**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar belakang Masalah**

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan, hal ini dikarenakan semakin meningkatnya kebutuhan berkomunikasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi terutama yang menyangkut kepentingan masyarakat itu sendiri. Salah satu bentuk komunikasi massa erat kaitannya dengan media massa.

Media massa memiliki fungsi sebagai alat penyampai informasi yang mampu menciptakan budaya dan dapat mendorong masyarakat untuk tertarik pada dunia informasi maupun hiburan. Sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, media massa mempunyai tempat tersendiri dalam semua aspek kehidupan.

Media massa periodik pada dasarnya dibagi menjadi dua macam yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak adalah sarana yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dikemas dalam bentuk tulisan seperti, suratkabar, majalah, buletin, tabloid dan lain sebagainya, sedangkan media elektronik adalah sarana yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi berupa audio visual (gambar dan suara).

Media massa yang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah media massa elektronik, dalam hal ini adalah radio siaran. Radio siaran sendiri mempunyai ciri khas tersendiri dalam menarik perhatian masyarakat. Karena sifat audio siaran yang auditif, maka salah satu kekuatan dari radio siaran adalah daya jangkau yang luas tanpa mengenal jarak, sehingga dapat diterima diseluruh pelosok dan dapat menjangkau daerah pedalaman yang masih sangat sulit dijangkau.

Radio merupakan suatu kegiatan penyiaran yang prosesnya menggunakan seperangkat alat siar yang menghasilkan suara dan kemudian disebarkan melalui gelombang frekuensi yang nantinya akan diterima oleh Adanya media masa ini, tentu saja berpengaruh terhadap masyarakat. Tidak hanya berpengaruh tehadap pengetahuan informasi yang dimilikinya. Namun, media massa ini pula bisa mempengaruhi pikiran, sikap dan perilaku dari masyarakat.

khalayak berupa suara (audio). Radio siaran mengalami persaingan yang cukup tinggi. Tetapi dengan adanya persaingan itu tidak membuat media radio kehilangan khalayak pendengarnya. Tidak seperti yang diperkirakan dahulu, hingga kini radio tetap memiliki banyak pendengar. Radio dianggap sebagai salah satu media massa yang memiliki kekuatan dan kecepatan luar biasa dalam proses penyebaran informasi. Sehingga mempunyai julukan *the fifth state* (kekuatan kelima) setelah surat kabar, bahkan televisi.

Radio mempunyai ciri khas tersendiri dalam penyampaian informasinya, diantaranya yaitu mudah dibawa-bawa, bersifat pribadi, yang artinya adanya kedekatan atau jalinan yang akrab antara radio dengan pendengar, dan juga pendengar aktifpun berusaha membuat imajinasi masing-masing sesuai dengan apa yang difikirkannya.

Bagian penting dari keberadaan radio siaran adalah program acara. Radio siaran harus mempunyai program acara menarik yang menjadi unggulan dalam merebut hati pendengarnya. Biasanya program acara tersebut mempunyai keunggulan masing-masing. Oleh karena itu setiap program acara mempunyai pendengar aktif tersendiri yang selalu setia 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 radio siaran dapat dikatakan berhasil jika adanya respon yang positif dari pendengar dan mampu bertahan, itu berarti eksistensi 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 yang dibutuhkan masyarakat khususnya 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 memberikan informasi kepada masyarakat dalam bidang budaya serta pendidikan, musikbudaya dan pendidikan merupakan sebuah kebutuhan dari kehidupan masyarakat di dunia ini. Khususnya budaya seharusnya dengan adanya budaya yang dimana menjadi sesuatu sejarah di indonnesia kita tidak boleh meninggalkan kebudayaan kita sendiri, budaya juga harus lebih menekankan kepada sesuatu yang bernilai tinggi yang dapat memberikan suatu kehidupan yang lebih berarti lagi. Sekarang, budaya mulai berkembang pesat demi dikenal oleh seluruh dunia apalagi khususnya budaya indonesia yang beragam ragam.

Pentingnya informasi pendidikan dan budaya menimbulkan Radio RRI AM 540 Bandung yang beralamat di Jalan Diponegoro No.51 Bandung, menyajikan suaru program acara dengan membawa nuansa yang berbeda dengan radio lainnya, salah satu yang menjadi program dan acara adalah PRO 4 acara pendidikan dan budaya. Program acara ini disajikan dengan memiliki tujuan agar dapat mewadahi semua para pendengar yang mencintai pendidikan serta sejarah budaya dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar terhadap pendidikan dan budaya. Radio RRI AM 540 Bandung merupakan salah satu stasiun radio siaran yang masih tetap dengan ciri khas dan mempunyai *audience* tersendiri, dengan ciri khasnya tersebut, Radio RRI AM 540 hadir dengan berbagai program acara dan juga dimana pro 4 yang merupakan program baru di radio RRI Bandung yang baru dilahirkan 3 tahun yang lalu.

Program acara *pendidikan dan budaya* adalah salah satu program acara tentang budaya khususnya di daerah bandung dimana diisi dengan berbagai pengetahuan, selain itu program acara pendidikan dan budayaini berisi informasi-informasi sejarah budaya dibandung, dengan tema yang berbeda beda seperti *kliningan,wayang golek,jentreng jambret,dialog budaya, dan pop sunda,berita sunda*. Acara yang disajikan Radio RRI bandung juga memang banyak berisikan tentang budaya khususnya sunda. Program acara ini dibawakan oleh dua orang penyiar dengan berbeda beda sesuai dengan tema yang disampaikan dan diudarakan setiap dari jam 05.00 – 24. 00 WIB pro 4 juga di sampaikan setiap ari tentunya dengan acara yang berbeda. Penyampaian informasi yang dilakukan oleh Radio RRI salah satu tujuannya adalah memenuhi kebutuhan informasi pendengar setia Pro 4 dimana yang fokus ke *budaya* yang bertujuan untuk melestarikan budaya sunda itu sendiri. Program siaran *pendidikan dan budaya* yang dibawakan oleh penyiar ini diharapkan menambah pengetahuan pendengar mengenai sejarah tentang budaya sunda.

