**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

# 2.1. Pengertian Komunikasi

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

Komunikasi merupakan alat dalam menyampaikan pesan, kepada khalayak, karena informasi atau berita sudah menjadi kebutuhan manusia yang sangat jelas untuk berbagai kepentingan. Dengan kemajuan media atau teknologi informasi dan komunikasi diikuti berita yang *uo to date* maka manusia dapat mengetahui dan menambah pengetahuan mereka tentang berbagai macam kejadian yang terjadi dimana saja.

**Cangara** mengutip dari **Everett M. Rogers** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa: **Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atu lebih, dengan maksud untuk mngubah tingkah laku mereka. (2005:19)**

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

**Komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada glirinnya akan tiba pada saling pengertian yang 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).

**Efendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** bahwa :

1. **Proses komunikasi secara primer**

**Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing/symbol sebagi media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, 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 penymapaian pesan oleh seorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebgai media pertama. Seorang komunikator mengunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagi sasarannya beradadi tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat,telpon, surat kabara, majalah, radio, televisi, film danbanyak lagi mediayang dapat di klasifikasikan sebagai media massa dan media nirmassa atau non massa. (2005:1)**

Proses komunikasi massa yang terjadi hal terpenting adalah tersedianya

komponen-komponen pendukung komunikasi, **Laswell** yang dikutip dari **Efendy**

dalam bukunya **Ilmu Teori dari Filsafat Komunikasi** menyebutkan bahwa:

**Komponen komunikasi massa meliputi komunikator (orang yang menyampaikan pesan), pesan (pernyataan yang didukung oleh lambing), komunikan (orang yang menerima pesan), media (sarana atau saluran), yang mendukung pesan apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya), efek (dampak sebagian dari pesan yang disampaikan), jika salah satu dari komponen itu hilang/tidak sesusai dengan fungsinya makan proses komunikasi tidak akan sejalan dengan diharpakan. (1986:7)**

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

**2.2 Komunikasi Massa**

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan sangat kompleks dengan teknologi yang semakin canggih. Berbagai macam pesan dari sejumlah media massa diantaranya Koran, majalah, radio siaran, televise, film dan internet dengan sajian berita dari berbagai penjuru dunia.

**Ardianto** dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar,**  Mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**Komunikasi masaa pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas, dan dilain sisi diartikan sebagai bentuk 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)**

**2.2.1 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 televisi yang diwakilinya.**

**3. 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.**

**4. Media Komunikasi 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.**

**5. 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.

**2.2.2 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).**

**2. *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 industry media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.**

**3*. Linkage* (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang**

**beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.**

**4. *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.**

**5. *Entertainment* (hiburan)**

**(2005:15-17)**

Komunikasi massa berupa media cetak, media elektronik maupun media online, merupakan sarana atau media yang paling tepat untuk penyebaran informasi dalam proses komunikasi massa. Proses dimana suatu organisasi memproduksi infromasi atau berita kepada khalayak yang menyebarkan dan memproduksi informasi atau berita kepada khalayak. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut, dapat diserap dengan mudah oleh masyarakat luas. Dengan kemudahan dalam memperoleh informasi dan mudahnya arus komunikasi yang berlangsung, untuk itu diharapakan kepada masyarakat sebagai konsumen untuk lebih pintar dan teliti dalam menyeleksi berita yang ditayangkan. Karena pada masa sekarang ini, media lebih sering menyebabkan hal-hal negatif ditengah-tengah masyarakat.

**2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa**

Karakteristik media massa yang dikemukakan oleh **Elvinaro** dalam

bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu :

**a. 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.**

**b. 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.**

**c. 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.**

**d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

**Kelebihankomunikasi massa dibandingkan 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.**

**e.Komunikasi mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**

**Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur**

**hubungan sekaligus. Pada komunikasi massa yang penting adalah isi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun disesuaikan dengan karakteristik media massa yanga akan digunakan.**

**f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**

**Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan 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.**

**g. 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.**

**h. 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 proses penyampaian pesan yang disampaikan melalui media massa terbuka dan mudah diterima untuk umum. Setiap orang dapat mengakses informasi yang disiarkan melalui media massa mana pun. Proses komunikasi massa melalui media massa akan menghasilkan umpan balik karena hubungan antara komunikator dengan komunikannya bersifat tidak pribadi.

