

PERAN RADIO SAMARINDA FM SEBAGAI MEDIA INFORMATIF DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA DAN KOMINFO KOTA SAMARINDA SEPUTAR OBJEK WISATA DI KOTA SAMARINDA

Muhammad Rizqi¹

Abstrak

Artikel ini menggambarkan Peran Media Radio Sebagai Media Informasi Objek Wisata di Kota Samarinda. Mempublikasikan objek wisata di kota Samarinda merupakan salah satu tugas media massa sebagai media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka, jujur dan benar disampaikan kepada masyarakat. Peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda berdasarkan hasil yang didapat dilapangan yaitu dengan menyiarkan program siar yang bernama “Anda Harus Tau”, program siar tersebut bersifat informasi, edukasi dan hiburan. Selain itu terdapat juga sebuah iklan yang bersifat informasi dan hiburan yaitu iklan dengan nama “Destinasi Wisata”

Kata Kunci: Radio, Pariwisata, Samarinda.

Pendahuluan

Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, media massa memiliki peranan penting dalam penyebaran informasi yang dibutuhkan masyarakat. Saat ini ada beragam media yang memberikan informasi dengan berbagai karakteristiknya, seperti media elektronik; televisi, radio dan internet, serta media cetak, seperti koran, majalah, tabloid. Setiap media massa memiliki masing-masing karakteristik yang berbeda dalam penyampaiannya. Salah satunya media elektronik yang bisa menemani setiap individu kemana saja dan kapan saja adalah media radio, yang menyajikan berbagai informasi dan hiburan kepada para pendengarnya.

Berkembangnya teknologi, semakin mempermudah kita dalam memperoleh informasi, dimana mobilitas masyarakat yang tinggi, tidak terlepas dengan kegiatan komunikasi, yang saling memberi dan menerima informasi. Bagi sebagian anggota masyarakat, saat ini informasi sudah merupakan kebutuhan. Maka masyarakat selalu mencari informasi dari berbagai media massa dimana saja dan kapan saja.

Begitu juga di sektor pariwisata, tanpa adanya peran suatu media massa dalam memberikan informasi tentang objek wisata tersebut akan susah mencari

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rizqi18@rocketmail.com

wisatawan dan susah berkembang. meningkatnya dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, serta dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat peningkatan itu sendiri. Pariwisata merupakan industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor lain di dalam negara penerima wisatawan.

Perkembangan dan penyampaian informasi melalui media massa sangatlah di butuhkan dalam penyampaian informasi tentang pariwisata untuk meningkatkan pariwisata yang ada di suatu daerah, seperti di Kalimantan Timur yang banyak memiliki potensi wisata salah satu daerahnya yaitu seperti yang berada di kota Samarinda.

Kerangka Dasar Teori

1. Peran Media Massa

Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:

- ✓ Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju.
- ✓ Selain itu media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi, sebaliknya pula masyarakat akan menjadi masyarakat yang informatif masyarakat yang dapat menyampaikan informasi yang jujur kepada media massa. Selain itu, informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat, menjadikan masyarakat sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.
- ✓ Terakhir media massa sebagai media hiburan. Sebagai *Agent Of Change*, media massa juga menjadikan institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *Agent Of Change* yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu dapat bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

2. Peran

Menurut Serjono Soekanto (1990:269) peran adalah aspek dinamis kedudukan (*status*). peran lebih banyak menunjuk pada fungsi penyesuaian diri dan sebagai suatu prose.

3. Media Massa

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. (Burhan Bungin:72)

Jenis-Jenis Media Massa

a. Media massa tradisional

Media massa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa. Secara tradisional media massa digolongkan sebagai berikut: surat kabar, majalah, radio, televisi, film (layar lebar). Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

1. Informasi dari lingkungan diseleksi, diterjemahkan dan didistribusikan.
2. Media massa menjadi perantara dan mengirim informasinya melalui saluran tertentu.
3. Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat dan menyeleksi informasi yang mereka terima.
4. Interaksi antara sumber berita dan penerima sedikit.

b. Media massa modern.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

1. Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (melalui SMS atau internet misalnya)
2. Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual
3. Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu
4. Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam
5. Penerima yang menentukan waktu interaksi.

4. Media Radio

Radio siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media. (Effendy, 1983:187). Radio sebagai salah satu bentuk media massa yang

mengedepankan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak dikembangkan ke dalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya, bahwa tidak hanya ada musik yang monoton dalam radio, karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada berbagai program acara radio.

