

Peran Program *Sharing Time* RRI Pro 2 Bukittinggi dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Mahasiswa

Edi Satria¹, Tomi Hendra², Survio Dilla³

¹Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{2,3}Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

¹Email: karitiangcinema@gmail.com

ABSTRACT

Radio has become an influential communication media since its commencement . Eventhought, radio was once advertised as the fifth plantation after newspaper. By the development of technology, radio has growth by number of variations. There was a time when radio was as big as a television station. This period is raised as the radios' times. The growths of tecnology have developed the media, it was configure the users, and then also configure the society and its culture. Besides, radio as a communication mass media, hinge on audio or sound in transmission communication messages. The potential in radio are assists to conveyance of information, moreover the information received in various situations and conditions. This is a chance for students of the Islamic communication and broadcasting department, Faculty of Humanities Adab, and Da'wah, State Islamic University Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi in role of the sharing time program for the pro 2 Radio Republic of Indonesia (RRI) Bukittinggi. This paper uses a qualitative research method with a descriptive approach.

Keywords: *Role of Radio Broadcast Program, Communication*

ABSTRAK

Sejak awal, radio telah menjadi media komunikasi massa yang kuat. Bahkan radio sempat disebut-sebut sebagai estate kelima setelah surat kabar. Seiring dengan perkembangan teknologi, radio pun mengalami sejumlah perubahan. Ada masa ketika radio sebesar stasiun tv. Ini adalah periode yang disebut sebagai hari radio. Perkembangan teknologi merevolusi media, membentuk individu yang menggunakannya (pengguna), dan bahkan membentuk masyarakat dan budayanya. Radio sebagai media komunikasi massa, mengandalkan audio (bunyi) dalam menyampaikan pesan komunikasi. Potensi yang ada pada radio memudahkan penyampaian informasi sehingga informasi dapat diterima dengan cepat dalam berbagai situasi dan kondisi. Ini kesempatan bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Universitas Islam Negeri (Uin) Sjech M. djamil djambek bukittinggi dalam mengambil peran program sharing time pro 2 Radio republik Indonesia (RRI) Bukittinggi. Makalah ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Kata Kunci: Peran Program Radio, Komunikasi

PENDAHULUAN

Sejak awal kemunculannya, radio telah menjadi media komunikasi massa yang *powerfull*. Bahkan radio pernah disebut-sebut sebagai *the fifth estate* (kekuatan kelima) setelah koran. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, maka radio pun mengalami sejumlah perubahan. Ada masanya radio sama besarnya dengan stasiun tv. Inilah masa yang disebut-sebut sebagai *the radio days*. Pada tahun 1930-an, radio-radio terkenal di Amerika Serikat memiliki sejumlah studio, beberapa di antaranya cukup besar untuk menyelenggarakan *live concert* dan menjalin hubungan kontrak dengan para artis kondang, tidak hanya secara perorangan, terkadang malah dengan *big band* yang jumlah krunya mencapai puluhan orang (Amir, 1999: 28).

Dari perspektif teori determinisme teknologi, perkembangan teknologi bukan hal yang sederhana. Perkembangan teknologi merevolusi media, membentuk individu yang menggunakannya (user), bahkan membentuk masyarakat dan budayanya. Sejarah radio menunjukkan bahwa perkembangan radio juga tidak lepas dari perkembangan teknologi yang bukan hanya berdampak pada operasional, tetapi juga pada pasar, sehingga meredefinisi radio itu sendiri dari segi fungsi maupun peranannya (Astuti, 2008: 11). Radio sebagai salah satu media komunikasi massa, mengandalkan audio (suara) dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya seperti televisi, surat kabar dan majalah, baik dari spesifikasi penyampaian dan bentuk pesan maupun spesifikasi khalayak pendengar (Wahyuni, 2014: 5).

Potensi yang ada pada radio memudahkan dalam penyampaian informasi sehingga informasi dapat dengan cepat diterima dalam situasi dan

kondisi yang beragam. Kemampuan daya pancar radio yang dapat melewati hambatan geografis dan harga pesawat radio yang relatif terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, telah menjadikan radio sebagai media massa yang sangat umum dipergunakan oleh masyarakat, dengan demikian radio sebagai salah satu bentuk komunikasi massa yang dapat berperan menjalankan fungsi sosialnya kepada seluruh lapisan masyarakat (Soedarsono, 2009: 91).

