

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada penelitian ini penulis mengambil judul “ Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia Surakarta Untuk Menjangkau Perdesaan Melalui Program siaran Pedesaan” berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini yaitu :

Penelitian Cindy Desinta A (2015) dengan Judul “ Peran Radio Republik Indonesia Jember dalam Penyampaian Informasi, Pelayanan Edukasi dan Pemberdayaan Masyarakat”. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa acara RRI dibandingkan dengan beberapa mata acara di stasiun radio lainnya, yang nampak sekali bahwa RRI lebih mengedepankan nilai informasi dan edukasi juga disertai unsur hiburan dalam menyampaikan materi acaranya.

Persamaan pada penelitian ini yaitu juga meneliti di RRI Pro 1, sedangkan perbedaan pada penelitian terletak di pembahasan dan lokasi penelitian, Cindy Desinta A melakukan Penelitian di RRI pro 1 Jember, sedangkan penulis melakukan penelitian di RRI pro 1 Surakarta

Penelitian Moh. Jamma Ghofir (2017) dengan judul “Format Program Siaran Titian Illahi Pro 1 FM Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Dalam Meningkatkan Syiar Islam”. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk Format program siaran Titian Illahi pro 1 RRI Makassar ini secara umum meliputi dakwah bil lisan dan dakwah bil qolam, dikemas dalam bentuk format program siaran radio live yaitu dialog interaktif. Program siaran ini berupa siaran radio di studio dan siaran radio dari masjid ke masjid. Untuk melancarkan misi

dakwah program Titian Illahi, pihak RRI melakukan kerja sama dengan institusi seperti universitas-universitas yang berbasis islam, serta kementerian agama dan pemerintah kota makassar. Narasumber yang dihadirkan oleh RRI Makassar sendiri merupakan ustadz-ustadz yang sangat berkompeten dibidangnya. Persamaan pada penelitian ini juga membahas tentang format siaran radio RRI dan jenis penelitian yang digunakan juga deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaan pada penelitian ini Moh.Jamma Ghofir membahas tentang format siaran dakwah Titian Illahi di RRI Pro 1 Makassar, sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang format siaran RRI Pro 1 Surakarta.

Penelitian Kunti Wulan Sari (2018) dengan judul “Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang”. Hasil dari penelitian ini adalah program *Ngudi Kaswargan* menggunakan beberapa strategi untuk menyampaikan pesan dakwahnya, yaitu menentukan jadwal siaran serta memahami sasaran dakwah, menentukan metode dakwah yang digunakan, membuat langkah-langkah pelaksanaan dakwah dan terakhir melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan dakwah dalam program *Ngudi Kaswargan*.

Persamaan pada penelitian ini juga membahas tentang Strategi penyiaran RRI. Namun, untuk perbedaan pada penelitian ini yaitu Kunti Wulan Sari (2018) membahas tentang strategi dakwah dalam program *ngundi kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang, sedangkan penulis membahas tentang strategi penyiaran Radio Republik Indonesia untuk menjangkau masyarakat Pedesaan melalui program siaran Perdesaan. Lalu perbedaan lainnya adalah RRI Pro 4 Semarang merupakan stasiun radio tipe B sedangkan RRI Pro 1 Surakarta adalah stasiun radio tipe C.

Penelitian Wardana Ariftama (2021) dengan judul “ Strategi RRI Pro 2 Surakarta Dalam Menarik Minat Pendengar Muda” Hasil dari penelitian ini adalah bahwa RRI pro 2 Surakarta untuk membangun strategi dalam menarik minat pendengar

Persamaan pada penelitian ini juga membahas tentang Strategi penyiaran RRI. Namun, untuk perbedaan pada penelitian ini yaitu wardana ariftama (2018) membahas tentang Strategi RRI Pro 2 Dalam Menarik Minat Pendengar, sedangkan penulis membahas tentang strategi penyiaran Radio Republik Indonesia untuk menjangkau masyarakat Pedesaan melalui program siaran Perdesaan . Lalu, perbedaan lainnya adalah RRI Pro 2 Surakarta sedangkan penulis RRI Pro 1 Surakarta

## **2.2 Kerangka Teori**

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berpikirnya dalam menyusun secara sistematis teori-teori yang mendukung permasalahan penelitian. Menurut Kerlinger, teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2004). Teori berguna menjadi titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroiti masalah. Fungsi teori sendiri adalah untuk menerangkan, meramalkan, memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta yang ada secara sistematis (Effendy, 2004) Untuk memberikan kejelasan pada penelitian ini, penulis menjabarkan beberapa kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian ini. Teori yang akan digunakan adalah teori komunikasi massa, serta radio sebagai media massa

### **2.2.1 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa diadopsi dari istilah Bahasa Inggris yaitu mass communication disingkat dari mass media communication (komunikasi media massa) yaitu komunikasi massa merupakan sebuah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dimana memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas. Dimana khalayak tersebut bersifat heterogen, tersebar dan anonim pesan yang disampaikan diterima oleh khalayak secara serentak (Erdinaya,2004)

Dennis Mcquail mengatakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan sebuah organisasi, formal. Komunikasi massa menciptakan pengaruh secara luas dalam waktu singkat kepada banyak orang serentak (McQuail,2011)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi dengan menggunakan media massa. Massa di sini adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antara sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktural tertentu. Menurut Gerbner 1967 seorang ahli komunikasi *“mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”*

Dari berbagai sumber yang ada, dapat di simpulkan, komunikasi masa merupakan proses penyampaian informasi atau pesan yang serentak untuk masyarakat luas.