**2.3 Pengertian Pers**

Pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti “*Press” .* Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, Yakni Pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit.

**Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia,** menjelaskan bahwa pers adalah:

**Pers dalam arti sempit hanya menunjuk kepada media cetak berkala: Surat kabar, tabloid, majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menuju pada media cetak berkala melainkan mencangkup media elektronik auditif dan media elektronik audio visual berkala yakni radio, televise, film, dan media *online* internet. (2005:31)**

Pernyataan diatas menunjukan bahwa pers bukan hanya media cetak saja tetatpi juga berupa media elektronik, jadi selama itu menyampaikan informasi atau berita kepada khalayak dengan menggunakan media cetak dan elektronik maka itu disebut dengan Pers.

**Effendy** dalamm bukunya yang berjudul **Dinamika Komunikasi,** Mengatakan bahwa pers adalah: **Pers adalah lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem kemasyarakatan tempat masyarakat beroperasi, bersama-sama subsistem lainnya. (1993:63)**

Secara yuridis formal, dalam **pasal 1 ayat (1) undang-undang pokok pers No. 40 tahun 1999,** yang terdapat dibuku **Harahap** yang berjudul **Kebebasan Pers Indonesia dari masa ke masa,** menyatakan bahwa pers adalah :

**Lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara atau gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya yang menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. (1999:3)**

Pernyataan diatas menunjukan bahwa pers adalah lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik dalam bentuk mencari, megolah, memiliki, memperoleh, menyimpan dan menyampaikan informasi baik itu dalam bentuk tulisan, lisan, gambar serta grafik. Maka dalam hal ini sangat erat kaitannya antara pers dan jurnalistik.

Pers merupakan sarana yang meyampaikan informasi dengan produk jurnalistik kepada khalayak. Pada zaman sekarang jurnalistik bukan hanya mengelola berita, tetapi juga sapek-aspek yang lainya. Karena itu fungsinya bukan hanya menyiarkan saja tetapi juga mendidik, menghibur juga dapat mempengaruhi opini dari masyarakat karena pers atau media bertindak sebagai komunikator massa. Tetapi selain itu juga pers harus menyampaikan informasi dan berita secara actual dan factual agar dapat dipercayai oleh masyarakat.

* + 1. **Fungsi dan Peranan Pers**

Fungsi dan pernana pers berdasarkan ketentuan pasal 33 UU No. 40 tahun 1999 tentang pers, fungsi pers adalah sebagai media informasi, pemdidikan, hiburan dan control sosial. Sementar pasal 6 UU Pers menegaskan bahwa pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut : memnuhi hak masyarakat untuk mengetahui nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia, mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat dan akurat. Kebebasan pers menjadi syarat mutlak agar pers secara optimal mampu melakukan tugasnya.

* 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.

Pada 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 J**urnalistik 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 (Mappatoto, 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)**

**2.4.1 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 kasakkusuk dan isu yang kebenarannya masih sangat diragukan. Development journalism (jurnalistik pembangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1999:70)**

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.

**2.4.2 Ruang lingkup jurnalistik**

Umumnya terbagi dua bagian yaitu, jurnalistik cetak maupun elektronik. Keduanya mempunyai fungsi yang sama yaitu sebagai pencari,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 bagikhalayak, 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**

**2.5.1 Definisi Radio**

Istilah radio adalah bukan bendanya, bukan bentuk fisik akan tetapi antara bentuk fisik dan kegiatannya akan salaing menjalin atara satu sama lainnya, dengan demikian maka pengertian yang lengkap adalah meliputi keseluruhan eksistensi pada radio itu sendiri. Maka dengan itu jika diperinc secara fisik maka yang kita maksud dengan radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio dan pesawat penerimanya.

