

# KREDIBILITAS PENYIAR JEJE RADIO 105.1 FM SURABAYA DALAM PROGRAM MARATHON HITS MALAM

Zulfikar Yufi Ramadhan<sup>1</sup>  
IGN. Anom Maruta<sup>2</sup>  
A.A.I Prihandari Satvikadewi<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*Jeje Radio has some fresh and hits programs, one of them is a Marathon Hits Night which is broadcasted from 19.00 – 23.00 pm. The concept of this program certainly brings the broadcaster to be a high credibility person. In this study were selected 3 Marathon Hits Malam program broadcasters in Jeje Radio Surabaya, among other Deli Aldiano, Imah Cinara, and Widi Ariyani. The results of this analysis show that Widi Ariyani is the broadcaster meets criteria for Derived and Terminal Credibility. She has most credible in term of experience, education, and attitude. While, Imah Cinara is the broadcaster who goes into all categories credibility but she is not really measure enough. Apart from that, the listeners have the Latitude of Acceptance because they have a flexible assessment against the broadcast pattern Ima Cinara. The potential of each broadcaster will increase by company support. Therefore, supporting facilities are necessary to be given to improve their ability and quality.*

**Keywords :** *Jeje Radio Surabaya, Broadcaster of Marathon hits malam, credibility*

## ABSTRAK

Jeje Radio dengan program nya yang fresh dan hits, salah satunya adalah Marathon Hits Malam yang disiarkan dari jam 19.00 – 23.00 wib. Konsep yang fresh dan hits pada program tersebut, tentunya mengusung penyiar yang dituntut untuk kredibel dalam setiap situasi. Dalam penelitian ini dipilih 3 penyiar program Marathon Hits Malam di Jeje Radio Surabaya, antara lain Deli Aldiano, Ima Cinara, dan Widi Ariyani. Hasil analisa menunjukkan bahwa Widi Ariyani merupakan penyiar yang memenuhi kriteria Derived & Terminal Credibility dan dinilai paling kredibel ditinjau dari pengalaman, pendidikan, dan attitude. Sedangkan Ima Cinara merupakan penyiar yang masuk ke dalam semua kategori kredibilitas namun masih setengah-setengah. Terlepas dari itu, pendengar memiliki sifat Latitude of Acceptance karena memiliki penilaian yang fleksibel terhadap pola siaran Ima Cinara. Potensi dari masing-masing penyiar sangat baik untuk dikembangkan oleh individu penyiar didukung oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemberian fasilitas penunjang sangatlah diperlukan.

**Kata kunci :** Jeje radio surabaya, penyiar Marathon hits malam, kredibilitas

---

<sup>1</sup>Zulfikar Yufi Ramadhan., mahasiswa Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

<sup>2</sup>IGN. Anom Maruta, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

<sup>3</sup>A.A.I Prihandari Satvikadewi, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

## PENDAHULUAN

Radio Jeje 105.1 FM merupakan radio anak muda yang ada di Surabaya dan memiliki rating yang cukup tinggi. Radio Jeje dikenal sebagai radio anak muda yang mampu menyaingi radio-radio lain yang ada di Surabaya. Jeje juga aktif menjadi media partner dalam setiap acara yang ada di Surabaya bahkan Jawa Timur. Untuk mempertahankan posisinya saat ini, banyak unsur dan bagian yang memiliki pengaruh kuat dan andil besar, salah satunya adalah program Marathon Hits dimana program ini menjadi salah satu program unggulan di Radio Jeje, program inilah banyak didengarkan pendengar, tentunya program ini bisa didengarkan setiap senin sampai dengan sabtu sehingga pendengar bisa mendengarkan sembilan lagu atau hits tanpa jeda iklan sama sekali, selain itu juga program ini mampu memberikan konten yang sangat positif kepada pendengarnya. Pekerjaan penyiar membawa nama radio tempatnya bekerja, sehingga setiap penyiar pasti memiliki karakteristik yang berbeda untuk meningkatkan kualitas siarannya. Penyiar merupakan komunikator atau objek yang menyiarkan informasi. Yakni orang yang tugasnya menyampaikan pesan kepada banyak orang atau publik. Di Radio Jeje tugas tersebut dipegang oleh penyiar-penyiar antara lain, Jivat Rosidi, Deli Aldiano, dan Imah Cinara. Setiap penyiar dalam program tersebut mempunyai karakter yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan atau informasi mengenai film, info lalu lintas, musik terbaru. Penyiar radio mengarahkan posisi atau *rating* sebuah radio, juga menjadi *brand image* bagi stasiun radio. Penyiar harus cakap, mampu menyesuaikan diri, berfikir cepat dan tidak kenal lelah, vokal penyiar juga harus unggul, sehingga penyiar harus mempunyai kecakapan serta keahlian dalam mengolah kata-kata dalam bersiaran agar pesan dapat ditangkap serta mudah dipahami pendengar dan menghindari kesalahpahaman persepsi mengenai informasi yang disiarkan, sehingga penyiar radio harus mempunyai kredibilitas yang kuat agar pendengar selalu tetap mendengarkan, pendengar juga akan merasa senang dan nyaman ketika apa yang dibicarakan oleh sang penyiar dan dapat

