

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Disini maksudnya sama dalam makna. Jadi, apabila ada dua orang yang terlibat percakapan atau komunikasi, maka komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna mengenai yang di percakapkan. (Onong Uchjana Effendi, *ilmu komunikasi teori dan praktek*.2003:10)

Harold Lasswell menyatakan paradigma dalam berkomunikasi secara efektif adalah : *who say what in which channel to whom with what effect ?*. Paradigma Lasswell ini apabila dijabarkan memiliki 5 unsur penting dalam suatu komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, efek. Berdasarkan paradigma tersebut disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (effendi, onong uchjana. 2003)

Berdasarkan paradigma Lasswell, proses komunikasi dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

- a. Proses komunikasi primer: proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator terhadap komunikan (Effendy, Onong Uchjana:2003)
- b. Proses komunikasi secara sekunder: proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, Onong Uchjana.2003)

2.1.1. Jenis Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan manusia atau kelompok.

Jenis komunikasi tersebut adalah:

1. komunikasi verbal, komunikasi yang menggunakan kata-kata
2. komunikasi non verbal atau disebut dengan bahasa tubuh

Aspek-aspek dari komunikasi verbal adalah:

- a. *Vocabulary* (perbendaharaan kata-kata). Olah kata merupakan hal yang diperlukan dan sangat penting dalam komunikasi. Oleh karena itu, gunakanlah kata-kata yang mudah dimengerti.

- b. *Racing* (kecepatan). Kecepatan dalam berbicara mempengaruhi efektif atau tidak dalam penyampaian pesan dalam komunikasi. Oleh karena itu pesan harus disampaikan dengan tidak terlalu cepat ataupun tidak terlalu lambat.
- c. Intonasi suara. Intonasi yang berbeda akan berpengaruh terhadap makna dalam pesan itu sendiri, oleh karena itu gunakanlah intonasi yang tepat dengan makna pesannya.
- d. Humor. Dengan tertawa kita bisa menghilangkan stress dan nyeri karena tertawa memiliki hubungan antara psikis dan fisik.
- e. Singkat dan jelas. Penyampaian pesan dalam komunikasi akan lebih efektif jika pesan yang ingin disampaikan itu singkat dan jelas serta langsung ke pokok permasalahan.
- f. *Timing* (waktu yang tepat). Apabila seseorang bersedia untuk berkomunikasi, artinya ia dapat menyediakan waktu untuk mendengar atau memperhatikan apa yang disampaikan.

Sedangkan yang termasuk dalam komunikasi *non-verbal* adalah:

- a. Ekspresi wajah itu merupakan cerminan suasana emosi seseorang sehingga hal ini merupakan sumber yang sarat akan komunikasi *non-verbal*.
- b. Kontak mata adalah sinyal alamiah yang dikirimkan untuk berkomunikasi. Melalui kontak mata selama berinteraksi menandakan orang tersebut terlibat komunikasi yang bukan hanya mendengarkan namun juga memperhatikan.

- c. Sentuhan bersifat spontan dan merupakan komunikasi personal. Pesan seperti kasih sayang dan simpati dapat dilakukan melalui sentuhan.
- d. Postur tubuh dan gaya berjalan. Postur tubuh dan gaya berjalan seseorang mencerminkan emosi, konsep diri, dan tingkat kesehatannya.
- e. *Sound* (Suara). Tangisan ataupun tarikan nafas panjang merupakan salah satu bentuk komunikasi. Dengan tangisan ataupun tarikan nafas panjang kita dapat mengerti apa yang sedang dirasakan oleh orang lain.
- f. Gerak isyarat dapat mempertegas komunikasi. Sebagai contoh, orang yang mengetuk-ngetukkan kaki atau tangan dapat menunjukkan bahwa orang tersebut sedang berada dalam tekanan dan berupaya ingin menghilangkan stress yang dirasakannya.

2.1.2. Ragam Tingkatan Komunikasi

Ragam ingkatan komunikasi secara umum adalah :

1. Komunkasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*), yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang merupakan pross pengolahan informasi melalui panca indera dan *system* syaraf manusia.
2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*), yaitu komunikasi yang dilakukan seseorang dengan yang lain yang komunikasinya bersifat pribadi. Dalam komunikasi ini, jumlah pelaku

yang terlibat pada dasarnya lebih dari dua orang selama pesan disampaikan bersifat pribadi.

3. Komunikasi kelompok (*Group Communication*), yaitu komunikasi yang berlangsung antara anggota suatu kelompok. Michael Burgoon dan Michael Ruffner memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka yang dikehendaki sebagai pemecahan masalah atau berbagi informasi sehingga anggota kelompok dapat menimbulkan karakteristik pribadi anggotanya.
4. Komunikasi Organisasi (*Organization Communication*) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005:52)
5. Komunikasi Massa (*Mass Communication*) merupakan suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah besar *audience* yang tersebar, heterogen dan *anonymous* melalui media massa baik cetak maupun elektronik sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan serentak.