**Romli** dalam bukunya **Komunikasi massa,** mengatakan :

**Radio merupakan salah satu jenis media massa (mass media), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (channel of mass comunication) seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi ciri khas utama radio adalah auditif yakni dikosumsi telinga atau pendengar (2004: 19).**

Radio siaran terus berkembang dari tahun ke tahun, juga pengaruhnya sangat hebat sehingga mendapat julukan kekuasaan kelima, seperti yang dikemukakan oleh **Effendi** dalam bukunya **Radio Siaran Teori dan Praktek**, hal ini radio disebabkan radio memiliki kelebihan dibandingkan dengan media massa lainnya, yaitu:

1. **Radio siaran bersifat langsung.**

**Untuk mencapai sasarannya yaitu pendengar suatu program atau acara yang akan disiarkan tidak mengalamai proses yang kompleks seperti halnya mediamedia lainnya misalnya Surat Kabar sehingga para pendengar bisa langsung mengikuti peristiwa pada saat peristiwa bisa berlangsung.**

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

**Faktor lain yanag menyebabkan radio siaran dianggap sebagai kekuasaan kelima adalah siaran tidak menegnal jarak dan rintangan. Selain waktu ruang pun bagi radio siaran bukan merupakan suatu masalah. Bagaimana jauhnya sasaran yang akan di tuju, dengan radio akan dicapainya.**

1. **Radio siaran mengandung daya tarik Faktor ketiga yang menyebabjab radio siaran mempunyai kekeuasaan ialah daya tarik yang kuat yang dimilikanya, daya tarik ini disebakan oleh adanya efek suara. (1991:137-144)**

Menurut pendapat dari **Klapper** yang dikutip kembali oleh **Palapa dan Syamsudin** dalam bukunya **Studi Ilmu Komunikasi**, mengatakan bahwa dengan adanya radio senantiasa dapat memperoleh tiga keuntungan yaitu:

1. **Radio memungkinkan partisipasi Audience atau seolaholah audience menyaksikan sendiri suatu kejadian yang sedang disiarkan.**
2. **Para pendengar merasa seolah-olah sesuatu secara pribadi.**
3. **Perolehan secara pribadi ini adalah oleh karena komunikasi melalui radio adalah seolah-olah mewakili suatu komunikasi tatap muka. (1983:76)**

Jadi berdasarkan penegrtian diatas bahwa dengan mendengarkan radio siaran para pendengar akan mendapatkan keuntungan yang lebih jika dibandingkan dengan media-media lainnya, keuntungannya adalah dengan hanya mendengarkan radio saja maka seolah-olah para pendengar melihat, mendengar dan merasakan sendiri apa yang disiarkan oleh radio tersebut.

Perkembangan radio siaran bukan hanya terjadi di Amerika Serikat, saat perang dunia ke 1 terjadi di negara Inggris mulai muncul radio siaran di kalangan pengusaha. Meskipun perkembangannya tidak sepesat di Amerika, namun pada saat itu radio siaran di Inggris merupakan yang kedua di dunia. Di bidang siaran luar negeri, Inggris pun merupakan satu-satunya radio siaran yang menyiarkan program acaranya 24 jam non stop.

Tetapi, walaupun radio memiliki kekuatan, radio juga memiliki kelemahan. Namun dengan adanya kelemahan ini tidak membuat masyarakat atau khalayak luas akan informasi yang disajikan radio berkurang.

**2.5.2 Radio Sebagai Bentuk Komunikasi Massa**

Media massa adalah saluran atau media yang dipergunakan untuk mengadakan komunikasi dengan khalayak. Komunikasi massa tidak akan lepas dari peranan media massa. Media massa disini dapat berupa surat kabar, majalah, radio dan televisi. Masing-masing media tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan tersebut maka akan terjadi salaing mengisi dan saling melengkapi sehingga akan diperoleh pesan yang lengkap.

