**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan proses interaksi antara manusia yang ditandai dengan adanya penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Seiring dengan perkembangan zaman, dalam prosesnya komunikasi informasi juga mengalami banyak kemajuan yang didukung pula oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu berbagai inovasi baru juga muncul untuk mengimbangi berbagai arus informasi yang ada dan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Sarana yang menyiarkan produk jurnalistik (media massa) adalah pers, sedangkan jurnalistik sendiri merupakan kegiatan mencari mengolah dan menyampaikan informasi kepada khalayak melalui suatu media baik media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) maupun media elektronik (televisi, radio, film, internet). Pada saat ini jurnalistik tidak hanya menyiarkan informasi saja, tetapi juga mendidik, menghibur dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. Media yang sangat berpengaruh bagi khalayak diantaranya media elektronik, media ini menyampaikan informasi dengan beragam cara tanpa mengenal usia, tempat dan waktu, disini pula masyarakat dapat menyaring terhadap segala sesuatu yang diinformasikan. Tidak dapat dipungkiri sampai sekarang keberadaan radio masih banyak diminati masyarakat.

Radio merupakan media massa elektronik tertua setelah surat kabar. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan dan melengkapi dengan media lainnya. Adapun keunggulan radio adalah bisa berada dimana saja dengan menembus jarak dan rintangan bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, jika dengan radio dapat dicapainya. Selain itu radio memiliki sifat yang langsung, untuk mencapai sasarannya yakni pendengar, sesuatu hal yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks, dan ini jauh lebih mudah dan cepat. Hanya menyusun secara singkat lalu menyerahkannya kepada penyiar untuk dibacakan. Keunggulan radio lainnya adalah memiliki daya tarik yang kuat. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup karena ada unsur musik, kata dan efek suara.

Biasanya setiap orang mendengarkan radio karena adanya musik, dengan musik setiap orang akan terhibur. Tidak hanya hiburan saja, radio juga dapat memberikan penerangan dan pendidikan. Selain musik dan berita, saat ini radio juga banyak menyajikan berbagai macam program untuk memenuhi selera pendengar.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya radio memberikan dampak positif bagi para pengelola untuk berlomba-lomba menyajikan informasi dan hiburan secara menarik. Saat ini sudah banyak sekali radio-radio swasta yang bermunculan, dan tentu saja hal itu yang membuat persaingan di dalam industri radio semakin ketat. Karena persaingan itulah para pengelola siaran radio harus mampu mengemas informasi secara menarik agar dapat diminati oleh masyarakat luas dan dituntut untuk dapat menyampaikan berita secara aktual, faktual sekaligus mendidik.

Stasiun radio menyiarkan program-program acara yang beranekaragam disesuaikan dengan segmentasi dari stasiun radio tersebut, sajian program acara yang disajikan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pendengarnya. Bagian penting dari keberadaan radio siaran adalah program acara. Radio siaran harus mempunyai program acara menarik unggulan dalam merebut hati pendengarnya. Biasanya program acara tersebut mempunyai keunggulan masing-masing. Oleh karena itu setiap program acara mempunyai pendengar yang aktif tersendiri yang selalu memperhatikan dan menyimak ketika program acara tersebut mengudara. Program acara yang ditawarkan radio siaran haruslah segar dan menarik, artinya program yang ditawarkan harus baru dan mempunyai ciri khas tersendiri, agar radio siaran tersebut dapat bersaing dengan radio siaran lainnya.

Program acara adalah suatu rencana kegiatan yang terdapat dalam suatu program dan akan ditampilkan untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Program acara dapat dikatakan berhasil jika adanya respon yang positif dari pendengar dan mampu bertahan, itu berarti eksitensi sebuah program acara tersebut masih diterima dan diakui oleh masyarakat sebagai *audience* dari media massa tersebut. Setiap radio siaran harus selektif dalam memilih sebuah program yang akan dijadikan unggulan.

