

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Apa definisi dari kata "komunikasi" jawaban atas pertanyaan ini amat beraneka ragam. Oleh karena itu, kesepakatan dalam mendefinisikan istilah komunikasi merupakan langkah awal memperbaiki pemahaman atas fenomena yang rumit ini. Sebagai langkah awal para pakar telah mengupayakan mendefinisikan komunikasi. Komunikasi menurut Carl I. Hovland, "Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain".¹³ Komunikasi menurut Theodornoson, 1969 "memberi batasan lingkup komunikasi berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seorang atau kelompok kepada yang lain terutama melalui simbol-simbol".¹⁴

Menurut Berelson dan Steiner, "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lain-lain".¹⁵

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi itu adalah proses pertukaran pesan atau informasi yang dilakukan antara individu-individu dengan menggunakan simbol-simbol yang sudah disetujui terlebih dahulu.

¹³ Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. (2002:4)

¹⁴ Soehoet, A.M Hoeta. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yayasan Kampus Tercinta – IISIP. (2002:6)

¹⁵ Soehoet, A.M Hoeta. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yayasan Kampus Tercinta – IISIP. (2002:9)

2. Fungsi Komunikasi

Mudjito dalam Teknik Komunikasi menyatakan bahwa fungsi komunikasi itu adalah:

1. Komunikasi merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggotanya dalam suatu organisasi.
3. Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi.¹⁶

Berdasarkan penjelasan dari pakar komunikasi di atas tersebut dapat dikatakan fungsi komunikasi adalah alat dalam proses penyampaian segala macam pesan ataupun informasi dalam setiap sistem sosial, antar individu maupun organisasi dalam mencapai tujuan tertentu. Sehingga komunikasi memegang peranan penting dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuan.

3. Unsur Komunikasi

Menurut Lasswell definisi komunikasi secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan – pertanyaan berikut ini, “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”,¹⁷

Berdasarkan definisi dari Lasswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: Pertama, *who* sebagai

¹⁶ H.A.W Widjaja. *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. (2002 : 25)

¹⁷ Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. (2002:62)

sumber (*source*). Sumber merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

Kedua, *Says What* sebagai pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan non verbal yang mewakili perasaan.

Ketiga, *In Which Channel* sebagai saluran atau media, yaitu alat atau sarana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran tersebut bisa berupa saluran verbal atau saluran non verbal.

Keempat, *With What Effect* sebagai efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Misalnya perubahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), dan sebagainya.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia yang bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi. Pada dekade sebelum abad ke-20, alat-alat mekanik yang menyertai lahirnya komunikasi massa adalah alat-alat percetakan yang menghasilkan surat kabar, buku-buku, majalah, brosur dan materi cetakan lain. Gejala ini makin meluas pada dasawarsa pertama abad ke-20, ketika film dan radio mulai digunakan secara luas, kemudian disusul televisi pada dekade berikutnya. Kini kita sudah memasuki era telekomunikasi dengan digunakannya sistem satelit luar angkasa dan jaringan komputer¹⁸.

¹⁸ H.A.W Widjaja. *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. (2002 : 55)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagian atau sejumlah besar dari peralatan mekanik itu dikenal sebagai alat-alat komunikasi massa atau lebih populer dengan nama media massa, yang meliputi semua (alat-alat) saluran, ketika narasumber (komunikator) mampu mencapai jumlah penerima (komunikasikan, *audience*) yang luas serta secara serentak dengan kecepatan yang relatif tinggi.¹⁹

Komunikasi massa sangat efisien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audiensinya tak terbatas. Namun dalam komunikasi massa umpan balik relatif tidak ada atau bersifat tunda. Komunikator cenderung sulit mengetahui umpan balik komunikasikan dengan segera. Untuk mengetahuinya, biasanya harus dilakukan survei atau penelitian.

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihnya dan efeknya terhadap mereka.

Definisi komunikasi massa menurut Bittner dalam bukunya “*Mass Communication: An Introduction*” menyatakan “Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”. Definisi tersebut memberikan batasan pada komponen-komponen pesan, media massa dan khalayak.