diterima dengan baik oleh pendengar aktif, dan selektif, agar komunikasi yang dilakukan oleh penyiar berjalan efektif dan efisien. Jadi, kredibilitas menjadi kunci dari seorang penyiar. Atas dasar tersebut, maka peneliti, yaitu “Bagaimanakah kredibilitas penyiar Jeje Radio105.1 FM Surabaya dalam program marathon hits malam ?”.

### **Teori Penelitian**

Penelitian ini menggunakan beberapa teori dan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam melakukan penelitian maupun pembahasan hasil penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan adalah penelitian oleh Ani Triyanti tentang “*Kecakapan Penyiar Dalam Menjalankan Profesi Kepenyiaran (Studi Pada Penyiar Radio Unisi Yogyakarta)*”, Anita Purnama Sari Daya Putri “*Pola Komunikasi Penyiar Terhadap Pendengar Di Dakta Radio 107 FM*”, dan Dea Ayu Endah Sari “*Teknik Penyair Radio Fresh 94.3 FM Dalam menyampaikan Informasi Pada Program Fersh Life Style*” Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan hasil penelitian terdahulu bahwa teori yang digunakan peneliti tentang kredibilitas diantaranya, *initial credibily, derived credibility, terminal credibility*, dan Teori *Social Judgment* yang dikemukakan oleh Muzafer Sherif diantaranya, *Latitude Of Acceptance, Latitude Of Noncommitmen*, dan *Latitude Of Rejection*.

*Theory Social Judgement*, Menurut Muzafer Sherif ada 3 rujukan yang digunakan dalam merespons suatu stimulus yang dihadapi, ketiganya merupakan suatu hal yang terkait :

1. ***Latitude of acceptance yang terdiri dari pendapat yang masih dapat diterima dan ditoleransi.*** Proses pertimbangan di atas menurut Sherif & Hovland (1961) berlaku baik untuk pertimbangan fisik (misalnya; berat) maupun pengukuran sikap. Walaupun demikian ada dua perbedaan antara pertimbangan terhadap situasi fisik yang bersifat obyektif dengan sikap. Dalam sikap, individu sudah membawa klasifikasinya sendiri dalam menilai suatu obyek dan ini mempengaruhi penerimaan atau penolakan individu terhadap obyek

tersebut. Kedua, pertimbangan sosial (sikap) berbeda-beda dari satu individu ke individu yang lain, padahal dalam pertimbangan fisik tidak terdapat variasi yang terlalu besar. Perbedaan-perbedaan atau variasi antara individu ini mendorong timbulnya konsep-konsep tentang garis-garis lintang (*latitude*), Garis lintang penerimaan (*latitude of acceptance*) adalah rangkaian posisi sikap diterima atau ditolerir oleh individu. Garis lintang penolakan (*latitude of rejection*) adalah rangkaian posisi sikap yang tidak dapat diterima oleh individu. Garis lintang ketidakterlibatan (*latitude of noncommitment*) adalah posisi-posisi yang tidak termasuk dalam dua garis lintang yang pertama. Jadi individu tidak menerima, tetapi juga tidak menolak, acuh tak acuh. Interaksi antara garis-garis lintang inilah yang akan menentukan sikap individu terhadap pernyataan-pernyataan tertentu dalam situasi tertentu. Kalau pernyataan itu jatuh pada garis lintang penerimaan, maka individu akan setuju dengan pernyataan itu. Jika pernyataan itu jatuh ke garis lintang penolakan, individu tersebut akan tidak menyetujuinya.