Radio dapat dijadikan alat atau media komunikasi massa yang sangat

ampuh dan efektif. Dalam prakteknya, radio dapat mencapai sasaran khalayak pendengar dengan jangkauan luas. Penyampaian pesan melalu radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan. Salah satu ke untungan radio bagi komunikan ialah sifatnya yang santai.

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. Yang dimaksud dengan media massa disini adalah media massa yang dimiliki secara khas, yaitu yang mampu memikat perhatian khalayak serta secara serempak dan serentak salah satunya adalah radio.

Keberadaan radio sebagai bentuk komunikasinya kita adapat mengetahui sifat fisik media radio seperti yang diterapkan oleh **Wahyudi** dalam bukunya **Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi** yang menjelaskan bahwa sifat media massa radio adalah:

**1. Media radio adalah media elektrik**

**2. Media radio adalah media audio**

**3. Media radio adalah media transistory**

**4. Media radio adalah media non rinci**

**5. Media radio adalah non layer. (1996:23)**

**2.6 Program Radio**

“Kata “program” berasal dari bahasa Inggris yaitu “programme” atau “program” yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.” Program atau dapat disebut pula dengan acara siaran radio adalah suatu faktor untuk menarik audien agar tertarik untuk mendengarkan stasiun radionya, dengan menyajikan program yang menarik dan disukai oleh audien maka secara tidak langsung program dapat disebut pula dengan produk yang dijual oleh stasiun radio.

**2.6.1 Unsur-unsur *Programming* Radio**

Menurut **Michel C Keith** dalam bukunya ***programing* radio**, ada 11 elemen programing radio, terdiri dari:

1. **Musik**

**Merupakan elemen utama dalam perencanaan program, kecuali untuk stasiun radio yang berformat *News / Talk*. Merancang buah daftar putar lagu (*playlist*) untuk sebuah stasiun bukanlah masalah yang mudah. Bila kita menentukan memakai format Top 40, bukan berarti kita hanya mengambil lagu – lagu yang sedang laris dipasaran lalu kita putar secara acak. Kita juga harus memperhitungkan tempo musik, arasemenya dan juga perlu liriknya. Sebagai contoh, pada radio berformat AC , Sebuah lagu bertempo cepat akan lebih cocok untuk dipasang pada pagi hari agar dapat memacu pendengar.**

1. ***News***

**Pada kebanyakan radio berformat musik, berita merupakan elemen kedua yang banyak menyita waktu siar (*airtime*). Pada kebanyakan radio anak muda berformat CHR atau AOR, berita merupakan hal yang tidak begitu penting, karena dipercaya bahwa anak muda memang menyukai atau memperhatikan berita – berita aktual. Berita banyak didiominasi radio-radio berformat MOR . biasanya disiarkan pada waktu utama (*prime time*) pagi jam 6-9 atau sore hari jam 16-18 diluar waktu utama, program siaran berita berdurasi 5 menit.**

1. ***Announcing***

**Pada banyak radio station, penyiar merupakan bagian dari programming. Mereka menjadi salah satu elemen yang dijual atau disajikan pendengar. Di AS, rick Dess dari KISS FM dan Don Imus dari WNBC dapat mendongkrak rating radio mereka, karena mempunyai pendengar setia yang besar.**

1. ***Public Affairs***

**Tidak termasuk jenis segmen yang entertaiment, karena radio tersebut hanya diperlukan oleh pemerintahan, Karena dalam 25 % siaran itu termasuk urusan publik dengan kreativitasnya. Dan program ini pun bisa menjadi salah satu program unggulan yang dapat meningkatkan jumlah pendengarnya.**