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr, dalam bukunya *Communication Theories; Origins; Methods, and Uses in The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Uchjana sebagai berikut; “Komunikasi massa adalah sebagian ketrampilan, sebagian seni dan sebagian

¹⁹ Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. (2001:188)

ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik – teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi. Mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketika mewawancara adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan – tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip – prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik”.²⁰

Definisi dari komunikasi massa dari Severin dan Tankard begitu jelas karena disertai dengan contoh penerapannya. Dan dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan komunikasi massa harus memiliki tiga unsur penting yaitu keterampilan, seni, dan ilmu yang sudah menjadi satu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan.

b. Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Menurut Charles R. Wright, Komunikasi Massa mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

I. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga.

Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, tetapi kumpulan orang-orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud di sini adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio dan televisi, studio film, penerbit buku atau majalah.

²⁰ Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung. (2000:54)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikator dalam komunikasi massa itu lembaga disebabkan elemen utama komunikasi massa itu adalah media massa. Dengan demikian, komunikator dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya punya ciri sebagai berikut:

- a) Kumpulan individu-individu
- b) Dalam komunikasi individu –individu itu terbatasi perannya dengan system dalam media massa
- c) Pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat
- d) Apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.

2. Komunikasikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Untuk memetakan secara jelas mengapa komunikasikan dalam komunikasi massa itu heterogen bisa dimulai dengan menjadi pernyataan sebagai berikut: Siapa penonton televisi, siapa pembaca surat kabar, siapa pendengar radio dan pengguna internet.²¹

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik *audience*/komunikasikan sebagai berikut:

- a) *Audience* dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
- b) Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Disamping itu, antar individu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.

²¹ H.A.W Widjaja. *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. (2002 : 65)

c) Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal. Jadi semakin jelas sifat heterogen yang melekat pada diri komunikan.

3. Pesannya Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditunjukkan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditunjukkan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khususnya di sini, artinya pesan itu memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya berlangsung satu arah

Jika dalam komunikasi massa ada komunikasi dua arah, maka sebisa mungkin komunikan tersebut harus terlibat dalam proses komunikasi dua arah itu. Padahal sulit bukan? Oleh karena itu, ciri komunikasi dalam komunikasi massa tetap harus dikatakan berjalan satu arah saja.²²

Dari penjabaran ciri-ciri komunikasi massa diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah hanya satu orang saja melainkan banyak orang yang tergabung dalam suatu lembaga tersistem. Penerima pesan atau komunikan di komunikasi massa bukan juga hanya terdiri dari satu kelompok, suku, agama, ras, usia, dan golongan saja tetapi bermacam-macam perbedaan. Demikian pula dengan pesan – pesan dalam komunikasi massa bukan ditujukan untuk satu orang atau satu kelompok dan golongan tertentu, akan tetapi pesan tersebut disampaikan dalam rangka menyangkut kepentingan orang banyak. Komunikasi yang terjadi dalam komunikasi massa berlangsung satu arah,

²² Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. (2002:7)

karena itu komunikasi tidak bisa memberikan timbal balik secara langsung kepada komunikatornya.

c. Unsur Komunikasi Massa

Unsur-unsur yang terkandung dalam komunikasi massa tidak jauh berbeda dengan unsur-unsur komunikasi. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa komunikator dalam komunikasi massa merupakan suatu organisasi bukan perseorangan, jadi yang membedakan disini adalah dalam komunikasi massa setiap informasi yang akan disampaikan, sebelum sampai ke khalayak (komunikas) terlebih dulu diseleksi oleh penyeleksi informasi atau *gatekeeper* yang dimana adalah komunikator itu sendiri atau orang-orang yang berada dalam organisasi media massa tersebut.