Informasi adalah pesan yang harus disampaikan kepada sejumlah orang dengan data yang telah diolah atau disebarluaskan secara langsung melalui media komunikasi kepada khalayak. Yang dibutuhkan masyarakat Bandung pada saat ini memiliki keanekaragaman , mulai dari informasi yang ringan atau yang sifatnya menghibur sampai pada informasi yang sifatnya penting dan *actual*. Dalam upaya mengemas informasi secara menarik agar dapat diminati oleh masyarakat luas, harus menyampaikan berita secara aktual, faktual, sekaligus mendidik. Diperlukan kejelian dan kepekaan dalam memilih informasi dan hiburan yang sesuai dengan target pendengarnya smapai dikemas ke dalam satu program acara yang menarik dan memikat khalayak.

Berdasarkan penjajagan yang dilakukan peneliti di Radio OZ 103.1 FM Bandung, menunjukkan bahwa informasi yang diberikan kepada masyarakat pada program acara *Sore Santai* masih kurang, ini terbukti dengan :

1. Faktor pemilihan *topik* yang kurang aktual dan cara penyajian yang disajikan oleh program acara *Sore Santai* masih kurang, ini terlihat dengan banyaknya topik yang diangkat pada segmen *Sore Santai* yaitu membahas tentang gosip. Terutama artis dalam negeri, banyak artis dalam negeri yang diangkat pada acara tersebut informasi nya tidak terkini atau kurang aktual dan kurangnya penyajian tentang artis luar negeri.

Contoh : Siaran sore santai pada hari selasa 22 Maret 2016, menurut rima salah seorang pendengar sore santai informasi yang disajikan sangat kurang karena pemberitaan tersebut sudah banyak di beritakan di tv dan sudah lama juga pemberitaannya, sehingga pemberitaannya tidak aktual.

1. Faktor gaya bahasa sangat berubah dari biasanya, sehingga acara sore santai yang biasanya seru, menarik dan atraktif berubah menjadi terkesan kurang menarik.

Contoh : menurut rima salah seorang pendengar sore santai siaran sore santai pada hari selasa 22 Maret 2016 pada segmen yang membahas tentang topik ceria, terlihat sekali perbedaan pola siaran dan gaya bahasa dari yang atraktif menjadi kurang menarik. Pemilihan kata-katanya bersifat baku dan penyiar kurang atraktif dalam melakukan siarannya, hal ini dikarenakan penyiar yang biasanya tidak dapat hadir.

Adanya permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh :

1. Penyiar tidak menguasai permasalahan yang dibahas dalam program acara sore santai, karena dilihat dari kurangnya sumber data yang dimiliki oleh penyiar dalam memilih dan menyampaikan topik pada program yang disiarkan. Sehingga pendengar lebih memilih me-request lagu.

Contoh : dilihat dari pemilihan dan penyampaian topik yang kurang menarik, maka minat interaksi pendengar menjadi kurang sehingga waktu siaran pun penyiar merasa kesulitan untuk menyampaikan pesan karena didalam proses siarannya lebih banyak musik.