#### **A. Ciri ciri Komunikasi Massa**

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lain, komunikasi massa memiliki ciri tersendiri yakni :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang tetapi kumpulan orang artinya gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama yang lain dalam sebuah lembaga yang dimaksud disini menyerupai sistem
2. Komunikasi bersifat heterogen komunikator dalam komunikasi massa sifatnya heterogen komunikator dalam komunikasi massa sifatnya heterogen komunikator dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam artinya khalayaknya beragam dari segi pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan, maupun agama atau kepercayaan
3. Pesannya bersifat umum pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu pesan yang dikemukakan tidak boleh bersifat khusus

4. Komunikasinya berlangsung satu arah komunikasi hanya berlangsung satu arah yakni media massa ke komunikasi dan tidak terjadi sebaliknya. Komunikasi tidak bisa langsung memberikan respon atau umpan balik (*feedback*) kepada komunikatornya kalauun bisa sifatnya tertunda (*delayed feedback*) hal ini sangat berbeda ketika kita melakukan komunikasi tatap muka
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya serempak disini berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan
6. Mengandalkan peralatan teknis dalam hal ini peralatan teknis bersifat mutlak atau harus dikarenakan tanpa adanya peralatan teknis dalam hal ini komunikasi massa akan sulit terjadi peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar (televisi, radio dan lain-lain)
7. Dikontrol oleh *Gatekeeper* disering disebut penjaga gawang / penapis informasi adalah orang yang berperan penting dalam mengemas sebuah pesan atau informasi yang disebarkan menjadi lebih mudah dipahami begitu pula tentang baik dan buruknya dampak pesan yang disebarkan tergantung pada peran gatekeeping dalam menapis informasi. Gatekeeper yang dimaksud antara reporter, editor, kameramen, sutradara, lembaga sensor dan semua yang terjun dalam pengemasan informasi pada sebuah media massa.

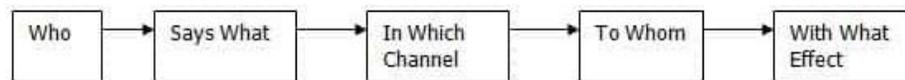
Menurut Cangara (2000) dalam sifat penyebaran pesan-pesan media massa berlangsung cepat serempak dan luas, dapat menguasai jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan meskipun biaya produksi cukup mahal dan memerlukan tenaga kerja relative banyak mengelolanya.

Bahwa komunikasi tidak terlepas dari media massa sebagai media utama dalam proses komunikasi itu sendiri salah satu media dalam komunikasi masa adalah Radio.

## B. Proses Komunikasi Massa

Teori komunikasi dikemukakan Harold Lasswell pada tahun 1948. Model komunikasi Lasswell siapa (who), berkata apa (says What), melalui saluran apa (in which channel) kepada siapa (to whom) dengan efek apa (with what effect)

Gambar 2.2.1. Proses komunikasi Massa Lasswell



Model komunikasi lasswell maupun model jarum hipodermik menunjukkan pesan yang selalu bergerak secara liner (satu arah) di mulai dari komunikator hingga berakhir pada efek.

## C. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Bungi pada tahun 2009 fungsi komunikasi massa yaitu

### 1. Fungsi pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya fungsi pengawasan ini berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktifitas preventif mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan

### 2. Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dalam komunikasi maasa melalui media massa adalah melalukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh msyarakat media massa bertungas untuk memberikan pencerahan- pencerahan kepada masyarakat dimana komunikasi massa itu berlangsung komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif dan efesien dan menyebar secara bersamaan dimasyarakat luas

### 3. Fungsi penyampaian informasi

komunikasi massa yang mengandalkan mengadakan media massa memiliki fungsi utama yaitu proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas komunikasi massa memungkinan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat

### 4. Fungsi Transformasi

Budaya komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen-komponen komunikasi massa, terutama yang di dukung oleh media massa. Fungsi ini lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global

### 5. Fungsi hiburan

Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan. Hal ini dikarenakan komunikasi massa menggunakan media massa jadi fungsi hiburan pada media massa merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

#### **2.2.2 Media Massa**

Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak sedangkan pengertian media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin,2007) Karakteristik media massa adalah dimana media massa bersifat melembaga dalam arti pihak yang mengola media, yang bersifat instuisi dan bukan individu bersifat satu arah karena menggunakan suatu media oleh sebab itu respon khayak tidak dapat di ketahui secara langsung sehingga komunikasi hanya satu arah dari komunikator kepada komunikannya Menurut Cangara (2003) bahwa Media massa ditunjukkan kepada khalayak yang jumlahnya banyak dan berlangsung secara bersamaan selain itu juga media massa juga menggunakan teknis atau mekanis seperti radio,televisei,surat kabar majalah dan lain-lain

Menurut Denis McQuail (1987) fungsi media adalah industri pencipta lapangan kerja barang dan jasa serta menghidupkan industri lain, sumber kekuatan alat control, manajemen, dan inovasi masyarakat, forum untuk menampilkan peristiwa masyarakat wahana pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup, serta norma dan sumber dominan pencipta citra masyarakat dan individu media massa sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusional dalam masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan.

Media massa dapat disimpulkan sebagai alat atau channel, media yang digunakan untuk melakukan penyebaran informasi kesemua orang.

### **2.2.2.1 Jenis-jenis Media Massa**

Media massa sebagai media yang menunjang komunikasi massa terbagi atas tiga jenis yaitu :

#### **1. Media Cetak**

Media massa yang berbentuk printing dimana dinikmati dengan membaca dan bentuk media statis. Artinya, media ini dengan bentuk tercetak dimana umumnya, terbit paling cepat sehari sekali (di beberapa negara, ada media cetak yang terbit sehari dua kali)

##### **a. Surat kabar**

Merupakan media cetak yang terbit setiap hari secara teratur, tulisanya dalam bentuk berita, artikel, feature, tajuk dan lain-lain. Informasi yang di sajikan lengkap menjawab rumusan yaitu 5 W + 1 H (what, who, why, where, when dan how). Isi informasi di tujukan untuk mempengaruhi atau mempersuasifkan secara rasional atau pikiran

##### **b. Majalah**

Media yang digunakan untuk menghasilkan gagasan feature dan publitas bergambar untuk bahan referensi dimasa mendatang. majalah terbit seminggu sekali.