Charles Wright menjabarkan apa-apa saja yang merupakan unsur dalam komunikasi massa, yaitu²³:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang menggunakan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi dapat ditangkap dengan cepat oleh publik. Komunikator dalam komunikasi massa berusaha untuk menyebarkan informasi, pemahaman, wawasan dan solusi-solusi dengan masyarakat luas yang tersebar dimana-mana dan tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka. Dengan kata lain komunikator mencoba untuk berkomunikasi yang ditujukan pada masyarakat yang relatif lebih luas, sifatnya heterogen dan anonim, pesan-pesanya disamakan secara umum, menjangkau khalayak luas secara serempak dan bersifat serentak.

²³ H.A.W Widjaja. *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. (2002 : 67)

Komunikator berada pada suatu organisasi yang kompleks dan menggunakan biaya besar untuk menyusun dan mengirim pesan. Disisi lain komunikator juga mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu. Sebagai contoh dapat dilihat dari seorang komunikator dalam media massa, komunikator dalam media massa bekerja pada sebuah organisasi yang kompleks dan mengandung suatu pembagian kerja yang ekstensif dan menggunakan biaya tertentu bersamaan dengan pekerjaan tersebut.

2. Media Massa

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dibedakan menjadi dua macam, yaitu media cetak (misalnya surat kabar dan majalah) dan media elektronik (misalnya radio dan televisi).

Dengan demikian media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan diakses secara masal pula. Media massa mempunyai paradigma sebagai *agen of change* (pelopor perubahan), untuk itulah media massa berperan untuk²⁴:

- a) Media massa berperan sebagai media edukasi yang senantiasa mendidik masyarakat supaya cerdas dan menjadi masyarakat yang maju.
- b) Media massa berperan untuk menyampaikan informasi pada masyarakat.
- c) Media massa berperan sebagai media hiburan. Selain itu media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang menjadi corong kebudayaan.

²⁴ H.A.W Widjaja. *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. (2002 : 75)

3. Informasi Massa

Informasi massa merupakan pesan atau informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara masal. Komunikasi massa adalah komunikasi umum dan bukan bersifat pribadi, pesan yang disampaikan bukan ditujukan kepada satu orang saja karena isinya bersifat terbuka bagi seluruh masyarakat. Pesan dalam komunikasi massa berjalan secara cepat dan selintas. Dikatakan cepat karena pesan yang disampaikan kepada khalayak penerima relatif singkat atau bahkan dengan segera. Sedangkan dikatakan selintas karena pesan yang dikomunikasikan biasanya dibuat agar dapat dikonsumsi dengan segera dan bukan untuk diingat.

4. Gatekeeper

Gatekeeper adalah penyeleksi informasi. Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa komunikasi massa di jalankan dalam suatu organisasi media massa, maka orang-orang yang berada dalam organisasi tersebut yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan maupun yang tidak disiarkan. Mereka juga memiliki kewenangan untuk memperluas dan membatasi informasi yang akan disiarkan.

5. Khalayak

Khalayak adalah massa penerima informasi yang disebarkan oleh media massa. Mereka terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa. Komunikasi massa ditujukan pada khalayak luas yang heterogen dan anonim. Bersifat heterogen karena pesan atau informasi yang disampaikan terbuka untuk umum dan tidak diarahkan kepada kelas-kelas tertentu saja yang ada dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat. Sedangkan bersifat anonim karena anggota-anggota khalayak secara individual tidak dikenal atau diketahui oleh komunikatornya.

6. Umpan balik

Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya bersifat tertunda, hal tersebut berbeda dengan umpan balik pada komunikasi tatap muka yang bersifat langsung. Namun dengan seiring perkembangan teknologi maka umpan balik yang bersifat tertunda pada komunikasi massa sudah ditinggalkan.²⁵

5. Teknologi Komunikasi

Perkembangan teknologi komunikasi mempengaruhi perubahan perilaku, cara hidup, cara bermasyarakat dan nilai-nilai. Perubahan ini memang terpengaruh oleh negara-negara yang telah maju dan berkembang. Pengaruh ini sepertinya tidak dapat dihindarkan tanpa memperhatikan batas-batas suatu Negara.

Aliran gelombang ini oleh beberapa pakar disebut bermacam-macam, seperti Gelombang Ketiga (Alvin Toffler), revolusi teknologi, revolusi komunikasi, revolusi pengetahuan, revolusi informasi yang akan membawa “masyarakat pasca industri” atau “masyarakat informasi, era informasi dan abad informasi.