1. Artikulasi dari penyiar atau pembawa dalam memandu acara sore santai masih kurang menarik dan kurang jelas.

Contoh : pada siaran sore santai pada hari selasa tanggal 22 maret, terlihat bahwa artikulasi dari penyiar sangat kurang yaitu kurang pandai berbicara dengan istilah-istilah lucu dikarenakan bukan pengganti yang penyiar biasanya sehingga tidak ada punchline yang lucu di setiap akhir pembahasan insert programnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian berusaha mengangkat permasalahan tersebut dalam judul skripsi **“Fungsi Program Acara Sore Santai Dalam Meningkatkan Kebutuhan Informasi Pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fungsi program acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung ?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi program acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung ?
3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi program acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung ?
   1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti melakukan penelitian di Radio OZ 103.1 FM Bandung sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, bidang kajian Jurnalistik dan juga penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi program acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi program acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan program acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung.
   1. **Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat, maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini agar dapat menegmbangkan pengetahuan di dunia media massa elektronik radio, serta menerapkan teori-teori khususnya bidang jurnalistik radio.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan pencari informasi, juga untuk melengkapi bahan kepustakaan.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Secara praktis, hasil penelitian ini berusaha meningkatkan pengetahuan secara langsung dalam dunia jurnalistik khususnya radio dalam menyajikan program acara dengan baik dimana salah satunya adalah program acara Sore Santai
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dalam pengetahuan dan pergaulan bagi peneliti khusunya di bidang radio.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Negara Kesarjanaan Strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung.
4. Peneliti diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perusahaan, dalam meningkatkan informasi dan pengetahuan Radio OZ 103.1 FM Bandung.
   1. **Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakan *agenda setting* menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Metode Penelitian komunikasi**, menjelaskan bahwa **model ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut (2001:68).** Intinya apa yang dianggap penting oleh media, penting juga untuk masyarakat, apa yang dilupakan media akan luput pula dari perhatian masyarakat.

Peneliti berusaha menemukan hubungan diantara variabel-variabel yang diukur. Rakhmat dalam bukunya yang berjudul **Metode Penelitian Komunikasi** menjelaskan bahwa **teori *Agenda Setting* terdiri dari variabel media massa, variabel antara, variabel efek, dan variabel efek lanjutan. (2001:68)**

**Rakhmat** dalam bukunya **“Metode Penelitian komunikasi”** menjelaskan bahwa efek media diukur dengan dua pengukuran. Pertama, peneliti mengukur agenda media dengan analisis isi yang kuantitatif atau peneliti menentukan batas waktu tertentu, meng-koding berbagai isi program, dan menyusun (merangkai) isi itu berdasatkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan ukuran headline, lokasi dalam radio, frekuensi pemunculan posisi dalam radio dan konflik (cara penyajian bahan). Selanjutnya peneliti mengukur agenda masyrakat dengan mengukur menganalisis self-report khalayak. Ia menghitung topik- topik yang penting menurut khalayak, merangkainya dan mengorelasikannya dengan isi rangking media. Ia juga menganalisis kondisi-kondisi antar (contingent conditions) yang mempengaruhi proses *agenda setting* dengan meneliti sifat-sifat stimulus dan karakteristik khalayak.

Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi apa yang dipikirkan orang (intrapersonal), apa yang dibicarakan orang itu dengan orang lain (interpersonal), dan apa yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai (*community salience*).

Efek terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan (*subsequent effect*). Efek langsung berkaitan dnegan *issues*, apakah *issues* itu ada atau tidak dalam agenda khalayak (pengenalan) dari semua *issues* mana yang dianggap paling penting menurut khalayak (*saliance*), bagaiman *issues* itu dirangking oleh responden dan apakah rangkingnya itu sesuai dengan rangking prioritas.

Efek lanjutan berupa (pengetahuan tentang peristiwa tertentu). Agenda setting memusatkan perhatian pada media massa terhadap pengetahuan, dengan kata lain fokus perhatian bergeser dari efek afektif ke efek kognitif.

Secara sederhana program diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pegelaran dan sebagainya (dalam kamus Bahasa Indonesia). Dapat diartikan bahwa program merupakan susunan acara yang akan disiarkan baik harian, mingguan, tengah bulan, triwulan, tengah tahunan dan tahunan. Jadi dapat dikatakan bahwa program bisa dibuat kapan saja sesuai dengan kebutuhan dalam penyiaran.

Program acara harus memenuhi kebutuhan khalayak radio yang bersangkutan, karena lewat acara yang disajikan segala keinginan khalayaknya akan terpenuhi.