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan pada program acara *pendidikan dan budaya* di Radio RRI AM 540 Bandung menunjukan bahwa:

1. Faktor pemilihan topik dan cara penyajian yang disajikan oleh penyiar radio pada program 4 acara *pendidikan dan budaya* para pendengar radio khususnya di program ini harus mengerti apa yang diucapkan oleh penyiar, inilah yang harus diperhatikan penyiar pada saat menyampaikan informasi kepada pendengar agar megerti dan juga bisa menjadi kebutuhan informasi contohnya pada program acara *berita budaya sunda.*
2. Faktor bahwa di pro 4 ini belum bisa menembus untuk bisa didengarkan oleh khalayak umum karena masih bersifat AM belum menjadi FM. Pro 4 acara *budaya dan pendidikan* masih diminati kalangan terbatas tidak semua kalangan mendengarkan tentang program acara ini mungkin karena masih bersifat AM menjadi alasan tertentu. AM adalah *amplitude modulation*  yaitu dimana ini hanya menggunakan konsep modulasi amplitudo, dimana gelombang suara akan memodulasi amplitudo dari gelombang pembawanya, sedangkan FM yaitu *frequensi modulation*  dimana menggunakan modulasi frequensi , dimana gelombang suara akan memodulasi frequensi gelombang pembawanya. Jadi perbedaan kedua adalah dimana FM merupakan unggulan karena bisa di nikmati seluruh khalayak dan juga mempunyai keunggulan dari kualitas suara tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti berusaha mengangkat permasalahan tersebut dalam judul skripsi **“Fungsi Program 4 acara *pendidikan dan budaya* dalam memenuhi kebutuhan informasi radio RRI 540 AM Bandung”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana fungsi program acara *budaya dan pendidikan* yang terdiri dari penyajian acara, kredibilitas penyiar, kredibilitas narasumber, saluran informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar yang terdiri dari informasi yang menarik, pemilihan topik dan kebutuhan informasi Radio RRI 540 AM Bandung.
2. Bagaimana hambatan yang dihadapi pada program acara *budaya dan pendidikan* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung Bandung.
3. Bagaimana usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi program acara *budaya dan pendidikan* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung.
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana fungsi program acara *budaya dan pendidikan* dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung.
2. Mengetahui bagaimana hambatan yang dihadapi oleh program acara *budaya dan pendidikan* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI Bandung.
3. Mengetahui bagaimana usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam menghadapi program acara *budaya dan pendidikan* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung.
	1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tema penelitian, maka penelitian ini menjadi Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis,yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Jurnalistik khususnya.

* + 1. **Kegunaan Teorities**
1. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan, bagi masyarakat luas dan khususnya peneliti terutama yang berhubungan dengan disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya kajian Jurnalistik.
2. Sebagai bahan bacaan bagi pihak lain, khususnya materi yang penulis teliti.
3. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan disiplin ilmu komunikasi khususnya bidang jurnalistik, serta dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.
	* 1. **Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai kegiatan komunikasi terutama mengenai fungsi program acara *budaya dan pendidikan* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung.

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran serta masukan terhadap program acara *pendidikan dan budaya* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung.
	1. **Kerangka pemikiran**

Penelitian ini menggunakan *agenda setting* menurut **Rahkmat** dalam bukunya **Metode Penelitian Komunikasi** , menjelaskan bahwa **model ini mengonsumsi adanya hubungan psitif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut**  **(2001:68)**. Intinya apa yang penting bagi media itu merupakan penting juga buat 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 penggunaan media dengan analisis kuantitatif atau peneliti menentukan batas waktu tertentu, meng-koding berbagai isi program, dan menyusun (merangking) isi itu berdasarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan ukuran *headline*, lokasi dalam radio, frekuensi pemunculan posisi dalam radio dan konflik (cara penyajian bahan). (2001:16)**

Penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan 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 dengan *issues* apakah *issues* itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak (pengenalan) dari semua issues mana yang paling penting menurut khalayak (*sallience*), bagaimana *issues* itu dirangking oleh responden dan apakah rangkingnya itu sesuai dengan rangking prioritas.

Efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu). *Agenda setting* memusatkan perhatian pada penggunaan media massa demi memenuhi kebutuhan khalayak, dengan kata lain fokus perhatian bergeser pada 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 disajikan harian,mingguan,tengah bulanan,triwulan,tengah bulanan,dan tahunan. Jadi program bisa dibuatkan sesuai kebutuhan dalam penyiaran.

Secara sederhana tim **Pembinaan dan Pengembangan Bahasa** dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** mendefenisikan fungsi adalah:

**Sekelompok aktifitas yang tergolong pada jenis yang sama berdasarkan sifat atau pelaksanaannya untuk melaksanakan suatu usaha kerja sama yang biasanya digabungkan menjadi suatu kesatuan dan diserahkan menjadi tanggung jawab seseorang. (1991:456)**

Pengertian diatas mengandung arti bahwa fungsi merupakan suatu aktifitas yang memiliki jenis yang sama berdasarkan sifat dan pelaksanaannya dalam melaksanakan suatu kerja sama untuk menjadi suatu kesatuan dan memiliki tanggung jawab.

Secara sederhana program dapat diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pagelaran dan sebagainya. **Dewantoro** dalam **Kamus Bahasa Indonesia**, mengasumsikan bahwa **“Program adalah rancangan mengenai asas-asas serta usaha-usaha yang akan dilakukan”. (2004:291)**

Program acara harus memenuhi kebutuhan khalayak radio yang bersangkutan, karena lewat acara yang disajikan segala keinginan khalayaknya akan terpenuhi. Seperti yang dinyatakan **Norbeg** dalam bukunya **Radio *Programming, Tacticsand Strategi*** adalah:

**Maksud dari suatu program acara adalah suatu kenyataan yang tidak bisa dipungkiri, yang kemudian dapat memenuhi harapan para pendengar dan hal itu yang membuat pendengar tetap mendengarkan saluran stasiun radio untuk waktu yang lama. (1996:13)**

 Pernyataan diatas diartikan bahwa program siaran adalah aktivitas yang terdiri dari informasi, hiburan dan komersial berupa musik dan siaran kata yang disajikan oleh penyiar dimana penyusunan pelaksanaannya diusahakan untuk meningkatkan jumlah pendengar dan agar pendengar dapat memenuhi kebutuhan informasi dan selalu mendengarkan siaran radio sesering mungkin dan bisa saja menjadi pendengar setia acra tersebut.

