digunakan untuk menyampaikan gagasan atau ide serta ketrampilan-ketrampilan pembangunan dari pihak yang memprakarsai pembangunan tersebut kepada khalayak luas. Tujuannya agar masyarakat bisa memahami, lalu menerima gagasan tersebut untuk kemudian turut ambil bagian/ berpartisipasi dalam pelaksanaan gagasan yang disampaikan tersebut (Wijaya H: 2000).

Sedangkan dalam arti luas, komunikasi pembangunan mencakup di dalamnya perihal peran dan fungsi komunikasi di antara semua pihak yang terlibat dalam pembangunan. Dalam hal ini terutama masyarakat dengan pemerintah. Sedari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga penilaian terhadap pembangunan.

Diseminasi Informasi

Yaitu sebuah aktivitas yang bertujuan agar seseorang/ sekelompok orang yang menjadi target mendapatkan informasi, timbul kesadaran di dalam dirinya, lalu menerima, hingga akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Dalam Peraturan Menteri Kominfo Nomor 17 tahun 2009 menyebutkan, Diseminasi Informasi Nasional ialah penyebaran informasi secara timbal balik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah baik provinsi dan juga kabupaten/ kota kepada masyarakat, baik diminta ataupun tidak, melalui media massa ataupun media komunikasi lainnya dan/ atau lembaga-lembaga komunikasi masyarakat (Nasution: 2007).

Model Komunikasi Berlo

Model komunikasi yang dikembangkan oleh David K. Berlo ini lebih dikenal sebagai model SMCR, yaitu *Source*, *Message Channel* dan *Receiver*. *Source* atau sumber ialah pihak yang menciptakan pesan, baik individu maupun kelompok. *Message* atau pesan ialah ide atau gagasan. Disampaikan dalam bentuk kode simbolik, dalam hal ini bahasa ataupun isyarat. *Channel* atau saluran ialah medium/ sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan. *Receiver* atau penerima ialah orang yang menjadi tujuan atau sasaran dari pesan komunikasi (Mulyana D: 2015).



Elemen-Elemen Dalam Model Komunikasi Berlo:

1. *Source*, yaitu seseorang yang menyampaikan/ memberi pesan, dalam ilmu komunikasi, sumber disebut komunikator. Meskipun komunikator sebenarnya adalah individu, tetapi dalam kajian ini, sumber terdiri dari banyak individu. Sumber memiliki unsur keterampilan komunikasi (*communication skills*), sikap (*attitudes*), pengetahuan (*knowledge*), sistem sosial (*social systems*), dan budaya (*culture*).
2. *Message* (pesan). Pada model komunikasi yang dirumuskan oleh Berlo ini, pesan ialah informasi/ substansi yang disampaikan atau dikirimkan oleh source kepada penerima. Pesan bisa berupa: teks, suara, maupun video. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pesan, yaitu isi: *content* atau elemen pesan, *elements*, *treatment* atau perlakuan, *structure* atau struktur, serta *code* atau kode.
3. *Channel*, yaitu media atau saluran yang digunakan dalam proses penyampaian pesan (komunikasi). Channel terdiri dari: lisan, tertulis dan elektronik. Dengan kata lain, media ialah alat yang dipakai untuk mengirim pesan. Misalnya untuk komunikasi yang sifatnya massa (komunikasi massa), bisa memakai media cetak dan juga elektronik. Media cetak misalnya majalah, Koran, dll. Sedangkan media elektronik misalnya radio, film, televise. Sedangkan internet bisa dikategorikan sebagai media yang fleksibel. Sebab internet bisa bersifat pribadi dan juga bisa bersifat massa. Dalam komunikasi secara umum, panca indera manusia adalah hal berpengaruh pada efektivitas *channel*. Adapun panca indera tersebut meliputi: mendengarkan, melihat, menyentuh, mencium, serta merasa.
4. *Receiver*. Penerima yaitu pihak yang menerima pesan dari komunikator melalui media. Dengan kata lain, penerima merupakan sasaran/ target dari kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut. *Receiver* atau penerima pesan memiliki elemen-elemen, yakni: keterampilan berkomunikasi (*communication skills*), sikap (*attitudes*), pengetahuan (*knowledge*), sistem sosial (*social systems*), dan budaya (*culture*).