Pernyataan diatas diartikan bahwa program siaran adalah aktivitas yang terdiri dari informasi, hiburan dan komersil berupa music dan siaran kata yang disajikan oleh penyiar untuk memenuhi kebutuhan informasi dan selalu mendengarkan siaran radio sesering mungkin dan bisa saja menjadi pendengar setia acara tersebut.

Menurut **Masduki** dalam bukunya **menjadi Broadcaster Profesional, “Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi”.**

Dari pengertian diatas, maka format sederhana dari sebuah program acara menurut **Masduki dalam buku menjadi Broadcaster Profesional adalah sebagai berikut :**

1. **Frekuensi penyajian acara.**
2. **Kredibilitas penyiar atau pembawa acara.**
3. **Kredibilitas Narasumber.**
4. **Saluran informasi (2004:40-117).**

Berdasarkan format tersebut diatas dapat digolongkan kedalam sebuah indikator-indikator yang mempengaruhinya yaitu :

1. Indikator frekuensi penyajian acara seperti yang dikemukakan oleh **Masduki** dalam bukunya **Menjadi *Broadcaster Profesional***, sebagai berikut :
2. **Intensitas (durasi) adalah lamanya waktu yang digunakan dalam menyiarkan suatu program siaran.**
3. **Pengaturan waktu adalah batas waktu yang telah ditentukan dalam menyiarkan suatu program siaran (2004:31).**
4. Indikator sebagai seorang penyiar yang dikemukan oleh **Masduki** dalam bukunya **Menjadi *Broadcaster Profesional,*** adalah sebagai berikut :
5. **Menguasai masalah : Tahu persis apa yang sedang dibicarakan, dengan tingkat pengetahuan umum yang mewakilinya.**
6. **Artikulatif : Pandai bicara dan merumuskan pandangan-pandangan yang mencuat selama berlangsungnya program interaktif.**
7. **Analisis : Kemampuan mengetahui secara persis aspek-aspek aktual dari persoalan yang dibahas.**
8. **Mampu menguasai jalannya diskusi : Mengetahui bagaimana mengendalikan arus pembicaraan, pandai menyeimbangkan porsi bicara antara narasumber dan penyiar. (2001:148)**
9. Indikator Narasumber yang juga dikemukakan oleh **Masduki** dalam bukunya **Menjadi *Broadcaster Profesional,*** adalah sebagai berikut :
10. **Memiliki kompetensi tentang topik permasalahan : Narasumber yang memiliki pengetahuan serta wawasan yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.**
11. **Artikulatif : Memiliki kemampuan bicara yang baik, jelas, terstruktur, bermakna. (2001:143)**

Pengertian diatas mengandung arti, bahwa manusia tidak bisa terlepas dari informasi karena manusia termasuk makhluk sosial yang didalam pemenuhan kebutuhannya dilakukan dengan cara berkomunikasi untuk mendapatkan informasi-informasi apa saja yang dibutuhkan.

Kamus besar Indonesia memberikan definisi bahwa informasi adalah penerangan atau keterangan kabar dan suatu pemberitahuan. Dalam mendapatkan informasi pun bisa dikatakan kebutuhan, karena bisa dilihat dari dulu sampai sekarang ini masyarakat semakin memerlukan informasi, karena manusia tanpa adanya informasi seperti hidup tanpa keinginan.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh **Brandt, Sasono** dan **Gunawan** dalam bukunya **Jurnalisme Radio sebuah panduan praktis,** dimana ciri-ciri sebuah informasi yang baik adalah **“Dapat menarik pendengar penulisan topik dan cara penyajian, sesuai dengan pilihan pendengar”**

Dari ciri-ciri diatas, maka dapat indikator sebagai berikut :