 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 nara sumber**
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)**

1. Indikator penyiar atau pembawa acara seperti yang dikemukakan **Masduki** dalam bukunya **Menjadi *Beoadcaster Profesional***, sebagai berikut :
2. **Menguasai masalah dan jalannya diskusi yaitu tahu persis apa yang sedang terjadi atau apa yang sedang dibicarakan dengan tingkat pengetahuan yang memadai serta mengetahui bagaimana cara mengendalikan jalnnya pembicaraan dan menyeimbangkan porsi antara nara sumber dan penyiar.**
3. **Artikulatif yaitu terampil menuturkan dan merumuskan pandangan-pandangan terhadap masalah yang sedang terjadi selama acara tersebut berlangsung dan mampu melakukan improvisasi. (2004:117-118)**

 **Kamus Besar Bahasa Indonesia** memberikan defenisi kebutuhan adalah:

**Sesuatu atau hal yang ingin dimiliki dan dianggap penting. Seperti yang telah dijelaskan bahwa kebutuhan merupakan apa yang ingin kita miliki atau sesuatu yang ingin kita raih. Dalam mendapatkan informasi pun bisa dikatakan kebutuhan, karena bisa dilihat dari dulu sampai sekarang ini masyarakat semakin lama semakin memerlukan informasi, karena manusia tanpa adanya informasi seperti hidup tanpa keinginan. (1990:455)**

 **Maessenner (**dalam **Stiftung), Politik dan Radio Buku Pegangan Bagi Jurnalis Radio,** menjelaskanbahwa **“Informasi atau berita adalah hal baru tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar”. (2000:68)**

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

 Informasi digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pembuat kebijaksanaan dan juga pembuat keputusan, sehingga informasi merupakan suatu kebutuhan yang dianggap sangat penting. Selain itu, informasi menurut **Wahyudi** dalam bukunya **Dasar-dasar Manajemen Penyiaran** adalah:

**Pada dasarnya semua isi pesan adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah isi pesan. Jadi isi pesan adalah informasi yang sudah memiliki nilai dari pengolahan isi pesan itu. Dengan demikian istilah isi pesan hanya untuk mengolah pesan tersebut (komunikator), isi pesan itu tetap sebagai onformasi. (1996:11)**

 **Brandt**, **Sasono** dan **Gunawan** dalam buku buku **Jurnalistik Radio** Sebuah Panduan Praktis dimana ciri-ciri sebuah informasi yang baik adalah **“Dapat menarik minat pendengar, pemilihan topik dan cara penyajiannya, serta sesuai dengan pilihan pendengar” (139-142).**

Dan ciri-ciri diatas, maka didapat indikator-indikator sebagai berikut :

1. Indikator menarik minat pendengar yang dikemukakan oleh **Brandt**, **Sasono** dan **Gunawan** dalam buku **Jurnalistik Radio** **Sebuah Panduan Praktis** adalah sebagai berikut:
2. **Penting : informasi yang wajib diketahui**
3. **Faktual : informasi yang betul-betul faktual, terjadi dan bukan fiksi atau khayalan serta rekayasa semata**
4. **Aktual : informasi yang baru terjadi atau hal-hal yang baru.**

**(2001:18-21)**

1. Indikator pemilihan topik dan cara penyajian yang dikemukakan oleh **Brandt, Sasono** dan **Gunawan** dalam buku **Jurnalistik Radio sebuah panduan praktis** adalah sebagai berikut:

**a. Topik yang aktual : topik tersebut masih menjadi pembicaraan ramai dan hangat dikalangan masyarakat.**

**b. Variasi materi : keanekaragaman materi siaran yang diberikan dalam setiap siaran acara.**

**c. Gaya Bahasa : kekhasan dalam bertutur sehingga menimbulkan aksen yang berbeda didalam penyampaian pesan. (2001:142)**

3. Indikator kebutuhan informasi pendengar dikemukakan oleh **Brandt**, **Sasono** dan **Gunawan** dalam buku **Jurnalistik Radio** **Sebuah Panduan** memiliki arti arus informasi yang disampaikan setiap stasiun radio harus memenuhi kemauan dan kebutuhan pendengar secara:

**a. Langsung : radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan isi atau kandungan programnya secara langsung kepada pendengar.**

**b. Cepat : radio dapat menyajikan setiap informasi kepada pendengarnya secara cepat dan sulit ditandingi oleh media jenis lain.**

**c. Mendidik : informasi di radio sangat efektif untuk dipakai sebagai media pendidikan informasi di radio merupakan pendidikan praktis yang mudah diterima dan dicerna pendengar. (2001:4-12)**

 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 stimuli khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. (1993:254)**

**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

**Bagaimana fungsi program 4 acara *pendidikan dan budaya* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung**

**Teori Agenda Setting**

**Variabel Efek Lanjutan**

**Variabel**

 **Efek**

**Variabel**

 **Antara**

**Variabel**

 **Media**

 **Variabel Y**

 **Program Acara**

**Sub Variabel :**

1. Menarik minat pendengar
2. Pemilihan topik dan cara penyajian
3. Kebutuhan informasi pendengar

**Variabel X :**

**Program Acara**

**Sub Variabel :**

1. Frekuensi penyajian acara
2. Kredibilitas Penyiar
3. Kredibilitas Narasumber
4. Saluran Informasi

**Indikator :**

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

 **(Gunawan 2001 : 143-11149)**

**Indikator :**

* + - 1. **Frekuensi Penyajian acara**

a. Intensitas (durasi)

1. Pengaturan Waktu

**2. Kredibilitas Penyiar**

1. Menguasai masalah dan jalannya diskusi
2. Artikulatif

**3. Kredibilitas Nara Sumber**

1. Memiliki kompetisi tentang topik yang dibahas
2. Artikulatif

**4. Saluran Informasi**

a. Telepon

b. SMS

**(Masduki) 2004:3 -143)**

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi berasal bahasa Inggris *communication,* secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus***,** dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jadi komunikasi dapat berlangsung apabila seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya. Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang yang disebut komunikator kepada orang yang menerima pesan (komunika) melalui media atau tidak.

**Cangara** mengutip dari **Everett M. Rogers** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa:

**Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka**. **(2005:19)**

Definisi ini lalu dikembangkan oleh **Rogers** bersama **D. Lawrence Kincaid** sehingga menghasilkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

**Komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yag mendalam. (2005:19)**

Dari sini dapat dipahami bahwa inti dari pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) hingga terjadi suatu feedback (timbal balik).

Menurut **Efendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni:

1. **Proses komunikasi secara primer**

**Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing(symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa,kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang terhadap orang lain.**

1. **Proses komunikasi secara sekunder**

**Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televise, film, dan banyak lagi meia kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa *(mass media)* dan *media nirmassa* atau *nonmassa (non massa media)*. (2005:1)**

**Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, mengutip dari **Aristoteles**, ahli filsafat Yunani kuno dalam bukunya ***rhetorica*** menyebutkan bahwa **“Proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang men-dukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibi-carakan, dan siapa yang mendengarkan.” (2005:62)**

Proses komunikasi massa yang terjadi hal terpenting adalah tersedianya komponen-komponen pendukung komunikasi, **Laswell** yang dikutif dari **Efendy** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** menyebutkan bahwa:

**Komponen komunikasi massa meliputi komunikator, pesan, komunikan, media, yang mendukung pesan apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya, efek jika salah satu dari komponen itu hilang/ tidak sesuai dengan fungsinya maka proses komunikasi tidak akan sejalan dengan yang diharapkan. (1986:7)**

Dalam penyusunan suatu strategi komunikasi untuk di apresiasikan dengan taktik komunikasi sebagai penjabaran, pertama-tama harus berlangsung secara berputar (sirkular) tidak melurus (linier). Ini berarti idenya sebagai ekspresi dari paduan dan peristiwa yang kemudian dibentuk pesan, setelah sampai kepada komunikan harus diusahakan agar efek komunikasinya dalam tanggapan mengarus pada umpan balik.