5. Objek Wisata

Menurut Chafid Fendeli (2000:58) objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Jenis-Jenis Pariwisata

Yoeti (1989) membuat klasifikasi jenis pariwisata sebagai berikut :

1. Menurut obyek : wisata budaya, wisata konvensi, wisata kesehatan, wisata bahari, wisata alam, wisata kota;
2. Menurut jumlah orang yang melakukan perjalanan : wisata individu, wisata kelompok;
3. Menurut tujuan perjalanan : leisure tourism, culturantourism, health tourism, sport tourism, convention tourism.

Metode Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif* dengan melakukan pendekatan *kualitatif*

2. Fokus Penelitian

- ✓ Peran media radio dalam memberikan informasi objek wisata di kota Samarinda.
- ✓ Peran media radio dalam memberikan edukasi tentang objek wisata di kota Samarinda.
- ✓ Peran media radio dalam memberikan hiburan tentang objek wisata di kota Samarinda.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (a) Informan/narasumber; (b) Kegiatan atau aktivitas; (c) Dokumen/arsip

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; (a)Wawancara/*Interview*; (b) Observasi

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang di kembangkan oleh Miles dan Huberman terjemahan Sugiyono (2006:16) dengan menggunakan analisis data model interaktif, yaitu; (a) reduksi data; (b) penyajian data; (c) menarik kesimpulan/verifikasi.

Hasil Penelitian

1. Peran Media Radio Dalam Memberikan Informasi Tentang Objek Wisata di Kota Samarinda.

Peran media radio dalam memberikan informasi tentang objek wisata di kota Samarinda, seperti dikatakan H.M Faisal, S.Sos, M.Si (kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda):

“Media radio saat ini sudah membantu dalam memberikan informasi-informasi tentang objek wisata yang berada di kota Samarinda, seperti salah satu stasiun radio yaitu Samarinda FM yang saat ini telah sering menyiarkan acara yang berisi informasi tentang keberadaan objek wisata yang berada di kota Samarinda sehingga objek wisata di kota Samarinda dapat dipublikasikan dan lebih dikenal oleh masyarakat”(22/7/2013).

Stasiun radio Samarinda FM memiliki program siar yang bernama “ANDA HARUS TAU”, program ini dirancang untuk memberikan informasi kepada pendengar untuk memperluas wawasan pendengar, siaran ini juga berisi interaktif antara pendengar dengan narasumber yang diundang. Untuk program siar dengan topik wisata yang dilaksanakan setiap hari Kamis dengan durasi siar selama 1 jam yaitu pukul 09.00 – 10.00 WITA.

Program siar ini menghadirkan narasumber dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Kominfo kota Samarinda untuk memperkenalkan lebih jauh tentang objek-objek wisata yang berada di kota Samarinda. Program siar ini mengangkat topik tentang perkembangan pariwisata yang berada di kota Samarinda hingga saat ini, berikut tabel rincian program siar “Anda Harus Tau” yang telah disiarkan oleh stasiun radio Samarinda FM selama bulan September 2013 sampai dengan Oktober 2013:

No.	Tanggal Siaran	Nama Narasumber	Tema
1.	5 September 2013	Arai Prayoga dan Raeza Febrina Sari	Peran Duta Wisata
2.	12 September 2013	Masran Daduy Z	Sosialisai Sadar Wisata dan Sapta Pesona
3.	19 September 2013	M. Darwin	Wisata Religi Islamic Center

Lanjutan

No.	Tanggal Siaran	Nama Narasumber	Tema
4.	26 September 2013	H M Faisal S.Sos, M.Si	Wisata Budaya Suku Dayak di Desa Pampang
5.	3 Oktober 2013	M. Darwin HM	Wisata Alam Kebun Raya UNMUL Samarinda
6.	10 Oktober 2013	Masran Daduy Z	Wisata Religi Mesjid Tua di Samarinda Seberang
7.	17 Oktober 2013	Ismed Rustami	Wisata Alam Air Terjun Tanah Merah
8.	24 Oktober 2013	M. Dahri	Wisata Budaya Kampung Penenun Sarung Samarinda
9.	31 Oktober 2013	Agnes Gering Belawing	Revitalisasi Objek Wisata Kuliner Nasi Kuning

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan

Selain program siar tersebut, ada juga iklan yang memberikan informasi tentang objek wisata di kota Samarinda seperti iklan “DESTINASI WISATA”. Durasi iklan yaitu 2 menit 30 detik, dan ditayangkan sebanyak 10 kali tayang setiap harinya, iklan ini berisi informasi tentang destinasi wisata di kota Samarinda seperti lokasi objek wisata serta objek-objek yang terdapat dilokasi objek wisata tersebut.