## 2. Media online

Menurut Romli media online adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*Printed Media*) seperti koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*Electronic Media*) seperti radio televisi dan film/video. Media online merupakan produk jurnalistik online di sebut cyber journalism didefinisikan Wikipedia sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang di produksi dan didistribusikan melalui internet secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (Komputer dan internet).pergertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan test, foto,video dan suara dalam pergertian umum ini media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online.dengan pergertian media media online secara umum ini maka email, mailing list,website,blog,whatsapp dam media sosial masuk dalam kategori media online. Media online berpa situs berita di klasifikasi menjadi empat kategori

- 1) Situs berupa “edisi online” dari media cetak surat kabar atau majalah suatu situs pemberitaan yang diambil dari surat kabar atau majalah dalam pembublikasikan disuatu situs porta pemberitaan jadi disini berita tidak hanya tersedia dimedia cetak akan tetapi media juga terjedia di media situ online seperti halnya : republika online, media Indonesia.com dan kompas cybermedia
- 2) Situs berita berupa “edisi online “ media peyiaran radio  
Situs berita ini berasal dari suatu saluran radio, akan tetapi sekarang sudah bisa dinikmati melalui media online. Karena untuk mempermudah pengguna atau pendengar menikmati siaran radio maka juga disedian versi onlinenya seperti streaming contohnya RRI pro1.com, suara surabaya.net
- 3) Situs berita online “ murni yang tidak terkait dengan media cetak atau media elektronik

Situs berita ini tidak terkait dengan media cetak maupun media televisi ataupun radio. Situs berita online ini murni produk pemberitaan sendiri sehingga menjadikan media online sebagai produk utama dalam media keredaksian sehingga pemberitaan selalu diperbarui setiap perjam karena salah satu karakter dari pemberitaan online adalah selalu cepat di perbarui contoh : antaranews.com, detik.com dan viva.co.id

4) Situs “indeks berita” yang hanya memuat link- link berita lain

Situs berita ini tidak memiliki tim keredaksian dalam pembuatan berita jadi situs berita ini hanya mengamil atau menlink dari situs berita milik media online lainnya seperti media online milik dari yahoo!, goggle news, dan news now

### 3. Media Elektronik

Informasi atau data yang dibuat, disebarkan dan diakses dengan menggunakan suatu elektronik, energi elektromekanikal atau alat lain yang digunakan dalam komunikasi elektronik yang termasuk ke dalam media elektronik antara lain televisi, radio, komputer, handphone dan alat lain yang mengirim dan menerima informasi dengan menggunakan elektronik.(Surya,2012)

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Media Elektronik adalah sarana Media massa yang menggunakan alat-alat elektronik modern seperti televisi, radio, Komputer, handphone. (Alwi,2007)

#### 2.2.2.2 Jenis-jenis Media Elektronik

##### 1. Definisi Media Elektronik

Pada proses belajar memerlukan media adalah alat atau perantara yang digunakan untuk membantu proses pembelajaran yang dapat membangkitkan minat dan motivasi sebagaimana dipertegas oleh Hamalik (2005) bahwa pemakaian media dalam proses belajar dapat membangkitkan keinginan dan minat yang baru membangkitkan motivasi dan rangsangan kegiatan belajar. Media juga dapat diartikan alat bantu yang mampu

memperjelas penyampaian guru salah satu media yang dapat digunakan pada proses belajar yaitu media elektronik

Media elektronik berasal dari kata media dan elektronik. Media merupakan alat dan elektronik adalah perangkat elektronika, jadi media elektronik adalah alat penyampaian materi atau informasi yang menggunakan jasa bantuan perangkat elektronika, jadi media elektronika adalah alat penyampaian materi atau informasi yang menggunakan jasa bantuan perangkat elektronika menurut wiki (2010) mengemukakan bahwa, bahwa “ media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromekanis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya” media elektronik juga dapat diartikan sebagai media penyampaian informasi yang menggunakan elektronik menurut Nawawi (2002)

Media elektronik memiliki kelebihan dan kekurangan, berikut ini penjelasan kelebihan dan kekurangan dari media elektronik antara lain

A. Kelebihan dari media elektronik sebagai berikut :

- 1) Cepat dari segi waktu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat luas.
- 2) Ada audiovisual, media elektronik mempunyai audiovisual yang memudahkan para audiensnya untuk memahami berita (khusus televisi)
- 3) Terjangkau luas, media elektronik menjangkau masyarakat secara luas.

B. Kelemahan dari media elektronik adalah tidak ada pengulangan, media elektronik tidak dapat mengulang apa yang sudah ditayangkan

### **2.2.2.3 Jenis-Jenis Media Elektronik**

Jenis media elektronik terbagi mejadi dua yaitu televisi dan radio sebagai berikut (Surya,2012 : Alwi,2007 ; Dreilinger 2014)

a. Televisi

Prinsip televisi ditemukan oleh Paul Nipkow dari Jerman pada tahun 1884 namun baru tahun 1928 Vladimir Zworykin dari Amerika Serikat menemukan tabung kamera atau iconoscope yang bisa menangkap dan mengirim gambar dari bentuk gambar optis dalam sinyal elektronis untuk selanjutnya diperkuatkan dan di tumpahkan ke gelombang radio. Zworykin dengan bantuan Philo Farnsworth berhasil menciptakan pesawat televisi pertama yang dipertunjukkan kepada umum pada pertemuan World's Fair pada tahun 1939

b. Radio

Secara sederhana radio dapat diartikan sebagai seluruh rangkaian sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah titik dan disebarluaskan yang kemudian diterima oleh penerima dimana pun berada (Palapah & Syamsudin, 1983). Menurut Bates dalam Asep Syamsul (2009), frekuensi adalah media untuk menyebarkan pesan melalui radio, frekuensi dapat diumpamakan sebagai sebuah jalan raya dengan kelebaran yang bervariasi, oleh karena itu, daya pancar siaran sangat bergantung kepada kekuatan transmitter dan frekuensi yang digunakan

Menurut Peraturan Pemerintahan Nomor 55 tahun 1970 radio disebutkan sebagai siaran radio yang berguna pemancar radio yang langsung ditujukan kepada khalayak ramai dalam bentuk suara dan memanfaatkan gelombang elektromagnetik sebagai medianya. Sedangkan menurut Undang-Undang Penyiaran Nomor tahun 2002 dijelaskan bahwa radio adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan atau sarana transmisi di darat di laut di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan. Dari teori serta UU berlaku tersebut dapat disimpulkan secara sederhana bahwa radio adalah

sebuah perangkat teknologi yang berfungsi untuk mengirimkan sinyal berisikan pesan dari komunikator dengan metode modulasi gelombang elektromagnetik melalui perambatan media udara, air dan antariksa yang kemudian akan diterima oleh komunikan dimana pun berada dengan menggunakan perangkat penerima.