* 1. **Komunikasi Massa**

Dalam kesehariannya manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berhubungan dan tidak dapat dipisahkan dengan media massa . Awalnya Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun [1920-an](http://id.wikipedia.org/wiki/1920-an) untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus di desain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi [media](http://id.wikipedia.org/wiki/Media).

**Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu** **Pengantar**, memberikan pengertian bahwa komunikasi massa adalah:

**Pengertian komunikasi massa, pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain diartikan sebagai entuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (2005:31)**

Komunikasi massa (*mass communication*) dikemukakan oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** adalah:

**Komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi dan ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan digedung-gedung bioskop. (1993:79)**

Maksudnya adalah komunikasi massa ditujukan kepada khalayak umum yang dapat berlangsung melalui berbagai macam media massa modern seperti siaran radio, surat kabar, televisi dan juga film.

Semua media massa modern yang disebutkan, merupakan alat penyampai informasi yang sangat sesuai dengan peranan media massa modern saat ini, yaitu mampu untuk melakukan proses komunikasi massa dan memberikan pengaruh yang sangat besar bagi khalayak luas.

1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek**:

1. **Komunikasi Bersifat Satu Arah.**

**Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan lain perkataan wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya itu. Demikian pula penyiar radio, penyiar televisi atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya.**

1. **Komunikator Pada Komunikasi Massa Melembaga**

**Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Karena itu komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut *institutionalized communicator* atau *organized communicator.* Komunikator pada komunikasi massa, misalnya wartawan surat kabar atau penyiar televisi, dikarenakan media yang ia pergunakan adalah suatu lembaga dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya ia bertindak atas nama lembaga sejalan dengan kebijaksanaan surat kabar dan stasiun televise yang diwakilinya.**

1. **Komunikan Komunikasi Massa Bersifat Heterogen**

**Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota-anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator, bersifat heterogen. Dalam keberadaanya secara terpencar-pencar dimana antara satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak terdapat kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal: jenis kelamin, usia, agama, ideology, pekerjaan, pendidikan dan lain sebagainya.**

1. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

**Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan *(simultaneity)* pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Hal inilah yang merupakan cirri yang peling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.**

1. **Pesan Pada Komunikasi Massa Bersifat Umum**

**Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum *(public)*, karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perorangan atau sekelompok orang tertentu. (1986:27-34)**

**Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menyebutkan pula karakteristik komunikasi massa, yaitu sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan**
2. **Pesan Bersifat Umum**
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
5. **Ketimbang Hubungan**
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**
7. **Stimulasi Alat indra “Terbatas”**
8. **Umpan Balik Tertunda *(Delayed)***

**(2005:7-12)**

Dilihat dari karakteristik komunikasi massa yang disebutkan oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek,** serta **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar,** pemaparan keduanya hampir sama mengenai karakteristik komunikasi massa, namun kita masih bisa melihat perbedaan dari pemaparan keduanya.

Elvinaro menyebutkan bahwa komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, stimulasi alat indra “terbatas”, serta umpan balik tertunda. Ketiga karakteristik diatas tidak disebutkan oleh Effendy, dan terlihat jelas berarti Elvinaro lebih lengkap memaparkan karakteristik komunikasi massa dengan meteliti dan membahas semua karakter tersebut dari berbagai aspek.

Dapat ditarik kesimpulan juga bahwa komunikasi itu bersifat sangat dinamis, dan sebagai masyarakat awam, kita tidak akan bisa menduga-duga apa yang akan terjadi nanti setelah kita melakukan proses komunikasi.

1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Khalayak yang terlibat dalam komunikasi massa sangat luas, sehingga dampak atau efek yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi massa juga sangat banyak dan bermanfaat bagi khalayak. Berikut fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu pengantar**:

1. ***Surveillance* (pengawasan)**

 **Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan), *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).**

1. ***Interpretation* (Penafsiran)**

 **Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.**

1. ***Linkage* (Pertalian)**

 **Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.**

1. ***Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-nilai)**

 **Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi) mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca.**

1. ***Entertainment* (hiburan)**

**(2005:15-17)**

Televisi, radio, film serta surat kabar memang merupakan sarana yang paling tepat untuk penyebaran informasi dalam proses komunikasi massa. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut, dapat diserap dengan mudah oleh masyarakat luas.

Untuk jaman sekarang ini, arus informasi sudah tidak dapat dibendung lagi. Banyak ditemukan informasi yang disampaikan melalui media komunikasi massa, merupakan informasi yang tidak bermanfaat bagi masyarakat. Ada yang informasi yang bersifat negatif dan dikhawatirkan dapat merusak moral bangsa, khususnya bangsa Indonesia dengan adat ketimurannya. Oleh karena itu masyarakat yang berperan sebagai pemirsa, pembaca dan pendengar dituntut agar lebih pintar, teliti, dan jeli untuk menyaring berbagai informasi yang disampaikan oleh media massa.

1. **Ciri-Ciri Komunikasi Massa**

Untuk lebih mengenal komunikasi massa, berikut akan dijelaskan karakteristik media massa yang dikemukakan oleh **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

1. **Komunikator Terlembagakan**

**Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya bergerak dalam sebuah organisasi (lembaga) yang kompleks, nyaris tak memiliki kebebasan individual. Lebih dari itu, pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa merupakan hasil kerja sama (*collective),* komunikatornya disebut sebagai *collective communicator.***

1. **Pesan Bersifat Umum**

**Komunikasi massa bersifat *terbuka* artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan umtuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.**

1. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**

**Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonym, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri daru berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.**

1. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

**Kelebihankomunikasi massadibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.**

1. **Komunikasi Mengutamakan Isi**

**Setiap komunikasi melibatkan unsure isi dandan unsure hubungan sekaligus. Pada komunikasi massa yang penting adalah isi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yanga akan digunakan.**

1. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**

**Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakuka kontak langsung. Komunikator yang aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.**

1. **Stimuli Alat Indra “Terbatas”**

**Ciri komunikasi lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahan adalah stimuli alat indra yang “terbetas’. Dalam komunikasi massa, stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat.**

1. **Umpan Balik Tertunda *(Delayed)***

**Komponen umpan balik *(feedback)* merupakan factor penting dalam bentuk komunikasi. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Tapi pada komunikasi massa *feedback* akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung.**

**(2008:34)**

Komunikasi massa bersifat umum,karena pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa terbuka untuk umum. Setiap orang dapat mengakses informasi yang disiarkan melalui media massa. Proses komunikasi massa melalui media massa akan menghasilkan umpan balik karena hubungan antara komunikator dengan komunikannya bersifat tidak pribadi.