1. ***Weather/Traffic***

**Di AS dan negara – negara yang mempunyai 4 musim, laporan cuaca sangat penting atau merupakan elemen ke 5 terpenting dalam *programming*. Orang selalu menunggu perkiraan cuaca karena cuaca disana dapat berubah draktisdalam stau harinya, khususnya dimusim gugur dan salju. Bahkan banyak stasiun radio ataupun TV yang memperkejakan orang yang mempunyai latar belakang pendidikan Meteorologi & Geofisika untuk menggarap program ini.**

1. ***Spot***

**Terdiri dari 2 jenis yaitu spot komersial atau yang biasa disebut dengan spot iklan dan acara promosi. Bagi stasiun radio, semakin banyak spot komersial akan semakin beruntung, karena spot komersial sama dengan “*income*”. Tetapi juga harus memperhitungklan jumlah maksimum perjam dan penempatanya.banyak pendengar yang mengeluh dengan banyaknya iklan yang muncul suatu jam siaran. Bahkan banyak dari mereka yang lalu biasanya menempatkan *spot set* secara acak.**

1. ***Sport***

**Sebelum TV bisa melakukan siaran langsung, TV adalah program yangpaling populer dan banyak diminati oleh penonton karena dengan melihattelevisi penonton bisa melihat gambar penayanganya. Sekarang ini kepopuleran TV tergantung dari kebijakan perusahaan TV tersebut untukmembuat suatu program - program unggulan.**

1. ***Contests & Promotions***

**Untuk beberapa jenis stasiun radio adalah unsur yang sangat penting di sukai oleh pendengar adalah program yang bisa menghibur dan juga menarik karena disitu adalah yang paling banyak di sukai oleh pendengar. Pada jenis hadiah yang diberikan oleh radio tersebut berdasarkan dengan format – format yang ada.Biasanya On-air kontes dan promosi tidak boleh menyerupai lotere di mana pendengar harus berinvestasi untuk menang. Sebuah stasiun yang mendapat sesuatu sebagai imbalan atas pemberian hadiah dapat dikenakan sanksi hukumansesuai dengan peraturan yang berlaku.**

1. ***Jingles***

**Disetiap hari biasanya program radio memiliki jingle khusus , karena harus mampu menciptakan suatu posisi yang bagus untuk menempatkan dan memilih jingle yang tepat sesuai dengan programnya. Disini kita juga harus mengatur cara penempatan berbicara seorang penyiar yang hanya 5 menit dengan musik. Biasanya kalau lagunya agak sedikit lama dan panjang biasanya penyiar harus menjembatani musik tersebut dengan berbicara hanya 10 sampai 30 detik saja.**

1. ***Features***

**Gambaran yang biasanya bisa di berikan oleh stasiun radio tersebut agar berbeda dengan jenis stasiun radio lainya. Biasanya ini bisa di tampilkan pada acara atau program yang khusus saja.**

1. ***Call Letters***

**Biasanya saluran komunikasinya menggunakan alat telekomunikasi yang berupa telepon ataupun media online. Karena kita ketahui saat ini pengguna media online sudah sangatlah banyak, apalagi dengan berbagai macam kemudah – mudahanya yang ditawarkan saat ini.biasanya penyiar menyebutkan panggilan – panggilan masuk tersebut kepada pendengar, agar mereka mengetahui siapa saja yang mendengarkan program dari acara tersebut dan pendengar pun bisa langsung me respon apapun yangnberkaitan dengan program tersebut.**

**Unsur-unsur yang ada di Program *The Dandees Prambors*. (2010:21)**

**2.6.2 Format Program Siaran**

Program siaran adalah aktivitas yang terdiri dari informasi informasi dan komersial, yang berupa musik dan siaran kata yang disajikan oleh penyiar dimana penyusunan dan pelaksanaannya di usahakan untuk mengingatkan jumlah peralihan dari sisi target pendnegar dalam memenuhi kebutuhan akan informasi atau pemasangan iklan dan membuat pendengar tetap mendengarnya siaran anda dan sesering mungkin. Menurut **Wahyudi** dengan bukunya yang berjudul **Dasar-dasar Manajemen Penyiaran** menyatakan Bahwa:

**Format setiap stasiun dapat menjadi ciri khas dari satu radio. Ini juga dapat menentukan khalayak atau siapa pendengar radio yang bersnagkutan. Format adlah kemasan yang mengemas program pagi siang, sore malam dan dini hari. (1994:21-22)**

Semua hal itu diformulasikan dalam cara siaran minggu, halaman dan tahunan. Format dapat dibentuk melalui musik artinya pilihan terhadap satu jenis musik tertentu menjadi ciri dari sebuah satsiun radio. Penyelenggaraan siaran harus dpat melihat dan mengambil peluang-peluang yang memungkinkan suatu format berkembang, kesalahan dalam menentukan format dapat berakibat fatal. Program radio adalah rangkaian acara radio sepanjang hari, program ini dikelompokan menjadi beberapa bagian waktu. Acra-acara yang telah direproduksiakn selanjutnya di distribusikan ke program waktu yang mengisi jam siar yang tersedia, pendistribusian tersebut meliputi beberapa kali. Satu acara akan diselenggarakan atau disebut duarasi, sedangkan intensitas jika ditempatkan pada pengaturan waktu maka didalamnya terdpat frekuensi yang ditentukan.

* 1. **Penyiar Radio**

**2.7.1 Pengertian Penyiar**

**Efendy** mengemukakan dalam bukunya **Radio Siaran Teori dan Praktek** bahwa didalam menjadi seorang penyiar haruslah memiliki:

1. **Komunikasi gagasan (Communication of Ideas)**
2. **Komunikasi Kepribadian (Projection of Personality)**
3. **Proyeksi Kepribadian (Project of Personality) yang mencakup : keaslian, kelincahan, keramhan-tamahan, dan kesanggupan menyelesaikan diri.**
4. **Pengucapan (Pronounciation)**
5. **Kontrol Suara (Voice Control) yang mengucapkan: pola titik nada (pitch), kerasnya sura (loudness), tempo (time) dan kadar suara (quality). (1990:07)**

**2.7.2 Tugas Penyiar**

Didalam tugasnya penyiar haruslah mengikuti prosedur dan proses siaran. Hal ini demikian merupakan konsekuensi dari peranan seorang penyiar. Melihat dari tugas seorang penyiar di atas bhawa tugas seorang penyiar ini tidaklah mudah. **Stokknik** pun dalam bukunya berjudul **Penyiar Radio Profesional**, menyatakan bahwa kriteria seorang penyiar adalah:

1. **Selalu in the mood, melupakan persoalan pribadi selama siaran berlangsung**
2. **Bisa mnegatur waktu ketika siaran berlangsung**
3. **Mudah menyesuaikan diri untuk berganti dari suatu subjek yang lain**
4. **Mampu mempengaruhi orang untuk mendengarkan atau memiliki autoritas**
5. **Memiliki identitas diri. (1997:26-27)**

Jadi berdasarkan pengertian diatas, bahwa seorang penyiar profesioanl di

dalam melaksanakan tugasnya tidak boleh mencampur adukan masalah pribadi

dengan pekerjaan, karena hal itu terjadi maka akan sanagt mempengaruhi seksi

kedalam jalannya proses siaran, hal itu juga akan sanagt mempengaruhi kepada

khalayak.

**2.8 Pengertian Informasi**

**Davis** sebagai mana di dalam bukunya yang dikutip kembali oleh Siahaan

dalam bukunya **Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya** menyatakan bahwa:

**Informasi adalah data yang diproses menjadi bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu dan untuk keputusan masa mendatang. (1991:129)**

Suatu informasi merupakan bahan produk dalam komunikasi, informasi bukanlah hanya prihal fakta maupun kebenaran, melainkan lebih luas lagi tentang scope. Proses dan pengumpulan informasi itu sendiri pada prinsipnya dapat dikatakan informasi itu adalah segala sesuatu tentang alam yang maha luas ini. Termasuk dengan terjadinya suatu peristiwa yang sedang terjadi didalamnya. Informasi ini ahrus dicapai, dikumpulkan diseleksi dan diolah menjadi informasi olahan (isi pesan) sesuai dengan fngsi dan tugas ilmu terapan itu melalui proses intelektual dan selanjutnya disajikan kepada khalayak.