Sebagai salah satu bentuk media massa, radio mempunyai keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya, di antaranya: *pertama*, karakteristik radio sebagai media massa tidak menuntut tingkat intelektualitas tertentu dari khalayak pendengarnya. Setiap orang dapat mendengar maupun menikmati siarannya. *Kedua*, pemilik pesawat radio tersebar sampai ke pelosok daerah. Hal ini disebabkan harga pesawat radio yang relatif terjangkau segenap lapisan masyarakat dan banyaknya stasiun radio yang tersebar di berbagai daerah dalam bentuk radio komunitas. *Ketiga*, *selective audience*, memungkinkan radio dapat didengar dimana saja, kapan saja dalam situasi dan kondisi yang sesuai dengan kebutuhan pendengarnya. *Keempat*, kemudahan menerima pesan komunikasi melalui media “dengar” dibandingkan “baca”, memberikan peluang besar bahwa siaran radio selalu didengar masyarakat. *Kelima*, faktor listening pendengar radio memungkinkan radio dinikmati sebagai sarana bersosialisasi antar individu, kelompok bahkan masyarakat luas.(Nasor, 2017) Dengan keunggulan tersebut, radio yang berperan sebagai media penyiaran sangat berpotensi dalam mempengaruhi khalayak pendengar baik sikap, perilaku maupun motivasi individu dalam aktivitas sosialnya (Soedarsono, 2009: 11).

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi darat, di laut di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/atau media lainnya untuk dapat diterima

secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Riswandi, 2009: 1). Sebagai media penyiaran radio sangat memiliki peran dan pengaruh yang baik dalam penyampaian informasi sekaligus mampu menjadi media pemberdayaan bagi masyarakat, tentunya dengan menghadirkan program yang memberikan motivasi dan mendidik bagi pendengar. Salah satu media penyiaran yang masih eksis keberadaannya saat ini di tengah-tengah masyarakat yaitu media penyiaran pemerintah yang dikenal dengan Radio Republik Indonesia (RRI). (Syaihora, 2021) Radio Republik Indonesia (RRI) yang menjadi pembahasan dalam tulisan ini yaitu Radio Republik Indonesia (RRI) Bukittinggi. RRI Bukittinggi yang mana pada tanggal 14 Januari 196 berkumandanglah “ inilah Bukittinggi”, Radio Republik Indonesia yang dipancarkan melalui pemancar yang berkekuatan 1,5 KW dan 300 watt dengan gelombang 40,2 Meter dan 210 Meter 1947 dibentuk KONPENSUM yang mengkoordinasikan alat-alat penerangan di Sumatera di bawah pimpinan parad harahap, maka RRI Bukittinggi menjadi Radio Republik Indonesia sumatera dibawah pimpinan kamarsyah.(Kepemimpinan et al., 2021)

RRI Bukittinggi memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan mencerdaskan masyarakat dengan menghadirkan hiburan dan informasi dalam bentuk program acara yang dikemas dengan semenarik mungkin. Salah satunya program siaran RRI Bukittinggi bersama saluran RRI Pro2 Bukittinggi yaitu Program *sharing time*. Program ini hadir setiap hari Selasa malam yang dimulai Pukul 22.00 – 23.00 wib. Program *Talk Show* ini melibatkan Mahasiswa KPI IAIN Bukittinggi, khususnya mahasiswa KPI Semester V yang terlibat langsung dalam program *Sharing Time*, baik sebagai

Narasumber, Penyiar dan Audien. Serta menghadirkan narasumber yang berbeda-beda setiap minggunya. Dalam Program *Sharing Time* ini Mahasiswa KPI IAIN Bukittinggi terlibat langsung dalam proses interaksi komunikasi, baik sebagai narasumber, audien dan maupun sebagai penyiar di samping didampingi oleh penyiar RRI Pro 2 Bukittinggi.

Dari uraian di atas, jelas bahwa pada hakikatnya media massa harus berfungsi sebagai sarana yang menjembatani antara penyiar dengan pendengar atau audiens di Studio dan di luar studio, di samping sebagai saluran komunikasi yang menyampaikan pesan, bisa juga sebagai sarana dalam meningkatkan komunikasi khususnya bagi Mahasiswa KPI IAIN Bukittinggi yang terlibat langsung dalam program acara *sharing time* yang ada di RRI Pro 2 Bukittinggi.