* 1. **Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya “jurnal” (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau *“jour”* dalam bahasa Prancis yang berarti “hari” (*day*). Asal-muasalnya dari bahasa Yunani kuno, *“du jour”* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak. Secara sederhana jurnalisrik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan penyampaian informasi kedapa masyarakat.

Dalam kamus bahasa inggris, *journal* diartikan sebagai majalah, surat kabar, dan diary (buku catatan harian), sedangkan *journalistic* diartikan kewartawanan (warta = berita, kabar). Maka dalam hal ini, jurnalistik mempunyai pengertian yaitu catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepada khalayak banyak.

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia menulis berita dan feature mengutip** dari **Wolseley** dalam ***understanding Magazines (1969:3)*,** bahwa:

**Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemprosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk ditrbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan distasiun siaran. (1993:70)**

**Suhandang** menuturkan dalam bukunya **Pengantar Jurnalistik**, menyebutkan bahwa:

**Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (2004:21**)

Dari literarur yang dikaji di atas, definisi jurnalistik semuanya mengandung pengertian bahwa jurnalistik adalah suatu kegiatan mencari informasi, mengolah informasi sampai menyiarkan informasi kepada masyarakat melalui media massa baik secara cetak ataupun elektronik.Jurnalistik pada dasarnya sangat variatif. Sehingga, dalam kegiatannya seorang jurnalis dapat berkreasi sekreatif mungkin dalam melakukan kegiatan jurnalistik itu sendiri, tentunya dengan didasari dengan pengetahuan juga ketentuan-ketentuan dasar ilmu tersebut.

1. **Jenis-Jenis Jurnalistik**

Jurnalistik mempunyai jenis-jenis tersendiri karena jurnalistik mempunyai aliran-aliran dan karakteristik tersendiri yang beragam jenis. **Romli** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalisrik Praktis** menjelaskan mengenai jenis-jenis jurnalistik, yang meliputi:

1. ***Jazz journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberian hal-hal sensasional, menggemparkan, menggegerkan.**
2. ***Advesary journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa.**
3. ***Goverment-say-so-journalism*, yaitu jurnalistik yang memberitakan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.**
4. ***Checkbook journalism*, yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.**
5. ***Alcohol journalism*, yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.**
6. ***Crusade journalism*, yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu.**
7. ***Electronic journalism*, yaitu pengetahuan tentang berita-berita yang disiarkan melalui media massa modern seperti televisi, film, radio kaset dan sebagainya.**
8. ***Junket journalism* (jurnalistik foya-foya), yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawn yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan dan diongkosi di pengundang.**
9. ***Gutter journalism* (jurnalistik got), yaitu jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.**
10. ***Gossip journalism* (jurnalistik kasak-kusuk), yaitu jurnalistik yang lenih menekankan berita-berita kasak-kusuk dan isu yang kebenarannya masih sangat diragukan.**
11. ***Development journalism* (jurnalistik pembangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya.**

**(1999:70)**

Dari jenis-jenis jurnalistik di atas dapat di lihat keberagaman jenis jurnalistik. Keberagaman ini terjadi karena adanya perbedaan visi, misi, tujuan,dan kepentingan sendiri dalam tubuh masing-masing media. Jenis-jenis jurnalistik ini nantinya akan menjadi acuan tersendiri bahkan menjadi suatu ciri khas tersendiri pada suatu media, baik media cetak ataupun media elektronik.

1. **Ruang Lingkup Jurnalistik**

Ruang lingkup jurnalistik umumnya terbagi dua bagian yaitu, jurnalistik cetak maupun elektronik. Keduanya mempunyai fungsi yang sama yaitu sebagai ppencari,pengolah, dan penyampaian informasi kepada khalayak seperti yang dikemukakan oleh Wahyudi dalam bukunya Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi sebagai berikut:

1. **Sumber informasi karya jurnalistik adalah peristiwa atau pendapat yang mengandung nilai berita, masalah hangat, masalah atau hal unik,yang ada di dalam berita masyarakat.**
2. **Berita adalah uraian fakta atau pendapat yang mengandung nilai berita, sedangkan penjelasan dari narasumber yang relevan tentang suatu masalah yang hangat muncul ditengah masyarakat.**
3. **Masalah hangat adalah suatu hal masalah yang menjadi topic pembicaraan hangat didalam masyarakat, yang timbul sebagai akibat adanya isu yang belum pasti, baik sumber maupun kebenarannya.**

**(1996:4)**

Pengertian diatas diketahui keduannya merupakan sumber informasi bagi khalayak, informasi yang diasumsi oleh khalayak merupakan salah satu karya jurnalistik dalam mengolah dan merumuskan fakta menjadi sebuah pesan komunikasi yang bermanfaat bagi khalayak.

* 1. **Radio**

Radio adalah siaran suara atau bunyi melalui udara atau lebih lengkapnya yaitu keseluruhan gelombang suara yang dipancarkan suatu stasiun dan dapat diterima oleh pesawat-pesawat penerima. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. Selain itu radio merupakan media massa paling luas dimuka bumi ini karena signal elektromagnet yang dipancarkan pada seluruh stasiun radio di seluruh dunia. Radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” Setalah lembaga aeksekutif, legislatif, yudikatif, dan pers atau surat kabar. Dalam radio penyampaian informasi disiarkan secara langsung tanpa melalui proses yang rumit dikarenakan radio tidak mengenal akan adanya jarak baik ruang maupu waktu.

 Kekuatan radio dijelaskan oleh **Effendy** dalam buku **Radio Siaran Teori dan Praktek**, serta dalam buku **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi**, bahwa radio dianggap memiliki kekuasaan yang begitu hebat, yang disebabkan oleh tiga faktor, yaitu:

1. **Radio siaran bersifat langsung**

**Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengat, sesuatuhal atau program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks, Bandingkanlah dengan penyebaran propaganda dengan phamphlet, penyebaran berita melalui surat kabar, penyebaran penerangan dengan majalah, dan lain-lain media yang bersifat cetak. Dalam penyebaran berita dengan medium radio jauh lebih mudah dan cepat. Tinggal menyusun saja secara singkat (berita radio harus singkat dan padat), lalu menyerahkannya kepada penyiar untuk dibacakan pada masa siaran berita terdekat.**

1. **Radio siaran menembus jarak dan rintangan**

**Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, ruang pun bagi radio siaran bukan merupakan masalah. Bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio yang dicapainya.**

1. **Radio siaran mengandung banyak daya tarik**

**Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan ialah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkait tiga unsur yang ada pada dirinya, yakni:**

1. **Musik**
2. **Kata-kata**
3. **Efek suara**

 **(1993:134-144)**

Karena faktor diatas itulah kenapa radio dijuluki “*the fifth state*” (kekuatan kelima). Radio mempunyai fungsi sebagai saluran komunikasi yang memberikan informasi, pendidikan, hiburan. Dalam radio kekuatan yang paling hebat adalah menstimulus para pendengarnya untuk berimajinasiagar dapat memvisualisasikan informasi yang disampaikan oleh penyiar.