2.2. Komunikasi Massa

Berkomunikasi tidak hanya dilakukan oleh dua orang atau beberapa orang, namun komunikasi juga dilakukan dengan sekelompok orang yang berjumlah jauh lebih banyak. Komunikasi ini disebut dengan komunikasi massa,

dimana pesan disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada komunikan yang banyak jumlahnya dan belum tentu saling mengenal dengan menggunakan media tertentu.

Sama seperti yang diungkapkan Friedson, komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. (Ardianti, Elvinaro, dan Lukiati Kumala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, penerbit Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2005). Populasi yang dimaksudkan adalah khalayak yang banyak dan tersebar.

Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan secara melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan di sebuah lapangan besar dan disampaikan kepada khalayak yang berjumlah puluhan ribu sekalipun, jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk komunikasi massa adalah radio siaran, televisi, surat kabar, dan majalah serta film (ardianto & erdinaya, 2005 : 3).

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Gerbner (1967) yaitu: *“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”* (Jalaluddin, 2003: 188)

Gerbner berpendapat bahwa komunikasi massa adalah suatu produksi dan distribusi pesan yang terus menerus dalam masyarakat industri yang berlandaskan teknologi dan lembaga. Disini tergambar bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, bulanan. Dan proses produksi tidak bisa dilakukan perseorangan melainkan oleh suatu lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Dalam defenisi Meletzke, komunikasi diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar (Rakhmat, 2003: 188), dalam teori ini maksudnya adalah komunikasi merupakan alat penyebar informasi yang bersifat satu arah dan bisa diterima oleh masyarakat yang tersebar, tersebar ini maksudnya adalah bersifat luas dan melebar secara geografis.

Selain itu, komunikasi massa bersifat *anonim* dan *heterogen*. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (*anonim*), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi (Ardianto *et al*, 2007: 103) .

Ada alasan orang-orang menggunakan media: (1) saya ingin mengamati apa yang sedang pemerintah kerjakan; (2) saya ingin mengamati apa yang terjadi di dunia; (3) saya ingin mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh para pimpinan partai. Alasan-alasan inilah yang merupakan bentuk *current-events* (peristiwa-peristiwa terkini) dari kepuasan kognitif mereka (Ardianto *et al*, 2007: 103).

2.2.1. Karakteristik komunikasi massa

Karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan.

Cirri pertama dalam komunikasi massa adalah komunikator, tentunya menggunakan media massa bagi cetak maupun elektronik. Dan ini melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Bersifat umum.

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang tetapi tidak ditujukan untuk suatu kelompok tertentu.

3. Komunikannya *anonym* dan *heterogen*.

Dalam media massa komunikasi bersifat *anonym* dan heterogen dikarenakan berkomunikasi menggunakan media massa dan tidak bertatap muka. Dan juga bersifat heterogen yang artinya berasal dari lapisan masyarakat yang berbeda usia, jenis kelamin, pendidikan, latar budaya, agama, tingkat ekonomi.

4. Media massa menimbulkan keserampakan.

Salah satu kelebihan dari komunikasi massa adalah bersifat serempak. Artinya khalayak relatif banyak dan tidak terbatas. Dan komunikan mendapat pesan dari media massa secara serempak dan mendapatkan pesan yang sama.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan.

Yang terpenting dari komunikasi massa adalah isi pesan itu sendiri, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan *system* tertentu yang disesuaikan dengan karakteristik media massa yang digunakan.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah.

Salah satu cirri dari komunikasi massa adalah bersifat satu arah, karena melalui media massa komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung.

7. Stimulasi alat indra terbatas.

Pada komunikasi massa stimulasi alat indra terbatas tergantung dari jenis media massa yang digunakan. Misalnya majalah dan Koran maka hanya bisa melihat tulisan ,apabila radio hanya bersifat *auditif*, dan televsi *audio visual*.

8. Umpan balik tertunda (*delayed*)

Apabila kita menggunakan media massa, umpan balik akan tertunda , kita tidak bisa melihat langsung respon dari khalayak karena disampaikan melalui media massa.

2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa

Dominick menyatakan fungsi komunikasi massa terdiri dari *surveillance*

(pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan) (Ardianto *et al*, 2007: 14)

Menurut Joseph A Devito (Ardianto *et al*, 2007: 14) fungsi komunikasi massa secara khusus ada lima adalah :

1. Fungsi komunikasi massa secara umum antara lain memberikan hiburan kepada khalayaknya. Namun ada fungsi yang tidak kalah penting dari media massa yaitu fungsi meyakinkan atau persuasi. Persuasi bisa datang dari bentuk, yaitu:
 - a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.
 - b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang
 - c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan
 - d. Memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.

2. Fungsi Menganugerahkan Status

Penganugerahan status (*status conferral*) terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu hingga *prestise* (gengsi) mereka meningkat.

3. Fungsi Membius (*Narcotization*)

Salah satu fungsi media massa yang paling menarik dan paling banyak dilupakan adalah fungsi membiusnya (*narcotization*). Intinya berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil.

4. Fungsi Menciptakan Rasa Kebersatuan

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak disadari oleh kita semua adalah kemampuannya untuk membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok.

5. Fungsi Privatisasi

Privatisasi adalah kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunia sendiri.

Ada beberapa fungsi komunikasi massa diantaranya adalah: (Wiryanto, 2004: 10)

1. Mengibur

Media memberikan hiburan kepada khalayak luas dan mendapatkan banyak pengiklan yang mau mengiklankan produknya.

2. Memberi Informasi

Media memberikan informasi kepada khalayak baik berupa pengetahuan tentang musik, film, seni, psikologi, maupun ekonomi.

3. Membius

Media menyajikan tentang informasi suatu penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil, sebagai akibat pemirsa terbius atau terpengaruh kedalam keadaan secara tidak aktif

2.3. Media Massa

Media massa adalah alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada

kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, *internet*, dan lain-lain. (Wiryanto, 2000: 11-12)

Menurut Denis McQuail (2000), media massa adalah media yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*university of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini (Denis, 2000: 4)

Media massa dapat menjadi akses instan untuk menjadi dikenal di masyarakat luas, karena media massa bersifat besar dan luas, ini menjadi salah satu kekuatan media massa yang banyak digunakan oleh orang yang mungkin menginginkan popularitas, serta media massa membuat kehidupan pribadi orang yang telah dikenal menjadi konsumsi publik, ini dikarenakan sudah menjadi kebutuhan masyarakat. Media massa membantu masyarakat dalam mengetahui dunia luar yang mungkin belum diketahui sebelumnya, ini membuat masyarakat tahu akan peristiwa sekitar dan membuka wawasan bagi siapa saja yang menggunakannya.

Secara umum saluran komunikasi dibedakan atas saluran media massa (*Mass Media Channels*) dan saluran antarpribadi (*Interpersonal Channels*). Saluran media massa seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya yang memungkinkan suatu sumber terjadi dari seseorang/beberapa orang untuk menjangkau khalayak yang banyak.

Menurut Zulkarimein Nasution (2004: 2.10) manfaat Media Massa adalah:

1. Menjangkau satau khalayak yang luas dan cepat.
2. Menciptakan pengetahuan dan penyebaran informasi.
3. Mengarahkan perubahan pada sikap yang di anut.

2.3.1. Jenis-Jenis Media Massa

Media massa terbagi atas 2 jenis, yaitu media cetak dan media elektronik.

1. Media Cetak

Media cetak adalah suatu media statis yang mengutamakan fungsinya sebagai media penyapaian informasi. Maka media cetak terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau oto dalam tata warna dan halaman putih, dengan fungsi utama untuk memberikan informasi atau menghibur. Media cetak juga adalah suatu dokumen atas segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya. (Ardianto , *et al* 2009: 99).

2. Media Elektronik

Media elektronik merupakan media komunikasi atau media massa yang menggunakan alat-alat elektronik (mekanis), media elektronik kini terdiri dari : (Deddy Iskandar, 2005: 4) , diantaranya adalah :

1. Radio

Radio adalah media massa elektronik tertua dan paling fleksibel. Keunggulan radio siaran ini adalah berada dimana saja, apabila surat kabar memperoleh julukan sebagai kekuatan keempat, maka radio siaran mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*. Hal ini disebabkan karena radio siaran juga dapat melakukan fungsi control sosial seperti surat kabar, di samping empat fungsi lainnya, yaitu memberi informasi, menghibur, mendidik, dan melakukan persuasi.

2. Film

Motion pictures atau film adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi, dan film *video laser* setiap minggunya. (Warren K. Agee., Phillip H Ault & Edwin Emery, 2001: 364)

3. Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang memiliki arti masing-masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Pada dasarnya media televisi lahir karena perkembangan teknologi. Peletak dasar utama teknologi pertelevisian adalah Paul Nipkow dari Jerman yang dilakukannya pada tahun 1884. Ia kemudian menemukan sebuah alat yang kemudian disebut sebagai *Jantra Nipkow* atau *Nipkow Scheibe*. Penemuannya tersebut melahirkan *electrische teleskop* atau televisi elektrik.

4. Internet

Secara harfiah, internet (kependekan dari *interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian. Manakala Internet

(huruf 'T' besar) ialah sistem komputer umum, yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Jumlah pengguna Internet yang besar dan semakin berkembang, telah mewujudkan budaya internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu, dan pandangan dunia. Dengan hanya berpandukan mesin pencari seperti "Google", pengguna di seluruh dunia mempunyai akses internet yang mudah atas bermacam-macam informasi. Dibanding dengan buku dan perpustakaan, Internet melambangkan penyebaran (*decentralization*) informasi dan data secara ekstrim. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Internet>, selasa.24.10.11, pukul 13:50 WIB)

2.3.2. Efek Media Massa

Pendapat McLuhan "*The medium is the message*" menjelaskan bahwa bentuk media saja sudah mempengaruhi kita. Dia berpendapat bahwa media adalah perluasan dari alat indra manusia; telepon adalah perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Efek dari menggunakan media massa salah satunya adalah hilangnya perasaan tidak enak dan tumbuhnya perasaan tertentu pada media massa. Biasanya banyak orang yang menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan dasar psikologis manusia. Dan sering terjadi juga orang menggunakan media massa untuk mengatasi perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa, bosan, suntuk, butuh hiburan dan lain-lain, efeknya pun tidak hanya menghilangkan perasaan, tetapi juga menumbuhkan

perasaan tertentu. Kita jadi memiliki perasaan positif atau negatif pada media tertentu.

2.4. Radio

Sebelum tahun 1950-an ketika televisi menjadi sorotan banyak perhatian dari masyarakat, dan banyak yang memperkirakan bahwa radio diambang kematian. Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Keunggulan radio dibanding media massa lainnya adalah berada dimana saja, dan radio memiliki kemampuan menjual khalayak kepada pengiklan yang mana produknya dirancang khusus untuk khalayak tertentu. Radio siaran (*radio broadcast*) ialah salah satu aspek dari komunikasi massa. Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah sebanyak mungkin mampu mewartakan kebutuhan dan kepentingan pendengarnya.

Sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio merupakan media *auditif* (hanya bisa didengar), murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi sebab sebagai media yang buta, radio melakukan stimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara melalui telinga pendengarnya.

Radio juga termasuk salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat auditif yang dibagi dalam tiga golongan, yaitu swasta, publik dan komunitas. Adapun karakteristik radio adalah sebagai berikut (Effendi, 1993 : 139) :

a) Radio siaran bersifat langsung

Makna langsung sebagai sifat radio siaran adalah bahwa suatu pesan yang akan disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit.

b) Radio siaran menembus jarak dan rintangan bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan seorang penyiar, pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak. Bagi radio tiada pula jarak ruang, sebarang jauhnya sasaran yang dituju radio dapat mencapainya. Daerah-daerah yang terbatas oleh gunung, lembah, padang pasir, ataupun samudra sekalipun tidak menjadi suatu halangan bagi siaran radio. Suatu pesan yang disiarkan dari suatu tempat di suatu negara dapat disampaikan secara seketika di tempat lain, Negara lain dan benua lain.

c) Radio siaran mengandung daya tarik faktor ketiga yang menyebabkan radio menyebabkan dijuluki sebagai kekuasaan kelima adalah daya tarik yang dimilikinya.

Sebelum pesawat televisi muncul sebagai pelengkap rumah tangga, sekitar tahun limapuluh-an, pada waktu itu hanya terdapat dua jenis media massa yaitu surat kabar atau majalah dan radio. Radio mempunyai unsur daya tarik tersendiri karena ada tiga hal yang menyebabkannya demikian, antara lain :

1) Kata-kata lisan (*spoken words*) : kata-kata lisan yang teratur dan menciptakan imajinasi membuat radio unggul daripada majalah karena khalayak seakan bisa merasakan apa yang seorang penyiar katakan.

2) Musik (*music*) : musik yang sudah menjadi kebutuhan khalayak menjadi salah satu kekuatan radio untuk tetap mendapatkan pendengar setianya.

3) Efek suara (*sound efek*) : efek suara yang digunakan menjadikan imajinasi khalayak lebih berasa seperti nyata, misalnya efek suara keramaian ,atau suara binatang, itu bisa digunakan para penyiar untuk menyampaikan suatu topik yang berhubungan dengan *sound effect* tersebut.

Berkaitan dengan ketiga hal diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kata-kata lisan dapat membangun efek *theatre of mind*. radio hanya menampilkan suara, bisa menumbuhkan akibat lain bagi pendengarnya, yaitu imajinasi. Imajinasi yang biasanya muncul di benak pendengar adalah permainan *sound effect* yang bisa menciptakan suasana visual pendengarnya. Selain itu pengaturan musik pada siaran radio diharapkan dapat lebih memikat pendengarnya mengingat radio adalah media selintas dengar maka penyampaian informasinya harus banyak menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarnya. Bahkan penggunaan bahasa ilmiah harus segera diikuti bahasa awam.

Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, walaupun ada lambang-lambang nonverbal yang digunakan jumlahnya sangat minim, misalnya tanda dan waktu pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegraf atau bunyi salah satu alat musik. Dengan dihiasi musik dan didukung dengan efek suara yang menarik maka kemasan acara yang disajikan oleh radio menjadi lebih menarik dan radio terkesan menjadi lebih hidup.

2.4.1. Kekuatan dan Kelemahan Radio.

Radio juga memiliki kelebihan, yaitu

1. Lambang komunikasi radio bersifat *auditif*, karenanya radio tidak menuntut pasarnya untuk memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan sekedar kemampuan mendengar.
2. Radio mempunyai kemampuan daya tangkap yang tinggi, meskipun pesawatnya berukuran kecil, serta harganya relatif murah. Sehingga orang dapat membawanya kemana-mana, mendengarnya dimana-mana. Jadi siapa saja, kapan saja, dimana saja, mengenai apa saja, orang bisa mendengarkan acara siaran radio. karenanya pemakaian radio telah memasyarakat, mulai dari kalangan paling bawah hingga kalangan tingkat atas.
3. Penggunaan radio amat praktis, hanya tinggal memutar *tuning* pengubah gelombang dan mencari siaran yang memenuhi seleranya.
4. Ketika mendengarkan radio, seseorang dapat sambil mengerjakan aktivitas lainnya.
5. Radio memiliki kelebihan dalam kecepatan menyampaikan pesan dibanding media massa lain seperti Televisi, Surat Kabar. Pesan yang disampaikan melalui radio akan sampai ke pendengar sesaat setelah diudarakan, secara serentak pada waktu bersamaan diberbagai penjuru.

Namun demikian radio juga mempunyai banyak kelemahan, diantaranya yaitu :

- a. Radio sangat sulit menyiarkan acara-acara yang beragam. Hal ini terjadi karena alat pendengaran manusia lebih rendah daya tangkapnya daripada alat penglihatan.
- b. Radio kurang efektif untuk mempengaruhi sikap pendengar. Proses pengaruhnya sangat lambat.

2.4.2. Format musik

Berikut ini merupakan format musik yang lahir di Amerika yang dikenal sebagai pusat perkembangan radio dunia, antara lain :

Active Rock

Seringkali digunakan oleh radio yang menyiarkan lagu-lagu rock yang hingar bingar seperti “*hard rock*”, “*metal*”, dan “*heavy metal*”.

Adult Album Alternative (AAA)

Format radio yang sebagian besar siarannya memainkan musik-musik masa kini yang lebih diperuntukkan untuk memenuhi selera pendengar dewasa dibandingkan remaja. Meskipun memiliki cakupan pilihan jenis lagu yang lebih luas, namun format AAA sangat bergantung pada lagu *single* dan album yang dirilis, mengingat tidak semua lagu yang dirilis diperuntukkan oleh pendengar dewasa. Jenis lagu yang biasa diputar

adalah jenis *rock*, *folk-rock*, *country-rock*, *blues*, *folk*, and *world music*. Lagu jenis *adult-oriented rock* pada radio AAA disebut sebagai “*Progressive Rock*”, sama seperti sebutan bagi lagu-lagu *rock* di era 70an.

Adult Alternative

Format digunakan bagi radio yang hanya memainkan lagu-lagu hit saat ini, dengan sasaran pendengar dewasa. Jenis lagu yang diputar adalah racikan lagu *rock*, *pop*, *country-rock*, *folk-rock*, dan *blues*. Di New York tidak ada radio dengan format ini.

Adult Contemporary (AC)

Adalah format radio yang memainkan lagu *pop* dan *rock* yang dirilis dalam kurun waktu 15 hingga 20 tahun terakhir, diperuntukkan bagi seluruh khalayak pendengaran, khususnya bagi mereka yang tidak hanya tertarik mendengarkan lagu-lagu terkini. Susunan lagu pada radio dengan format AC lebih banyak memutar lagu-lagu yang mapan / *established* serta tidak terlalu banyak memutar lagu-lagu yang terlalu lama dan *hits* terkini.

Album Oriented Rock (AOR)

Format ini digunakan oleh sejumlah radio yang ingin tampil beda dibandingkan dengan radio berformat top 40 dimasa lalu, yang hanya memainkan lagu-lagu *single* terbaru. Radio dengan format AOR berkembang antar akhir tahun 60an dan 80an, seiring dengan masa kejayaan format lagu *rock*.

Alternative Rock

Radio yang lebih banyak memutar lagu-lagu *rock* yang lahir dari band-band grunge di *seattle* pada akhir tahun 80an, hingga lagu-lagu *punk/new wave* akhir 70an, daripada lagu-lagu “*classic*” rock era 60an dan 70an. Radio dengan format ini memanjakan target pendengar remaja dengan pilihan lagu *single* terkini dan album-album populer. Banyak radio dan band dengan aliran *modern rock* bahkan *hard rock* yang berkembang menjadi *alternative rock* di pertengahan 90an. Masa ini dikenal sebagai masa kejayaan format *alternative rock*.

Americana

Radio yang memainkan lagu-lagu masa kini dari jenis *country-rock*, *folk-rock*, *blues*, dan berbagai aliran musik khas Amerika dengan pangsa pendengar dewasa.

Classic Rock

Radio yang menyiarkan lagu-lagu rock yang dirilis sepanjang tahun 60an, 70an, dan 80an. Format siaran ini adalah format album *oriented rock* pada masanya (dengan pilihan lagu yang lebih terbatas) dan lebih ditujukan bagi pendengar dewasa dibandingkan remaja. Sejumlah radio dengan format ini memainkan lagu-lagu terbaru dengan jumlah yang terbatas.

Contemporary Hit Radio (CHR)

Format ini memainkan banyak lagu-lagu populer terkini, baik yang berupa *single* maupun album. Dalam format ini, yang dikategorikan sebagai “*terkini*” adalah lagu-

lagu yang dirilis dalam satu tahun terakhir. Dengan demikian, CHR lebih tepat disebut sebagai *Current Hit Radio*. Ditahun 50an sampai 80an format ini dikenal sebagai format top 40. Radio dengan format CHR biasanya menyusun lagu berdasarkan *survey* perusahaan rekaman, permintaan pendengar dan sejumlah lagu kenamaan seperti Billboard Hot 100. Pada bulan Desember 1998, tangga lagu Billboard Hot 100 mulai memasukkan lagu *single* dan mulai lebih mempertimbangkan frekuensi penyaran dibandingkan angka penjualan dalam menentukan peringkat sebuah lagu.

Kesimpulannya, tangga lagu *Billboard Hot 100* dihitung berdasarkan sering tidaknya sebuah lagu diputar di radio CHR, radio CHR mempertimbangkan susunan lagunya dengan melihat tangga lagu *Billboards Hot 100*. Radio CHR berkonsentrasi pada jenis musik yang spesifik seperti rock atau urban, atau jenis **Rock/Pop/Dance** atau **R&B/Rap/Dance**. Radio CHR bisa saja menyiarkan sejumlah *hits* yang dirilis sepanjang 10 hingga 15 tahun terakhir, terutama jika kekurangan pasokan lagu—lagu terkini.

Dance

Radio yang memutar lagu-lagu, entah baru atau tidak, yang bisa digunakan untuk menari / *dancing*. Pada mulanya, music jenis ini dikenal sebagai musik *disco*. Radio yang sering memutar musik *dance* terkini juga dikenal sebagai “*CHR-Rhythmic*”, sedangkan radio yang menyiarkan lagu-lagu *dance* yang dirilis dalam 2 dekade terakhir dikenal sebagai “*Rhythmic AC*”.

Ethnic / International

Radio yang banyak memutar acara-acara musikal, baik tradisional maupun jenis lagu yang populer dikalangan etnik, bangsa atau daerah tertentu dengan target siaran yang ditujukan bagi pendengar yang ada dalam kelompok ataupun daerah tertentu.

Hot Adult Contemporary (Hot AC)

Radio yang menyiarkan lagu-lagu pop komersial dan *rock* yang dirilis 15 hingga 20 tahun terakhir, dan dikemas rancak dibandingkan radio *Adult Contemporary* pada umumnya. *Hot AC* mengarah kepada pendengar secara umum, yang tidak terlalu berkeinginan mendengarkan lagu-lagu baru. Definisi lain dari “*Hot Adult Contemporary*” di industri radio adalah radio *Adult Contemporary* yang menyiarkan banyak lagu-lagu *new rock/pop*. Tidak ada aturan pasti mengenai berapa banyak jumlah lagu baru yang harus diputar untuk menentukan apakah sebuah radio termasuk dalam kategori “*CHR*” atau “*Hot AC*”.

Lite Adult Contemporary (Lite AC)

Adalah radio dengan format lagu populer dan *rock* ringan yang dirilis sepanjang 15 hingga 20 tahun terakhir. Format ini adalah format “*Easy Listening*” yang tak pernah mati.

Modern Rock

Radio yang menyiarkan musik *rock* terkini yang dibawakan oleh artis yang terkenal dalam kurun waktu 5 hingga 10 tahun terakhir. Racikan musiknya adalah perpaduan *rock* dengan *alternative rock*.

Oldies

Format yang menyiarkan lagu pop, rock, dan *rock 'n' roll* yang diproduksi antara 1955-1975. Istilah yang lebih tepat untuk format *Oldies* adalah *Golden Hits*, karena lagu-lagu tersebut dirilis pada masa keemasan industry music dunia. Lagu-lagu yang diputar bervariasi, antara lagu tahun 50an, 60an, 70an, bahkan ada yang memutar lagu-lagu tahun 80an. jenis musiknya pun beragam ada "*rock oldies*", hingga r&b oldies. Format yang sempat populer di Amerika pada tahun 90an adalah "*Jammin Oldies*" yang berisi lagu-lagu r&b oldies dari akhir tahun 60an hingga 70an.

Personality

Adalah program atau format siaran yang mengandalkan keberhasilan pada *personality* penyiar atau pembawa acara untuk menghibur pendengar, entah dengan menggunakan humor, parodi, atau komentar-komentar menggelitik terhadap masalah aktual yang sedang terjadi. Program acara *personality*, juga bisa berisi lagu, wawancara dan berbagai pernik acara lainnya.

Rock

Radio yang memainkan lagu rock, entah *single* ataupun album. Dengan berbagai keanekaragaman aliran rock saat ini, lagu-lagu yang diputar radio ini bisa berasal dari berbagai aliran musik rock.

Rock AC

Radio yang menyiarkan lagu rock yang diproduksi antara 15 hingga 20 tahun terakhir dan tujuan bagi pecinta lagu rock yang tidak terlalu menginginkan untuk mendengarkan lagu terbaru. Radio dengan format ini juga sering disebut sebagai “*rock hits*”, yang juga menyajikan lagu-lagu “*classic rock*” dan beberapa lagu baru dalam siaran mereka. Ada juga format yang disebut “*Jack*”, dimana dalam siarannya radio tersebut menyisipkan lagu-lagu pop diantara lagu-lagu *rock hits* yang mereka putar.

Smooth Jazz

Radio yang menyiarkan lagu-lagu pop ringan yang memiliki sentuhan “*Jazzy*”, didesain untuk membangun suasana hati pendengarnya. “*smooth jazz*” seringkali memutar lagu-lagu dengan tempo medium, atau *hip hop*. Format ini kadang juga bisa disebut sebagai *New Adult Contemporary*, atau “*NAC*”.

Standards/Big Band

Radio yang menyiarkan musik-musik yang dimainkan oleh Big Bands pada akhir tahun 30an hingga 40an, lagu-lagu yang dinyanyikan oleh penyanyi yang diiringi big band pada tahun 40an hingga 50an, dan/atau lagu-lagu dengan model yang serupa

namun dimainkan oleh band masa kini. Format yang ditujukan bagi pendengar dewasa ini, kadang juga disebut sebagai format nostalgia. Sejumlah radio juga memutar lagu-lagu *non pop rock* yang dirilis dalam kurun waktu 60 tahun terakhir.

Talk

Adalah format atau program acara yang sebagian besar berisikan diskusi yang dipandu oleh pembawa acara atau penyiar mengenai peristiwa aktual atau topik-topik lainnya. Biasanya program perbincangan dilakukan dengan mengundang tamu ke studio atau melakukan pembicaraan dengan narasumber atau pendengar melalui telpon. Pembicaraan bisa berasal dari berbagai latar belakang keahlian. Kesehatan, pengobatan, politik, dan masalah keuangan biasanya menjadi topik yang populer.

Urban

Radio atau acara radio yang memutar lagu-lagu seperti *rap, hip-hop, r&b, and soul*, atau yang dikenal dengan musik *rhythm & blues* beberapa dekade yang lalu. Lagu yang di putar oleh radio Urban, sangat tergantung pada usia sebagian besar target pendengar. Ada juga radio Urban dengan target pendengar dewasa, yang menyiarkan lagu-lagu *soul* dan *r&b* yang diproduksi lebih dari 20 tahun lalu dan dikenal sebagai “*Urban AC*”.

World Music

Acara radio yang memutar lagu-lagu yang mengangkat berbagai bentuk musik dari berbagai daerah didunia, meskipun belum tentu dimainkan oleh musisi dari daerah

yang bersangkutan atau semata-mata ditujukan untuk pendengar yang berasal dari daerah tersebut.

Format Musik Lainnya

Masih banyak format musik lain yang populer, termasuk *Jazz*, *Classical*, *Spanish*, dan *Country*. Di sejumlah wilayah di Amerika, jenis-jenis musik tersebut sudah termasuk sebagai sub kategori format-format siaran di atas.

(<http://www.nyradioguide.com/formats.htm>)

2.4.3. Elemen Program Radio

Menurut Michael C.Keith dalam bukunya “*The radio station*” menyatakan bahwa ada 11 elemen dalam suatu program radio (Keith, Michael 2010 : 98-99) yaitu

Music

Merupakan elemen utama dalam merancang program acara di radio. Musik akan diputar sesuai dengan format radio tertentu, dan music adalah salah satu elemen terpenting dalam suatu program.

Berita atau Informasi

Biasanya berita disiarkan pada jam *prime time*. Pada radio dengan format CHR atau TOP 40 biasanya berita akan dibawakan secara humoris yang bersifat

menghibur, sehingga menjadi sajian berita yang bersifat *infotainment*.

Gaya Siaran (announcing / air personality)

Air personality dari seorang penyiar sangat mendukung dalam perencanaan program radio. Bahkan dalam suatu program ada yang mengandalkan *air personality* seorang penyiar untuk mendongkrak *rating* tersebut.

Public Affairs

Hubungan antara *audiens* dengan penyiar radio akan menjadi hal yang sangat menguntungkan karena adanya perasaan dekat dari *audiens*. Dan banyak juga radio yang mengadakan kegiatan yang bersumber dari *audiensnya* (*public affairs*).

Weather atau Traffic

Informasi mengenai cuaca atau lalu lintas adalah informasi yang dibutuhkan oleh *audiens* saat ini.

Spot (promo & commercial)

Pemasangan *spot* promosi (*radio expose*) maupun *spot commercial* akan mempengaruhi pula program yang dibuat. Durasi iklan, pemilihan tema, pemilihan musik, pemilihan *voice over*, penempatan iklan akan disesuaikan dengan format *station* dan programnya.

Sport

Berita mengenai dunia olah raga biasanya ikut menghiasi elemen program radio, biasanya meliputi sepak bola, balap mobil, tennis, dan masih banyak lagi.

Kontes dan promosi

Kuis dalam program radio merupakan salah satu acara yang ditunggu pendengar. tetapi acara ini harus menyesuaikan pula dengan format dan program acaranya.

Jingle

Jingle atau *smash* merupakan salah satu *Id's station* yang menentukan positioning radio yang dikehendaki. Durasi *jingle* yang pendek dengan memuat informasi frekuensi dan nama radio, akan selalu mengingatkan pendengar pada radio yang sedang didengarkan saat itu.

Features

Feature harus dirancang untuk mencerminkan format *station*.

Call station / call letters

Di Indonesia dikenal dengan istilah *call sign* yang terdiri dari huruf dan angka yang sulit di ingat, sehingga di Indonesia jarang di pergunakan. Untuk memudahkan, biasanya yang disebut pada saat siaran adalah *call station* nya.

Call letter sendiri dipergunakan di Amerika dengan kode berupa huruf dan biasanya di jadikan *merk* dagang dari radio tersebut.

2.5. Program Sequence

Di dalam dunia radio masa kini kebanyakan radio-radio membuat program radio kurang lebih bersifat panjang dan juga regular (senin-jumat).” *a sequence or strip program is the lengthy slot - generally between two and four hours - often daily, such as the morning show or drive-time, using music with a wide audience appeal, and with an emphasis on the presentation*” (Mcleish, Robert 2005 : 171) dari pendapat Robert Mcleish diatas Program yang bersifat regular ini disebut program sequence dan biasanya berdurasi 2 sampai 4 jam. Biasanya program ini seperti program Morning-drive di pagi hari menggunakan musik dengan daya tarik khalayak luas, dan dengan penekanan pada presentasi . Dengan tipe program seperti ini diharuskan adanya pemograman yang baik agar acara yang berlangsung selama 4 jam itu tidak membosankan.

“The program must be *new* in the sense that it must have fresh and updated content and contain the element of surprise. The program becomes boring when its content is too predictable, yet it fails if its structure is obscure. It is not enough simply to offer the advice 'keep the format consistent but vary the content'. Certainly, this is important, but there must be consistencies too in the intellectual level and emotional appeal of the material “ (Mcleish, Robert 2005 : 171) yang apabila diartikan adalah program harus baru dalam arti bahwa ia harus memiliki konten segar dan diperbarui dan mengandung elemen kejutan. Program ini menjadi

membosankan ketika isinya terlalu mudah ditebak, namun gagal jika strukturnya tidak jelas. Tidaklah cukup hanya untuk menawarkan nasihat 'menjaga format yang konsisten tetapi bervariasi isi'. Tentu saja, ini penting, tetapi harus ada konsistensi juga di tingkat intelektual dan daya tarik emosional material.

Untuk menjaga konsistensi Program beberapa faktor harus tetap konstan. Yang harus diperhatikan dalam program sequence adalah Judul Program, Nama Dan Gelombang Tune/ Signature Tune, Waktu transmisi, Presenter, Gaya Siaran, informasi konten, Struktur Program yang jelas dan yang terakhir Program yang beragam.

2.6. Program evaluation/ evaluasi program

Untuk meningkatkan mutu suatu program sudah menjadi tugas dari produser yang mengevaluasi program yang bersifat regular, ini sangat *krusial* sekali demi keberlangsungan umur suatu program di radio tertentu.

Menurut Robert Mclesih untuk mengevaluasi program, terdapat 3 *point* penting (Mleish, Robert 2005 : 300) yaitu :

Evaluasi Produksi dan kualitas

Dalam evaluasi produksi ada beberapa hal yang harus di evaluasi, yaitu

- a. Teknis : memastikan dan mengevaluasi *standart* dari alat-alat operasional *on air*. Kualitas suara, tidak ada distorsi, kendala alat, *software* dan segala sesuatu yang bersifat teknis

operasional.

- b. Tujuan program : mengetahui tujuan utama dari program ini dibuat. Memastikan bahwa suatu program masih dalam suatu tujuan yang telah ditetapkan, untuk siapa program dibuat, dan program itu harus di formulasikan agar tepat sasaran dan mempunyai target yang spesifik, apa yang suatu program berikan untuk pendengar.
- c. Evaluasi professional dari konten dan format : mengevaluasi karakter penyiar, standarisasi seorang penyiar, apakah komunikatif ? *review* program, pengembangan program, ide baru, pemecahan masalah dari suatu program tersebut

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam evaluasi kualitas program :

- a. Kepantasan : Cara bertutur dan berkomunikasi, apakah pantas untuk target audience berdasarkan pendidikan ,latar belakang social dan budaya dari pendengar.
- b. Kreatifitas : Evaluasi tentang kreativitas program yang *original*, apakah program benar-benar baru dan *fresh* dan pengembangan program tersebut.
- c. Akurasi : bukan hanya kebenaran yang disampaikan ,tetapi apakah suatu isu dibahas secara *fair* dengan memandang

dari sudut pandang yang berbeda

- d. Kualitas : membahas tentang kualitas program dan standarisasi dalam membawakan program.
- e. Holistik : Sebuah program berkualitas yang dipahami oleh rasa, tetapi harus menarik untuk indera lainnya sehingga menimbulkan bangkitnya emosi yang lebih dalam.
- f. Teknis : Sebuah aspek kualitas terletak pada inovasi teknis, yang berani - baik dalam metode produksi atau cara di mana penonton terlibat.
- g. Tambahan pengetahuan pribadi : Apakah efek keseluruhan dari program untuk memperkaya pengalaman pendengar, untuk menambahkan ke dalam beberapa cara daripada meninggalkan tersentuh - atau lebih buruk untuk menurunkan atau mengurangi itu? Hasil akhir mungkin telah memberikan kesenangan, untuk menambah pengetahuan, untuk memprovokasi atau tantangan.
- h. hubungan pribadi : Apakah suatu program menciptakan rasa kedekatan antara pendengar dan pembuat program tersebut.

Evaluasi pendengar

Dalam evaluasi pendengar baiknya radio melakukan riset apakah pendengar suka dengan program yang sudah disajikan, bagaimana respon mereka terhadap program yang telah dibuat, caranya bisa membuat *questioner* ataupun menelfon pendengar untuk menanyakan tanggapan

terhadap program yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kualitas program.

Cost evaluation

Seberapa besar program radio memerlukan biaya , mulai dari gaji hingga segala sesuatu yang berhubungan dengan program tersebut.