## **2.3 Radio**

### **2.3.1 Pengertian Radio**

Radio adalah salah satu bentuk media massa, karena potensi untuk mengkomunikasikan sesuatu sangat besar kesetiap rumah, desa, kota, negara bahkan antar negara (melalui satelit). Tetapi radio lebih dari itu merupakan barang pribadi dibanding TV (yang umumnya ditonton orang banyak). Siaran radio berbicara langsung secara pribadi kepada pendengar, sehingga reaksi atas program seringkali dipengaruhi oleh reaksi individu. Jadi radio memiliki keuntungan memperoleh hubungan langsung dengan seseorang dan beribu-ribu individu.

Menurut Bactiar (2006) siaran radio adalah salah satu dari alat komunikasi. Di radio ini muncul proses komunikasi antara penyampai pesan atau komunikator dengan penerima pesan atau komunikan Menurut Santi Indra Astuti dalam bukunya yang berjudul “Jurnalisme Radio Teori dan Praktek” mengemukakan bahwa radio merupakan buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara (Santi, 2008).

Selain itu, Asep Syamsul juga mengatakan bahwa radio merupakan teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas lewat udara dan juga bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). (Asep Syamsul, 2009)

Radio juga diartikan sebagai “*The Encyclopedia of American International (1983), radio is mean of communication that tillies on the use of electromagnetic waves propagates through space the speed of light. The electronic wave used for radio communication are similar to light and heat 13 14 waves, but generally much lower in frecuncy*”. (Radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensinya lebih rendah) (Triartanto, 2010) melalui media,dalam hal ini adalah radio

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program teratur dan berkesinambungan. Selain itu, undang-undang juga menjelaskan apa saja isi siaran yang dilarang dalam radio dan pengertian frekuensi radio. Menurut undang-undang penyiaran, frekuensi radio adalah gelombang elektromagnetik yang diperuntukkan bagi penyiaran dan merambat di udara. Radio dapat diartikan sebagai alat pengirim sinyal atau transmisi sinyal dengan modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik).

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa radio merupakan salah satu alat komunikasi massa yang cara penyampaian pesannya melalui lambang komunikasi berupa suara. Suatu pemancar radio yang in operations tidak membawa pengaruh signifikan kepada audiens atau pendengar kalau gelombangnya tidak dimuat sesuatu yang berarti, entah berupa sinyal, kata-kata yg terucapkan ataupun nada-nada, atau sesuatu yg berirama.

#### **A. Fungsi Radio**

Setiap siaran pada dasarnya memiliki fungsi tertentu yang menyebabkan informasi memiliki makna bagi khalayak nya. Radio harus menyatukan dengan situasi aktual di sekitar radio berada, tidak membawa

budaya lain yang menyebabkan dislokasi sosial dan elitisme. Secara skematis peran sosial radio sebagai ruang institusi publik adalah sebagai berikut :

a) Sosialisasi

Menyebarkan informasi dan hiburan yang membuat optimisme serta menjalin interaksi dengan pendengar. Menjalinkan komunikasi untuk berkarya, mengubah persepsi, dan kecurigaan yang tidak perlu.

b) Aktualisasi

Menyegarkan memori pendengar terhadap peristiwa aktual dan momentum yang penting dengan kehidupan. Mengagendakan masalah-masalah sosial agar menjadi isu dan keprihatinan bersama ketimbang masalah personal.

c) Advokasi

Mendesak makin terbukanya kebijakan politik-ekonomi bagi partisipasi seluruh lapisan pendengar nya. Mediasi antar berbagai pihak yang sedang ber konflik sehingga muncul solusi damai dan saling menguntungkan (Masduki, 2004).

## B. Tujuan Radio

Tujuan penyiaran program di radio siaran secara tradisional adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat (*to inform*), memberikan pendidikan (*to educate*), memberikan hiburan (*to entertain*), memberikan dorongan pada diri sendiri (*to provide self-change*), dan memberikan sensasi (*to giving sensation*). (Masduki, 2004). Dari beberapa tujuan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Memberikan informasi kepada masyarakat (*to inform*)

Bagi pemerintah di negara-negara berkembang, radio masih dianggap sebagai media komunikasi yang vital. Radio dinilai mampu menyebarkan informasi pembangunan kepada masyarakat secara cepat, murah, dan luas jangkauannya.

b) Memberikan pendidikan (*to educate*)

Oemar Hamalik mengemukakan : “*radio is powerful education tool, teacher can use it effectively at all educational levels and in nearly all phase education*” Pendapat tersebut menunjukkan bahwa radio merupakan suatu pendidikan yang digunakan secara efektif untuk seluruh level dan passé pendidikan (Basyiruddin dan Asnawir, 2002).

c) Memberikan hiburan (*to entertain*)

Salah satu program siaran di radio adalah hiburan yang berupa kesenian, musik, sandiwara, dan lain sebagainya, yang bertujuan untuk memberikan hiburan bagi pendengar nya.

d) Memberikan dorongan perubahan diri sendiri (*to provide self-change*)

Radio yang menyiarkan acara yang sifatnya religius biasanya memberikan dorongan seseorang untuk mengambil keputusan guna memperbaiki posisinya.

e) Memberikan sensasi (*giving sensation*)

Radio juga bertujuan memberikan sensasi, artinya pendengar bisa terpuaskan oleh acara yang ditampilkan di radio (kepuasan psikologis).

### C. Faktor Penunjang Efektivitas Radio

Radio siaran diberi julukan “*the fifth estate*” disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak, ini disebabkan beberapa faktor antara lain

1) Daya Langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks. Daya langsung dari radio dapat dirasakan kemanfaatannya oleh kita bangsa Indonesia, baik semasa revolusi maupun setelah kita merdeka sampaisekarang. Bandingkanlah pemberitaan oleh surat kabar dengan berita lewat radio. Pemberitaan surat kabar, harus disusun secara panjang, dikoreksi, dicetak, diangkut kepada agenagen dan dari agen barudisebarkan untuk pembaca.

Sedangkan radio tidak melalui proses banyak. Setiap berita dapat langsung disiarkan dan ditangkap para pendengar.