Fokus Penelitian

Penelitian kali ini fokus pada diseminasi informasi dengan menggunakan model komunikasi Berlo, dimana permasalahan berlandaskan diseminasi informasi dan kemudian di analisis menggunakan teori-teori yang telah di jelaskan.



METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, yaitu berusaha memaparkan berbagai situasi, kondisi, serta fenomena sosial yang ada di masyarakat.

Dengan demikian akan bisa ditarik sebuah kesimpulan dan bisa dikemukakan dikemukakan sebagai sebuah sifat, model, ciri, karakter, tanda, atau gambaran perihal situasi dan kondisi, ataupun fenomena tertentu (Bungin: 2010). Pada penelitian ini peneliti meneliti mengenai diseminasi informasi program- program kerja pemerintah Kota Bekasi yang dilakukan melalui radio lokal di Kota Bekasi. Batasan dalam penelitian ini adalah informasi yang di siarkan pada program acara *talkshow* radio *Dakta* 107 FM, radio *Elangga* 100.3 FM dan radio *Gaya* 93.6 FM. Periode Februari – Maret 2019.

Adapun pengumpulan datanya dengan menggunakan teknik:

Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek Penelitian (Meleong & Lexy: 2011).

Peneliti melakukan pengamatan berlangsungnya acara *talkshow* yang diselenggarakan oleh media radio lokal yang ada di Bekasi yaitu radio *Dakta* 107 FM, radio *Elangga* 100.3 FM dan radio *Gaya* 93.6 FM.

Pengamatan dilakukan demi mengumpulkan data dimana peneliti merekam dan mendengarkan siaran radio kemudian informasi yang disajikan dalam penelitian tersebut di catat secara objektif.

Wawancara mendalam

Yaitu sebuah teknik untuk mencari data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber-sumber yang dipandang tepat dan bisa memberikan informasi seputar permasalahan yang diteliti (Bungin B: 2010). Pada penelitian ini wawancara mendalam dilakukan peneliti dengan *key informan* yakni Produser radio *Dakta* 107 FM, Program *Director* radio *Elangga* 100.3 FM dan Program *Director* radio *Gaya* 93.6 FM. Sedangkan *Informan* dalam penelitian ini yakni Kepala Bagian Humas Sekda Kota Bekasi dan masing- masing satu orang pendengar radio *Dakta* 107FM, radio *Elangga* 100.3 FM dan radio *Gaya* 93.6 FM.



Dokumentasi

Merupakan salah satu teknik pengumpulan data sekunder, dengan cara mengumpulkan beberapa literatur seperti jurnal, buku-buku yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti, dokumen yang menjadi data penelitian seperti file rekaman suara *talkshow*, transkrip siaran, data-data dan dokumen serta *company profile* yang dimiliki oleh Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi, radio *Dakta* 107 FM, radio *Elangga* 100.3 FM dan radio *Gaya* 93.6 FM.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data untuk menganalisis dan menjelaskan informasi atau fakta yang diperoleh dari data wawancara, observasi, atau dokumentasi yang dilakukan dengan cara: (1) Reduksi Data (*Data Reduction*), yaitu memilih bagian-bagian yang pokok dari informasi yang didapatkan, berkonsentrasi pada hal-hal yang penting, dicari pola serta temanya, sehingga memberikan gambaran lebih jelas, (2) Penyajian Data (*Data Display*). Untuk penelitian yang bersifat kualitatif, seperti penelitian kali ini data bisa disajikan dalam bentuk flow chart, bagan, ataupun uraian singkat dan sejenisnya. (3) Verifikasi dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan serta verifikasi data yang didapat dilakukan setelah proses reduksi dan penyajian data.

Untuk lebih mengetahui keabsahan data, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut: Perpanjangan keikutsertaan, keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Ketekunan pengamatan, dalam penelitian ini dilakukan peneliti dengan cara (1) Menanyakan lagi data yang didapatkan dari wawancara, barang kali ada bagian data yang salah/ kurang tepat, sehingga data menjadi makin valid. (2) Memeriksa atau melakukan koreksi ulang hasil dari catatan penelitian dengan apa yang ada di lapangan. Dengan demikian, jika ada data yang keliru bisa segera dibetulkan lagi. (3) Triangulasi, yakni sebuah teknik/ cara memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan hal lain di luar data tersebut. Sehingga untuk penelitian ini tidaklah cukup hanya dengan mengadakan data yang diperoleh semata, tetapi juga membutuhkan sumber lain berupa: dokumen, buku, dan lain sebagainya sebagai pembanding serta pelengkap data yang diperlukan. Untuk itu, yang bida dilakukan yakni:

1. Melakukan perbandingan atas data dari hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Melakukan perbandingan atas data yang didapatkan oleh peneliti dengan data-data dari dari lain, dalam hal ini pihak pemerintah Kota Bekasi maupun pihak radio.
3. Melakukan perbandingan atas perspektif dan seseorang dengan pendapat orang lain.
4. Melakukan perbandingan antara hasil dengan isi dari dokumen berupa transkrip-transkrip *talkshow* dan data-data yang peneliti dapat dari pihak pemerintah Kota Bekasi maupun pihak radio. Hasil dari pemeriksaan/ pengecekan sumber tersebut lalu dianalisis dengan acuan teori yang dipilih dalam penelitian ini, dengan demikian, hasil penelitian yang didapatkan adalah valid atau benar.



PEMBAHASAN

Dalam rangka mendukung pembangunan yang ada di Kota Bekasi, pemerintah daerah melalui Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi melakukan kerja sama dengan salah satu stasiun radio lokal, yakni radio *Dakta* 107 FM, radio *Elgangga* 100.3 FM dan radio *Gaya* 93.6 FM melakukan peningkatan keterbukaan informasi dan pelayanan publik melalui program *talkshow* untuk mendiseminasikan informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi agar masyarakat bisa mengetahui dan memberi saran serta kritik terhadap pembangunan yang akan ataupun sudah berlangsung di Kota Bekasi dengan tahapan sebagai berikut:



Gambar 4.11: Proses Tahapan Kerjasama Humas Kota Bekasi dengan Media Radio Lokal

(Sumber: Olahan peneliti, 2019)

Setelah tahapan berlangsung diseminasi informasi dilakukan dengan penyelenggaraan *talkshow* melalui radio *Dakta*, *Elgangga* dan *Gaya* yang dilakukan selama periode bulan Februari hingga Maret 2019. Sebanyak 33 kali *talkshow* telah dilakukan yang dapat dilihat pada tabel 4.5 terkait dengan laporan rincian penyelenggaraan *talkshow* pemerintah Kota Bekasi yang dilakukan melalui radio *Dakta*, *Elgangga*, dan *Gaya*.



Tabel 4 Laporan Rincian
Penyelenggaraan *Talkshow* Melalui Radio *Dakta*, *Elgangga*, dan *Gaya*.

No	Nama Radio	Februari	Maret
1	Radio Dakta	2 Kali Talkshow	10 Kali Talkshow
2	Radio Elgangga	2 Kali Talkshow	8 Kali Talkshow
3	Radio Gaya	4 Kali Talkshow	7 Kali Talkshow
Total 33 Talkshow			



Sumber (Source)

Komunikator atau sumber sebagai pihak yang berinisiatif menyampaikan gagasannya harus dilandasi adanya kepercayaan dan daya tarik yang dimaksud kepercayaan dalam diri komunikator, yaitu komunikator memiliki keahlian sesuai bidangnya sehingga pesan yang dikomunikasikan memiliki daya penetrasi yang tinggi dalam mendorong dan merangsang perubahan yang diinginkan.

Dengan adanya dukungan berupa keterampilan, pengetahuan dan Sikap, sistem sosial serta budaya yang mempengaruhi proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh *sender/source* atau sumber sehingga narasumber sebagai komunikator harus memahami bagaimana khalayak masyarakat serta segmentasi pendengar masing-masing radio untuk memberikan makna dan efek pesan sehingga pesan dapat tersampaikan ke masyarakat Kota Bekasi.

Berdasarkan hal tersebut pemerintah Kota Bekasi memilih kepala dinas atau kepala bidang instansi terkait sesuai dengan isu atau tema yang sedang berlangsung di masyarakat agar penyebaran informasi terhadap program kerja pemerintah dalam rangka pembangunan Kota Bekasi dapat berjalan efektif.

Penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui program *talkshow* radio berdasarkan pada tiga sampel yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian diseminasi informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui radio periode Februari hingga Maret 2019. Berikut analisis berkaitan dengan Sumber atau komunikator yang bertindak menyampaikan pesan program kerja pemerintah Kota Bekasi yaitu Dr.Fikri Firdaus dan Drg.Dezi Syukrawali MARS selaku Kepala Bidang Pencegahan Pengendalian Penyakit pada *talkshow* di radio *Dakta* dan radio *Gaya* dalam menyampaikan visi misi kegiatan Dinas Kesehatan Kota Bekasi tahun 2019 termasuk pelayanan kartu sehat berbasis NIK di kota Bekasi.

“KS NIK (Kartu Sehat Berbasis Nomor Induk Kependudukan) merupakan program unggulan dari Pemerintah Kota Bekasi jelas di sini adalah sebenarnya bertujuan sebagai hadirnya negara untuk masyarakat yang akan dibuktikan oleh Pemerintah Daerah Kota Bekasi melalui keunggulannya di bidang kesehatan.”(Hasil Rekaman Talkshow, Fikri Firdaus, Melalui Radio Dakta, 22 Februari 2019)



Hasil rekaman *talkshow* Dr. Fikri Firdaus melalui radio *Dakta* menjelaskan bahwa keterampilan narasumber sebagai sumber atau komunikator dalam menyampaikan pesan terkait dengan penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi dilakukan dengan baik sesuai dengan keterampilan komunikasi yang dimiliki, sama halnya dengan yang dilakukan oleh Drg. Dezy Syukrawali MARS melalui *talkshow* di radio *Gaya*.

Keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh Kardiman selaku Kepala Bidang Pelayanan dan Sistem Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi dari Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi pada *talkshow* di radio *Elgangga* dalam menyampaikan program percepatan pembayaran daerah juga diterapkan oleh Kardiman dalam menyampaikan pesan terkait dengan penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi yang menjelaskan secara rinci terkait dengan program percepatan pembayaran pajak.

Pesan (Message)

Proses penyampaian pesan program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui *talkshow* radio *Dakta*, *Elgangga*, dan *Gaya* yang bekerjasama dengan Humas Sekretariat Kota Bekasi dalam menyampaikan program kerja pemerintah berkaitan dengan visi dan misi Kota Bekasi terdapat faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap pesan, yakni: isi, elemen pesan, perlakuan, struktur, dan kode.

Penyampaian pesan berdasarkan isi melalui *talkshow* di radio yang berkaitan dengan visi dan misi Kota Bekasi disampaikan oleh Dinas Kesehatan Kota Bekasi yang menyampaikan misi serta visi kegiatan Dinas Kesehatan Kota Bekasi tahun 2019, termasuk pelayanan kartu Indonesia sehat berdasar nomor induk kependudukan di Kota Bekasi yang sesuai dengan misi program kerja pemerintah Kota Bekasi untuk mengupayakan peningkatan kapasitas tata kelola yang baik, melakukan pembangunan guna peningkatan serta pengembangan sarana dan prasarana kota yang maju serta memadai, serta untuk meningkatkan dan mengembangkan kualitas kehidupan masyarakat yang berpengetahuan, sehat, berakhlak mulia, kreatif dan inovatif serta penyampaian program kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi tentang program percepatan pembayaran pajak daerah pemerintah Kota Bekasi tahun 2019 yang sesuai dengan misi program kerja pemerintah Kota Bekasi untuk membangun, meningkatkan dan mengembangkan prasarana dan sarana kota yang maju dan memadai serta untuk meningkatkan kapasitas tata kelola pemerintahan yang baik.

Unsur atau *elements* dalam penyampaian program kerja pemerintah Kota Bekasi terdapat pesan verbal yang dilakukan antara narasumber dengan masyarakat pada sesi interaktif tanya jawab melalui telepon. Seperti yang dilakukan oleh Dr. Fikri Firdaus dan Drg. Dezy Syukrawali dalam menanggapi penelpon pada saat berlangsungnya *talkshow*.



“baik/ saya tanggap/ sebelumnya terimakasih atas masukannya Pak.” (Hasil Rekaman *Talkshow*, Fikri Firdaus, Melalui Radio *Dakta*, 22 Februari 2019)

“terimakasih Pak Andy/ atas informasi yang seperti inilah yang diperlukan dalam evaluasi.” (Hasil Rekaman *Talkshow*, Dezy Syukrawali, Melalui Radio *Gaya*, 21 Februari 2019).