**2.9 Pengetahuan**

Pengetahuan ialah segala sesuatu yang diketahui oleh manusia. Adapun definisi dari pengetahuan menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi**, adalah sebagai berikut :

**Pengetahuan adala jiwa (mind) yang menjadi alat utamanya, bukan alat indra. Jiwa menafsirkan pengalaman inderawi secara aktif menciptakan, mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsikan dan mencari makna (2004;26)**

Berdasarkan pengertian di atas bahwa dengan meneggunakan kekuatan pemikiran setiap manusia bisa mendapatkan pengetahuan sesuai dengan kebutuhan dan kemauan yang dibutuhkannya, melalui panca indera.

**2.10 Hubungan Antara Teori Uses and Gratification dengan Fungsi Program**

**Salam Karimun Dalam Meningkatkan Pengetahuan Khalayak di Radio Azam Fm Kabupaten Karimun**

Berdasarkan perkembangan sejarah teori *Uses & Gratifications* di atas, menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat digunakan untuk melihat kepuasan seseorang terhadap sebuah program di dalam media massa pilihannya. Dalam penelitian ini media massa yang diteliti adalah radio. Radio merupakan salah satu media massa yang masih bertahan di zaman ini dan masih diminati oleh masyarakat.

Kaitan teori *Uses and Gratifications* yang diperkuat oleh pakar **Blumler, Gurevitch dan Katz** ini menyatakan :

**Bahwa pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam proses komunikasi yang terjadi serta berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya( 2003:56)**

Kompetisi media massa yang berlangsung begitu ketatnya, membuat khalayak harus memilih sendiri terhadap media massa mana yang akan mereka pakai. Media massa harus berlomba untuk menyajikan segala sesuatu yang sesuai

dengan kebutuhan khalayak, dan pada akhirnya akan memilih media massa mana

yang dapat memenuhi kebutuhannya. Model ini terdiri dari anteseden, motif, pengunaan media dan efek. Hubungan antara teori Uses and Gratification dengan penilitian ini anatara lain:

**Anteseden** dalam penelitian ini yaitu data demografis program acara ”Salam Karimun” terdapat penyiar yang terdiri dari jenis kelamin, usia, organisasi, system sosial, dan struktur sosial. Hal ini disebakan penyiar dalam meningkatkan informasi kepada pendnegar sanagat dipengaruhi dari seberapa jauh kedewasaan yang dimiliki oleh penyiar dalam menyampaikan informasi kepada pendengar.

**Motif** dalam penelitian ini yaitu dikaitkan dengan tujuan dari program acara ”Salam Karimun” itu sendiri yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi yang disajikan kepada pendengar, sehingga pengetahuan pendnengar akan informasi mengenai kejadian-kejadian terkini diseputar kabupaten karimun dapat meningkat.

**Pengunaan Media** yaitu bahwa setiap manusia memiliki pemenuhan hasrat dan keinginannya, maka mereka mencari sarana untuk dapat memenuhi segala kebutuhan mereka. Dan dalam kaitan ini mereka menggunakan media massa elektronik yaitu radio dan tentunya dengan melihat isi dari media tersebut. Pengunaan media ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan kepuasan akan informasi yang mereka cari baik itu kebutuhan untuk pribadi, hiburan ataupun dalam lingkungan sosialnya.

**Efek** yaitu dalam poin efek ini maka kita dapat menyimpulkan bahwa sebuah efek

positif yaitu adanya peningkatan pengetahuan pendengar akan informasi dan keinginan pendengar untuk ikut berinteraksi dalam program acara ”Salam Karimun” sehingga menyebabkan program acara ini menjadi program yang diminati oleh pendengar setianya.