## 2) Daya Tembus

Daya tembus yang dimaksud ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, oleh tabligh lewat radio siaran, dapat ditembusnya, selama dalam jangkauan pemancar. Di gunung, di lembah, di padang pasir, di rawa, di hutan, di pedalaman, di lautan, di pedesaan, apalagi di perkotaan, semua tidak menjadi rintangan bagi radio siaran

## 3) Daya Tarik

Faktor ketiga menyebabkan radio siaran mempunyai kekuatan, ialah daya tariknya yang kuat dimilikinya. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya serba hidup adanya 3 unsur yakni, music, kata-kata dan efek suara. Dalam fungsinya sebagai sarana penerangan dan pendidikan, radio siaran dapat menyajikan warta berita atau ceramah-ceramah bermanfaat. Dalam hal ini orang-orang yang ingin mengetahui sesuatu dari surat kabar harus menumpahkan seluruh perhatiannya kepada deretan huruf yang tercetak mati sambil memegang surat kabarnya dengan kedua belah tangannya. Tidak demikian melalui radio siaran, pendengar dapat mendengarkan warta berita atau mengikuti siaran pandangan mata suatu upacara atau pertandingan olah raga dengan bebas dan leluasa seperti halnya dengan menikmati musik sambil makan, minum, atau mengemudikan mobil.

Dari ketiga faktor itulah daya langsung, daya tembus, dan daya tarik, menyebabkan radio diberijulukan "*the fifth estate*".(Effendy, 1990).

#### D. Karakteristik Radio

Radio merupakan salah satu media massa elektronik sekaligus media jurnalistik penyiaran karena memiliki beberapa karakteristik :

- a. Radio dapat membangkitkan daya imajinasi khalayak pendengarnya melalui kekuatan audio.
- b. Radio memiliki kecepatan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak pendengar karenanya radio dapat memberikan pelaporan secara langsung.
- c. Radio sangat mudah digunakan untuk melakukan pelaporan berita.
- d. Radio tidaklah mahal.
- e. Radio tidak membutuhkan sumber listrik karena dapat menggunakan batere kering.
- f. Penerimaan radio bersifat portabel.
- g. Teknologi radio sangat fleksibel.
- h. Dalam melakukan peliputan berita, reporter tidak membutuhkan anggota teknis peliputan.

#### 2.3.2 Program Acara Siaran Radio

Menurut Wahyudi jika ditelaah dari aspek karakteristiknya, jenis program terbagai dua yaitu : 1. Siaran karya artistic : siaran yang di produksi melalui pendekatan artistik yaitu proses produksi mengutamakan segi keindahan 2. Siaran karya Jurnalistik : siaran yang di produksi melalui pendekatan jurnalistik yaitu suatu proses produksi yang mengutamakan sei kecepatan, termasuk dalam proses penyajian kepada khalayak.

Adapun perbedaan antara karya artistik dan karya jurnalistik

<b>Karya Artistik</b>	<b>Karya Jurnalistik</b>
<b>Sumber : Ide / gagasan</b>	Sumber : Permasalahan
<b>Mengutamakan Keindahan</b>	Mengutamakan Kecepatan/aktualitas
<b>Isi pesan bisa fiksi dan non fiksi</b>	Isi pesan harus faktual

<b>Penyajian tidak terikat waktu (perencanaan)</b>	Penyajian terikat waktu
<b>Sasaran kepuasan pendengar</b>	sasaran kepercayaan & kepuasan pendengar
<b>Memenuhi rasa kagum / menghargai seseorang</b>	Memenuhi rasa ingin tahu pendengar
<b>Improvisasi tidak terbatas</b>	Improvisasi terbatas
<b>Isi pesan terikat pada kode moral</b>	Isi pesan terikat pada kode etik
<b>Penggunaan Bahasa bebas</b>	Menggunakan Bahasa jurnalistik (ekonomi kata & Bahasa)
<b>Refleksi daya khayal kuat</b>	Refleksi penyajian kuat
<b>Isi pesan tentang realitas social</b>	Isi pesan menerap/realitas/factual

Table 2.3.2. karya artistik dan karya jurnalistik

Dari dua pembagaian tersebut yang termasuk dalam siaran karya artistic adalah program musik, program drama, program kuis, program variety show, program sponsor, program cerita dongeng / legenda, program infotainment, program resensi dan lain-lain sebagainya. Adapun karya jurnalistik adalah program bulletin berita, program feature, program majalah udara radio, program dokumenter, program talkshow, program breaking news, program reportase

#### **A. Siaran karya Artistik**

Program-program artistic dapat dijabarkan berdasarkan jenis masing- masing program tersebut sebagai berikut

- a. Program musik adalah  
suatu program yang materi siarannya mengutamakan aspek atau berkaitan dengan musik dan lagu dalam penyajian siarannya
- b. Program drama radio  
Suatu program yang menyajikan secara audio pola pelakoan/dramatisasi para tokoh atau karakternya dalam suatu tema cerita tertentu
- c. Program kuis  
Suatu program yang materi siarannya didasarkan pada pertanyaan, teka-teki permainan, yang dikompensasikan dengan suatu hadiah

d. Program variety show

Suatu program sajian yang terdiri dari sejumlah kombinasi dari berbagai format acara, yang di kemas secara dinamis dan menarik dengan diselingi sisipan music dan efek suara

e. Program komedi/humor

Suatu program yang menyajikan unsur-unsur yang menggelitik dan mengundang kelucuan secara auditif sehingga merangsang pendengar untuk tersenyum dan tertawa

f. Program sponsor

Suatu program yang isi siarannya dimuati oleh informasi dan data produk tertentu

g. Program cerita dongeng/legenda

Bentuk penyajian program yang disajikan secara dramatisasi atau naratif berdasar kisah-kisah dongeng dan cerita legenda yang sudah di kenal luas

**B. Siaran Karya Jurnalistik**

Setelah mengurai mengenai karya artistic, giliran dijabarkan tentang karya jurnalistik sebagai berikut

a. Program bulletin

Suatu sajian beragam berita aktual yang dikemas dalam tingkatan gradasi sangat penting, penting dan kurang penting yang perlu di ketahui masyarakat

b. Program dokumenter

Program yang didasarkan pada peristiwa penting yang telah berlalu dan memiliki relevansi aktualitas dengan kekinian

c. Program majalah udara

Program adopsi dari majalah cetak yang di sajikan dalam bentuk versi auditif yang berisi mengenai aneka ragam topik, tema, serta peristiwa

d. Program feature

Program informasi yang membahas suatu topik persoalan melalui berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, mengkritik, yang di sajikan dalam berbagai format