Kata-kata atau bahasa verbal dalam menanggapi pendengar yang berpartisipasi dalam menyampaikan program kerja pemerintah Kota Bekasi digunakan untuk memberikan kesan bahwa pemerintah Kota Bekasi merespon saran dan kritik dari masyarakat. Perlakuan (*treatment*) yang dilakukan oleh sender/source atau sumber dalam penyampaian program kerja pemerintah Kota Bekasi disampaikan dengan sebaik mungkin sehingga mudah diterima oleh masyarakat Kota Bekasi yang mendengarkan program *talkshow* pada radio *Dakta*, *Elgangga* dan *Gaya*.

Struktur atau alur penyusunan pesan yang dilakukan dalam penyampaian program kerja pemerintah Kota Bekasi dari pembukaan hingga penutup dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh pihak Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi selaku pengkoordinir dinas-dinas atau instansi pemerintahan terkait pelaksanaan *talkshow* yang diadakan dengan media radio lokal yang ada di Kota Bekasi yaitu radio *Dakta*, *Elgangga*, dan *Gaya*. Alur terbagi menjadi 4 sesi dengan durasi *talkshow* selama satu jam dan di setiap sesi *talkshow* diawali dengan pengulangan nama narasumber dan tema yang sedang dibicarakan dalam *talkshow* seperti yang dilakukan oleh radio *Dakta*, *Elgangga*, dan *Gaya* dalam program *talkshow* penyampaian program kerja pemerintah Kota Bekasi.

Kode pada unsur pesan dalam teori model komunikasi Berlo dijelaskan sebagai bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi yaitu menggunakan bahasa yang baku dan mudah dimengerti oleh pendengar sesuai dengan aturan *talkshow* yang berlaku.

Saluran (*Channel*)

Humas Sekretariat Kota Bekasi bekerjasama dengan radio di Bekasi untuk menyebarkan informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi dilakukan dengan durasi *talkshow* sebanyak satu jam yang di bagi menjadi empat sesi. Sesi pertama, pembukaan Komunikator atau narasumber bertugas sebagai pihak pertama yang memberikan informasi setelah acara dipandu terlebih dahulu oleh penyiar, Narasumber menyampaikan tema sesuai dengan isu-isu terkait maupun program yang sedang atau segera dijalankan oleh pemerintahan.



Menurut hasil observasi peneliti, informasi yang disampaikan oleh narasumber disesuaikan dengan posisi (pekerjaan) narasumber di pemerintahan. *Producer* radio Dakta (SF) menjelaskan penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi dilakukan oleh Aparatur Sipil Negara (ASN) yang bertujuan untuk memberikan akses untuk masyarakat warga kota Bekasi untuk tahu apa saja yang menjadi program-program yang dilakukan oleh pemerintah kota Bekasi.

Kedua, Proses Komunikasi Sesi Interaksi atau sesi tanya jawab dalam program acara *talkshow* radio didukung oleh media komunikasi interaktif demi menciptakan komunikasi dua arah antara narasumber dan masyarakat. Media komunikasi interaktif yang dimiliki oleh radio *Dakta*, *Elangga* dan *Gaya* terdiri dari interaksi melalui Telepon, SMS, *Whatsapp*, *Fanpage* dan *Twitter*.

Komunikasi interaktif digunakan oleh masyarakat untuk memberikan respon atau *feedback* terhadap informasi yang disampaikan oleh narasumber.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, dalam sesi terakhir yaitu penutup, penyiar memberikan kesempatan kepada narasumber untuk menyampaikan pernyataan penutup (*closing statement*). Lalu dilanjutkan oleh penyiar kembali menyampaikan poin-poin yang telah dibahas sebelumnya sebagai kesimpulan dari program acara *talkshow* yang telah berlangsung, acara selesai dan diakhiri dengan salam.

Penerima (Receiver)

Proses penerimaan informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi yang disampaikan melalui media radio *Dakta*, *Elangga* dan *Gaya* dilakukan dengan membuka interaktif melalui Telepon, SMS, *Whatsapp*, *Fanpage* dan *Twitter* mendapatkan respon yang baik dari dinas-dinas pemerintah Kota Bekasi.