2. ***Latitude of rejection yang mencakup gagasan yang ditolak karena tidak rasional.*** Jika seseorang individu melibatkan dirinya sendiri dalam situasi yang dinilainya sendiri, maka ia akan menjadikan dirinya sendiri sebagai patokan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya mau diterimanya. Makin terlibat individu itu, maka ambang penerimaannya makin tinggi dan makin sedikit hal-hal yang mau diterimanya. Asimilasi jadi makin kurang. Sebaliknya, ambang penolakan makin rendah, sehingga makin banyak hal-hal yang tidak bisa diterimanya. Hal ini makin terasa jika individu diperbolehkan menggunakan patokan-patokannya sendiri seberapa banyak pun dia anggap perlu.
3. ***Latitude of no commitment yang terdiri dari pendapat atau pesan persuasif yang tidak kita tolak dan tidak kita terima.*** Komunikasi, menurut Sherif & Hovland, bisa mendekatkan sikap individu dengan sikap-sikap orang lain,

tetapi bisa juga malah makin menjauhkannya. Hal ini tergantung dari posisi awal individu tersebut terhadap posisi individu-individu lain. Jika posisi awal mereka saling berdekatan, komunikasi akan lebih memperjelas persamaan-persamaan antara mereka dan dekatnya posisi mereka sehingga terjadilah pendekatan-pendekatan.

Tetapi sebaliknya, jika posisi awal sudah saling berjauhan, maka komunikasi malah akan mempertegas perbedaan dan posisi mereka akan saling menjauh. Dengan perkataan lain, jika seseorang terlibat dalam situasi isu, maka posisinya sendiri akan dijadikannya patokan. Terhadap sikap-sikap yang tidak jauh dari posisinya sendiri ia akan menilai cukup beralasan, dapat dimengerti dan sebagainya. Dan suatu komunikasi dapat menggeser posisinya mendekati posisi-posisi lain tersebut. Sebaliknya, posisi-posisi yang jauh akan dinilai tidak beralasan, kurang wajar dan sebagainya, sehingga jika dalam hal ini tetap dilakukan komunikasi, maka akan terjadi efek bumerang dari komunikasi itu, yaitu posisi-posisi dari sikap-sikap itu malah akan makin menjauh.

**Kredibilitas.** Untuk menjadi seorang komunikator yang baik, seorang komunikator harus memiliki sebuah kredibilitas (*credibility*) agar proses penyampaian pesan tepat sasaran kepada yang dituju yaitu khalayak. Kredibilitas memiliki pengertian seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima dan diikuti oleh khalayak (Cangara 2007:91). Adapun bentuk-bentuk kredibilitas seorang komunikator yaitu :

1. ***Initial Credibility.*** Kredibilitas yang diperoleh komunikator sebelum proses komunikasi berlangsung. Kredibilitas disini diuji ketika proses penyampaian pesan belum berlangsung yaitu Radio Jeje Fm dengan visi dan misi yang membentuknya.
2. ***Derived Credibility.*** Kredibilitas yang diperoleh komunikator pada saat proses komunikasi berlangsung. Kredibilitas ini diuji ketika proses penyampaian pesan sedang berlangsung yaitu ketika program Maraton Hits mulai disiarkan.

3. *Terminal Credibility*. Kredibilitas yang diperoleh komunikator setelah pendengar atau pembaca mengikuti ulasannya. Kredibilitas ini muncul ketika proses komunikasi telah berlangsung yaitu pada saat siaran radio selesai disiarkan dan pendengar telah selesai mendengarkan.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merumuskan suatu hipotesis yaitu kredibilitas penyiar Jeje Radio Program Marathon Hits Malam TIDAK SESUAI ekspektasi dan kredibilitas penyiar Jeje Radio Program Marathon Hits Malam SESUAI ekspektasi. Hipotesis tersebut kemudian diuji menggunakan data yang diperoleh dari hasil survei kepada 3 penyiar dan 15 pendengar aktif program Marathon Hits Malam di Jeje Radio Surabaya selama periode Desember 2016. Teknik pengambilan sampel 3 penyiar dan 15 pendengar aktif tersebut menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menggunakan dasar penelitian kuantitatif deskriptif dengan *mono-variabel* yaitu kredibilitas, menuntut peneliti untuk melakukan teknik pengumpulan data dari berbagai sumber, antara lain : (1). Kuisioner, (2). sumber sekunder berupa profil dan gambaran umum penyiar, Program Marathon Hits Malam, dan Jeje Radio