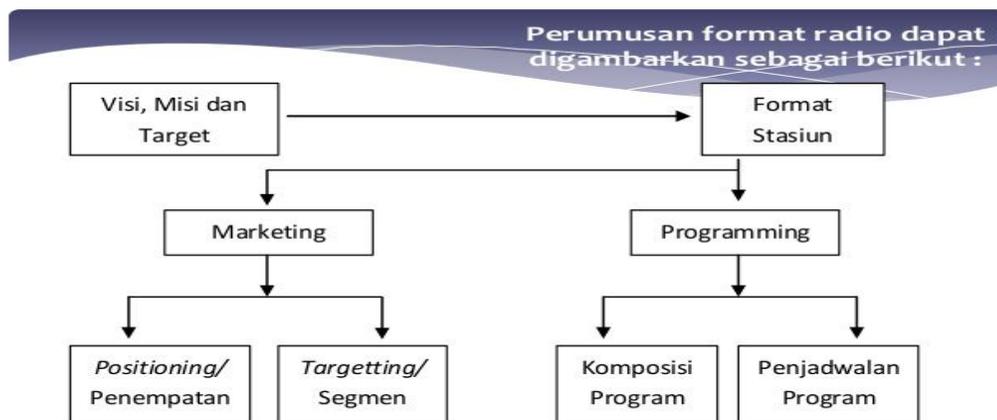
e. Program talkshow

Program yang mengutamakan sajian perbincangan atau oboran yang di dasarin penentuan tema, topik, serta bahasan yang di kemas secara dinamis dan aktual, factual, menarik dan menghibur

### 2.3.3 Format Radio

Format stasiun didefinisikan sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana sebuah olah siar di stasiun radio hingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar. Ruang lingkup kajian format stasiun amat luas, tidak terbatas pada programming semata tetapi juga marketingnya. Menurut Lewis B. O'Donnel, format stasiun lebih dari sekedar music. Ia melingkupi (1) produksi siaran; (2) personalitas siaran; (3) program siaran. Dalam perspektif pemasaran, format stasiun adalah penempatan posisi radio untuk membidik pendengar. Perumusan format radio digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.3.3 Format Radio



Format acara sangat berpengaruh terhadap proses penulisan, sebab penulisan materi penggunaan bahasa penyusunan struktur naskah sangat dipengaruhi oleh jenis format acara yang bersangkutan. Oleh karena itu setiap penulisan naskah harus tahu bentuk diri setiap format. Istilah format acara di dalamnya mengandung dua pengertian sekaligus, yaitu format produksi dan format program.

Menurut Darmanto (1998), Format produksi adalah rancang bangun acara program siaran menurut pendekatan teknik penyajiannya ke dalam bahasa audio. Titik tekanannya adalah pada nuansa produksi, bukan pada materinya. Format program adalah rancang bangun penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendekatan isi materinya. Titik berat dari format program adalah bagaimana suatu materi hendak diangkat ke dalam bentuk program acara siaran radio. Format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang disajikan. Penyiaran radio merakit formatnya dalam berbagai cara termudah yang sering dijumpai yaitu membuat program yang diletakkan di beberapa segmen waktu.

Untuk menentukan format, perlu diperhatikan juga dalam menempatkan timing (pengaturan waktu) acara tersebut. Penentuan jadwal penayangan sebuah acara dapat mengikuti dua pola. Pertama, berdasarkan dinamika hari, yaitu pagi dari pukul 04.00-09.00, siang dari pukul 09.00- 15.00, sore dari pukul 15.00- 19.00, malam hari dari pukul 19.00-24.00, dan dini hari dari pukul 24.00-04.00. Kedua, berdasarkan karakteristik acara, jika atraktif maka umumnya disiarkan pagi hari, jika berirama standar (tidak lamban dan tidak cepat) disiarkan siang. Sore dan malam hari untuk kombinasi materi yang atraktif dan standar. Sedangkan dini hari adalah waktu untuk siaran yang bersifat lamban (slow) (Masduki, 2004).

Menurut Pringle-starr McCavitt (1991) seperti dikutip Morissan (2008), *the programming of most stations is dominated by one principle content elementor sound, know as format* (format sebagian besar stasiun radio di dominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format. Format adalah penyajian program yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio format siaran

diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana proses suatu siaran sehingga dapat diterima audiens.

Proses penentuan suatu format siaran radio dimulai dari penentuan visi dan misi yang ingin dicapai, kemudian pemahaman tentang pendengar yang dituju melalui riset ilmiah, mengetahui apa kebutuhan, dan bagaimana perilaku sosiologis psikologis mereka. Format siaran juga dapat ditentukan dari berbagai aspek, misalnya aspek demografis audien seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi hingga geografi. Sedangkan Pringle-Starr McCavit mengemukakan (Morissan, 2011) seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga (3) kelompok besar sebagai berikut :

#### 1. Format Musik

Format musik merupakan format yang paling umum digunakan terutama oleh stasiun radio komersial. Musik yang sesuai dengan segmentasi dapat memberikan pengaruh terhadap keberhasilan program. Beberapa jenis musik antara lain rock, country, jazz, klasik, nostalgia, dan musik populer. di Indonesia sendiri ada musik dangdut, keroncong, dan musik daerah seperti campursari.

#### 2. Format Informasi

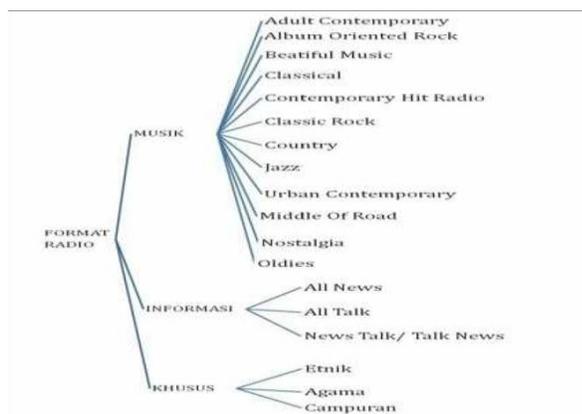
Format informasi terbagi menjadi dua yaitu all news, dan talk news. All news terdiri atas berbagai berita baik lokal, nasional maupun internasional dengan segmentasi audiens 25-54 tahun dan tingkat pendidikan yang baik. Berita radio dapat dilaporkan secara langsung (live report) maupun tunda. Siaran langsung dilakukan saat reporter mendapatkan fakta dari lapangan dan langsung melaporkannya dari lokasi. Sedangkan siaran tunda dilakukan setelah reporter mendapatkan fakta dan diserahkan kepada studio untuk diolah terlebih dahulu sebelum disiarkan.

Talk news merupakan program perbincangan atau wawancara. Program ini biasanya dipandu oleh satu orang host dengan menghadirkan satu atau lebih narasumber untuk membahas topik yang telah dipersiapkan.

### 3. Format Khusus (*Specialty*)

Format khusus diperuntukkan khusus untuk pendengar berdasarkan etnis dan agama, misalnya acara siraman rohani. Pilihan jenis program dapat menjadi daya tarik bagi sebuah program. Untuk jenis program musik tidak hanya memutar lagu-lagu yang menjadi formatnya saja tetapi disesuaikan juga dengan gaya siaran dan konsep acaranya. Format setiap jenis sangat perlu direncanakan, agar proses siaran lancar dan mengalir. Format siaran perlu diperhatikan durasi siaran, materi siaran, musik yang akan digunakan, dan berapa banyak iklan yang harus disiarkan. Perencanaan format juga harus memperhatikan keinginan pendengar atau pasar. Hal ini tentunya adalah usaha menaikkan rating atau jumlah pendengar, yang akhirnya akan menjadi daya tarik pemasang iklan. Pelaksanaan siaran dengan format yang telah dirancang harus dimonitor dan dievaluasi sejauh mana format tersebut efektif. Bila ternyata belum efektif maka format tersebut harus direvisi (Sartono, 2008). Format siaran adalah rangkaian penyelenggaraan penyiaran yang teratur dan menggambarkan interaksi berbagai elemen di dalamnya seperti tata nilai, institusi, individu, broadcaster dan program siaran (Masduki, 2007).

Berikut ini adalah perumusan format radio menurut Pringle- Starr McCavitt (Morissan, 2011)



Gambar.2.3.3. Pembagian Format Radio Menurut Pringle Starr McCavitt

Patokan dalam mengemas suatu acara, agar acara dapat disiarkan menarik yaitu :

a. Acara harus sesuai sasaran

Pastikan acara harus tepat sasaran. Hal ini penting untuk memudahkan pengelola siaran dalam mengolah bahan siaran.

b. Acara harus spesifik

Isi acara hendaknya membahas materi yang khusus. Jadi hanya satu topik yang dibahas secara menyeluruh. Artinya, dalam membahas harus diperhatikan aspek yang terkait dengan topik pembicaraan.

c. Acara harus utuh

Pembahasan materi harus terjaga. Tidak keluar dari konsep yang telah dipatok. Mulai dari pengantar, permasalahan, pembahasan, dan penyelesaian masalah secara sistematis.

d. Kemasan acara harus bervariasi

Acara dikemas dalam bentuk yang bervariasi, misalnya dapat ditampilkan dalam dua bentuk yaitu dialog dan monolog. Dalam dialog dapat ditampilkan dua orang atau lebih yang memiliki warna suara yang berbeda. Kontras warna suara ini sangat mendukung acara karena radio merupakan media audio yang hanya mampu menstimuli indera pendengaran. Dengan warna suara yang berbeda memudahkan pendengar untuk mengenali tokoh-tokoh yang terlibat dalam dialog tersebut.

e. Acara harus ditempatkan pada waktu yang tepat

Pengelola program harus yakin bahwa waktu yang dipilih untuk penyiaran suatu acara sudah tepat. Ketepatan ini didasari pada kebiasaan mendengar dari khalayak.

f. Acara harus disajikan dengan baik

Acara harus disajikan dengan bahasa sederhana, artinya bahasa yang digunakan sehari-hari atau bahasa pergaulan.

Selain melakukan perencanaan format siaran, perlu juga diperhatikan juga kesempurnaan produksi dan penyajian siaran sehingga perlu dilakukan perencanaan sebagai berikut :

a) Rencana siaran bulanan

Acara bulanan disusun hanya pada garis besarnya saja, setiap mata siaran diberi warna untuk memudahkan peninjauan secara menyeluruh untuk selama sebulan.

b) Rencana siaran mingguan

Rencana siaran pekanan atau mingguan meliputi acara siaran selama tujuh hari dimuali dari hari minggu diakhiri hari sabtu. Siaran ini meliputi penjabaran dari acara bulanan.

c) Rencana siaran harian

Rencana siaran harian merupakan penjabaran dari program acara mingguan yang lengkap terinci dari menit ke menit dari mulai pembukaan dan penutupan siaran (Effendi).

Perencanaan program biasanya menjadi tanggung jawab manajemen puncak pada stasiun penyiaran, utamanya manajer program dengan terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan juga umum. Hal ini disebabkan program merupakan unsur yang sangat penting untuk menarik perhatian audien. Faktor bahwa pemasang iklan lebih mencari atau memprioritaskan segmen audien tertentu daripada segmen audien lainnya juga menjadi hal yang menentukan sehingga aspek ini harus diputuskan oleh manajemen puncak.

Merencanakan dan memilih program merupakan keputusan bersama antara departemen program dan departemen pemasaran. Kedua bagian ini harus bahu membahu menyusun strategi program terbaik, sekaligus bisa memasarkan iklan sebanyak-banyaknya. Jika tidak mendapat kesepakatan antara kedua bagian ini, maka pimpinan tertinggi stasiun penyiaran harus menengahi dan bertugas mencari jalan keluar (Morissan, 2008: 233-234).

#### **2.3.4 Pengertian Siaran**

Siaran merupakan rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. Ada beberapa teori yang menjelaskan tentang penyiaran, yaitu :

- a. J.B. Wahyudi : Penyiaran yang merupakan padanan kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkanluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.
- b. Ben H. Henneke : Penyiaran tidak lain adalah hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu.
- c. UU No.32 Tahun 2002 : Penyiaran yang disebut broadacating memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekwensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetikyang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Dari ketiga pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa penyiaran merupakan proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan meggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya. Penyiaran Radio merupakan media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

## **2.4 RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik**

### **2.4.1 Pengertian Lembaga Penyiaran Publik**

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf a adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. (UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran)

#### **a. Sifat dan Fungsi Lembaga Penyiaran Publik**

Lembaga Penyiaran Publik yang terdiri dari RRI, TVRI dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal, baik secara kelembagaan maupun penyelenggaraan penyiarannya bersifat independen, netral dan tidak komersial. Adapun tugas dan fungsi Lembaga Penyiaran Publik yang tertuang dalam pasal 13 pada PP No.11 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik sebagai berikut :

- 1) RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta pelestari budaya bangsa, dengan senantiasa berorientasi kepada kepentingan seluruh lapisan masyarakat.
- 2) RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal dalam menjalankan fungsi pelayanannya untuk kepentingan masyarakat melibatkan partisipasi publik berupa keikutsertaan di dalam siaran, evaluasi, iuran penyiaran, dan sumbangan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **b. Tujuan Lembaga Penyiaran Publik**

RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal bertujuan menyajikan program siaran yang mendorong terwujudnya sikap mental masyarakat yang beriman dan bertakwa, cerdas, memperkuat integrasi nasional dalam rangka membangun masyarakat mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menjaga citra positif bangsa.