Producer radio *Dakta* (SF) mengungkapkan dengan adanya penyampaian informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui radio juga mendapatkan antusias dari masyarakat yang merasa senang, terbantu, dan terjembatani dengan adanya siaran *talkshow* di radio dan menjadikan radio sebagai sarana untuk masyarakat untuk memberikan kritik dan saran terhadap program kerja pemerintah Kota Bekasi.

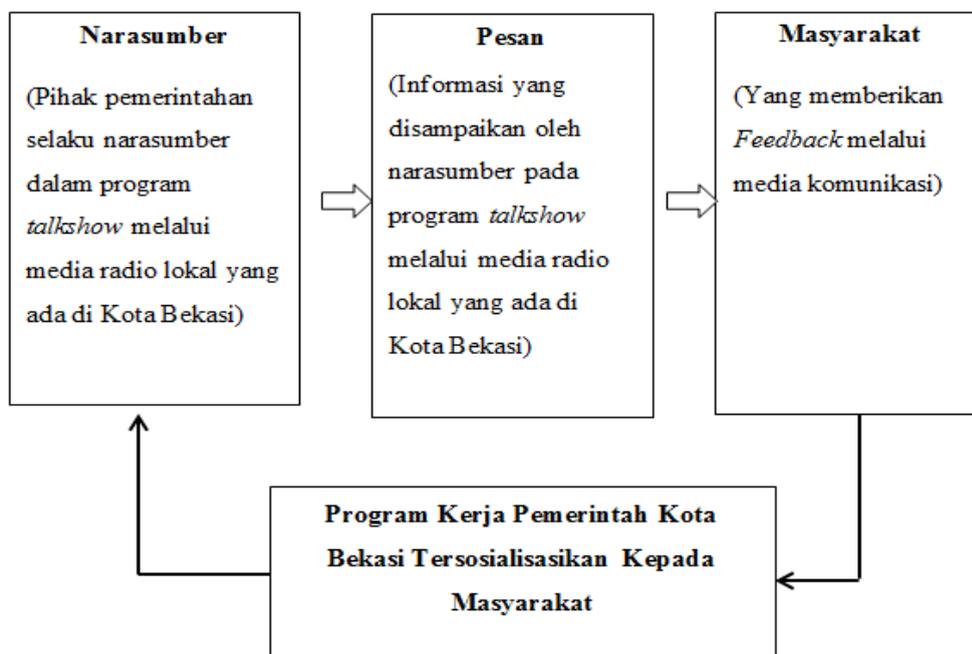
Hal tersebut membuktikan bahwa penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi yang disampaikan melalui media radio dapat tersosialisasikan kepada masyarakat Kota Bekasi dengan adanya keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial serta budaya yang mereka miliki masyarakat dapat memberikan tanggapan terkait dengan pembangunan yang ada di Kota Bekasi.

Komunikasi pembangunan memiliki peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara masyarakat dan pemerintah, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan. Pembangunan pada dasarnya melibatkan minimal tiga komponen yakni: komunikator pembangunan, yaitu aparat pemerintah ataupun masyarakat, pesan pembangunan, berupa ide-ide ataupun program-program pembangunan, dan komunikan pembangunan yaitu masyarakat luas, baik penduduk desa maupun kota yang menjadi sasaran pembangunan.



Keberhasilan pembangunan berawal dari adanya komunikasi dalam pembangunan dan komunikasi memiliki peran dalam pelaksanaan pembangunan. Pada diseminasi informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi dalam program *talkshow* tiga media radio lokal di Kota Bekasi yaitu Radio *Dakta* 107 FM, radio *Elangga* 100.3 FM dan radio *Gaya* 93.6 FM pendekatan yang dilakukan oleh Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi bertujuan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional dan bagaimana media radio lokal yang ada di Kota Bekasi dapat digunakan secara efisien untuk memberikan pengetahuan tertentu bagi masyarakat.

Proses keterlibatan Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi dalam program *talkshow* pada radio media lokal di Kota Bekasi merupakan proses diseminasi informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi yang ingin di sampaikan pemerintah Kota Bekasi kepada masyarakat Kota Bekasi dalam rangka pembangunan.