Istilah “revolusi” bukan hanya mencangkup alat-alat baru yang canggih, tetapi menyangkut teknologi komunikasi, computer dan teknologi terkendali. Implikasi jangkauannya luas, bukan hanya terbatas pada komunikasi yang lebih cepat, cara kerja yang lebih mudah dan gaya yang lebih mewah, tetapi lebih jauh dapat mengubah masyarakat dan kebudayaannya.

²⁵Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. (2002:7)

Radio juga merupakan media massa yang mudah dan murah. Hanya dengan membeli perangkat radio tanpa harus membayar iuran, hiburan dan informasi bisa anda dapatkan. Hiburan berupa musik, info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, berita politik, ekonomi, kriminalitas, pengetahuan keagamaan, bahkan gosip artis bisa didengar dari malam subuh hingga tengah malam tiba.

1. Sejarah Singkat Perkembangan Radio Di Dunia

Sejarah radio dimulai pada tahun 1894 ketika Marchese Guglielmo Marconi membuat peralatan radio pertama yang dapat membunyikan bel dalam jarak sekitar 10 meter. Tahun 1899 Marconi sukses melakukan lintasan gelombang radio pertama antara Inggris dan Prancis. Tahun 1900 ilmuwan Amerika R.A Fressenden sukses mentransmisikan suara manusia melalui gelombang radio. Tahun 1903 Poulsen mamatenkan transmisi gelombang radio secara terus menerus dengan frekuensi 100 Khz dan dapat diterima sejauh kira – kira 241,41 km. Di Granz, Austria pada tahun 1904 transmisi musik melalui gelombang radio pertama dilakukan di dunia. Tahun 1905 siaran percobaan program radio musik dan suara dilakukan di Amerika Serikat. Tahun 1911 teknologi tuner radio mulai diperkenalkan. Tahun 1914 sirkuit pesawat penerima radio dipatenkan oleh Edwin Howard Armstrong. Tahun 1918 Armstrong mengembangkan pesawat penerima radio yang menjadi dasar bagi pesawat radio modern saat ini. Pada tahun 1919 gelombang SW (*short wave*) mulai diperkenalkan²⁷.

²⁷Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. (2002:67)

Dalam bidang teknologi, usaha untuk menyempurnakan radio siaran itu telah mencapai kemajuan pula. Profesor Edwin Howard Amstrong tahun 1933 memperkenalkan Sistem *Frequency Modulation* (FM) sebagai penyempurnaan dari *Amplitude Modulation* (AM) yang biasa digunakan dalam radio siaran.

Keuntungan FM dari AM menurut Profesor E. H. Amstrong dari Universitas Columbia ialah:

1. Dapat menghilangkan “*interference*” (gangguan, pencampuran) yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik.
2. Dapat menghilangkan *interference* yang disebabkan dua stasiun yang bekerja pada gelombang yang sama.
3. Dapat menyiarkan suara sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.

Tahun 1935 radio FM lahir dengan suara mono. Tahun 1952 Sony membuat miniatur transistor radio sehingga memungkinkan bentuk pesawat penerima radio menjadi lebih kecil. Tahun 1954 radio transistor pertama kali diperkenalkan di Jerman dan jumlah pesawat radio telah melebihi jumlah oplah media massa cetak. Tahun 1962 siaran radio di Amerika Serikat menggunakan teknologi stereo. Tahun 1993 siaran radio melalui internet mulai diperkenalkan dan diuji coba di AS.²⁸

2. Sejarah Perkembangan Radio di Era Reformasi

Tidak lama setelah jatuhnya kekuasaan rezim otoriter Orde Baru, yaitu ketika Soeharto mundur dari jabatan Presiden. Enam bulan kemudian keluar Surat Keputusan Menteri Penerangan No.134 / 1998 yang menghapus semua aturan

