

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi, dalam konteks publik secara lokal, nasional, regional, dan global atau melalui media massa. Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar manusia, tidak dapat dipungkiri dalam era teknologi modern seperti saat ini, kehidupan manusia sangat bergelut dengan waktu akses informasi yang cepat, padat, serta akurat, menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu.

Komunikasi sudah menjadi disiplin ilmu yang mandiri sehingga disebut *communication science* atau ilmu komunikasi, yang tidak datang dengan sendirinya atau tidak melalui proses perkaitan yang mendalam dari berbagai ilmuwan disiplin ilmu pengetahuan sosial.

Komunikasi adalah usaha seseorang (komunikator) dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan tertentu yang dapat mempengaruhi tingkah laku pihak penerima (komunikan) baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui media) dan hanya terjadi antarmanusia. Tujuan utamanya agar komunikan menerima dan memahami pesan yang

disampaikan komunikator. Komunikasi dilakukan dengan salah satu atau keseluruhan dari sebuah tindakan terhadap orang lain atau sebuah interksi yang menimbulkan (efek) sebuah reaksi terhadap orang lain.

Kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi. Hal ini sesuai dengan kodrat manusia sebagai makhluk sosial. Komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia atau masyarakat. Dengan berkomunikasi, manusia bisa terhubung satu sama lain karena Tuhan menciptakan manusia secara berdampingan dan berpasang-pasangan.

Aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh manusia terjadi tanpa henti. Mulai dari bangun tidur di pagi hari sampai dengan tidur kembali di malam hari. Tidak dapat dipungkiri dan tidak dapat dihitung bahwa dari waktu ke waktu manusia terlibat dalam aktivitas komunikasi yang disebut rutinitas. Karena setiap manusia pasti menghabiskan beberapa jam waktunya untuk mengobrol, membaca koran, mendengarkan radio, menonton televisi, belajar dan sebagainya.

Hal tersebut membuktikan betapa pentingnya komunikasi dalam tatanan kehidupan sosial manusia. Dengan kata lain komunikasi telah menjadi “jantung” dalam kehidupan sosial. Komunikasi sudah menjadi bagian dalam kegiatan sehari-hari setiap manusia. Tanpa disadari bahwa prinsip dari komunikasi adalah tidak ada seorangpun yang dapat melepaskan diri dari aktivitas komunikasi.

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan sesamanya. Manusia ingin mengetahui keadaan dan situasi lingkungannya, bahkan mengetahui kondisi dalam dirinya sendiri. Rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia untuk terus berkomunikasi.

Komunikasi disebut juga proses karena dilakukan secara terus-menerus, tidak memiliki permulaan atau akhir serta sifatnya yang selalu berubah-ubah. Jika dilihat, peran komunikasi mungkin tidak terlalu penting namun jika dipandang sebagai proses, kepentingannya akan terasa sangat besar. Misalnya, dengan hanya berkata saja akan menimbulkan reaksi berupa perubahan.

Dengan kata lain, komunikasi tidak terlepas dari peran media massa. Peranan media massa bagi masyarakat di era modern ini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan bahkan sudah menjadi “sarapan” bagi setiap individunya. Hal ini ditandai dengan munculnya beberapa media massa baru di kehidupan masyarakat.

Peran pokok media massa adalah sebagai agen perubahan (agent of change). Media massa memiliki tugas untuk menunjang pembangunan sebagai salah satu tempat terjadinya perubahan.

Namun, pemilihan media yang tepat dalam komunikasi turut memberikan peranan dalam keberhasilan komunikasi. Biasanya pemilihan media disesuaikan dengan aspek sasaran komunikasi. Sehingga komunikasi dapat mencapai keberhasilan sesuai dengan target yang diinginkan.

Sampai saat ini perkembangan media massa sudah sangat maju dan berkembang, baik itu media cetak maupun media elektronik. Media cetak terdiri dari surat kabar, majalah dan tabloid. Sedangkan media elektronik terdiri dari radio dan televisi, juga meluas dengan penggunaan e-news dan internet. Dari waktu ke waktu, perkembangan media massa khususnya di Indonesia tumbuh sangat cepat, terutama sejak reformasi yang ditandai dengan pemberian kebebasan terhadap pers.

Media massa memiliki pengaruh terhadap penyebaran informasi secara cepat dan luas kepada khalayak karena dalam komunikasi massa, media menjadi alat mekanik dalam melipatgandakan pesan komunikasi. McQuail dalam Littlejohn (1992) menyatakan beberapa pandangannya mengenai peranan media massa yakni bahwa media adalah jendela (windows) yang memungkinkan kita dapat melihat segala hal di luar lingkungan kita; sebagai penterjemah (interpretasi) yang membantu kita membuat pengalaman yang bermakna, serta sebagai platforms atau carrier yang membawa informasi.

Informasi dapat dikatakan sebagai pesan apabila informasi tersebut telah diinformasikan kembali atau dikomunikasikan kepada manusia lain. Informasi atau pesan dapat diperoleh dan disampaikan melalui individu lain maupun sumber informasi lain seperti media massa. Penyampaian informasi atau pesan melalui media massa tersebut adalah bentuk dari komunikasi massa.

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, saat ini media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Perkembangan teknologi komunikasi telah menjadikan masyarakat semakin besar tuntutan akan hak untuk mengetahui dan mendapatkan informasi tanpa ada batas ruang dan waktu.

Radio menjadi media penyiaran yang sering digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat untuk mendapatkan informasi karena sifatnya yang langsung. Radio menjadi penyebar informasi pada khalayak yang paling strategis dan sangat memberikan pengaruh pada khalayak khususnya radio pertanian dan radio seperti Radio Republik Indonesia (RRI) juga radio komunitas pedesaan dalam

mewujudkan pembangunan negara, karena kini radio menjadi kekuatan kelima (the fifth estate) setelah eksekutif, legislatif, yudikatif, dan pers (surat kabar) sebagai the fourth estate (Effendy, 2007).

Keberadaan radio dalam menghadapi perkembangan saat ini, radio diabaikan oleh khalayak yang lebih memilih media lain yang mengedepankan hiburan semata. Komposisi pendengar radio setiap tahun semakin menurun, pada tahun 2008 pendengar radio mencapai angka 41,7 % dan semakin menurun hingga mencapai angka 30,6 % pada tahun 2010 (Hendrawati, 2013). Masyarakat Indonesia yang mayoritas tinggal di pedesaan diberikan sajian acara yang tidak mendukung terciptanya pembangunan nasional. Untuk itu dibutuhkan media pencerahan demi mensukseskan pembangunan nasional agar penyebaran inovasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai khalayak pendengar dan kemajuan teknologi serta informasi demi kesejahteraan khalayak pedesaan dapat tercapai.

Radio adalah media massa yang bersifat auditif. Radio juga merupakan media elektronik yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas, dan merambat lewat udara, dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara) sehingga pesan yang disampaikan bisa didengar.

Radio telah menjadi media massa yang ada di mana-mana, tersedia di semua tempat, di sepanjang waktu. Radio merupakan media massa yang mudah diakses dan perusahaan radio pun telah mengubah industri penyiaran radio.

Banyak acara atau konten yang disajikan dalam siaran radio yang menyebabkan radio dapat dinikmati kapan saja dan dalam situasi apapun.

Dengan kata lain, masyarakat memilih radio sebagai media komunikasi untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi maupun hiburan. Lalu ada radio yang menyajikan muatan lokal dengan rasa lokal. Ialah radio komunitas. Radio komunitas adalah salah satu bagian media penyiaran yang memiliki strategi untuk menyajikan apa yang tidak bisa ditawarkan oleh radio stasiun lain. Louie Tabing memaparkan bahwa radio komunitas mampu memberikan akses informasi kepada masyarakat sebagaimana juga memberikan akses bagi pengetahuan tentang bagaimana cara berkomunikasi. Inilah yang membuat radio komunitas menarik untuk dicermati.

Selaras dengan tujuan lembaga penyiaran komunitas dalam Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Penyiaran nomor 32 tahun 2002 pasal 21 ayat 2 yaitu mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan Informasi yang menggambarkan identitas bangsa. Kehadiran lembaga penyiaran seperti lembaga penyiaran komunitas yaitu radio komunitas sebagai media elektronik yang dapat menjangkau khalayak hingga pedesaan, akan dapat memberi kontribusi bagi suatu daerah terutama sebagai sarana untuk mensosialisasikan kegiatan komunitas dan informasi inovasi-inovasi yang berkaitan dengan perubahan pengetahuan anggota komunitas pendengar.

Ishadi dalam Rachmiate (2007) menyebutkan bahwa kehadiran media komunitas secara fisik adalah dapat mengisi blank spot penyiaran, bisa menjadi

pendukung dari penyiaran nasional dan dapat menjadi sumber dari acara-acara yang diangkat pada tataran lokal maupun nasional. Blank spot yang dimaksud adalah daerah-daerah yang tidak terjangkau siaran dari media manapun, hal tersebut yang dapat memperkuat peranan radio komunitas khususnya dalam membantu khalayak pendengar di wilayah yang terpencil dan memang jauh dari kawasan perkotaan. Seperti halnya yang dikatakan oleh Rachmiatie (2007).

Radio komunitas ternyata sangat tepat untuk kondisi Indonesia. Pertama, menumbuhkan partisipasi yang merupakan kekuatan bagi komunitas untuk membuka pintu perubahan kehidupan komunitas. Kedua, melayani informasi di segala sektor kehidupan komunitas. Ketiga, mempromosikan dan merefleksikan budaya, karakter dan identitas lokal/komunitasnya. Keempat, meningkatkan akses untuk penyebaran informasi secara lisan. Kelima, merupakan tanggung jawab sosial atas kebutuhan komunitasnya. Keenam, berperan penting dalam memberikan kekuatan bagi kaum yang terpinggirkan dan para grass root.

Melalui radio komunitas, informasi terkini dan terpercaya yang relevan untuk disebarluaskan dan dipertukarkan bisa dilakukan secara terus-menerus atau berkelanjutan. Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, muncul pengakuan dari pemerintah bahwa radio komunitas memiliki arti penting guna penguatan di bidang informasi dan komunikasi. Untuk menjamin pelaksanaan tugas pelayanan di bidang informasi dan komunikasi, sekarang ini pemerintah tidak hanya berperan sebagai regulator yaitu tugas pengaturan (*regular function*), tetapi juga selaku fasilitator sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Radio komunitas merupakan bagian dari implementasi sistem pertahanan dan keamanan rakyat semesta (HANKAMRATA) dan peningkatan proses partisipasi dalam pembangunan yang lebih adil, hak berprestasi dan berorganisasi, proses mencerdaskan, penegakan etika dan moral, pemerataan akses, peluang informasi serta membangun kemandirian dan keswadayaan. Radio komunitas juga hadir sebagai alternatif penyiaran yang jauh dari manipulasi kepentingan pihak pengelola.

Radio komunitas juga masih bisa berkembang dan mengudara menjalankan fungsinya tanpa bantuan siapapun. Karena radio komunitas murni terbentuk dari, oleh dan untuk masyarakat sendiri.

Dalam pengelolaannya, radio komunitas berusaha membuat program yang bisa memenuhi kebutuhan informasi pendengarnya. Hal ini dibuat dengan maksud agar pesan yang disampaikan dapat efektif. Efektivitas merupakan wujud dari kemampuan untuk mendayagunakan sesuatu secara tepat sesuai dengan standar yang jelas dan dapat diterima secara universal. Dalam konteks ini, efektivitas menunjukkan taraf mencapai tujuan secara ideal, tetapi efektivitasnya dapat dinyatakan dengan ukuran-ukuran yang agak pasti. Pandangan ini memfokuskan bahwa efektivitas adalah kemampuan untuk mencapai tujuan dengan ukuran yang pasti.

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan melalui tatap muka atau lewat media komunikasi. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat bahkan propaganda.

Jadi, efektivitas pesan berbicara mengenai apakah komunikasi yang dilakukan itu efektif atau tidak. Secara sederhana, komunikasi dikatakan efektif bila orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Secara umum, komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. Maka, radio komunitas berusaha untuk menyampaikan pesan dan informasi sesederhana mungkin namun tetap tidak menghilangkan isi dari pesan yang ingin disampaikan melalui program-program yang dibuat.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti berusaha mengangkat permasalahan ini dengan mengambil judul **“EFEKTIVITAS PESAN KOMUNIKASI DI RADIO KOMUNITAS SWARA IKOPIN JATINANGOR”**

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Bagaimana efektivitas pesan komunikasi di Radio Komunitas Swara IKOPIN Jatinangor.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas, maka masalah-masalah yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor menarik perhatian pendengar.

2. Bagaimana penyampaian pesan di radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor agar mudah dipahami.
3. Bagaimana radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor memenuhi kebutuhan informasi pendengar.
4. Bagaimana radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor menimbulkan solusi bagi pendengar.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini didasarkan pada rincian identifikasi masalah yang telah dikemukakan, yaitu :

1. Untuk mengetahui radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor menarik perhatian pendengar.
2. Untuk mengetahui penyampaian pesan di radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor agar mudah dipahami.
3. Untuk mengetahui radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor memenuhi kebutuhan informasi pendengar.
4. Untuk mengetahui radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor dalam menimbulkan solusi bagi pendengar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan studi kasus, dimana penelitian ini bersifat teoritis tetapi tidak menolak manfaat secara praktis yang didapat dalam penelitian untuk memecahkan

masalah. Penelitian ini juga dapat bermanfaat tidak hanya bagi praktikan tetapi juga bagi pembaca lainnya. Kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

Kegunaan Teoritis

1. Memberikan masukan berdasar kepada ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan disiplin Ilmu Komunikasi. Khususnya dalam kajian bidang jurnalistik.
2. Sebagai bahan bacaan atau referensi bagi orang lain, khususnya mengenai penelitian yang diteliti.
3. Diharapkan hasil penelitian ini bisa melengkapi kepustakaan kepada pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.

Kegunaan Praktis

1. Mendapat pengetahuan yang bisa membandingkan antara pembelajaran yang telah diterima di perkuliahan dan apa yang ada di masyarakat.
2. Untuk mengetahui secara langsung mengenai efektivitas pesan komunikasi di radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor.
3. Dapat memberikan masukan dan pemikiran mengenai efektivitas pesan komunikasi di radio komunitas Swara IKOPIN Jatinangor.

1.5 Kerangka Pemikiran

Sebagai landasan dalam memecahkan masalah yang telah dikemukakan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran berupa teori atau pendapat para ahli. Keduanya merupakan hal yang tidak bisa diragukan lagi karena menyangkut dengan hal-hal yang terkait di penelitian yang dilakukan peneliti.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) teori merupakan pendapat yang dikemukakan sebagai keterangan mengenai suatu peristiwa atau kejadian, azas dan hokum umum yang menjadi dasar suatu kesenian atau ilmu pengetahuan, dan pendapat atau cara atau aturan untuk melakukan sesuatu.

Teori Efektivitas Pesan menurut **Wilbur Schramm** adalah

pesan dikatakan efektif apabila memiliki beberapa komponen, yaitu pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik komunikasi; pesan harus menggambarkan lambang-lambang yang tertuju pada alamat yang sama antara komunikator dan komunikasi sehingga keduanya sama-sama mengerti; pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikasi dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut; pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikasi berada pada saat ia disegerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Artinya, teori ini menunjukkan jika komunikasi diharapkan efektif dalam hal penyampaian pesan-pesannya, pesan tersebut perlu dikemas sedemikian rupa atau menarik perhatian khalayak luas sehingga sesuai atau merupakan kebutuhan. Simbol yang digunakan hendaknya mudah dipahami, meliputi istilah-istilah atau kata-kata atau kalimatnya sehingga khalayak mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi yang disampaikan.

Kerangka acuan dari penelitian ini adalah **menggunakan Teori Efektivitas Pesan** yang dikemukakan oleh **Wilbur Schramm**. Teori ini menjelaskan bahwa **pesan dikatakan efektif apabila memiliki beberapa komponen, yaitu menarik perhatian, menimbulkan kebutuhan, simbol yang dipahami dan cara memperoleh.**

Artinya, teori ini menunjukkan jika komunikasi diharapkan efektif dalam hal penyampaian pesan-pesannya, pesan tersebut perlu dikemas sedemikian rupa atau menarik perhatian khalayak luas sehingga sesuai atau merupakan kebutuhan. Simbol yang digunakan hendaknya mudah dipahami, meliputi istilah-istilah atau kata-kata atau kalimatnya sehingga khalayak mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi yang disampaikan.

Komunikasi dikatakan efektif apabila :

1. Pesan yang disampaikan dapat dipahami
2. Komunikan berperilaku seperti yang diinginkan komunikator
3. Ada kesesuaian antara setiap komponen.

Jika komunikator menganjurkan menggunakan sesuatu, maka hendaknya sesuatu itu mudah didapat dengan menggunakan cara tertentu, termasuk misalnya tentang tempatnya (Schramm, 1973).

Media komunitas, dalam hal ini radio, memiliki landasan teoritis tentang keberadaannya. Pendekatan ini melalui teori media massa dengan asumsi bahwa media komunikasi yang digunakan oleh suatu komunitas serta interaksi

komunikatif antar anggota atau warga tidak dikaji sebagai aktivitas yang terisolasi, tetapi sebagai bagian integral dari orientasi aktif individu terhadap lingkungan fisik dan sosialnya. Media komunitas bukan perpindahan atau pertukaran informasi saja, melainkan suatu proses komunikasi dalam lokalitas yang spesifik dan konteks cultural tertentu yang disebut sebagai komunitas.

Melalui teori ini bisa dikaitkan bahwa sebuah organisasi bisa membuat masing-masing individunya untuk terus berkembang. Organisasi juga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan psikis organisasi seperti aktualisasi diri dan menyalurkan minat atau hobi. Maka dari itu, dalam setiap organisasi diperlukan pemeliharaan agar bisa mencapai tujuan. Karena bagaimanapun juga setiap organisasi memiliki visi misi yang harus bisa dilaksanakan dan terlaksanakan.

GAMBAR 1.1

Bagan Kerangka Pemikiran