2. Peran Media Radio Dalam Memberikan Edukasi Tentang Objek Wisata di Kota Samarinda.

Stasiun radio Samarinda FM memiliki salah satu program siar yang bersifat edukasi yaitu bernama “ANDA HARUS TAU”, program ini dirancang selain untuk memberikan informasi kepada pendengar juga untuk mendidik masyarakat serta untuk menambah pengetahuan pendengar, siaran ini juga berisi interaktif antara pendengar dengan narasumber yang diundang. Untuk program siar yang bersifat edukasi dengan topik wisata dilaksanakan setiap hari Kamis dengan durasi siar selama 1 jam yaitu pukul 09.00 – 10.00 WITA.

Program siar ini menghadirkan narasumber dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Kominfo kota Samarinda untuk memberikan edukasi kepada pendengar tentang objek-objek wisata yang berada di kota Samarinda. Program siar ini mengangkat topik tentang perkembangan dan pengetahuan seputar pariwisata yang berada di kota Samarinda hingga saat ini, berikut tabel rincian program siar “Anda Harus Tau” yang telah disiarkan oleh stasiun radio Samarinda FM selama bulan September 2013 sampai dengan Oktober 2013:

No.	Tanggal Siaran	Nama Narasumber	Tema
1.	5 September 2013	Arai Prayoga dan Raeza Febrina Sari	Peran Duta Wisata
2.	12 September 2013	Masran Daduy Z	Sosialisai Sadar Wisata dan Sapta Pesona
3.	19 September 2013	M. Darwin	Wisata Religi Islamic Center
4.	26 September 2013	H M Faisal S.Sos, M.Si	Wisata Budaya Suku Dayak di Desa Pampang
5.	3 Oktober 2013	M. Darwin HM	Wisata Alam Kebun Raya UNMUL Samarinda
6.	10 Oktober 2013	Masran Daduy Z	Wisata Religi Mesjid Tua di Samarinda Seberang
7.	17 Oktober 2013	Ismed Rustami	Wisata Alam Air Terjun Tanah Merah
8.	24 Oktober 2013	M. Dahri	Wisata Budaya Kampung Penenun Sarung Samarinda
9.	31 Oktober 2013	Agnes Gering Belawing	Revitalisasi Objek Wisata Kuliner Nasi Kuning

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan

3. Peran Media Radio Sebagai Media Hiburan

Tidak dapat dipungkiri bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi media massa sebagai media yang menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak dan dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Program siar yang dimiliki oleh Samarinda FM juga bersifat menghibur pendengar agar pendengar selalu tertarik mendengarkan siaran yang disiarkan oleh Samarinda FM, hal ini juga dimanfaatkan untuk memberikan informasi dengan menyelipkan informasi penting seperti tentang objek wisata di kota Samarinda.

Bentuk informasi dan hiburan tentang objek wisata di kota Samarinda disiarkan oleh stasiun radio Samarinda FM dengan nama program siar yaitu "ANDA HARUS TAU", program ini dirancang selain untuk memberikan informasi dan edukasi kepada pendengar juga untuk menghibur pendengar. Siaran ini juga berisi interaktif antara pendengar dengan narasumber yang diundang serta diselengi lagu-lagu hiburan yang dipilih oleh penyiar untuk menghibur dan menarik perhatian pendengar. Untuk program siar yang bersifat hiburan dan memiliki informasi tentang objek wisata di kota Samarinda dilaksanakan setiap hari Kamis dengan durasi siar selama 1 jam yaitu pukul 09.00 – 10.00 WITA, berikut tabel rincian program siar "Anda Harus Tau"

yang telah disiarkan oleh stasiun radio Samarinda FM selama bulan September 2013 sampai dengan Oktober 2013:

No.	Tanggal Siaran	Nama Narasumber	Tema
1.	5 September 2013	Arai Prayoga dan Raeza Febrina Sari	Peran Duta Wisata
2.	12 September 2013	Masran Daduy Z	Sosialisai Sadar Wisata dan Sapta Pesona
3.	19 September 2013	M. Darwin	Wisata Religi Islamic Center
4.	26 September 2013	H M Faisal S.Sos, M.Si	Wisata Budaya Suku Dayak di Desa Pampang
5.	3 Oktober 2013	M. Darwin HM	Wisata Alam Kebun Raya UNMUL Samarinda
6.	10 Oktober 2013	Masran Daduy Z	Wisata Religi Mesjid Tua di Samarinda Seberang
7.	17 Oktober 2013	Ismed Rustami	Wisata Alam Air Terjun Tanah Merah
8.	24 Oktober 2013	M. Dahri	Wisata Budaya Kampung Penenun Sarung Samarinda
9.	31 Oktober 2013	Agnes Gering Belawing	Revitalisasi Objek Wisata Kuliner Nasi Kuning

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan

Selain program siar tersebut, ada juga iklan memiliki sifat yang menghibur seperti iklan “DESTINASI WISATA”. Durasi iklan yaitu 2 menit 30 detik, dan ditayangkan sebanyak 10 kali tayang setiap harinya ini berisi informasi tentang destinasi wisata di kota Samarinda dengan musik dari alat musik tradisional yang dapat membuat pendengar merasa terhibur karena lantunan alat musik yang merdu.

Pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti akan mencoba menggambarkan dan menganalisis peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda. Media radio merupakan salah satu media yang digunakan sebagai penghubung dalam melakukan suatu proses komunikasi. Media radio merupakan sumber informasi, pengetahuan dan bahkan menjadi sarana hiburan bagi masyarakat.

Perkembangan teknologi membuat radio menjadi salah satu media yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat kepada khalayak dan memiliki daya jangkau yang luas. Informasi sangat dibutuhkan masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui perkembangan atau kejadian penting sehingga masyarakat dapat menjadi masyarakat yang cerdas serta informatif.

Ada berbagai jenis informasi yang dapat disampaikan oleh media radio, salah satunya seperti memberikan informasi tentang objek wisata yang berada di kota Samarinda. Hal ini sangat bermanfaat untuk masyarakat serta untuk perkembangan wisata di kota Samarinda, dengan adanya informasi yang diterima oleh masyarakat tentang objek wisata di kota Samarinda akan membuat masyarakat semakin mengenali dan mengetahui perkembangan-perkembangan objek wisata dan lokasi objek wisata yang berada di kota Samarinda sehingga pariwisata di kota Samarinda bisa berkembang dan menjadi daya tarik untuk para wisatawan.

Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda sebagai instansi yang memiliki tanggung jawab mengurus pariwisata di kota Samarinda menyebarkan informasi dan melakukan edukasi kepada masyarakat dengan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan menyiarkan tayangan yang bersifat informatif, edukatif dan hiburan melalui siaran-siaran di stasiun radio seperti di stasiun radio Samarinda FM yang memiliki program acara siaran interaktif dengan masyarakat ataupun iklan-iklan tentang objek wisata di kota Samarinda.

Stasiun radio Samarinda FM merupakan stasiun radio yang hingga kini memiliki program siaran yang bersifat informatif, edukatif dan menghibur pendengar. Program siaran dan iklan-iklan memiliki karakteristik menghibur dan mengandung informasi, sehingga para pendengar dapat terhibur serta mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu stasiun radio Samarinda FM juga dapat dimanfaatkan oleh berbagai instansi seperti Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda sebagai media yang dapat membantu instansi tersebut dalam memberikan informasi kepada masyarakat sesuai fungsi dan tanggung jawab instansi tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori komunikasi yang digunakan untuk mendukung penelitian dan menjadi landasan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan teori komunikasi yang diungkapkan oleh David K. Berlo (dalam Iriantara, 2005:151) yaitu model SMCR (*Source, Message, Channel dan Receiver*) yang mana sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan kedalam suatu simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan, dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Berdasarkan pada teori komunikasi S-M-C-R serta kaitannya dengan peran media radio sebagai media informasi objek wisata di Kota Samarinda dalam menyampaikan informasi tentang objek wisata, dalam hal ini peneliti mencoba mengaplikasikan teori tersebut ke dalam masalah penelitian, yaitu sebagai berikut:

- *Source* (sumber), yang berperan sebagai sumber dalam penelitian ini yaitu Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda yang merupakan sumber informasi atau komunikator

dari sebuah instansi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

- *Message* (pesan), dalam penelitian ini diaplikasikan sebagai pesan atau informasi yang disampaikan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda seperti tentang perkembangan-perkembangan dan lokasi objek wisata yang berada di kota Samarinda seperti yang disiarkan melalui sebuah program siar yang bernama "Anda Harus Tau" dan juga melalui sebuah iklan yang bernama "Destinasi Wisata".
- *Channel* (saluran), yang berperan sebagai saluran dalam penelitian ini yaitu stasiun radio Samarinda FM yang merupakan media yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda dalam menyampaikan informasi.
- *Receiver* (penerima), dalam penelitian ini diaplikasikan sebagai masyarakat Kota Samarinda yang menerima informasi dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda melalui saluran yang digunakan yaitu stasiun radio Samarinda FM.

Dari hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dilapangan, maka dapat disimpulkan bahwa adanya peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda telah berjalan. Media radio telah menjalankan perannya sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda dengan memberikan siaran yang bersifat informasi, edukasi dan hiburan.

Dampak dari siaran yang dilakukan oleh stasiun radio Samarinda FM melalui program siar dengan topik wisata yaitu menjadikan masyarakat khususnya masyarakat yang berada di kota Samarinda dapat mengenali dan lebih mengetahui tentang adanya objek-objek wisata yang berada di kota Samarinda dan perkembangan-perkembangan seputar pariwisata di kota Samarinda.

1. Peran Media Radio Dalam Memberikan Informasi Tentang Objek Wisata di Kota Samarinda.

Melihat bentuk-bentuk informasi di media radio dalam memberikan informasi tentang objek wisata di kota Samarinda maka media radio sudah berperan sebagai media informasi seperti yang dikatakan Burhan Bungin(2007:65) mendefinisikan media massa sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Dan seperti dikatakan Jogiyanto (2000:157).Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya.

Jadi peran media radio dalam memberikan informasi objek wisata di kota Samarinda dengan memberikan informasi-informasi kepada masyarakat tentang objek wisata ini agar objek wisata di kota Samarinda semakin di kenal

oleh masyarakat luas seperti melalui program siaran yang bernama “Anda Harus Tau” yang fokus membahas seputar pariwisata di kota Samarinda dan selain program siar tersebut ada juga sebuah ikan yang bernama “Destinasi Wisata” yang berisi informasi tentang obyek wisata yang berada di kota Samarinda.

2. Peran Media Radio Dalam Memberikan Edukasi Tentang Objek Wisata di Kota Samarinda.

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan- aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan atikel.

Peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda yaitu dengan memberitakan informasi yang bersifat menambah pengetahuan masyarakat terhadap objek wisata di kota Samarinda yang telah disajikan melalui program siarnya yang bernama “Anda Harus Tau” dengan berisi berita edukasi yang bermanfaat dengan menginformasikan bahwa kota Samarinda memiliki berbagai objek wisata yang perlu kita rawat dan kembangkan bersama agar pariwisata kota Samarinda dapat berkembang semakin baik sehingga memberikan dampak baik untuk perekonomian masyarakat kota Samarinda .

Seperti dikatakan Craven dan Hirnle, 1996 dalam Sulih, 2002 Edukasi adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui teknik praktik belajar atau instruksi, dengan tujuan untuk mengingat fakta atau kondisi nyata, dengan cara memberi dorongan terhadap pengarah diri (*self direction*), aktif memberikan informasi-informasi atau ide baru.

3. Peran Media Radio Sebagai Media Hiburan

Fungsi hiburan (*entertainment*) diperkenalkan oleh Charles Wright yang mengembangkan model Laswell dengan memperkenalkan model dua belas kategori dan daftar fungsi. Dalam hal ini komunikasi massa bertujuan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu. Wright juga membedakan antara fungsi positif (fungsi) dan fungsi negative (disfungsi).(Wiryanto, 2000: 11-12)

Peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda dengan memberi hiburan kepada masyarakat dalam berita yang disajikannya. Program siar yang memberikan informasi yang bersifat hiburan tentang objek wisata di kota Samarinda yaitu bernama “Anda Harus Tau”, program tersebut berisi informasi tentang objek wisata di kota Samarinda dengan diselingi lagu-lagu yang di siapkan oleh penyiar agar program siar

tersebut dapat membuat pendengar terhibur dan mendapatkan informasi yang berguna, selain program siar tersebut ada juga sebuah iklan yang bernama “Destinasi Wisata” yang berisikan iklan tentang lokasi-lokasi objek wisata yang berada di kota Samarinda dengan di iringi musik khas Kalimantan Timur.