²⁸ Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS.(2004:3)

ketat materi siaran radio. Pada tahun 1999 Departemen Penerangan dilikuidasi oleh Presiden Abdurrachman Wahid dengan alasan penerangan adalah urusan masyarakat. Likuidasi ini otomatis mencabut semua kewenangan yang dimiliki oleh lembaga itu dalam UU No.24 / 1997 tentang penyiaran. Sejak itu dimulailah masa – masa kebebasan tanpa regulasi dalam dunia penyiaran. Pada masa tersebut jumlah stasiun radio, terutama radio komersil meningkat tajam. Tahun 1999 jumlah radio siaran swasta di Indonesia mencapai 915 buah. Tahun 2002 UU No.32/2002 disahkan, yang isinya memperkenalkan radio komunitas dan menandai berakhirnya dominasi kepemilikan radio oleh swasta komersial dan radio pemerintah. Total radio siaran kurang lebih menjadi 1200 buah.²⁹

3. Kelebihan dan Kekurangan Radio

a. Kelebihan Radio

Radio sebagai media massa tentu mempunyai kekuatan dan kelemahannya dalam fungsinya sebagai sarana/media penyampaian pesan atau informasi. Kekuatan yang dimiliki media radio mampu menarik khalayak untuk tetap mempercayakan media radio sebagai sarana informasi, hiburan, pendidikan dsb. Menurut Riswandi adapun kekuatan – kekuatan yang dimiliki media radio, antara lain:

a) Cepat dan langsung

Radio dapat menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh banyak seperti siaran televisi atau sajian media cetak. Cepat dalam arti, informasi yang disampaikan penyiar adalah kejadian yang terjadi saat itu juga atau beritanya adalah yang

²⁹ Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS.(2004:1)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersifat *up to date*. Langsung dalam arti, informasi yang diterima langsung sampai ke telinga pendengar saat itu juga tanpa melalui perantara.

b) Akrab / Dekat / Hangat

Radio adalah media komunikasi yang paling akrab dengan khalayaknya. Paduan kata – kata, musik dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Seolah – olah penyiar sedang berbicara dengan kita layaknya seorang teman yang akrab di mana pun kita berada.

c) Sederhana

Radio merupakan media yang tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar. Radio hanya membutuhkan penyiar, mikrofon, operator, dan reporter (jika perlu). Tidak seperti televisi yang membutuhkan penata lampu, penata rias, studio, dsb.

d) Tanpa Batas

Siaran radio menembus batas – batas geografis (jarak jangkauan siaran siaran radio), demografis (menembus gunung, lembah, bukit, dsb, karena menggunakan gelombang elektromagnetik), SARA (suku, agama, ras, antar golongan), dan kelas sosial (kaya, miskin, pelajar, petani, pedagang, dsb.)

e) Murah

Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar tidak dipungut biaya apapun untuk mendengarkan radio.

f) Fleksibel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain. Misalnya, sambil menyetir mobil, memasak, membaca buku, dsb.

g) Realitas

Radio menggiring pendengar ke dalam kenyataan dengan suara – suara aktual dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan.

h) Tempat Mendengarkan Musik

Radio sebagai media yang paling identik dengan musik. Tujuan utama orang mendengarkan radio umumnya adalah untuk mendengarkan musik.

i) Memberi kejutan

Radio memberi kejutan kepada pendengarnya melalui program-program yang disajikan. Misalnya, program musik, kita tidak akan tahu lagu-lagu apa saja yang akan diputarkan. Atau program *feature* membahas profil seorang artis, kita tidak tahu siapa artis yang profilnya akan dibahas sampai pada saatnya acara tersebut disiarkan.³⁰

b. Kekurangan Radio

Meskipun memiliki kelebihan-kelebihan dari media lainnya, tetapi tentu saja radio juga mempunyai kekurangan. Adapun kekurangan-kekurangan yang dimilikinya antara lain:

- a) Bersifat Auditif Radio hanya bersifat auditif yaitu hanya dapat didengar, karena itu isi siaran yang sampai di telinga pendengar hanya sepintas saja, sehingga mudah dilupakan.
- b) Mengandung Gangguan