Berkaitan dengan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji persoalan di atas dengan judul Peran Program *Sharing Time* Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Bukittinggi dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Mahasiswa KPI IAIN Bukittinggi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, yakni mengungkap suatu makna yang mendalam tentang fenomena atau masalah yang tampak secara alami dan *holistic*, serta disajikan dalam bentuk naratif sesuai dengan konteksnya (*natural setting*) (Yusuf, 2014: 43). Sementara itu untuk Pendekatan penelitian, peneliti menggunakan cara deskriptif yang berarti merupakan sebuah penggambaran atau pencatatan informasi dan data apa adanya tanpa memasukkan penilaian dari peneliti (Padang, 2014: 35). Dengan kata lain, penelitian ini meneliti tentang masalah yang aktual dan mencatatnya sesuai dengan pendapat para sumber atau pelaku tanpa memasukkan interpretasi dan analisis tambahan dari penulis

terhadap informasi yang diberikan oleh sumber dengan menggunakan kenyataan sesungguhnya di lapangan.

Dalam hal ini, peneliti berupaya mengungkapkan suatu makna yang mendalam, alami dan *holistic* tentang Program *sharing time* di Pro 2 Radio Republik Indonesia (RRI) Bukittinggi dalam meningkatkan kemampuan komunikasi mahasiswa KPI IAIN Bukittinggi dengan menggunakan data kualitatif baik berupa gambar ataupun kata yang berkaitan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Media Massa

Menurut KBBI (kamus besar bahasa indonesia), bahwa media dapat diartikan sebagai: *satu*, alat dan *dua*, alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. *Assosiation for Education and Communication Technology* (aect) mendefinisikan media yaitu segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan *Education Assosiation* mendefinisikan sebagai benda yang dapat dimanipulasi, dilihat, didengar, dibaca, atau dibicarakan beserta instrumen yang dipergunakan dengan baik. Sehingga dapat dikatakan media merupakan perantara dari suatu proses komunikasi seperti ketika seorang menulis surat, maka media yang digunakan adalah kerta atau ketika menelepon menggunakan media telepon (Tamburaka, 2013: 39).

Media massa adalah (dalam bahasa Inggris: Mass Media) singkatan yang berasal dari Media Komunikasi Massa dalam bahasa Inggris *Mass Communication Media*, yang berarti media massa yaitu sarana penyampaian pesan-pesan, aspirasi masyarakat, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ataupun pesan kepada masyarakat langsung secara luas (Tamburaka, 2012: 13).

Jenis-jenis media massa ada tiga yaitu media cetak, media elektronik dan media internet.

1. Media Cetak (*Printed Media*), Surat kabar adalah contoh media cetak. Adalah media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Contoh-contoh media cetak seperti; surat kabar, majalah dan tabloid (Ticoalu et al., 2015).
2. Media Elektronik (*Electronic Media*), Radio dan Televisi adalah contoh media elektronik. Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Yaitu sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampaian pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita.
3. Media Massa Internet (*Cyber Media/Online Media*), Contoh media massa internet atau media online. Baru populer di abad 21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media massa internet dibanding media yang lain . Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi dan sebagainya. Media internet tidak harus dikelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu.(Rafiq, 2020).

B. Efek Media Massa

Media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak. Bukti sederhana terjadi pada seorang remaja laki-laki yang mengenakan topi seperti yang dipakai aktor dalam satu tayangan komedi di televisi. Anak-anak lainnya pun dengan segera menirunya. Budaya, sosial dan politik dipengaruhi oleh media (Agee. 2001). Dominick (2000) menyebutkan tentang dampak komunikasi massa pada pengetahuan, persepsi dan sikap orang-orang.

Media massa, terutama televisi, yang menjadi agen sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) memainkan peranan penting dalam transmisi sikap, persepsi dan kepercayaan, dampak orang ketiga. Orang kadang-kadang bereaksi kepada pesan-pesan media massa seakan-akan pesan-pesan itu tidak dapat berdampak pada mereka tetapi seakan-akan berdampak pada orang lain. Hipotesis dampak orang ketiga (*third-person effect hypothesis*), seperti yang telah disampaikan oleh W. Phillips Davison (1983), menyatakan bahwa orang akan cenderung menaksir terlalu tinggi pengaruh pesan-pesan yang dimiliki komunikasi massa pada sikap dan perilaku orang lain.

