**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Komunikasi**

Dalam arti atau definisi singkatnya komunikasi hanya lah proses penyampaian pesan kepada orang lain saja. Tetapi jika kita melihat dari definisi yang dibuat oleh para ahli, komunikasi ini dapat kita simpulkan definisi lengkapnya yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media atau saluran sehingga jika tersampaikan dengan tepat sasaran akan menghasilkan efek atau *feedback* tertentu.

Pesan (*message*) itu bisa berupa informasi, pemberitahuan, keterangan, ajakan, imbauan, bahkan provokasi atau hasutan. Kata kunci dalam komunikasi adalah pesan itu. Dari pesan itulah sebuah proses komunikasi dimulai. Komunikasi terjadi karena ada pesan yang ingin atau harus disampaikan kepada pihak lain.

Komunikasi berakar kata *Latin*, ” *comunicare*”, artinya "*to make common*" membuat kesamaan pengertian, kesamaan persepsi. Akar kata Latin lainnya “*communis*” atau “*communicatus*” atau “*common*” dalam bahasa Inggris yang berarti “sama”, kesamaan makna (*commonness*). Ada juga akar kata Latin ”*communico*” yang artinya membagi. Maksud membagi disini adalah berupa gagasan, ide, atau pikiran. Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995) mengartikan komunikasi sebagai “pengiriman dan pemerimaan pesan atau berita antara dua,

orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”. Jadi, definisi komunikasi mempunyai berbagai unsur seperti komunikator, komunikan, media, efek, dan yang paling utama yaitu pesannya.

Definisi Lasswell dianggap paling lengkap karena sekaligus menggambarkan proses dan elemen komunikasi, yakni komunikator (*who*), pesan (*what*), media atau sarana (*channel*), komunikan (*whom*), dan pengaruh atau akibat (*effect*).

**2.1.1 Unsur – Unsur Komunikasi**

Dari definisi komunikasi yang telah di jabarkan di atas menyatakan bahwa komunikasi tidak akan berlangsung bila hanya ada seseorang komunikator tanpa ada pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan, tetapi harus ada pesan yang di sampaikan kepada komunikan dan juga unsur – unsur pendukung seperti yang di ungkapkan **Effendy** dalam bukunya **Dinamika Komunikasi** menyatakan komponen komunikasi sebagai berikut :

1. **Komunikator**
2. **Pesan**
3. **Komunikan**
4. **Media**
5. **Efek (2000:6)**

Berdasarkan pernyataan mengenai komponen komunikasi diatas menyatakan bahwa komunikasi yang efektif akan terjadi apabila ada seorang komunikator yang menyampaikan sebuah pesan atau maksud tertentu kepada komunikan melalui sebuah media tertentu dan menghasilkan efek dari komunikan.

Dalam kegiatan komunikasi tentu tidak menjamin berjalan lancar terkadang terdapat *noisy* atau hambatan – hambatan komunikasi baik dari komunikator maupun dari komunikan.

Hambatan – hambatan komunikasi yang dialami komunikator dalam upaya mengefektifkan kegiatan komunikasi, seperti yang di utarakan **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** sebagai berikut :

1. **Gangguan**

* **Gangguan mekanik**
* **Gangguan semantik**

1. **Kepentingan**
2. **Motivasi terpendam**
3. **Prasangka (2003:45)**

Berdasarkan definisi di atas menunjukkan bahwa komunikasi bukan lah hal yang mudah, komunikasi juga tidak terlepas dari hambatan – hambatan yang menjadikan komunikasi tidak efektif dan peran yang ingin di sampaikan tertunda

* + 1. **Proses Komunikasi**

Dalam sebuah komunikasi itu harus ada prosesnya terlebih dahulu, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap:

1. **Secara primer, yaitu proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang itu sendiri adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya. Yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.**
2. **Secara sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*mass* *media*) dan media nirmassa atau non massa. (2005:1)**

Proses dalam komunikasi diantara keduanya dapat dikatakan berhasil apabila terjadi kesamaan makna. Sebaliknya, komunikasi menjadi gagal jika keduanya tidak memiliki kesamaan makna atas apa yang dipertukarkan atau dikomunikasikan.

* + 1. **Hambatan Komunikasi**

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator ke pihak lain. Dalam proses komunikasi pasti terdapat hambatan-hambatan didalamnya **Effendy** dalam bukunya **“ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”** mengungkapkan hambatan-hambatannya sebagai berikut:

1. **Gangguan**

**Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklarifikasikan sebagai gangguan mekanik dan sematic.**

* **Gangguan mekanik *(Mechanical, channel noise*)**

**Yang dimaksud dengan gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran kegaduhan yang bersifat fisik.**

* **Gangguan sematik (*sematik noise*)**

**Gangguan sejenis ini berkaitan dengan pesan komunikasinnya pengertiannya menjadi rusak. Gangguan sematik tersaring kedalam pesan melalui penggunaan bahasa.**

1. **Kepentingan**

**Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau mengahayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan yang ada kepentingan**

1. **Motivasi terpendam .**

**Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan kebutuhan dan kekurangannya.**

1. **Prasangka**

**Prejudice atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi sesuatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. (2003:45-49)**

Hambatan dalam berkomunikasi akan mengakibatkan komunikasi yang tidak efektif. Pada dasarnya, hambatan-hambatan tersebut terjadi karena diri dan lingkungan sekitar.