Hal tersebut berkaitan erat dengan sifat radio sendiri yaitu merupakan media massa yang bersifat audif yang hanya bisa didengar saja, jadi informasi yang diberikan oleh penyiar semua itu untuk konsumsi telinga saja. Untuk itu penyiar dituntut untuk bisa menggunakan bahasa pendengar. Hal yang sama pun dipaparkan oleh **Romli** dalam bukunya yang berjudul ***Broadcast Journalism***, yaitu:

**Radio tepatnya radio siaran merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas radio adalah auditif, yakni konsumsi telinga atau pendengaran. Apa yang dilakukan radio adalah mendengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu. (2004 : 19)**

1. **Keuntungan Radio**

***Klapper*** yang dikutip kembali oleh **Palapah** dan **Syamsudin** dalam buku **Studi Ilmu Komunikasi**, radio memperoleh tiga keuntungan yaitu:

1. **Radio memungkinkan partisipasi audience atau seolah-seolah audience menyaksikan sendiri sesuatu kejadian yang sedang disiarkan.**
2. **Para pendengar merasa segala sesuatu secara pribadi.**
3. **Perolehan secara pribadi ini adalah oleh karena komunikasi melalui radio adalah seolah-olah mewakili suatu komunikasi *face to face*.**

**(1983:76)**

Pengertian diatas mengandung arti bahwa khalayak luas yang mendengarkan radio akan memperoleh keuntungan yang lebih dibandingkan dengan media-media yang lainnya. Keuntungan itu diantaranya dengan hanya mendengarkan radio maka pendengar seolah-olah melihat, menyaksikan dan merasakan sendiri apa yang disiarkan oleh radio tersebut. Selain itu pendengar pun akan merasa seolah bertatap muka secara langsung.

Tetap saja, walaupun memiliki kekuatan radio pun memiliki kelemahan. Namun kelemahan ini tidak membuat kebutuhan masyarakat atau khalayak luas akan informasi yang disajikan radio memiliki kekuatan yang besar untuk menarik khalayak sebanyak-banyaknya.

1. **Kekuatan Radio**

**Effendy** dalam buku **“Radio Siaran Teori dan Praktek”**, serta dalam buku **“Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi”**, bahwa kekuatan radio disebabkan oleh tiga hal radio dianggap memiliki kekuasaan yang begitu hebat,ini disebabkan oleh tiga faktor, yaitu:

1. **Radio Siaran Bersifat Langsung**

**Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Bandingkanlah dengan penyebaran propaganda dengan pamflet, penyebaran berita melalui surat kabar, penyebaran penerangan dengan majalah, dan lain-lain media yang bersifat cetak. Dalam penyebaran berita dengan medium radio jauh lebih mudah dan cepat. Tinggal menyusun saja secara singkat (berita radio harus singkat dan padat), lalu menyerahkannya kepada penyiar untuk dibacakan pada masa siaran berita terdekat.**

1. **RadioSiaran Menembus Jarak dan Rintangan**

**Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah. Bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio dapat dicapainya.**

1. **Radio Siaran Mengandung Daya Tarik**

**Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan ialah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkait tiga unsur yang ada pada dirinya, yakni: Musik, kata-kata, efek suara.**

**(1993:144)**

Ketiga faktor itulah, yakni faktor langsung, faktor tidak mengenal jarak dan rintangan, dan faktor daya tarik yang kuat, yang menyebabkan radio diberi julukan *“the fifht estate”* (kekuasaan kelima).

1. **Karakteristik Radio**

**McLeish** dalam bukunya yang berjudul ***“The Technique Of Radio Production”***,menjelaskan berbagai karakteristik yang dimiliki radio sebagai kekuatannya untuk menarik khalayak dalam mendapatkan informasi, karakteristik tersebut adalah:

1. ***Radio makes pictures* (Radio membuat gambaran)**
2. ***The directness of radio* (Radio bersifat langsung)**
3. ***The speed of radio* (Radio b ersifat cepat)**
4. ***Radio has no boundanies* (Radio tanpa batas)**
5. ***The simplicity of radio* (Radio bersifat sederhana)**
6. ***Radio is cheap* (Radio bersifat murah)**
7. ***The transient nature of radio* (Radio disalurkan secara alami)**
8. ***Radio as background* (Radio bersifat dasar)**
9. ***Radio is selective* (Radio bersifat selektif)**
10. ***Radio lacks space* (Radio memiliki jarak yang lemah)**
11. ***The personality of radio* (Radio bersifat pribadi)**
12. ***Radio teaches* (Radio bersifat mendidik)**
13. ***Radio has music* (Radio memiliki music)**
14. ***Radio can surprise* (Radio dapat memberikan kejutan).**

**(1998:2)**

1. **Radio sebagai Media Informasi**

Informasi yang disampaikan dalam sebuah radio sangat penting nilainya, terutama informasi yang diberikan oleh sebuah stasiun radio tersebut sangat nyata dan fakta. Setelah mengalami proses perkembangan terdapat beberapa fungsi-fungsi tertentu yang dimiliki radio sebagai media komunikasi dalam penyampaian informasi. Seperti dikemukakan oleh **Masduki** dalam buku **Jurnalistik Radio**, ada beberapa tingkatan fungsi siaran radio, yaitu:

1. **Radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain.**
2. **Radio sebagai sarana mobilitas pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan.**
3. **Radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda/diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan.**
4. **Radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.**

**(2001:3)**

Kutipan diatas dapat diartikan bahwa radio sangat penting bagi pendengar yang membutuhkan informasi dan hiburan. Radio siaran dirasakan begitu bermanfaat oleh masyarakat, hal ini disebabkan fungsi radio dalam memberikan informasi, hiburan serta pendidikan bagi masyarakat maupun individu. Mulanya fungsi radio hanya tiga, yaitu memberikan hiburan (entertaiment), mendidik (educated), dan memberikan penerangan kepada khalayak (give a plain). Tetapi selain itu fungsi radio juga sebagai sarana-sarana yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti yang dikemukakan diatas.