Surabaya. Berpedoman pada data yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut kemudian dilakukan analisa menggunakan analisis deskriptif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2010:147).

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

***Karakteristik Responden.*** Sebagian besar (73%) atau 11 responden adalah pendengar yang berusia antara 16-23 tahun. Sedangkan 4 lainnya (27%) merupakan pendengar yang berusia antara 24-31 tahun. Sedangkan ditinjau dari media mendengarkan Program Marathon Hits Malam, diketahui bahwa sebagian besar (67%) atau 10 responden adalah pendengar yang *intens* mendengarkan Program Marathon Hits Malam dengan radio. Sedangkan 5 lainnya (33%) mendengarkan dengan streaming radio (online).

***Derived Credibility.*** Kredibilitas yang diperoleh komunikator pada saat proses komunikasi berlangsung. Kredibilitas ini diuji ketika proses penyampaian pesan sedang berlangsung yaitu ketika program Maraton Hits mulai disiarkan.

**Tabel 1.** Penilaian Selama Penyiar Menyiarakan Program Marathon Hits Malam

Kriteria	Penyiar		
	deli	ima	widhi
Kesesuaian penyampaian naskah materi siaran dan info	SESUAI	SESUAI	SESUAI
Kesesuaian penyampaian rencana ( <i>rundown</i> ) konten program (#topik & pemberian solusi)	KURANG SESUAI	KURANG SESUAI	SESUAI
Kesesuaian pemutaran lagu dari playlist yang disusun oleh <i>Music Director</i> (MD) selama siaran	SESUAI	SESUAI	SESUAI
Kesesuaian pembacaan request pendengar	SESUAI	SESUAI	SESUAI
Kesesuaian pembacaan iklan selama siaran dengan log siaran (jika ada iklan yang harus disampaikan)	SESUAI	SESUAI	SESUAI

*Sumber : Hasil wawancara dengan Pimpinan Divisi & Perusahaan*

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa secara keseluruhan ketiga penyiar telah memenuhi kriteria-kriteria penilaian untuk *derived credibility*. Kecuali satu kriteria yang kurang dipenuhi oleh Deli dan Ima, yaitu kesesuaian penyampaian rencana (*rundown*)

konten program (#topik & pemberian solusi). Terbukti dari hasil wawancara dengan Lauretha Sudjono selaku pimpinan divisi ON AIR dan Tika Sulistya selaku pimpinan perusahaan. Keduanya menyebutkan bahwa monitoring yang dilakukan selama ini

menunjukkan hasil bahwa kedua penyiar tersebut memang terbukti membuat topik namun sering tidak memberikan solusi dari topik tersebut.

**Terminal Credibility.** Kredibilitas yang diperoleh komunikator setelah pendengar

atau pembaca mengikuti ulasannya. Kredibilitas ini muncul ketika proses komunikasi telah berlangsung yaitu pada saat siaran radio selesai disiarkan dan pendengar telah selesai mendengarkan

**Tabel 2.** Penilaian Pendengar Setelah Penyiar Menyiarkan Program Marathon Hits Malam

Kriteria	Penyiar		
	deli	ima	widhi
Suka gaya siaran	3	1	5
puas gaya siaran	2	0	4
puas lagu request	2	2	2
info dipahami dengan baik	4	2	4
penyiar menyampaikan info	4	4	4
penyiar menyampaikan konten program	4	4	3
bikin topik & solusi	3	3	4
muterin lagu sesuai playlist	3	4	4
bacain request	3	1	3
muterin request pendengar	3	1	3
baca iklan	4	4	1

Sumber : Hasil Olah Data Survei Menggunakan Kuisisioner

Tabel 2 menunjukkan total pendengar (responden dalam penelitian ini) yang berpendapat bahwa masing-masing penyiar program Marathon Hits Malam sesuai dengan kriteria-kriteria *terminal credibility*. Secara keseluruhan, Widi merupakan penyiar yang paling sesuai untuk kriteria *terminal credibility*

berdasarkan penilaian pendengar. Analisis persepsi responden dalam poin ini terkait dengan poin-poin penting yang tertera pada kuisisioner tentang Kredibilitas penyiar Program Marathon Hits Malam di Jeje Radio Surabaya. Berikut uraian hasil analisisnya,

**Tabel 3.** Penilaian Pendengar Terhadap Kredibilitas Penyiar Marathon Hits Malam

Kriteria	persepsi pendengar kepada penyiar		
	deli	Ima	widhi
Suka gaya siaran	33%	11%	<b>56%</b>
puas gaya siaran	33%	0%	<b>67%</b>
puas lagu request	33%	33%	33%
info dipahami dengan baik	<b>40%</b>	20%	<b>40%</b>
penyiar menyampaikan info	33%	33%	33%
penyiar menyampaikan konten program	<b>36%</b>	<b>36%</b>	27%
bikin topik & solusi	30%	30%	<b>40%</b>
muterin lagu sesuai playlist	27%	<b>36%</b>	<b>36%</b>
bacain request	<b>43%</b>	14%	<b>43%</b>
muterin request pendengar	<b>43%</b>	14%	<b>43%</b>
baca iklan	<b>44%</b>	<b>44%</b>	11%

Sumber : Hasil Olah Data (Lampiran 3)

Tabulasi hasil analisis persepsi pendengar sebagaimana Tabel 3 menunjukkan persentase banyaknya pendengar yang menyukai atau memfavoritkan penyiar berdasarkan masing-masing kriteria. Nilai persentase yang tertinggi (cetak tebal) di setiap kriteria menunjukkan bahwa menurut pendengar, penyiar yang bersangkutan memenuhi kriteria tersebut. **Deli Aldiano** unggul dalam hal suara yang cocok untuk membacakan iklan (44%), selalu membacakan dan memutar lagu yang direquest oleh pendengar (43%), info yang disampaikan dapat dipahami dengan baik (40%), dan menyampaikan konten program selama siaran (36%). **Ima Cinara** unggul dalam hal suara yang cocok untuk membacakan iklan (44%), menyampaikan konten program selama siaran dan memutar lagu yang direquest oleh pendengar (36%). **Widi Ariyani** unggul dalam hal kepuasan pendengar dengan gaya siarannya (67%), suka dengan gaya siarannya (56%), membacakan & memutar lagu yang direquest oleh pendengar (43%), info yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh pendengar dan selalu memberikan topik disertai dengan solusinya (40%), dan selalu memutar lagu sesuai dengan playlist yang telah disiapkan oleh *Music Director* (MD).

**Program Marathon Hits Malam Desember 2016.** Semakin menuju ke akhir Desember semakin mengalami peningkatan *performance* yang diukur dari rata-rata pendengar yang *intens* mendengarkan program ini. Hasil ini juga didukung dengan *performance* yang baik dari Ima, Deli, dan Widi selaku penyiar Program Marathon Hits Malam di Jeje Radio Surabaya. Dengan kata lain, kredibilitas penyiar berbanding lurus (*linier*) dengan *performance* Program Marathon Hits Malam yang diukur dari rata-rata (%) pendengar per minggunya di Jeje Radio Surabaya.

**Deli Aldiano** sebagai penyiar baru di Jeje Radio memiliki potensi yang sangat bisa untuk dikembangkan karena sifatnya yang sangat disiplin dan cukup menyerap informasi atau hal baru yang diajarkan. Namun karakter dari siarannya kurang bisa diidentifikasi dan caranya untuk membacakan info kurang luwes sehingga terkesan membaca. **Ima Cinara** yang juga penyiar baru di Jeje Radio memiliki potensi