**2.2 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan.

Komunikasi massa yaitu ringkasan dari komunikasi yang dilakukan melalaui media massa atau *communicating with media*, atau pun komunikasi kepada khalayak menggunakan sarana media yang digunakan.

**Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** komunikasi massa adalah:

**Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan digedung-gedung bioskop. (2003:79)**

Dalam pengertian diatas dapat dilihat bahwa komunikasi massa mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi publik, karena media sebagai alat yang dipakai untuk menyampaikan informasi tersebut, di sebarluaskan kepada khalayak sehingga media mempunyai tanggung jawab serta peran penting dalam membentuk prilaku masyarakat. Sesuai dengan apa yang telah disebutkan, komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa kepada khalayak banyak. Jadi, walaupun ada komunikasi yang berlangsung dan menyampaikan pesan kepada khalayak banyak, tetapi tidak menggunakan media atau sarana massa, itu bukan lah termasuk komunikasi massa

Media yang digunakan dalam komunikasi terbagi dalam beberapa bagian, yang sering kita dengar adalah media cetak dan media elektronik, lalu ada perdebatan mengenai hadirnya internet, ada yang menyebutkan internet termasuk media massa, ada pula yang menyebutkan bahwa internet bukan lah media massa tetapi jika dilihat dari karakteristiknya internet merupakan gabungan antara media cetak dan media elektronik. Media cetak berupa surat kabar, majalah, tabloid, sedangkan media elektronik adalah radio dan televisi, ada pula media film yang disebut termasuk dalam media massa pula.

Komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut **Gerbner** dalam buku **Komunikasi Massa** karangan **Elvinaro**, **Lukiati Komala**, dan **Siti Karlina,** mengatakan bahwa: **“*Massa communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”. (2007:3)**

Artinya komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi yang dibuat oleh Gerbner ini menggambarkan jika komunikasi massa itu menghasilkan sebuah produk berupa pesan-pesan komunikasi. Hasil atau produk komunikasi massa ini disebarkan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jangka waktu tetap, misalnya harian, mingguan, dan bulanan.

Sedangkan menurut *Wrigh*t menjelaskan mengenai karakteristik komunikasi massa. Menurut Wright, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak – corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu diarahkan pada khalayak yang *relatif* besar, *heterogen* dan *anonim*, pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

Definisi *Wright* mengemukakan karakteristik komunikan secara khusus, yaitu *anonim* dan *heterogen*. Ia juga menyebutkan pesan diterima komunikan secara serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio siaran dan televisi).

Seperti halnya *Gebner* yang mengemukakan bahwa komunikasi massa itu akan melibatkan lembaga, maka *Wright* secara khusus mengemukakan bahwa komunikator bergerak dalam organisasi yang kompleks. Organisasi yang kompleks itu menyangkut berbagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi massa, mulai dari menyusun pesan sampai pesan diterima oleh komunikan.

**2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa**

Dari berbagai definisi yang sudah dikemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi massa, jika kita lihat mengandung suatu prinsip dan makna yang sama, bahkan dari definisi ke definisi lainnya satu sama lain saling melengkapi.

Komunikasi massa jelas berbeda dengan komunikasi antarpersonal atau pun dengan komunikasi kelompok. Perbedaannya tersebut terletak pada komponen-komponen yang terdapat dalam komunikasi massa, dan juga proses terjadinya komunikasi massa tersebut. Untuk lebih dapat memahami perbedaan tersebut, berikut ini merupakan karakteristik komunikasi massa yang terdapat dalam buku **Elvinaro, Lukiati Komala**, dan **Siti Karlina** yang berjudul **Suatu Pengantar** **Komunikasi Massa,** yaitu:

1. **Komunikator Terlembaga**
2. **Pesan Bersifat Umum**
3. **Komunikan Anonim dan Heterogen**
4. **Pesan Serempak**
5. **Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**
6. **Bersifat Satu Arah**
7. **Stimulasi Alat Indera yang Terbatas**
8. **Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*). (2007:6)**

**Ciri yang pertama ini yaitu komunikator dari komunikasi massa adalah terlembaga. Menurut *Wright*  komunikasi massa yaitu komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, dilihat dari proses komunikasi massa itu berlangsung, dimulai dari proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan tersebut diterima oleh komunikan.**

Proses penyampaian pesan melalui media cetak surat kabar, akan mempunyai urutan penyampaian pesan seperti ini : komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya pesan tersebut diperiksa oleh penanggung jawab rubrik. Dari penanggung jawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah layak pesan dibuat settingnya, lalu diperiksa oleh korektor, disusun oleh layout man agar komposisinya bagus, dibuat plate, kemudian masuk ke mesin cetak. Tahap terakhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacanya.

Apabila media komunikasi yang digunakan adalah media televisi, tentu akan banyak lagi melibatkan orang, seperti juru kamera, juru lampu, pengarah acara, bagian make up, floor manager dan lain-lain. Selain itu, peralatan yang digunakan lebih banyak serta dana yang diperlukan lebih besar.