³⁰ Riswandi. *Dasar – dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu. (2009:56)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gangguan yang dimaksud berupa gangguan teknis karena media radio melalui gelombang elektromagnetik yang bisa terpengaruh oleh kondisi geografis atau alam.

c) Tidak Dapat Diulang

Siaran radio tidak dapat diulang, tidak seperti media cetak yang dapat dibaca berulang-ulang.

d) Global

Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail. Oleh karena itu angka-angka pun dibulatkan. Misalkan ada berita tentang 253 orang karyawan pabrik sepatu di PHK secara sepihak' maka sang penyiar akan mengatakan "dua ratus orang lebih karyawan pabrik sepatu di PHK secara sepihak".

e) Batasan Waktu

Waktu siaran radio terbatas, umumnya siaran dibuka mulai pukul 05.00-24.00, maksimal 20 jam bila memungkinkan.

f) Beralur Linier

Program acara disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada (*rundown*). Tidak seperti koran atau majalah, pembaca bisa langsung ke halaman tengah atau terakhir sesuai yang diinginkan.³¹

Merujuk dari kelebihan dan kekurangan radio, seperti sudah dijelaskan diatas maka radio harus dikelola dengan baik agar pendengarnya bisa mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan.

³¹Riswandi. *Dasar – dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu. (2009:57)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Proses Produksi Acara Radio

a. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan awal sebelum melakukan proses produksi suatu acara radio. proses pra produksi antara lain:

1. Penentuan Tema

Penentuan tema merupakan bagian yang penting, karena biasanya hal inilah yang menentukan apakah pendengar tertarik atau tidak dengan acara tersebut. Tema berita yang ingin diangkat haruslah memiliki potensi untuk menarik perhatian pendengar, agar dapat terus mengikuti program yang disiarkan. Misalnya mengangkat tentang berita yang sedang hangat dibicarakan orang.

2. Mencari Narasumber

Memilih narasumber yang kompeten dan ahli di bidangnya yang relevan dengan topik yang dibahas. Contohnya topik kesehatan, biasanya narasumber datang dari kalangan dokter atau topik politik dengan narasumber dari praktisi politik atau pengamat politik.

3. Mengumpulkan data dan informasi

Untuk membantu penguasaan tema, kita harus mencari sumber informasi yang tepat. Sumber data dan informasi bisa didapatkan melalui surat kabar, internet, dokumen atau file, serta dapat pula dicari melalui kantor berita³².

4. Menentukan musik pendukung

³²Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. (2002:77)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menambah variasi dan menghilangkan kejenuhan pendengar, maka dipersiapkanlah musik pendukung. Musik disiapkan oleh seorang penyelia musik atau biasa disebut *music director*, yang bertugas dan bertanggung jawab menentukan konsep musik, baik musik latar belakang, ilustratif, maupun *sound effect*.

5. Penulisan Naskah

Menulis naskah merupakan tugas dari seorang *script writer*, yang menulis dan merancang naskah acara secara lengkap dan kreatif. *Script writer* menulis keseluruhan *rundown* acara sebagai acuan dalam proses produksi dan juga menulis teks yang dibacakan oleh penyiar.

b. Produksi

Produksi acara siaran radio merupakan proses produksi berdasarkan karakteristik radio guna meningkatkan mutu suatu produk acara radio, yaitu pesan dalam bentuk acara yang dipublikasikan melalui gelombang frekuensi yang dapat diterima pendengar. Dalam proses produksi suatu program, ada 2 cara yang bisa digunakan, yaitu³³:

1. *live* atau siaran langsung.

Suatu program yang disiarkan secara langsung, biasanya dimulai dan diakhiri sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Siaran langsung dapat diselenggarakan di dalam studio atau di luar studio, tergantung dari acara yang akan disiarkan secara langsung tersebut berada dimana. Misalnya acara tersebut adalah upacara pengibaran bendera tanggal 17 Agustus yang diadakan di halaman istana negara, maka kru studio akan menaruh studio mini atau *Outside*

³³Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. (2002:87)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Broadcasting Van (OB Van) disana. Artinya peralatan audio yang dibutuhkan dibawa di istana negara termasuk pesawat pemancar untuk mengirim sinyal acara ke stasiun induk untuk disebar luaskan ke seluruh wilayah jangkauan pemancar.