Gagasan dasar dari dampak orang ketiga adalah bahwa pesan-pesan tertentu “mempunyai sedikit dampak pada orang-orang seperti Anda dan Saya, tetapi memiliki pengaruh yang cukup besar pada pembaca biasa”. Itu tidak hanya terjadi di Indonesia. Schramm, Lyle, dan Parker (1961) menunjukkan dengan cermat bagaimana kehadiran televisi telah mengurangi waktu bermain, tidur, membaca, dan menonton film pada sebuah kota di Amerika (mereka menyebutnya “Teletown”). Penelitian yang hampir sama telah dilakukan di Inggris (Himmelweit et al, 1958), Norwegia (Werner, 1971), dan Jepang (Furu, 1971).

Semuanya menunjukkan gejala yang disebut Joyce Carmond (1976) sebagai “*displacement effects*” (efek alihan) yang ia definisikan

sebagai “the reorganization of activities which place with the introduction of television; some activities may be cut down and others abandoned entirely to make time for viewing” (reorganisasi kegiatan yang terjadi karena masuknya televisi; beberapa kegiatan dikurangi dan beberapa kegiatan lainnya dihentikan sama sekali karena waktunya dipakai untuk dipakai menonton televisi) (Sudarto et al., 2015).

C. Teori Uses dan Gratifikasi

Uses dan *Gratification Model* (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media (Nurudin, 2007: 191). Khalayak dianggap secara aktif memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada pengguna (uses) media untuk mendapatkan kepuasan (gratifications) atas kebutuhan seseorang. Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (dalam Baran dan Davis, 2000) menguraikan 5 elemen atau asumsi-asumsi dasar dari Uses and Gratification Media sebagai berikut (Rohmah, 2020):

1. Audiens adalah aktif, dan pengguna media berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audiens.
3. Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan audiens.
4. Orang-orang mempunyai kesadaran-diri yang memadai berkenan pengguna media, kepentingan dan motivasinya yang menjadi bukti bagi peneliti tentang gambaran keakuratan penggunaan itu.
5. Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.

D. Peran Program Program Sharing Time Radio Republik Indonesia (RRI) Bukittinggi dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Mahasiswa KPI IAIN Bukittinggi

Program *Sharing Time* merupakan salah satu Program siaran yang hadir di Pro 2 RRI Bukittinggi. Dimana sasaran dari program ini merupakan generasi muda. Program siaran ini dikemas dengan semenarik mungkin, hal ini dapat dilihat dari settingan tempat dan cara penyiar di dalam penyampaian siaran yang terlihat santai dan bersahabat. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam universitas islam negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi merupakan salah satu program studi yang terlibat di dalam Program *Sharing Time*. Program siaran ini dilaksanakan setiap hari Selasa malam pukul 23.00 – 24.00 Wib. Program *Sharing Time* ini dilaksanakan secara live.

Program siaran ini menghadirkan mahasiswa KPI Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi semester 5, dalam program ini mahasiswa KPI terlibat langsung baik sebagai narasumber, maupun sebagai pendengar di dalam setiap pertemuan. *Sharing time* ini dilaksanakan sekali dalam seminggu dengan menghadirkan tema pembahasan yang berbeda. Dalam program ini yang menjadi sasaran dari tema yang dihadirkan semuanya mengarah kepada para generasi muda atau Millennial.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan dapat dilihat bahwa dalam program ini, sebelum siaran dimulai terlihat penyiar radio yang bertugas di malam itu, melakukan settingan/mensetting posisi duduk dari mahasiswa yang terlibat. setelah settingan selesai, terlihat proses komunikasi antara mahasiswa dengan penyiar terkait dengan tema yang akan dibahas. Setelah selesai komunikasi antara mahasiswa dengan penyiar, di dalam pelaksanaannya mahasiswa KPI akan dipandu oleh penyiar yang bertugas di waktu dan jam berlangsung, di dalam proses penyiaran program berlangsung terlihat penyiar

dari Pro 2 yang bertugas memberikan arahan kepada mahasiswa di dalam setiap berkomunikasi pada saat menyampaikan argumentasinya terkait dengan pembahasan yang dibahas.