Informasi yang disampaikan melalui media massa harus menyangkut kepentingan masyarakat umum, dan karena radio sifatnya auditif, maka informasi yang disampaikan harus jelas. Untuk ini radio memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam memberikan informasi kepada pendengar, karena lazimnya pendengar menaruh kepercayaan yang tinggi kepada radio sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Maka penting bagi pihak radio untuk memelihara kepercayaan yang disampaikan kepada pendengar, yaitu dengan menyajikan acara-acara yang menarik, dan memberikan informasi yang nyata atau fakta sesuai dengan keadaan yang ada.

1. **Sifat Pendengar Radio**

Pendengar merupakan hal terpenting dalam berdirinya suatu stasiun radio, dimana dapat berjalan dengan efektif atau tidaknya komunikasi yang terjalin antara pendengar dan penyiar tergantung dari sifat pendengar, seperti apa yang diungkapkan oleh **Effendy** dalam bukunya **Kamus Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut:

1. **Heterogen pendengar radio adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen terpencar-pencar diberbagai tempat, terdapat perbedaan antar pendengar satu dengan pendengar lainnya yaitu berbeda dalam jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan.**
2. **Pribadi, karena pendengar berada dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar diberbagai tempat umumnya dirumah-rumah, maka suatu isi pesan akan dapat dimengerti kalau sifatnya pribadi (personal) sesuai dengan situasi dimana pendengar itu berada.**
3. **Selektif, pendengar radio siaran sifatnya selektif maksudnya mereka akan memiliki program siaran yang disukainya.**

**(1983:90-92)**

Dari pengertian diatas diketahui bahwa sifat pendengar adalah heterogen, terdapat banyak perbedaan diantara satu sama lainnya, perbedaan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan. Selain itu sifat dari pendengar radio adalah pribadi (personal) maksudnya isi pesan akan dapat lebih dimengerti jika sifatnya lebih pribadi sesuai dengan situasi, dan sifat selektif mereka akan memilih program siaran yang disukainya.

* 1. **Pengertian Fungsi**

Secara sederhana **Tim Pembinaan dan Pengembangan Bahasa** dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** mendefinisikan fungsi adalah:

**Sekelompok aktivitas yang tergolong pada jenis yang sama berdasarkan sifat atau pelaksanaannya untuk melaksanakan suatu usaha kerja sama yang biasanya digabungkan menjadi suatu kesatuan dan diserahkan menjadi tanggung jawab seseorang. (1991:456)**

Pengertian diatas mengandung arti bahwa fungsi merupakan suatu aktivitas yang memiliki jenis yang sama berdasarkan sifat pelaksanaannya dalam melaksanakan suatu kerja sama untuk menjadi suatu kesatuan dan memiliki tanggung jawab.

* 1. **Pengertian Program Acara**

Secara sederhana program diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pagelaran dan sebagainya (Kamus Indonesia). Sedangkan pengertian lain dari acara atau *programme* adalah rancangan penyiaran produksi siaran radio/televisi (Kamus Komunikasi).

Setiap program harus memenuhi khalayak radio tersebut, karena lewat program yang disajikan inilah kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Betapa pentingnya suatu program dalam pemenuhan kebutuhan khalayak akan informasi dapat dilihat dari pernyataan **Norbeg** dalam buku ***Radio Programming***, ***Tactics and Strategy*** adalah sebagai berikut:

**Hal yang paling mendasar dari sebuah program adalah menciptakan dan memenuhi harapan pendengar. Sehingga membuat pendengar selalu mendengarkan, lebih lama dan sering. (1996 : 13)**

Pengertian diatas mengandung arti bahwa program siaran aktivitas yang terdiri dari informasi, hiburan dan komersial, berupa musik dan siaran kata yang disajikan oleh penyiar dimana penyusunan dan pelaksanaannya diusahakan untuk meningkatkan jumlah peralihan dari sisi target pendengar dalam memenuhi kebutuhan akan informasi atau pemasang iklan, dan membuat pendengar dalam memenuhi kebutuhan akan informasi atau pemasang iklan, dan membuat pendengar *tune in*, atau selalu mendengarkan siaran anda selama dan sesering mungkin.

* 1. **Pengertian Kebutuhan**

**Kamus Besar Bahasa Indonesia** memberikan definisi bahwa **“kebutuhan adalah sesuatu atau hal yang ingin dimiliki dan dianggap penting”. (1990)**

Seperti yang telah dijelaskan bahwa kebutuhan merupakan apa yang ingin kita miliki atau sesuatu yang ingin kita raih. Dalam mendapatkan informasipun bisa dikatakan kebutuhan, karena bisa dilihat dari dulu sampai sekarang ini masyarakat semakin lama semakin memerlukan informasi, karena manusia tanpa adanya informasi seperti hidup tanpa keinginan.

* 1. **Pengertian Informasi**

**Maessenner** (dalam **stiftung), Politik dan Radio Buku Pegangan Bagi Jurnalis Radio**, bahwa **“informasi atau berita adalah hal baru tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar”. (2000:68)**

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

Pengertian lain yang dikemukakan oleh **Wiener** dalam buku **Astrid Komunikasi dalam Teori dan Praktek** adalah sebagai berikut:

**Informasi adalah nama untuk kegiatan pengawasan terhadap apa yang ditukar-tukarkan dengan dunia luar, sehingga kita dapat menyesuaikan diri terhadapnya dan berdasarkan informasi tersebut memang merasakannya bahwa penyesuaian terjadi karenanya. (1985:7)**

Beberapa pengertian diatas mengandung arti bahwa dalam hidup manusia informasi mempunyai peranan sekitar 90% karena kegiatan manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dan didalam proses komunikasi tersebut sebenarnya terjadi proses penyesuaian diri manusia dengan situasinya. Pengertian ini memberi arti bahwa setiap informasi harus menarik dan memperhatikan kepentingan khalayak.

1. **Jenis-Jenis Informasi**

**Siahaan** dalam bukunya **Komunikasi dan Penerapannya**, menjelaskan jenis-jenis informasi adalah sebagai berikut:

1. **Berdasarkan Prasyarat**
2. **Informasi yang tepat waktu**
3. **Informasi yang relevan**
4. **Informasi yang bernilai**
5. **Informasi yang dapat dipercaya**
6. **Berdasarkan Dimensi Waktu**
7. **Informasi masa lalu**
8. **Informasi masa kini**
9. **Berdasarkan Sasaran**
10. **Informasi individu**
11. **Informasi komunitas.**

**(1991:36)**

Jenis-jenis informasi berdasarkan prasyarat terbagi atas, informasi yang tepat yaitu, dimana pada hakekatnya harus segera tiba ditangan pengambil keputusan. Informasi yang relevan, dikatakan relevan apabila komunitas tersebut ada kaitannya dengan kepentingan penerima. Informasi yang bernilai, maksudnya informasi tersebut tidak hanya sekedar pelengkap tetapi merupakan pokok permasalahan. Informasi yang dipercaya, yaitu informasi yang datang dari orang atau badan yang dapat dipercaya dan tidak perlu diragukan kebenarannya.