Pada siaran langsung peralatan yang dibawa minimal adalah *mic, mixer audio, amplifier, alat perekam tape recorder/kaset recorder, kaset player*, pesawat pemancar lengkap dengan antenanya dan peralatan pendukung seperti kabel power, kabel audio dan genset.

Prosesnya kurang lebih sebagai berikut : Reporter melaporkan apa yang dilihat dan jalannya upacara di depan *mic* yang dihubungkan ke *mixer*, pada *mixer* dicampur dengan suara musik perjuangan. Kemudian *output mixer* disalurkan ke *amplifier* untuk diperkuat dan disalurkan ke *tape recorder* untuk direkam dan ke pemancar untuk dipancarkan ke studio pusat melalui antena *directional* dan langsung diterima antena stasiun pusat dan diteruskan ke pemancar pusat untuk disiarkan secara luas³⁴.

2. *Taping* atau Rekaman

Siaran rekaman merupakan siaran yang proses produksinya dilakukan dahulu baru kemudian pada hari berikutnya disiarkan. Jadi proses produksinya dilakukan di studio rekaman sehingga dihasilkan produk penyimpanan audio seperti kaset, CD atau naskah. Untuk siaran rekaman peralatan yang tidak dibawa hanya pesawat pemancarnya karena akan disiarkan lain waktu. Prosesnya kurang lebih sama dengan siaran langsung tetapi hanya direkam di *tape recorder*, tidak dikirim ke pesawat pemancar. Hasil rekamannya akan dibawa ke studio untuk disempurnakan dan penyiarannya dilakukan dengan cara memutar kembali *tape*

³⁴Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. (2002:89)

hasil rekaman yang sudah disempurnakan dan output tape recordernya disalurkan ke pemancar untuk disalurkan secara luas.³⁵

Rekaman merupakan cara lain yang digunakan oleh radio dalam menyiarkan sebuah program. Suatu program yang dilakukan secara rekaman akan melalui proses editing terlebih dahulu sebelum akhirnya disiarkan.

c. Pasca Produksi

Tahap terakhir dalam proses produksi sebuah program acara adalah pasca produksi. Dalam tahap pasca produksi untuk proses produksi siaran langsung biasanya hanya terdiri dari evaluasi, lain halnya untuk proses produksi rekaman yang biasanya terdiri dari evaluasi dan editing.

Evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengukur dan mengetahui hasil dari kegiatan produksi yang telah dilakukan terkait dengan penyiaran. Evaluasi juga dijadikan bahan penilaian agar produksi untuk selanjutnya bisa dilakukan lebih baik lagi. Evaluasi terhadap kegiatan produksi dan penyelenggaraan acara siaran dilakukan dengan 3 cara, yakni:

1. Evaluasi kualitas produksi, evaluasi terhadap kualitas teknis yang dimaksudkan untuk mengukur kejernihan suara dan hal lain yang menyangkut teknis produksi atau penyajian oleh seorang penyiar. Evaluasi ini bisa juga untuk mengukur kinerja petugas atau penyelenggara acara siaran, apakah sudah sesuai dengan prinsip profesionalitas.
2. Evaluasi biaya produksi, untuk mengukur soal biaya apakah cukup efisien untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan produksi siaran.

³⁵ FR. Sri Sartono. *Modul Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1*. Jakarta. (2008:62)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Evaluasi khalayak, dilakukan untuk mengetahui sejauh mana jumlah khalayak yang mendengarkan serta bagaimana reaksinya terhadap suatu acara siaran. Evaluasi dapat dilakukan dengan cara sederhana, yaitu:

- a) Menghimpun atensi, berupa surat tanggapan maupun telepon dari pendengar
- b) Diskusi dengan kelompok khusus dengan cara mengundang atau mendatangi kelompok – kelompok masyarakat untuk mengetahui reaksi dan keinginannya terhadap suatu siaran
- c) Dapat pula dilihat pada partisipasi pendengar dalam sebuah acara, melalui surat berisi jawaban kuis, telepon interaktif, sms pada acara request lagu dan dari hubungan via telepon dengan pendengar.³⁶

Selanjutnya tahap editing, Editing biasanya dilakukan dilakukan dengan cara memotong dialog yang tidak diperlukan untuk disiarkan. Setelah semua dialog yang tidak diperlukan sudah diedit, berikutnya diberi *sound effect*. Hal ini diperlukan untuk mengatasi latar belakang suara yang patah – patah sebagai hasil editing. Secara umum *sound effect* meliputi: *Background Sound*, misalnya suara angin, air, burung agar mampu memberi kesan tertentu bagi pendengar. *Hard Effect*, meliputi suara keras seperti ledakan senjata, tabrakan mobil, buka/tutup pintu. Folley, yaitu merekayasa suara dengan cara tertentu agar menyerupai suara yang diinginkan, seperti suara langkah kaki. Musik ilustrasi, biasanya diambil dari

³⁶ FR. Sri Sartono. *Modul Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1*. Jakarta. (2008:110)

musik – musik instrumen. Setelah kedua hal ini selesai dilakukan maka acara siap untuk disiarkan.³⁷

C. Kajian Terdahulu

Dalam judul penelitian yang penulis ambil sebelumnya terdapat kesamaan dengan judul yaitu “Proses Produksi Acara Sehat Islami Di Radio *Islamic Center* FM Klaten” atas nama M. Arofik Susanto, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2010. Kemudian penelitian kedua yang berjudul “Proses Produksi Berita Buletin Sore Di Radio Pop FM Kudus” atas nama M. Agus Mustoffa, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2010.

Sedangkan dalam penelitian penulis mengambil judul “Proses Produksi Program Mingguan Chart CBS top 40 *Count down* di Radio CBS 101 FM Pekanbaru”. Banyak perbedaan terdapat dalam penelitian ini salah satunya penelitian ini lebih bertumpu pada program mingguan top 40 di radio.

D. Kerangka Pikir

Dari latar belakang dan kajian teori. Maka penulis dalam hal ini meneruskan kerangka pikir yang efisien dan berguna sebagai tolak ukur dalam penelitian ini, menghindari kesalah pahaman dalam melanjutkan ke jenjang skripsi dan memudahkan dalam memahami penelitian ini. Beberapa indikator-indikator proses produksi program *Chart Cbs Top 40 Countdown* sebagai berikut:

³⁷ FR. Sri Sartono. *Modul Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1*. Jakarta. (2008:171)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Penulisan *script*

Penulisan *script* ini berguna untuk bahan penyampaian saat *announcer* on-air dalam program *Chart CBS top 40 Count down*, berdasarkan musisi yang serta lagu yang ada pada list top 40 saat ini.

2. Menyiapkan lagu top 40

Menyiapkan lagu top 40 dari nomor 40 hingga 1 berdasarkan list saat ini.

3. Menyiapkan *Rundown*

Announcer menyiapkan *rundown* program *Chart CBS top 40 count down* dari nomor 40 hingga 1 dengan tambahan *jingle* untuk setiap lagunya.

4. *Talk Opening Chart CBS Top 40 Count Down*

Dalam hal ini, *announcer* melakukan opening dan say hai kepada pendengar dan memberikan *review* tentang *Chart CBS Top 40 Count Down* minggu lalu.

5. *Talk Isi Chart Cbs Top 40 Count Down*

Proses ini dimana *announcer* membahas tentang tangga lagu top 40 beserta info musisi dan lagunya secara mendetail.

6. *Talk Closing Chart CBS Top 40 Count down*

Announcer memberikan *review* ulang *Chart Top 40 Count Down* hari secara singkat serta berpamitan kepada pendengar³⁸.

³⁸FR. Sri Sartono. *Modul Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1*. Jakarta. (2008:173)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Radio CBS

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian³⁹

³⁹ FR. Sri Sartono. *Modul Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1*. Jakarta. (2008:175)