Penyiar dari Program siaran *Sharing Time* ini selalu berganti-ganti tiap minggunya. Seperti yang dilakukan oleh satu penyiar dari Program *Sharing Time* yaitu Kak Romi. Usai opening yang dilakukan penyiar, kemudian penyiar akan memberikan narasi terkait dengan tema yang dibahas pada waktu berlangsung setelah itu baru diberikan kesempatan kepada mahasiswa KPI untuk memberikan alasan kenapa tema ini diangkat, serta apa sasaran dari tema ini. Kemudian dari apa yang disampaikan mahasiswa tersebut maka penyiar akan memberikan kesempatan kepada mahasiswa lain untuk merespon dari apa yang disampaikan oleh temannya tersebut.

Dalam program siaran *sharing time* ini, penulis melihat proses yang saling menguntungkan baik bagi pihak RRI khususnya Pro 2 dalam Program *Sharing time*. Kenapa demikian penulis utarakan, yaitu disebabkan Pro2 RRI Bukittinggi dapat terisi dengan program yang diisi oleh mahasiswa KPI yang ikut terlibat, sementara keuntungan bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya bagi mahasiswa yang terlibat langsung dalam acara ini mereka merasakan langsung bagaimana berkomunikasi dengan menggunakan dan memanfaatkan media massa khusus radio. Selain itu mereka juga dapat melihat bagaimana suasana produksi dan sistem kerja di dalam studio radio khususnya dalam program *Talk Show*. Sementara itu dari aspek dampak khusus bagi mahasiswa KPI yang terlibat aktif dapat kita lihat sebagai berikut; a) timbulnya rasa percaya diri, b) Lahirnya keberanian di dalam berkomunikasi dan c) bisa mengekspresikan diri. Tiga dampak ini akan kita bahas satu persatu sebagai berikut:

1. Timbulnya Rasa Percaya Diri

Program sharing time yang dihadirkan oleh Pro 2 RRI Bukittinggi ini membawa dampak positif sekali bagi mahasiswa kpi khususnya di dalam hal percaya diri. Dimana mereka sangat antusias sekali di dalam mengikuti program ini, ini dapat dilihat dari tingginya minat mereka yang ikut. Sehingga mahasiswa harus antri untuk ikut dalam program numpang numpang. Selain melahirkan rasa percaya diri yang tinggi Program Sharing Time ini juga membawa dampak yang besar, yaitu lahirnya keberanian dan percaya diri di dalam berkomunikasi bagi mahasiswa dan juga dapat mengasah kemampuan mereka. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Reka Mindaling, bahwa Program Sharing Time ini sangat cocok untuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dimana dalam program ini dapat mengasah kemampuan *public speaking* dan melahirkan rasa percaya diri pada kami yang tampil (Rika Mindaling, Wawancara Pribadi, 2 Juni 2022).

Sebagaimana yang dialami oleh beberapa teman-teman KPI yang ada di kelas. Dimana ketika di kelas mereka terkadang terlihat tidak mau dan enggan untuk mengeluarkan pendapat, tetapi ketika mereka diajak untuk ikut dan berpartisipasi di dalam Program Sharing Time yang dilaksanakan ini dan mereka ditunjuk untuk jadi narasumber atau pengisi acara justru mereka terlihat bersemangat dan antusias di dalam mengikuti program siaran ini.

Selain itu menurut Devi Program *Sharing Time* ini sangatlah bagus dan perlu ditingkatkan agar mahasiswa/I ini lebih bagus Public Speaking nya. Selain itu saya sendiri merasakan keuntungan dari program sharing time ini, dimana membuat saya semangat untuk mengikutinya, ungkap devi. Selain itu dampak dari program ini teman-teman yang lain terlihat antusias di dalam mempersiapkan diri dengan materi yang telah diberikan (Devi Angraini, Wawancara Pribadi, 2 Juni 2022). Dari hasil wawancara yang dilakukan Bersama mahasiswa KPI tersebut dapat dipahami bahwa Program Sharing

Time yang dilaksanakan oleh Pro 2 RRI Bukittinggi sangat bermanfaat sekali bagi mahasiswa KPI khususnya dalam soal Publik Speaking.