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan maka dapat disimpulkan bahwa peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda dalam bentuk-bentuk informasi sebagai berikut:

1. Program siar yang bernama “Anda Harus Tau” memberikan informasi tentang objek wisata di kota Samarinda melalui perbincangan dengan narasumber yang berasal dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda dengan durasi tayangan selama 1 jam yaitu pada pukul 09.00 – 10.00 WITA dan ditayangkan sebanyak 1 kali tayang dalam 1 minggu. Selain program siar tersebut, ada juga iklan memiliki sifat yang menghibur seperti iklan “DESTINASI WISATA”. Durasi iklan yaitu 2 menit 30 detik, dan ditayangkan sebanyak 10 kali tayang setiap harinya ini berisi informasi tentang destinasi wisata di kota Samarinda dengan musik dari alat musik tradisional yang dapat membuat pendengar merasa terhibur karna lantunan alat musik yang merdu.
2. Program siar yang memberikan informasi yang bersifat edukasi tentang objek wisata di kota Samarinda yaitu program siar yang bernama “Anda Harus Tau”. Program ini mengangkat topik tentang objek wisata di kota Samarinda dengan menghadirkan narasumber yang berasal dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda yang bertujuan mengedukasi masyarakat tentang objek wisata di kota Samarinda seperti mengenal lebih jauh kebudayaan yang ada di kota Samarinda dan mengenal lebih jauh semua potensi yang dimiliki oleh kota Samarinda agar dapat bermanfaat bagi masyarakat. Program siar ini disiarkan pada hari Kamis, yang ditayangkan selama 1 jam yaitu pada pukul 09.00 – 10.00 WITA dan sebanyak ditayangkan sebanyak 1 kali tayang dalam 1 minggu.
3. Program siar yang memberikan informasi yang bersifat hiburan tentang objek wisata di kota Samarinda dilakukan melalui program siar yang berisi lagu-lagu hiburan yang dipilih oleh penyiar, dalam program siar ini juga terdapat informasi tentang objek wisata di kota Samarinda. Program siar tersebut bernama “Anda Harus Tau”. Program ini mengangkat topik tentang objek wisata di kota Samarinda

pada hari Kamis, yang ditayangkan selama 1 jam yaitu pada pukul 09.00 – 10.00 WITA dan sebanyak ditayangkan sebanyak 1 kali tayang dalam 1 minggu. Selain program siar tersebut, ada juga iklan memiliki sifat yang menghibur seperti iklan “DESTINASI WISATA”. Durasi iklan yaitu 2 menit 30 detik, dan ditayangkan sebanyak 10 kali tayang setiap harinya ini berisi informasi tentang destinasi wisata di kota Samarinda dengan musik dari alat musik tradisional yang dapat membuat pendengar merasa terhibur karna lantunan alat musik yang merdu.

2. Saran

Dari pemaparan kesimpulan diatas dan setelah dilakukan penelitian, ada beberapa saran:

1. Peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda perlu ditingkatkan dengan memperbanyak program siar yang membahas objek wisata di kota Samarinda.
2. Peran media radio sebagai media informasi objek wisata di kota Samarinda perlu ditingkatkan dengan memperbanyak jenis iklan dan frekuensi siar iklan yang mengiklankan tentang objek wisata di kota Samarinda.
3. Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda sebagai instansi yang bertanggung jawab dan mengurus tentang pariwisata di kota Samarinda harus lebih kreatif, ulet dan pantang menyerah dalam memasarkan dan mempromosikan objek wisata di kota Samarinda walau dengan terbatasnya anggaran, supaya objek wisata dapat dikenal oleh masyarakat umum serta dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung di objek wisata yang berada di kota Samarinda meskipun banyak kendala dalam hal mempromosikan objek wisata di kota Samarinda.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan, 2007. *Sosiologi komunikasi*, Prenada Media Group. Jakarta.
- Chafid, Fandeli Mukhlison. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*, Fakultas Kehutanan Univ. Gadjah Mada Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 1994. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*, University Press, Yokyakarta.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Soekanto, Soerjono, 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung.