**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang bergerak semakin cepat diiringi dengan perkembangan media massa yang semakin memiliki banyak peran pula, diantaranya di bidang hiburan, pendidikan, pengetahuan, dan pengembangan masyarakat. Media massa sebagai saluran informasi berperan untuk menumbuhkan dan memperkuat dukungan masyarakat berupa partisipasi di dalam proses pembangunan . Diketahui salah satu kendala di Indonesia dalam pengembangan masyarakat adalah terbatasnya komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat, khususnya untuk masyarakat pedesaan. Diperlukan adanya media penyiaran sebagai saluran yang menghubungkan antara pemerintah dan masyarakat pedesaan agar kesenjangan komunikasi dapat teratasi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan sarana transmisi darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Media siaran yang dianggap efektif dalam mengurangi kesenjangan komunikasi untuk kalangan masyarakat pedalaman adalah radio.

Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, yang didalamnya terdapat program yang teratur dan berkesinambungan.

Penelitian ini menghubungkan antara konsep pengembangan masyarakat dengan media penyiaran berupa radio. Menurut Palmer dalam Rihadini pengembangan masyarakat adalah sebuah proses di mana suatu komunitas diperkuat untuk kreatif membantu memenuhi kebutuhan sendiri: fisik, spiritual, mental, psikologis, sosial, ekonomi dan politik, dimana siaran radio diharapkan mampu menjembatani para pengembang masyarakat dalam melakukan pengembangan masyarakat. Diketahui bahwa beberapa tingkatan peran sosial radio sebagai media masyarakat adalah radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain, radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang paling menguntungkan dan radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. Pengembangan masyarakat merupakan usaha untuk memberikan kesempatan bagi pendengar untuk berbicara memberikan opini secara langsung dengan pendengar lainnya. Menurut Peigh et al. pendengar diajak untuk berbicara mengenai pendapatnya tentang masalah yang terjadi di keseharian yang memungkinkan pendengar tersebut untuk meningkatkan kondisi kehidupannya melalui berbagai pengalaman dengan orang lain maupun dari infromasi yang disebarluaskan melalui radio. Susanto mengatakan bahwa siaran pedesaan merupakan salah satu sarana komunikasi pembangunan yang pertama-tama perlu menyesuaikan diri dengan tuntutan pembangunan itu sendiri yang berarti peningkatan pada tugas, dan peningkatan pengetahuan, maupun beban pekerjaan.

Media penyiaran radio dianggap efektif karena bersifat cepat dan langsung, akrab, hangat, tanpa batas, murah, fleksibel dan dapat dinikmati oleh semua kalangan. Seperti yang kita ketahui bersama, banyaknya media yang tumbuh sekarang ini merupakan salah satu bukti pentingnya dan banyaknya informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Disinilah sebenarnya salah satu peran dari radio, yaitu berfungsi sebagai salah satu pemenuhan informasi bagi masyarakat, tidak hanya untuk masyarakat perkotaan tetapi juga untuk masyarakat di daerah pedesaan.

Radio Azam 103,5 FM mengudara pada Mei 2010. Bernaung di bawah PT. Radio Azam Mitra Umat. Moto Radio Azam adalah “Wahana Pendidikan, Dakwah dan Informasi”. Radio dapat dijadikan alat atau media komunikasi massa yang sangat ampuh dan efektif. Dalam praketknya, radio dapat mencapai sasaran khalayak pendnegar dengan jangkauan luas. Penyampaian pesan melalu radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan. Salah satu ke untungan radio bagi komunikan ialah sifatnya yang santai.

Radio dalam hal ini, dapat dikatakan membawa para pendengarnya untuk berimajinasi dan secara langsung dapat membayangkan yang dikatakan oleh penyiar. Dalam penyusunan strategi komunikasi sifat dari media yang akan digunakan juga haruslah benar-benar diperhatikan karena sangat erat sekali kaitannya dengan khalyak yang akan di terpa. Radio siaran sebagai media massa yang memiliki ke khasan.

Radio membuat gambaran dimana radio itu sendiri memilik kekuatan untuk menstimulasi imajinasi dari para pendengarnya melalui permainan music, efek suara dan bahasa. Selain itu berita atau informasi apapun dapat langsung disampaikan secara lebih cepat melalui radio, dibandingkan dengan media lainnya, selanjutnya, radio dapat menembus jarak dan rintangan. Radio merupakan media yang mudah, murah dan tidak menggunakan banyak tempat dalam penggunaannya. Keberadaan radio siaran, agar radio tersebut maju haruslah di tunjang dengan adanya program-program yang menarik dan haruslah dapat menjadi suatu program unggulan di dalam merebut hati pendengarnya. Setiap program-program acara yang disiarkan harus inspiratif.

Kontribusi dalam sebuah program siaran radio sangatlah penting yaitu bagaimana membuat program yang benar-benar menarik, berkesan dan banyak dikunjungi. Kontribusi merupakan ukuran yang menunjukkan bagaimana program mencapai hasil dan manfaat yang diharapkan, maka dalam sebuah efektivitas bisa terlihat apakah tujuan yang diinginkan dari suatu program siaran radio sesuai atau tidak dengan apa yang diinginkan. Dalam hal ini melihat bagaimana Kontribusi program “Salam Karimun” dalam meningkatkan pengetahuan khalayak di Radio Azam.

radio dalam upaya pengembangan masyarakat adalah dimana program radio tersebut dapat memberikan dampak kepada para pendengar radio, yaitu dalam perubahan tingkat partisipasi dalam mengajukan opini, dan pendapat, perubahan tingkat pengetahuan dari hanya sekedar mengetahui menjadi paham dan mampu mengaplikasikan untuk pengetahuan.

Melihat Kebutuhan akan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat, maka dari itu Radio Azam FM membuat program “Salam Karimun” pada awal mula berdirinya Radio Azam FM, sekaligus menjadikannya program utama. Jadwal Program “Salam Karimun” pada pukul 07.30 – 10.00 WIB, dengan target pendengar dewasa sampai orang tua (Usia 29-50 tahun). Penyiar menyampaikan informasi berupa berita yang di kutip dari majalah cetak dan *online.* Setiap harinya informasi yang disampai dengan tema yang berbeda-beda.

Berdasarkan Observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti di Radio Azam FM, menunjukan bahwa :

1. Penyampaian informasi yang disampaikan oleh penyiar masih kurang jelas di dalam siaran program Salam Karimun.

Contoh : Bapak Ofid mengatakan pada program Salam Karimun dalam penyampaian penyiar masih sulit untuk dimengerti dan di pahami.

1. Kurangnya respon dan perhatian yang diberikan khalayak pendengar Radio Azam FM terhadap informasi yang disampaikan.

Contoh : Bapak Oky mengatakan kurangnya minat pendengar untuk me*request* atau menelepon.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Penyiar dalam program “Salam Karimun” kurang menguasai materi dan artikulatif dalam permasalahan yang disampaikan.
2. Informasi yang disajikan kurang *up to date* serta durasi waktu durasi pada program salam karimun dinilai cukup lama sehingga membuat para pendengar merasa cepat bosan dengan materi yang disampaikan oleh penyiar.
   1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kontribusi Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun yang meliputi menarik minat pendengar dan meningkatkan kebutuhan informasi / pengetahuan bagi pendengar Radio Rase 102.3 FM .
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi oleh Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan dalam menghadapi hambatan-hambatan yang terjadi dalam penyajian Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
   1. **Maksud dan Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui Kontribusi Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
2. Mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
3. Mengetahui usaha-usaha apa saja dalam menghadapi hambatan-hambatan yang terjadi pada Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
   1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dapat memberikan manfaat bagi pengembanagan 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 Teoritis**

1. Hasil dari penelitian sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Jurnalistik.
2. Sebagai bahan bacaan bagi pihak lain, khususnya materi yang penulis teliti.
3. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan bidang disiplin ilmu Komunikasi khususnya bidang Jurnalistik, serta dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.
   * 1. **Kegunaan Praktis**
4. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai kegiatan komunikasi terutama mengenai Kontribusi Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
5. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran serta masukan terhadap Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun.
   1. **Kerangka Pemikiran**

Teori *Uses and Gratifications* menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana dan lewat media mana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

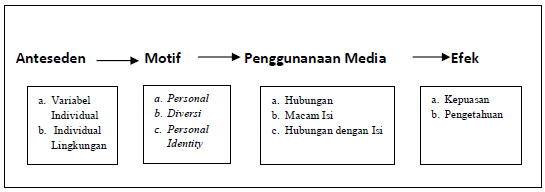
Teori *uses and gratifications* yang dikemukakan oleh **Katz** dalam **Effendy**, **Ilmu, teori dan Filsafat Komunikasi**.

**Model *uses and gratifications* menunjukan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya adalah ialah khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (2003:298).**

Sesuai dengan bentuk model – model yang lain, model *uses and gratifications* maka digambar seperti pada gambar 1.1

**Gambar 1.1**

**MODEL *USE AND GRATIFICATION***



**Sumber :Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi (2002 : 66)**

Seperti yang terlihat di atas, variabel – variabel dalam model *use*

*and gratifications* , adalah :

**1. Anteseden**

* 1. **Variabel Individual**

**- Usia**

**- Jenis kelamin**

1. **Variabel Lingkungan**

**- Organisasi**

**- Sistem Sosial**

**- Struktur Sosial**

**2. Motif**

* 1. **Identitas personal ( yakni menggunakan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri )**
  2. **Diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan)**

1. **Orentasi kognitif (kebutuhan bukan informasi)**

**3. Penggunaan Media**

* 1. **MacamMedia**
  2. **Macam Isi**

**4. Efek**

* 1. **Kepuasan**
  2. **Pengetahuan**

**(2002 : 66 )**

**Liliweri** dalam bukunya **Komunikasi Massa dalam Masyarakat** menyebutkan bahwa :

**Model *uses and gratifications* dilandasi pada asumsi:**

* + 1. **Penggunaan media yang pada akhirnya untuk mencapai suatu tujuan. Khalayak menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang bersifat spesifik. Kebutuhan ini berkembang dalam lingkungan sosial.**
    2. **Khalayak memilih jenis dan isi media massa untuk memenuhi kebutuhannya jadi khalayak terlibat dalam suatu proses komunikasi massa dan mereka dapat mempengaruhi media untuk kebutuhan-kebutuhan mereka secara cepat dibandingkan dengan media yang dapat menguasai mereka.**
    3. **Disamping media massa sebagai sumber informasi, maka ada pula berbagai sumber lain yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak, oleh karena itu media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lainnya.**
    4. **Khalayak mengetahui kebutuhan tersebut dan dapat memenuhinya jika dikehendaki. Mereka juga mengetahui alasan-alasan untuk menggunakan media massa.**

**(1991:134)**

Menggunakan model ini, peneliti meneliti bagaimana hubungan antar

variabel – variabel diatas.

Judul penelitian “Kontribusi Program Salam Karimun dalam Meningkatkan Opini Khalayak Di Radio Azam FM Kabupaten Karimun”. Maka ada dua konsep variabel yang di jabarkan yaitu :

Variable bebas ( X ) yaitu mengenai Program Salam Karimun.

Secara sederhana program dapat diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pagelaran dan sebagainya. **Masduki** dalam dalam bukunya **Jurnalistik Radio**, mengasumsikan bahwa : “**Program atau acara adalah barang yang dibutuhkan orang, sehingga mereka bersedia** **mendengarkannya”. (2004 :35)**

Format sederhana dari sebuah program acara berdasarkan dari pemikiran **Masduki** dalam bukunya **Jurnalistik Radio** adalah sebagai berikut:

1. **Frekuensi penyajian acara.**
2. **Intensitas (Durasi)**
3. **PengaturanWaktu**
4. **Kredibilitas Penyiar**
5. **Menguasai masalah dan jalannya diskusi**
6. **Artikulatif**
7. **Kredibilitas narasumber**
8. **Memiliki Kompentensi tentang topic yang dibahas**
9. **Artikulatif**
10. **Saluran Informasi**
11. **Telepon**
12. **Sms**

**(2004:40-117)**

Pada variabel terikat ( Y ) yaitu meningkatkan **Opini khalayak**, dengan sub-variabel **sensasi, persepsi dan berfikir**. **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** memberikan pengertian pengetahuan yang lebih jelas lagi, ia menyebutkan bahwa : **“Pengetahuan timbul dari adanya penerimaan informasi melalui beberapa proses, antara lain, sensasi, persepsi, memori, dan berfikir”. (2000 : 220)**

Penenrapan teori *uses and gratifications* dapat dilihat dari apakah program Salam Karimun dapat Mempengaruhi pengetahuan pendengar radio Azam FM untuk memenuhi kebutuhannya. Lalu apa yang dicari pendengar dari program ini untuk memenuhi kebutuhannya. Dan apa hubungan antara konten program, gaya penyiar membawakan program serta durasi program terhadap kepuasan pendengar.

Pengetahuan adalah sebagai hasil dari panca indera manusia, informasi yang disajikan oleh Program Salam Karimun diharapkan dapat meningkatkan opini masyarakat Kabupaten Karimun.

Indikator-Indikator pengetahuan menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** terdiri dari:

* 1. **Sensasi**
  2. **Persepsi**
  3. **Berfikir**

**(2001: 49-69)**

Indikator dari sensasi menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** yaitu: “**Sensasi adalah fungsi alat indera dalam menerima informasi lingkungan,melalui alat indera itulah masusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi.” (2001:49)**

Indikator dari persepsi menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** yaitu: **“Persepsi adalah pengalaman tentang objek , peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, yakni perhatian”. (2001:51-52)**

Indikator dari berfikir menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi**. “**Berfikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk kebutuhan dan memberikan respon juga mempengaruhi penafsiran itu terhadap stimuli” (2004:67**)

Opini adalah suatu bentuk gagasan, pendapat, ide atau pikiran untuk menjelaskan perspektif dan ideologi akan tetapi bersifat tidak objektif karena belum mendapatkan pemastian atau pengujian, serta Pendapat orang mengenai suatu hal dapat berbeda-beda. Perbedaan pendapat yang dikeluarkan bergantung pada sudut pandang dan latar belakang yang dimiliki.

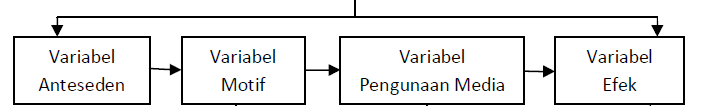
Berdasarkan uraian diatas, Kerangka Pemikiran dan Hubungan Antara Variabel Penelitian Berikut dapat dilihat pada gambar 1.2.

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

|  |
| --- |
| **Bagaimana Kontribusi Program Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak Di Radio Azam Kabupaten Karimun** |

|  |
| --- |
| **Teori Uses and Gratifications**  **Rakhmat. 2002:66** |



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel X**  **Program Salam Karimun**   1. **Frekuensi Penyajian Berita** 2. **Kreadibilitas Penyiar** 3. **Kreadibilitas Program** |  | **Variabel Y**  **Opini Khalayak**   1. **Sensasi** 2. **Persepsi** 3. **Berfikir** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator**  **1. Frekuensi Penyajian Acara**  **a. Intensitas (Durasi)**  **b. PengaturanWaktu**  **2. Kredibilitas Penyiar**   * 1. **Menguasai masalah dan jalannya diskusi**   2. **Artikulatif**   **3. Kredibilitas Narasumber**   * 1. **Memiliki Kompetensi tentang topic yang dibahas** |  | **Indikator**  **1. Sensasi**   1. **Penerimaan Informasi** 2. **Penambahan Pengetahuan**   **2. Persepsi**   1. **Pengalaman tentang objek** 2. **Perubahan Pendapat** 3. **Perhatian tentang objek**   **3. Berfikir**  **a. Mengolah Informasi**  **b. Memberikan Respon** |

**Sumber : Olahan peneliti dan pebimbing. 2016**