Berdasarkan dimensi waktu dapat diklasifikasikan dalam informasi masa lalu dan informasi masa kini. Pada informasi masa lalu, yaitu informasi yang menggambarkan peristiwa masa lampau, sekalipun jarang digunakan, data disusun secara teratur supaya dapat digunakan sewaktu-waktu. Informasi masa kini yaitu, informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi sekarang dan yang dapat langsung diperhatikan dan digunakan.

Berdasarkan sasaran informasi terbagi atas individu dan komunitas. Informasi individu, yaitu informasi yang ditujukan kepada seseorang yang berfungsi sebagai pengambil kebijakan dan pengambil keputusan atau kepada seseorang yang diharapkan tanggapan-tanggapannya atau informasi yang diperolehnya. Informasi komunitas, yaitu informasi yang ditujukan kepada sekelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama.

1. **Ciri-Ciri Informasi**

**Gordon** dalam bukunya **Sistem Informasi Manajemen**, menjelaskan bahwa ciri-ciri dari sebuah informasi adalah sebagai berikut:

1. **Benar atau salah. Informasi ini berhubungan dengan realitas atau tidak, bila penerima informasi yang salah mempercayainya akibatnya sama seperti yang benar.**
2. **Baru. Informasi ini dapat sama sekali baru dan segar bagi penerimanya.**
3. **Tambahan. Informasi ini dapat memberi tambahan baru kepada informasi yang telah ada.**
4. **Korelatif. Informasi ini dapat menjadi suatu korelasi untuk informasi sebelumnya.**
5. **Penegas. Informasi ini dapat mempertegas informasi yang telah ada. Informasi ini berguna karena meningkatkan persepsi penerimanya atas kebenaran informasi tersebut.**

**(1986:10)**

Maksud dan ciri-ciri informasi tersebut adalah informasi yang mampu menjelaskan suatu peristiwa. Peristiwa berisi objek dan konsep agar lebih mudah dipahami, sehingga informasi itu mudah dimengerti, karena informasi itu menginginkan suatu umpan balik dari penerimanya.

1. **Informasi dibutuhkan Manusia**

**Jakob** menjelaskan ada dua hal yang menjadi latar belakang mengapa manusia membutuhkan informasi yaitu:

1. **Perkembangan manusia dan perkembangan lingkungan dan masyarakatnya.**
2. **Terjadinya interaksi antara kemajuan warga masyarakat dengan masyarakatnya, tidaklah suatu kebetulan karena dalam masyarakat yang berkembang maju, prasarana informasi dan media tumbuh subur pula.**

**(1989:121)**

Pengertian diatas dapat diartikan bahwa kebutuhan manusia selalu berbeda-beda, perbedaan tersebut diakibatkan karena latar belakang yang berbeda menurut tingkat pendidikan, status ekonomi dan lain sebagainya.

Adanya interaksi antara perkembangan masyarakat dengan masyarakat itu sendiri diakibatkan karena adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan sarana dan prasarana yang memadai.

* 1. **Model *Agenda Setting* dan hubungan dengan fungsi program 4 acara *Budaya dan Pendidikan* dalam memenuhi kebutuhan informasi pendengar Radio RRI 540 AM Bandung**

Agenda setting mengemukakan bahwa teori *agenda setting* menitik beratkan efek media massa terhadap pengetahuan masyarakat. **Teori *Agenda setting* mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan khalayak pada persoalan itu (Rakhmat, 2007:68).** Singkatnya apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat.

Teori agenda setting menitik beratkan pada variabel media massa, variabel antara, variabel efek, variabel efek lanjutan. Fungsi program 4 acara *budaya dan pendidikan* dalam meningkatkan kebutuhan informasi pendengar radio RRI 540 AM Bandung.

**Gambar 2.2**

**Model *Agenda setting***

 **Variabel**  **Variabel**  **Variabel**  **Variabel**

 **Media massa**  **Antara** **Efek**  **Efek Lanjutan**

 **- Panjang - Sifat Stimulus - Pengenalan - Persepsi**

 **- Penonjolan - Sifat Khalayak - Saliance - Aksi**

 **- Konflik - Prioritas**

**Sumber : Metode Penelitian Komunikasi 2001 (Djalaludin Rakhmat,2007:69)**

Efek media diukur dengan dua pengukuran. Pertama, peneliti mengukur pengguna media dengan analisis isi yang kuantitatif atau peneliti menentukan batas waktu tertentu, meng-koding berbagai isi program, dan menyusun (merangking) isi itu berdasarkan panjang, (waktu penyiaran dan sebaran wilayah), penonjolan ukuran *headline*, lokasi dalam radio, frekuensi pemunculan posisi dalam radio dan konflik (cara penyajian bahan). Selanjutnya peneliti mengukur agenda masyarakat dengan mengukur menganalisis *self-report* pendengar. Ia menghitung topik-topik yang penting menurut pendengar, merangkingnya dan mengorelasikannya dengan isi rangking media. Ia juga menganalisis kondisi-kondisi antara (contingent conditions) ysng mempengaruhi proses *agenda setting* dengan meneliti sifat-sifat stimulus dan karakteristik pendengar.

Sifat-sifat stimulus menunjukkan karakteristik issue termasuk jarak (apakah issue langsung ataupun tidak langsung dialami oleh individu), lama terpaan (apakah issue itu bermuncul atau mulai pudar), kedekatan geografis (apakah issue itu bertingkat lokal atau internasional) dan sumber (apakah disajikan pada media yang kredibel ataupun tidak kredibel).

Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi apa yang dipikirkan oleh orang (interpersonal), apa yang dibicarakan itu dengan orang lain (interpersonal). Dan apa yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai (community silence). Efek terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan, efek langsung berkaitan dengan *issues,* apakah issues itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak (pengenalan) dari semua issues mana yang dianggap paling penting menurut khalayak (*salience*), bagaimana 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 focus perhatian bergeser dari efek afektif ke efek kognitif.

Berdasarkan teori diatas, maka program *4 acara pendidikan dan budaya* yang disajikan oleh radio RRI 540 AM Bandung bias memberikan efek yang positif kepada pendengar di radio RRI yaitu dengan timbulnya motivasi. Penyajian program 4 acara *pendidikan dan budaya* yang disajikan oleh radio RRI 540 AM Bandung memberikan penilaian yang positif kepada pendengar dan juga membuat pendengar menambah informasi yang tepat.