untuk berkembang menjadi lebih baik, namun kontrol mood masih kurang bagus sehingga perlu belajar cara untuk menstabilkan *mood* saat siaran. Informasi dan topik yang disampaikan cukup informatif, namun masih perlu banyak belajar dalam hal penyampaian agar lebih informatif dan menarik bagi pendengar. Lain halnya dengan **Widi Ariyani** yang pernah menjadi penyiar di Jeje Radio sebelumnya dan mengetahui *culture* perusahaan. Namun tetap di awal kembali siaran di Jeje Radio, **Widi Ariyani** melakukan adaptasi. Lauretha Sudjono selaku pimpinan divisi On Air menyebutkan bahwa Widi adalah penyiar yang berkualitas baik dalam hal suara maupun pengalaman, demikian pula disebutkan oleh pimpinan Jeje Radio, Tika Sulistya. Selama siaran, Widi mampu memberikan topik-solusi dan info-info yang sangat proaktif dengan fakta sehari-hari. Hal ini yang membuat tingginya interaksi media sosial selama siaran. Namun terkait dengan kedisiplinan sedikit kurang karena berkaitan dengan intensitas ijin. Hal ini dilakukan karena terkadang bentrok dengan pekerjaan di luar siaran.

Dalam perspektif *Theory Social Judgement*, kredibilitas seorang komunikator ditentukan oleh sejauh apa pesannya bisa diterima oleh komunikan. Berdasarkan hasil analisis persepsi pendengar, diketahui bahwa Ima memiliki persentase terendah (20%) dalam hal penyampaian info yang bisa dipahami dengan baik oleh pendengar. Namun demikian terdapat beberapa hal yang menjadi favorit pendengar ketika Ima Cinara menyampaikan topik yaitu topik tentang “Gamon dan Teenager”. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar yang berperan sebagai responden dalam penelitian ini termasuk ke dalam kategori *Latitude of Acceptance*, di mana informasi yang disampaikan masih bisa ditolerir (tersampaikan) meskipun tidak setiap kali Ima Cinara siaran.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan teori yang telah diuraikan, Peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut,

1. Ima Cinara merupakan penyiar yang masuk ke dalam semua kategori kredibilitas namun masih setengah-setengah.

2. Widi Ariyani merupakan penyiar yang memenuhi kriteria *Derived & Terminal Credibility* dan dinilai paling kredibel ditinjau dari pengalaman, pendidikan, dan *attitude*.
3. Pendengar termasuk ke dalam kategori ***Latitude of Acceptance*** karena memiliki persepsi yang fleksibel
4. Nilai rata-rata penyiar linier dengan *performance* Program Marathon Hits Malam di Jeje Radio.

#### **Rekomendasi Kepada Perusahaan**

1. Memberikan peluang selebar-lebarnya kepada penyiar untuk mengembangkan potensi yang dimiliki terkait dunia kepenyiaran.
2. Mengimplementasikan konsep kredibilitas yang diungkapkan Cangara kepada setiap penyiar dengan tujuan peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) penyiar di Jeje Radio.
3. Penyiar dengan proaktif memanfaatkan sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan untuk mengembangkan seluas mungkin potensi yang dimiliki, melalui jam siaran setiap harinya.
4. Perusahaan melakukan evaluasi rutin yang dijadwalkan oleh *Announcer Coordinator* untuk *sharing* dan evaluasi dengan tujuan pengembangan potensi dan perbaikan segala hal yang berkaitan dengan program dan penyiaran.

#### **Rekomendasi Kepada Peneliti Selanjutnya**

Meneliti lebih lanjut tentang kredibilitas dengan budaya kerja yang berbeda sehingga bisa sebagai bahan komparasi untuk mengetahui tingkat kredibilitas di setiap instansi yang berbeda-beda.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti

- Griffin, EM. 2003. *A First Look At Communication Theory, 8<sup>th</sup> Edition*. Singapore : Mc Graw Hill.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif dan R & D*. Bandung : Alfabet.
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2010. *Kecakapan Penyiar Dalam Menjalankan Profesi Kepenyiaran (Studi Pada Penyiar Radio UNISI Yogyakarta)*
- UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. 2014. *Teknik Penyiar Radio Fresh 94.3 FM Dalam Menyampaikan Informasi Pada Program Fresh Life Style*.
- UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2014. *Pola Komunikasi Penyiar Terhadap Pendengar Di Dakta Radio 107 FM*.