2. Bisa Mengekspresikan Diri

Program sharing time yang ada di pro 2 RRI Bukittinggi juga membawa dampak kepada mahasiswa kpi yang hadir seperti bagi mereka yang tampil di waktu yang telah ditentukan mereka terlihat mampu mengekspresikan diri mereka di dalam mengembangkan wawasan pengetahuan mereka, selain itu mereka juga dapat menampilkan bakat-bakat mereka yang terpendam selama ini, misalnya seperti ada di antara mereka itu yang sudah mahir dan terjun di dunia puisi. Pada saat sharing time inilah mereka bisa kembali lagi mengekspresikan bakat-bakat mereka tersebut.

Sementara itu Program Sharing Time ini menjadi tempat dan wadah bagi kawan-kawan KPI yang terlibat untuk menyalurkan bakat yang ada di dalam diri mereka masing-masing (Wafiqah Sabrina, Wawancara Pribadi, 2 Juni 2022). Program ini juga menampilkan bakat Seperti pembacaan puisi, baik puisi yang diciptakan sendiri atau puisi orang lain. Seperti hal yang peneliti lihat di kelas ada mahasiswa ini yang hanya banyak diam, tetapi ketika diminta untuk menampilkan bakatnya seperti rahma dini dan ternyata dia merupakan salah satu mahasiswa yang memiliki potensi dalam puisi. Seperti apa yang pernah dipaparkan oleh salah seorang penyiar, dimana beliau menyampaikan dini ini merupakan mahasiswa yang diluar sudah cukup familiar dengan dunia puisi.

PENUTUP

Dalam tulisan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Program Sharing Time yang ada di Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Bukittinggi memberikan peran di dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Mahasiswa KPI Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi hal ini dapat dilihat dari beberapa bentuk perannya yaitu sebagai

berikut; *pertama*, Program *Sharing Time* ini mampu memberikan dampak dalam melahirkan rasa percaya diri pada Mahasiswa KPI yang terlibat aktif di dalam program siaran tersebut, *kedua*, Program *Sharing Time* ini memberikan kesempatan dan wadah kepada mahasiswa kpi di dalam mengekspresikan diri mereka, hal ini dapat dilihat dari metode komparatif yang digunakan yaitu membandingkan ketika mereka di kelas dan ketika mereka di radio pada saat mengikuti program siaran *sharing time*. *Ketiga*, Program *Sharing Time* ini sangat berperan di dalam meningkatkan *public speaking* mahasiswa KPI.

REFERENSI

- Amir, M. (1999). *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Logos Wacana Ilmu.
- Astuti, S. I. (2008). *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Kepemimpinan, S., Motivasi, T., Pegawai, K., Penyiaran, L., Radio, P., Indonesia, R., Meilina, S., & Permanasari, A. (2021). *Vol. 3 No.5 Edisi 2 Oktober 2021* <http://jurnal.ensiklopediaku.org> *Ensiklopedia of Journal*. 3(5), 208–215.
- Nasor, M. (2017). *M. Nasor, Optimalisasi Fungsi Radio.....* 105–128.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Riswandi. (2009). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Graha Ilmu.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Soedarsono, D. K. (2009). *Sistem Manajemen Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sudarto, A. D., Senduk, J., & Rembang, M. (2015). Analisis Semiotika Film “Alangkah Lucunya Negeri Ini.” *Journal Acta Diurna*, IV(1).
- Syaifora, L. (2021). Pengaruh Penempatan Kerja Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Efektifitas Kerja Pegawai Pada Lpp Rri Bukittinggi. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 4(1), 84–95.
- Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. RajaGrafindo Persada.

Peran Program *Sharing Time*...(Edi Satria, dkk)

Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. RajaGrafindo Persada.

Ticoalu, T. W. M., Tangkudung, J. P. M., & Harilana, S. H. (2015). Pemberdayaan Media Massa dalam Meningkatkan Pendidikan Politik Pada Masyarakat Kelurahan Wewelen Kecamatan Tondano Barat Kabupaten Minahasa. *Acta Diurnal Komunikasi, IV*(3).

Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Pascasarjana IAIN IB Padang. (2014). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah; tugas akhir, skripsi, tesis, dan disertasi*. iain ib press.

Wahyuni, I. N. (2014). *Komunikasi Massa*. Graha Ilmu.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Kencana Prenada Media Group.