1. Indikator menarik minat pendengar yang dikemukakan oleh **Brandt, Sasono** dan **Gunawan** dalam bukunya **Jurnalisme Radio sebuah panduan praktis** adalah :
2. **Aktual : Informasi yang baru terjadi atau hal-hal yang baru.**
3. **Penting : Informasi yang wajib diketahui khalayak.**
4. **Baru : informasi yang baru terjadi atau hal-hal yang baru.**
5. **Faktual : Informasi yang betul-betul faktual, terjadi dan bukan fiksi atau khayalan serta rekayasa semata (2001:18-21)**
6. Indikator pemilihan topik dan cara penyajian yang dikemukakan oleh **Brandt, Sasono** dan **Gunawan** dalam bukunya **Jurnalisme Radio sebuah panduan praktis** adalah :
7. **Topik yang aktual : Topik tersebut masih menjadi pembicaraan ramai dan hangat dikalangan masyarakat.**
8. **Gaya Bahasa : Kekhasan dalam bertutur sehingga menimbulkan aksen yang berbeda dalam penyampaian. (2001:142)**
9. Indikator kebutuhan informasi pendengar yang dikemukakan oleh **Brandt, Sasono** dan **Gunawan** dalam bukunya **Jurnalisme Radio sebuah panduan praktis** memiliki arus informasi yang disampaikan setiap station radio harus memenuhi kemauan dan pendengar secara :
10. **Langsung : Radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan isi atau kandungan programnya secara langsung kepada pendengar.**
11. **Cepat : Radio dapat menyajikan setiap informasi kepada pendengarnya secara cepat dan sulit ditandingi oleh media lain.**
12. **Mendidik : Informasi di radio sangat efektif untuk dipakai sebagai media pendidikan informasi di radio merupakan pendidikan praktis yang mudah diterima dan dicerna pendengar. (2001:4-22)**

Setiap program acara yang ada pada setiap radio secara tidak langsung memberikan efek atau pengaruh, seperti yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelly (terjemahan Effendy) dalam buku “Jurnalistik Radio” bahwa :

**Efek yang dapat ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulasi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. (1993:254)**

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa adanya anggapan efek atau perubahan sikap seseorang tergantung dari sejauh mana komunikasi itu dapat diperhatikan, dipahami, dan diterima, sehingga dapat meyakinkan khalayak bahwa seseorang memiliki pendapat orang lain menjadi sejalan atau sesuai dengan pendapat komunikator.

Selanjutnya peneliti akan menjelaskan dengan badan pemikiran sebagai berikut

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Bagaimana Fungsi Program Acara Sore Santai dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio OZ 103.1 FM Bandung.

1. Menarik Minat Pendengar
2. Penting
3. Faktual
4. Aktual
5. Pemilihan Topik dan Cara Penyajian
6. Topik Aktual
7. Variasi Materi
8. Gaya Bahasa
9. Kebutuhan Informasi Pendengar
10. Langsung
11. Cepat
12. Mendidik

Sumber (Gunawan 2001:4-142)

1. Frekuensi Penyajian Acara  
   1. Intensitas (Durasi)  
   2. Pengaturan Waktu
2. Kredibilitas Penyiar  
   1. Menguasai Masalah dan  
    jalannya diskusi  
   2. Artikulatif
3. Kredibilitas Narasumber  
   1. Memiliki Kompetisi tentang topik yang dibahas  
   2. Artikulatif
4. Saluran Informasi  
   1. SMS

2. Telepon

3. Jejaring Sosial

Sumber (Masduki 2004 :31-148)

Variabel X :  
Program Acara

Sub Variabel:  
1. Frekuensi Penyajian Acara  
2. Kredibilitas Penyiar  
3. Kredibilitas Narasumber  
4. Saluran Informasi

Variabel Y :  
Kebutuhan Informasi

Sub Variabel:  
1. Menarik Minat Pendengar  
2. Pemilihan Topik dan Cara  
 Penyajian  
3. Kebutuhan Informasi pendengar

Variabel Efek Lanjutan

Variabel Efek Lanjutan

Variabel Antara

Variabel Media

Teori Agenda Setting