Gambar 4.12 Proses Diseminasi Informasi Program Kerja Pemerintah Kota Bekasi Melalui Program *Talkshow* di Radio *Dakta*, *Elangga* dan *Gaya*
(Sumber: Olahan Peneliti, 2019)



Pada gambar 4.12 dijelaskan proses diseminasi informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui program *talkshow* di radio *Dakta*, *Elangga* dan *Gaya* diawali dengan pihak pemerintahan selaku narasumber *talkshow* menyampaikan pesan informasi kepada masyarakat yang memberikan *feedback* untuk masyarakat terkait dengan *talkshow* tersebut.

Tujuan pemerintah Kota Bekasi untuk menyebarkan informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi dalam rangka pembangunan Kota Bekasi yang bertujuan untuk memajukan kesejahteraan warga Bekasi dan menciptakan Kota Bekasi yang cerdas, kreatif, maju, sejahtera, dan ihsan sesuai dengan visi Kota Bekasi melalui radio tersosialisaikan dengan baik kepada masyarakat dan berjalan efektif di lihat dari indikator penyampaian pesan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bekasi melalui media radio lokal dan penerimaan informasi yang diterima oleh masyarakat Kota Bekasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapat dari diseminasi informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi melalui radio disimpulkan bahwa:

1. Penyebaran informasi program kerja pemerintah Kota Bekasi di respon masyarakat melalui komunikasi interaktif sehingga masyarakat dapat menyampaikan dan kritik kepada pemerintah Kota Bekasi dalam rangka mewujudkan pembangunan Kota Bekasi.
2. Kesesuaian komponen pesan informasi terhadap kebutuhan informasi masyarakat cukup sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat karena tema materi *talkshow* yang disampaikan disesuaikan dengan isu yang sedang berlangsung dan disesuaikan dengan dinas terkait.
3. Pesan informasi yang disampaikan mampu membuat dan mewujudkan suatu pembangunan di Kota Bekasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. Komala., L. Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Anwar, A. (1984) *Strategi Komunikasi*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, B. (2010a). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers. (2010b). *Penelitian Kualitatif: Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dilla, S. (2012). *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Gulo, W. (2000). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Moleong (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Meleong dan Lexy. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Z. (2007). *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan penerapannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Romli dan Asep Syamsul (2012). *Dasar-Dasar Siaran Radio: Basic Announcing*. Bandung Nuansa.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Widjaja, H. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sumber E-Journal: Arifin, S. (2016). *Kajian penyelenggaraan kebijakan informasi publik studi evaluasi program diseminasi informasi di Dishubkominfo Kabupaten Bangkalan tahun 2012-2015* (Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia). Tersedia pada: <http://repository.unair.ac.id> di akses pada 13 Januari 2019.



- Arifuddin (2017). *Pemanfaatan media tradisional sebagai sarana penyebaran informasi publik bagi masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai (studi kasus pada grup kesenian cermin teater di Kabupaten Serdang Bedagai)*. Jurnal Fikom Penelitian Komunikasi dan Pembangunan. 12(2). Tersedia pada: <https://www.neliti.com>
- Permata, I. Cristin, M. Putra, A. (2015). *Program radio Prfm 107.5 “Ngabandungan” Sebagai media pemerintahan Kota Bandung dalam hal keterbukaan informasi publik*. Jurnal e-Proceeding of Management, 2 (3), 4345. Tersedia pada: <https://openlibrary.telkomuniversit y.ac.id> di akses pada 13 Januari 2019.
- Sari, DN. (2015). *Analisis Peran Public Relations Dalam Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Di PT Lanna Harita Indonesia*. Jurnal ejournal.Iikom.fisip-unmul.org,3(1), 325-339. di akses pada 3 September 2019.
- Septiadi, AA. (2018). *Analisis Deskriptif Pesan Motif Belang Hatta Pada Sarung Tenun Samarinda*. Jurnal ejournal.Iikom.fisip-unmul.org, 6 (1) 173-187. Tersedia pada: <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id> diakses pada 3 September 2019.
- Sumber Lainnya:*
- Maulana, Y. (2017). *PRSSNI Jawab Tantangan Industri Radio Melalui Radio Day*. Tersedia pada: <https://swa.co.id/swa/trends/prss ni-jawab-tantangan-industri-radio-melalui-radio-day>
- Mila. L. (2016). *Radio Masih Memiliki Tempat Di Hati Pendengarnya*. Tersedia pada <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/RADIOMASIH-MEMILIKI-TEMPAT-DI-HATI-PENDENGAR.html>