**Komunikasi massa mempunyai sifat umum, yang artinya bahwa komunikasi massa tersebut diperuntukan tidak hanya untuk sekelompok orang tertentu tetapi ditujukan untuk semua orang atau semua khalayak. Oleh karena itu, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini. Namun, tidak semua fakta atau peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesannya harus dikemas dalam bentuk apapun, sehingga memenuhi kriteria penting atau menarik, atau pun penting sekaligus menarik minat sebagian besar komunikan.** Sehingga dengan demikian, kriteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, yaitu bagi sebagian besar komunikan.

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Jika kita lihat pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, dan mengetahui identitasnya seperti nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikan, itu lah yang disebut komunikan anonim, alasannya karena komunikasinya berlangsung hanya menggunakan menggunakan media dan tidak tatap muka. Selain anonim, komunikan komunikasi massa juga heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latarbelakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

**Komunikasi massa mempunyai kelebihan dibanding dengan komunikasi lainnya, terletak pada sasaran yang dituju atau khalayak yang ditujunya relatif berjumlah banyak dan tidak terbatas. Dan komunikannya dapat memperoleh pesan tersebut secara serempak dan isi pesan yang diterimanya sama.**

**Keserempakan media massa sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikatornya, dan penduduk tersebut satu sama lain berada dalam keadaan terpisah. Contohnya pada siaran radio, khalayak yang mendengarkan pesan tersebut dapat mendapatkan pesan saat sedang berada dimana pun, seperti orang A sedang mendengarkan siaran radio tersebut di kampus, sedangkan orang B mendengarkan siaran radio yang sama, tetapi ia sedang berada di mobilnya. Orang A dan B menerima pesan yang sama walaupun mereka berada pada tempat yang berbeda.**

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Dalam komunikasi antarpersonal, unsur hubungan sangat penting. Sebaliknya pada komunikasi massa, yang penting adalah isi. Pada komunikasi antarpersonal, pesan yang disampaikan atau topik yang dibicarakan tidak perlu menggunakan sistematika tertentu. Dalam komunukasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi tersebut.

Telah kita ketahui komunikasi massa itu adalah proses komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Otomatis komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan komunikasi secara langsung, atau kontak langsung satu sama lainnya karena adanya saran komunikasi massa. Ini merupakan kelemahan yang dimiliki oleh komunikasi massa yaitu komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpesonal. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah. Contohnya jika kita mendengarkan radio, ada perkataan dari penyiar yang kurang kita pahami, disitu lah kita sebagai komunikan tidak dapat meminta penyiar tersebut menjelaskan kata apa yang menjadi ketidak pahaman kita. Komunikan dalam komunikasi massa harus menerima pesan tersebut dengan apa adanya seperti yang telah diberikan oleh komunikator tersebut.

Karakteristik komunikasi massa selanjutnya ini adalah mengenai stimulasi alat indera yang terbatas. Karakteristik ini juga yang menjadi kelemahan dari komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi antarpersonal. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran. Sedangkan komunikasi antarpersonal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indera pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa.

Umpan balik atau *feedback* merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apapun. Komunikasi antarpersonal, komunikasi organisasi atau kelompok, dan juga komunikasi massa membutuhkan feedback atau umpan balik ini agar efektivitas komunikasinya dapat kita ihat.

Dalam komunikasi massa umpan balik tersebut tertunda dan bersifat tidak langsung, karena si komunikator tidak langsung dapat mengetahui reaksi dari pesan yang disampaikan pada komunikannya. Contohnya adanya kuis dalam suatu program radio, disitu penyiar memberitahukan pertanyaannya, dan pendengar tidak dapat langsung jawab secara verbal kepada si penyiar, tetapi melalui telepon, atau akun media sosial dari radio tersebut.

**2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Sebelumnya kita telah membahas mengenai definisi dan karakteristik dari komunikasi massa. Sebagaimananya definisi dan karakteristik komunikasi massa yang mempunyai pengertian berbeda dari para setiap ahlinya, fungsi komunikasi massa ini pun sama, tetapi pengertian dari para ahli tersebut walaupun berbeda, tetap berada dalam satu benang merah yang mempunyai pemahaman ke jalur yang sama pula.

Wilbur Schramm mengatakan bahwa komunikasi massa berfungsi sebagai *decoder*, *interpreter*, dan sekaligus sebagai *encoder*. Komunikasi massa ini men-*decode* lingkungan sekitar kita, mengawasi bahaya yang kemungkinan akan timbul, mengawasi terjadinya persetujuan, dan juga mengawasi efek dari hiburan. Komunikasi massa juga menginterpretasikan hal-hal yang di-*decode* sehingga dapat mengambil kebijakan terhadap efek yang ditimbulkan tersebut, lalu menjaga berlangsungnya interaksi serta membantu setiap individu anggota masyarakat menikmati kehidupan. Dan komunikasi massa meng-*encode* pula pesan-pesan yang memelihara hubungan kita dengan masyarakat lain serta menyampaikan kebudayaan yang baru pada masyarakat lainnya. Peluang tersebut memungkinkan karena komunikasi massa ini mempunyai kemampuan memperluas pandangan, pendengaran dalam jarak yang tidak terbatas, juga melipatgandakan suara dan kata-kata secara luas.

Membicarakan fungsi komunikasi massa ini, kita tidak akan terlepas dari fungsi media massa juga, karena keduanya saling kait mengkait. Massa dari komunikasi massa ini tidak akan terkumpul jika tanpa adanya media massa.

**Sean MacBride** dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**karangan **Effendy** fungsi- fungsi komunikasi massa sebagai berikut :

1. **Informasi**
2. **Sosialisasi**
3. **Motivasi**
4. **Perdebatan dan diskusi**
5. **Pendidikan**
6. **Memajukan kebudayaan**
7. **Integrasi. (2006:27-28)**

Informasi diperoleh dengan tahapan mulai dari pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional, dan lokal.

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

Menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

Dari beberapa fungsi yang telah dijelaskan diatas, dapat kita lihat bahwa fungsi-fungsi yang disebutkan itu tidak berbeda jauh dengan fungsi yang dimilik juga oleh media massa. Karena, kita lihat kembali saja mengenai pengertian komunikasi massa yang sudah dijelaskan sebelumnya. Komunikasi massa tidak dapat disebut sebagai komunikasi massa jika tidak menggunakan media massa sebagai salurannya. Dan itu dapat dijadikan bukti bahwa komunikasi massa dengan media massa mempunyai keterkaitan yang kuat, dikarenakan mempunyai fungsi yang sama pula.

**2.3 Pengertian Jurnalistik**

Sebuah pemberitaan yang terdapat dalam bebagai media massa tidak terlepas dari peranan jurnalistik dan juga pers. Jurnalistik dan pers sering disebut mempunyai pengertian yang sama, tetapi pada kenyataannya pengertian jurnalistik menunjuk pada proses kegiatan, sedangkan pers berhubungan dengan media. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa.

Menurut *MacDougall* dalam bukunya *Interpretative Reporting* menyebutkan bahwa *journalisme* yaitu kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Jurnalistik sangat dibutuhkan kapan pun dan dimana pun, karena menyangkut mengenai penyebaran informasi atau berita kepada khalayak dengan disertakan catatan mengenai suatu fakta pada fenomena yang muncul. Jurnalistik menyampaikan sebuah informasi kepada publik dengan dibarengi oleh penjelasan mengenai fenomena yang terdapat dalam informasi atau berita tersebut. Karena, sebelum sampai pada proses penyebarluasan informasi atau berita, jurnalis melihat beberapa fenomena yang penting untuk disampaikan pada khalayak, lalu masuk pada proses pencarian fakta agar informasi tersebut mempunyai kekuatan, setelah itu baru lah disebar luaskan pada khalayak luas.

* + 1. **Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik mempunyai bentuk, dari bentuk itu lah yang membantu kita untuk membedakan jurnalistik satu dengan yang lainnya. Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga besar, seperti yang disampaikan oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia**, diantaranya: **“ 1. Jurnalistik Media Cetak**. 2. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif**. **3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual.” (2005:5).**

Berdasarkan dilihat dari segi bentuk dan pengelolaanya Yang termasuk dalam jurnalistik media cetak yaitu jurnalistik surat kabar harian, surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media cetak ini dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Faktor verbalnya, jurnalistik sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Dan faktor visualnya¸ menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan dari produk yang dihasilkan.

Jurnalistik media elektronik auditif atau disebut juga sebgai jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal disini berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Dalam segi teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio si penerima. Dan yang terakhir segi fisikal yaitu erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan yang disampaikan.

Selanjutnya adalah jurnalistik media elektronik audiovisula atau disebut juga jurnalistik televisi siaran, yang berarti merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Segi verbal yang dapat kita liat dari hubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Segi visualnya, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal disini berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Dan segi dramatikal yang berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkain gambar yang dihasilkan secara simultan. Aspek dramatik inilah yang tidak dipunyai media massa radio dan surat kabar.

Setiap bentuk jurnalistik tersebut memiliki ciri dan kekhasannya masing - masing. Ciri dan kekhasannya itu terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengolahan, serta asumsi dampak yang di timbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa.  Sebagai contoh filosofi surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam perolehan dan penyebaran informasi. Sedangkan filosof penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.

**2.4 Pengertian Radio**

Menurut **Peraturan Pemerintah No : 55 tahun 1977** disebutkan bahwa : **“Radio Siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media”** **(Effendy, 1983:87).**

Seperti yang telah disebutkan bahwa radio merupakan salah satu media massa dan juga alat untuk melaksanakan komunikasi massa. Radio dapat kita dengar dimana pun dan kapan pun. Teknologi telah berkembang sangat pesat dimulai dari radio yang kita telah kenal bentuknya, lalu radio yang terdapat pada mobil kita, sampai pada radio yang terdapat pada telepon genggam kita. Dalam radio yang dibutuhkan hanya indera pendengar kita, selanjutnya peran terpenting dan terberatnya terletak pada si penyiar yang menyampaikan informasi atau berita tersebut, tentunya dengan dikemas sedemikian rupa sehingga dapat membuat pendengar atau khalayak yang mendengarkannya tertarik dengan pesan yang disampaikan.

Fungsi radio sama dengan fungsi media massa lainnya yaitu memnyampaikan informasi yang perting bagi khalayak, informasi yang menarik, dan informasi yang terbaru. Kekurangan radio terdapat pada hanya bisa didengarkan saja tetapi radio tersebut dapat menutupi kekurangannya dengan kekuatan si penyiar dalam menyampaikan informasi tersebut.

**2.4.1 Karakteristik Radio Siaran**

Di dalam buku karangan **Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala**, **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** dikatakan bahwa Radio siaran memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya, diantaranya :

1. ***Auditori***

**Sifat auditori itu sebagai konsekuensi radio siaran untuk didengarkan. Karena kemampuan mendengar manusia itu terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada koomunikator atau penyiar untuk mengulang informasi yang hilang tersebut, kecuali ia merekamnya.**

1. ***Radio is the Now***

**Ditinjau dari nilai aktualitas berita, mestinya radio siaran dibandingkan dengan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Selain hitungan waktunya dalam detik, proses penyampaian pesannya lebih simpel. Radio siaran juga seringkali melakukan liputan langsung dari tempat kejadian.**

1. **Imajinatif**

**Karena hanya indra pendengaran yang digunakan oleh khalayak, dan pesannya pun selintas, maka radio siaran dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan kata lain, pendengar radio siaran bersifat imajinatif.**

1. **Akrab**

**Sifat akrab disini adalah ketika pendengar radio siaran mendengarkan, akan terasa seperti penyiar radio berada di dekat pendengar, dan menemani pendengar dalam melakukan pekerjaan lain.**

1. **Gaya percakapan**

**Penyiar radio seolah-olah bertamu kerumah atau menemui pendengarnya dimanapun berada. Dalam keadaan demikian, tidak mungkin ia berbicara dengan semangat dan berteriak. Sekalipun pesannya didengar oleh ribuan orang, tapi pendengar berada di tempat yang terpisahkan dan bersifat pribadi.**

1. **Menjaga Mobilitas**

**Pada umumnya, pendengar mendengarkan radio sambil melakukan aktifitas lain. Mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan pekerjaan ketika mendengarkan radio. (2007:134)**

Penjelasan diatas sudah jelas bahwa Radio Siaran memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan media massa lainnya.

* 1. **Website**
     1. **Pengertian Website**

Perkembangan komunikasi sebagai ilmu dan komunikasi sebagai proses atau seni tidak akan terlepas dari semakin pesat dan luar biasanya perkembangan teknologi komunikasi, mulai dari media rakyat, media tradisional, dan media kontemporer. Media kontemporer yang sekarang ini banyak digandrungi oleh para pelaku usaha yaitu *social media online* yang salah satunya yaitu website yang banyak diguanakan oleh pelaku usaha untuk menyebarkan informasi seputar perusahaan, terutama pada kegiatan promosi, tampilan website yang menarik serta tidak adanya batasan waktu dalam memperbaharui informasi.

Menurut **Foust** yang di tulis oleh **Ardianto** dalam **bukunya Komunikasi, Teoritis dan Implikasi** pengertian dari website adalah :

***Website The set of technologies that place a grufhical on the internet, Allowing using a mouse, icons, and other intuitive elements rather than Typing obscure computer command.* (2011:184)**

Yang artinya adalah set teknologi yang menempatkan antar muka grafish di internet, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan komputer mereka menggunakan mouse, ikon dan elemen lainnya intuitif dari pada mengetik komputer.

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa internet sebagai jaringan pendukung yang bisa menghubungkan kita dengan website, dan tentunya membutuhkan suatu perangkat pendukung seperti kompoter laptop, Hp, dan lain sebagainya. Selain itu membuat tampilan yang menarik dan bisa memudahkan pengguna untuk mengoptimalkan menu yang disajikan di sebuah website.

Penggunaan internet ini menurut para profesional merupakan cikal bakal dari perkembangan teknologi internet. Banyak ahli menyebutkan, pemakaian internet terutama pada masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah manajemen dan komunikasi interaktif. Kegunaan lainnya adalah untuk pembuatan *newsletter* (terbitan berkala ) elektronik, pengiriman pesan kepada khalayak sasaran, dan aplikasi internet dan web one to one dalam kegiatan marketing dan komunikasi.

Teknologi telah mengubah media, yang sebelumnya menggunakan satu jenis media saja kini media cetak dan media elektronik ternyata sudah berkembang menjadi media kontempore atau masa kini atau terbaru, terutama setelah munculnya teknologi komunikasi yakni internet atau media *online* dari hal tersebut mendorong praktisi untuk menggunakan media website.

Internet ini membawa perpektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhan – kebuthannya. Organisasi atau perusahaan yang mengadopsi internet akan mengalami perkembangan pesat di tengah – tengah masyarakat informasi yang semakin heterogen dan dapat meraup khalayak sasaran yang jauh lebih besar jumlahnya.

Website merupakan bagian dari Social media online, dan tidak di katakan sebagai mass media online. Menurut **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi 2.0 : Teoritis Dan Implikasi** menyatakan : **“ jejaring social memiliki kekuatan social yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.”(pengantar : xii)**

Berdasarkan pernyataan diatas, menunjukkan bukti nyata tentang kekuatan dari media jejaring social yang dapat mengubah pandangan masyarakat tentang suatu hal, yang secara positif maupun negati dan juga informasi yang di sampaikan bisa lebih cepat disampaikan.

* + 1. **Faktor Pembentukan Website**

Terdapat faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam pembuaan website seperti yang dikemukakan **Bervee** dan **Thill** yang di terjemahkan oleh **Sindoro** dalam bukunnya **Komunikasi Bisnis “Jilid 2”** faktor –faktor yang terdapat dalam website adalah :

1. **Intesitas penggunaan**
2. **Isi pesan**
3. **Kualitas**
4. **Hambatan (2002:380-381)**

Dari definisi diatas mengemukakan bahwa terdapat 4 faktor dalam pembentuka website yang menentukan kualitas suatu website diantaranya :

1. Intensitas penggunaan

Intensitas penggunaan media website baik oleh penyedia website maupun para pengguna mempengaruhi jumlah informasi yang bisa diambil baik dari pihak penyedia maupun pengguna.

1. Isi pesan

Isi pesan pada website menunjukkan eksistensi dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk selalu memberikan pesan yang terbaru tentang perusahaan dan tentunya juga isi pesan bermanfaat bagi pembaca.

1. Kualitas

Tampilan yang menarik didukung dengan isi pesan serta komposisi warna yang menarik dan penggunaan bahasa yang baik dan mudah untuk di pahami serta tidak mengandun prasangka.

1. Hambatan

Pemanfaatan website yang membutuhkan sebuah media untuk bisa terhubung dengan koneksi internet dan pemahaman untuk mengoperasikan perangkat lunak tersebut menjadikan website belum bisa dimanfaatkan dengan sepenuhnya.

* 1. **Informasi**
     1. **Pengertian informasi**

Website perusahaan atau lembaga yang berisikan informasi – informasi seputar perusahaan atau organisasi yang tentunya dtujukan kepada publik internal maupun eksternal untuk menambah pengetahuan mereka tentang perusahaan atau lembaga.

Definisi informasi menurut **Hafidiah** dan **Sumartaya** dalam **Davis** bukunya **Sistem Informasi Manajemen** adalah sebagai berikut :

**Informasi adalah data yang telah di olah menjadi suatu bentuk yang penting bagi penerima dan mempunyai nilai yang nyata atau dapat dirasakan dalam keputusan – keputusan sekarang atau di masa mendatang. (2003:25)**

Informasi merupakan sebuah data yang diolah menjadi bentuk penting bagi penerima dan mempunyai nilai yang nyata dan berhubungan dengan kegiatan manajemen. Tetapi dalam kenyataan informasi mempunyai pengertian yang lebih dari yang tercakup dalam kegiatan manajemen saja.

Secara etimologi, informasi merupakan kata atau istilah yang berasal dari  informacion (Bahasa Perancis Kuno, tahun 1387). Sedangkan dalam bahasa Latin, informasi berasal dari kata Informationem yang mempunyai arti sebagai konsep ide  atau garis besar. Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan suatu pengetahuan yang dapat dikomunikasikan dengan metode tertentu

**Menurut Jogianto** dalam bukunya Analisis dan Desain Sistem Informasi, mengemukakan bahwa informasi adalah : **“Data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi yang menerimanya. (2004:8)”**

Menurut Hafidiah dan Sumartaya dalam bukunya **Sistem Informasi Manajemen** juga mengungkapkan bahwa isi informasi yang bernilai didasarkan pada sifat – sifat sebagai berikut : **“1. Kejelasan informasi, 2. Pemahaman isi informasi, 3. Kelengkapan isi informasi”.(2003:30)**

Keberhasilan penyampaian informasi bergantung pada siapa publiknya, bagaimana penyampaian pesan, dan bagaimana cara berkomunikasi dengan publiknya.

* 1. **Teori Jaringan**

Penelitian ini menggunakan Teori Jaringan atau *Network Theory* , teori ini dikemukakan oleh **B.A Fisher (1982),** Dikemukakan oleh **Ardianto** dalam bukunya *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation* bahwa teori jaringan adalah :

**Teori yang menggambarkan premi ( dasar pemikiran) bahwa penelitian Orang – orang membutuhkan dan menginginkan informasi yang sangat penting bagi PR, bagaimana mereka memperoleh informasi dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap pengetahuan tentang topic yang relevan untuk beberapa keberhasilan setiap organisasi. (2010:116).**

Dengan demikian teori ini merupakan sebuah tantangan bagi orang – orang yang membutuhkan dan menginginkan informasi, serta praktisi untuk mengetahui dimana informasi ini tersedia dan bagaimana dapat membaginya dalam jaring. Berdasarkan pengertian diatas, dapat di simpulkan bahwa dalam *Network Theory* (teori jaringan) terdapat 4 unsur yaitu, *Network* sebagai arus pesan yang terjadi, *information needed*, channel used dan efek.

* 1. **Hubungan *Network Theory* dengan Kontribusi Website Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pendengar Di Radio Mom And Kids 99,2 FM** **Bandung**

Dikemukakan oleh **Ardianto** dalam bukunya **Metodologi Penelitian Untuk Public Relation**, *Networking Theory* (teori jaringan) adalah :

**Teori yang menggambarkan premi ( dasar pemikiran) bahwa penelitian Orang – orang membutuhkan dan menginginkan informasi yang sangat penting bagi PR, bagaimana mereka memperoleh informasi dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap pengetahuan tentang topic yang relevan untuk beberapa keberhasilan setiap organisasi. (2010:116).**

Dalam penelitian ini menggunakan Teori Jaringan karena Teori ini berkaitan erat dengan teori sistem. Teori ini menjadi bagian penting dari teori sistem yang membuka jalan arus informasi di dalam dan diantara sistem. Setiap jalan adalah rute potensial arus informasi dari seorang ke orang lain, dari organisasi ke organisasi, dari seseorang ke organisasi ke seseorang, dan lainnya.

Dalam *Network Theory* (teori jaringan) terdapat 4 unsur yaitu network sebagai arus pesan yang terjadi, information, channel, used, dan efek. Berdasarkan teori ini dan kaitannya dengan judul penelitian dapat dijelaskan sebagi berikut :

*Network : Network* (jaringan) yang dimaksud dalam teori ini yaitu arus pesan yang ada di dalam sebuah organisasi yang mengatur kebutuhan informasi bagi pendengar setia Mom and Kids Radio, maupun orang yang sedang membutuhkan informasi tentang Radio Mom and Kids, yang disalurkan dengan menggunakan sebuah *channel* (media) yaitu website Radio.

*Information Needed* : informasi yang dibutuhkan dalam kaitannya dengan judul yaitu mengenai informasi yang dibutuhkan oleh pendengar Radio Mom and Kids informasi yang relevan tentang Radio Mom and Kids dan aktifitas kegiatan Radio Mom and Kids.

*Channel need* : media yang dipilih sebagai sarana arus informasi yang dibutuhkan oleh publik eksternal, media eksternal ini muncul dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi sebagai fasilitas arus informasi dan dalam kaitannya dengan judul yang diambil *Channel needed* atau media yang digunakan yaitu media internal website.

Efek : merupakan sebuah respon yang dihasilkan dari informasi yang di dapat. Dapat berupa efek yang positif maupun negative. Pada teori diatas efek yang diharapkan adalah efek positif. Dan dalam kaitannya dengan judul diatas efek yang diharapkan tentunya efek yang positif berupa peningkatan kebutuhan informasi, seperti tentang progrm yang disediakan dalam setiap harinya dan juga diharapkan mereka akan mendengarkan program tersebut. Dan juga tentunya untuk menarik para pengiklan untuk mengiklankan produk mereka di Radio Mom and Kids, baik di ruang siaran maupun halaman website. Dalam website biasanya para pengiklan dan para sponsorship akan diyakinkan dan di dukung dengan rating jumlah pengunjung yang mengunjungi website Radio Mom and Kids. Selain itu di website juga terdapat informasi tentang Radio Mom and Kids. Kemudian juga terdapat radio streaming berupa video siaran para penyiar Mom and Kids yang bisa diakses oleh semua khalayak untuk mendengarkan dan melihat radio kesayangan mereka sesuai dengan program yang telah ditentukan.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Kerangka pemikiran merupakan pendapat atau teori para ahli yang dijadikan sebagai dasar pemikiran atau tolak ukur dari penelitian yang di dapat dari sumber bacaan, yang berkaitan dengan konsep – konsep dasar dari objek yang diteliti. Tentunya, pada penelitian tentang media website ini peneliti menggunakan Teori yang berhubungan dengan permasalahan yang di ambil.

Salah satu Teori diantaranya *Network Theory* (Teori Jaringan), teori ini dikemukakan oleh *B.A Fisher* (1982), yang dimana teori ini berkaitan dengan teori sistem. Teori ini menjadi bagian penting dari teori sistem yang membuka jalan arus informasi dari seseorang ke orang lain, dari organisasi ke organisasi, dari seseorang ke organisasi ke seseorang, dan lainnya.

Dikemukakan oleh **Ardianto** dalam bukunya *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation* bahwa teori jaringan adalah :

**Teori yang menggambarkan premi ( dasar pemikiran) bahwa penelitian Orang – orang membutuhkan dan menginginkan informasi yang sangat penting bagi PR, bagaimana mereka memperoleh informasi dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap pengetahuan tentang topic yang relevan untuk beberapa keberhasilan setiap organisasi. (2010:116).**

Dengan demikian teori ini merupakan sebuah tantangan bagi orang – orang yang membutuhkan dan menginginkan informasi, serta praktisi untuk mengetahui dimana informasi ini tersedia dan bagaimana dapat membaginya dalam jaring. Berdasarkan pengertian diatas, dapat di simpulkan bahwa dalam *Network Theory* (teori jaringan) terdapat 4 unsur yaitu, *Network* sebagai arus pesan yang terjadi, *information needed*, channel used dan efek.

Menurut **Fost** yang ditulis **Ardianto** dalam bukunya *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi* pengertian dari website adalah : “***The set of technologies that place a grafhical on the internet, allowing using a mouse, icons, and other intuitive elements rather than typing obscure computer commands.”*** **(2001:184)** yang artinya adalah set teknologi yang menempatkan antar muka grafis di internet, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan komputer mereka menggunakan mouse, ikon, dan intuitif dari pada mengetik perintah komputer.

Berdasarkan dengan kaitanya Teori dengan judul penelitian, dapat dijelaskan dari *Network* (jaringan) yang dimaksud dalam teori ini sebagai arus pesan yang ada di dalam sebuah organisasi yang mengatur kebutuhan informasi bagi pendengar setia Mom and Kids Radio, maupun orang yang sedang membutuhkan informasi tentang Radio Mom and Kids, yang disalurkan dengan menggunakan sebuah *channel* (media) yaitu website Radio.

Kemudian kebutuhan informasi, dalam kaitannya dengan judul yaitu mengenai informasi yang dibutuhkan oleh pendengar Radio Mom and Kids informasi yang relevan tentang Radio Mom and Kids dan aktifitas kegiatan Radio Mom and Kids. Media yang dipilih sebagai sarana arus informasi yang dibutuhkan oleh publik eksternal, media eksternal ini muncul dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi sebagai fasilitas arus informasi dan dalam kaitannya dengan judul yang diambil *Channel needed* atau media yang digunakan yaitu media internal website.

Penyampaian informasi melalui website tentu menghasilkan sebuah respon yang dihasilkan dari informasi yang didapat berdasarkan judul diatas efek yang di harapkan adalah meningkatnya informasi terhadap Radio Mom and Kids dan akan tetap menjadi pendengar setia Radio Mom and Kids.

Terdapat faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam pembuatan website seperti di kemukakan **Bovee** *“ jilid 2”* faktor – faktor yang terdapat dalam media website adalah :

1. **Intensitas penggunaan**
2. **Isi pesan**
3. **Kualitas**
4. **Hambatan. (2002:380- 381)**

Dari definisi diatas mengemukakan bahwa 4 faktor dalam pembentukan website yang menentukan kualitas suatu website.

Berkaitan dengan upaya peningkatan informasi, definisi dari informasi di Menurut **Hafidiah** dan **Sumartaya** dalam buku *Sistem Informasi Manajemen* adalah sebagai berikut :

**Informasi adalah data yang telah di olah menjadi suatu bentuk yang penting bagi penerima dan mempunyai nilai yang nyata atau dapat dirasakan dalam keputusan – keputusan sekarang ataudi masa mendatang. (2003 :25)**

Informasi disini merupakan sebuah data yang diolah menjadi bentuk penting bagi penerima dan mempunyai nilai yang nyata dan berhubungan dengan kegiatan manajemen. Tetapi dalam kenyataan informasi mempunyai pengertian yang lebih luas dari yang tercakup dalam kegiatan manajemen saja.

Menurut **Hafidiah dan Sumartaya** dalam buku *Sistem Informasi Manajemen* juga mengungkapkan bahwa isi informasi yang bernilai didasarkan pada sifat – sifat sebagai berikut : **“1. Kejelasan informasi, 2. Pemahaman Isi Informasi, 3. Kelengkapan isi informasi”.(2003:30)**

Keberhasilan pada media bergantung pada siapa segmentasi pendengarnya. Bagaimana strategi yang di gunakan, dapat mempengaruhi kemampuan media dalam membina hubungan baik dengan publiknya. Fungsi radio sama dengan fungsi media massa lainnya yaitu memnyampaikan informasi yang perting bagi khalayak, informasi yang menarik, dan informasi yang terbaru. Kekurangan radio terdapat pada hanya bisa didengarkan saja tetapi radio tersebut dapat menutupi kekurangannya dengan kekuatan si penyiar dalam menyampaikan informasi tersebut.

Dari penjelasan diatas, kerangka pemikiran pada penelitian ini secara singkat tergambar pada bagan dibawah ini :

Gambar 1.1

Bagan Kerangka Pemikiran

Bagaimana Kontribusi Website [Www.Momandkidsradio.Com](http://www.momandkidsradio.com) Dalam Memberikan Kebutuhan Informasi Pendengar

***Network Theory***

***( B.A Fisher)***

Variabel Y

Kebutuhan Informasi

Variabel X

Website

Sub Variabel

1. Kejelasan Informasi
2. Pemahaman Isi Informasi
3. Kelengkapan Isi Informasi

**(Hafidah dan Sumartaya, 2003:30)**

Sub Variabel

1. Intensitas Penggunaan
2. Kualitas Website
3. Isi Pesan

**(*Bovee dan Thrill*, 2002:380-381)**

Indikator :

1. Intensitas Penggunaan
2. Frekuensi seringnya mengakses website
3. Mendapat informasi sesuai kebutuhan
4. Kualitas website
5. Tampilan website
6. Tata letak dan komposisi warna pada background
7. Isi pesan
8. Kejelasan isi pesan yang disampaikan
9. Daya tarik pesan yang disajikan

Indikator :

1. Kejelasan informasi
2. Informasi mudah diperoleh
3. Informasi cepat diperoleh
4. Pemahaman isi informasi
5. Kesesuaian terhadap segmentasi pendengar
6. Kecocokan informasi sesuai kebutuhan pendengar
7. Kelengkapan isi informasi
8. Ketepatan waktu memperbaharui informasi
9. Bahasa informasi yang tepat