#### **c. Sumber Dana Lembaga Penyiaran Publik**

Adapun Sumber pembiayaan Lembaga Penyiaran Publik, sebagai berikut

- a. Iuran penyiaran
- b. Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
- c. sumbangan masyarakat;
- d. siaran iklan dan;
- e. usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

#### **2.4.2 Kedudukan dan Aturan RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik**

Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia adalah Lembaga Penyiaran Publik yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

##### **a. Bentuk LPP RRI**

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2005 pasal 2 ayat (1) dijelaskan bahwa dengan dikeluarkan Peraturan Pemerintah ini status RRI sebagai perusahaan jawatan yang didirikan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 37 tahun 2000, dialihkan bentuknya menjadi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia, selanjutnya diebut RRI, dan merupakan badan hukum yang didirikan oleh negara.

##### **b. Kedudukan LPP RRI**

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2005 pasal 3, kedudukan LPP RRI adalah sebagai berikut :

- (1) RRI adalah Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral, dan tidak komersial
- (2) RRI berada dibawah dan bertanggung jawab kepada presiden
- (3) Tempat kedudukan RRI di ibukota negara Republik Indonesia dan stasiun penyiarnya berada di pusat dan daerah.

##### **c. Tugas LPP RRI**

RRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya

bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran radio yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia).

d. Fungsi LPP RRI

Adapun fungsi RRI adalah sebagai berikut :

- a. perumusan kebijakan umum dan pengawasan di bidang penyelenggaraan penyiaran radio publik;
- b. pelaksanaan dan pengendalian kegiatan penyelenggaran penyiaran radio publik;
- c. pembinaan dan pelaksanaan administrasi serta sumber daya RRI.

## **2.5 Strategi**

### **2.5.1. Pengertian Strategi**

Strategi memiliki banyak definisi berbeda yang di kemukakan para ahli, Defenisi strategi dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Moeliono, 1991).

Sedangkan menurut Effendy (2017, p. 32), strategi merupakan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melaikan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional nya.

Dari pengertian strategi diatas bisa disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pimpinan suatu organisasi atau instansi yang berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai suatu penyusunan acara atau upaya agar tujuan tersebut bisa dicapai.

### **2.5.2. Strategi Penyiaran Radio**

Departemen program dan manajer program stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran.

Pada bagian ini, kita membahas strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering disebut manajemen strategis program siaran yang terdiri dari :

### 1. Perencanaan Program

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Pringle Star dan rekannya mengenai perencanaan program bahwa : *Program planning involves the development of short, medium, and long-range plans to permit the stations to attain its programming and financial objectives.* Ini berarti bahwa perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu.

### 2. Produksi dan Pembelian Program

Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Dalam melakukan akuisisi, manajer program harus berkonsultasi terlebih dahulu dengan manajer pemasaran dan manajer umum. Dalam hal perencanaan program memutuskan untuk memproduksi sendiri program yang diinginkan, maka tugas tersebut dilakukan oleh produksi atau departemen produksi stasiun penyiaran. Program radio dapat diperoleh dari produksi sendiri, maupun membeli program lain. Dalam produksi perlu direncanakan tema atau topik apa yang akan dibahas dalam suatu program acara. Dalam kegiatan produksi banyak melibatkan banyak sumber daya manusia agar bisa mendapatkan hasil yang optimal.

### 3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Membahas strategi program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan. Program siaran tidak hanya

bersaing dengan jenis media lainnya akan tetapi program siaran juga bersaing dengan kegiatan pribadi yang dilakukan audien. Dari pembahasan diatas, bisa disimpulkan bahwa eksekusi program merupakan kegiatan menyangkan program yang sudah direncanakan dan sudah ditetapkan pada periode tertentu.

#### 4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodic terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengawasan dan evaluasi program merupakan suatu kegiatan yang menentukan apakah rencana dan tujuan sudah bisa dicapai oleh stasiun penyiaran, departemen program, serta karyawan.

### **2.6 Kerangka Pemikir**

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat fokus yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian mengenai penyajian mengenai penyajian materi-materi siaran dari sebuah program melalui penyiar kepada pendengar dengan menerapkan strategi manajemen yaitu berupa perencanaan, produksi, pelaksanaan dan evaluasi. Semua itu dilakukan demi tercapainya effect yang di timbul dari pendengar berupa minat

Dalam peneltian, penulis meneliti Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia Surakarta Untuk Menjangkau Pedesaan Melalui Program Siaran Perdesaan

Penyiaran juga memiliki peran menyiapkan siarannya seperti bagaimana menyajikan program acara dengan baik. Penyiar adalah komunikator dari stasiun Radio Republik Indonesia dimana seorang penyiar memainkan banyak peran dalam stasiun radio. Peran penyiar salah satunya sebagai juru bicara stasiun radio. Di

belakang layar studio, penyiar Juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang miliknya, seperti menyiarkan berita atau informasi bahkan sebagai pembawa acara, penghandel, kuis dan narasi

Radio sebagai salah satu media massa elektronik mempunyai kelebihan bila di bandingkan dengan media elektronik lainnya, seperti televisi. Kelebihan radio bila dibandingkan televisi adalah cepat dan mudah di bawa kemana-mana . Radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan seperti memasak, menulis, suatu hal yang tidak mungkin terjadi televisi. Radio memiliki kemampuan audio khas yaitu dengan mengandalkan perpenduan antara suara dan bunyi. Pada saat ini stasiun radio dikota-kota besar sedang melakukan persaingan dalam merebut audiensya. Program radio harus di kemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Setiap produksi program harus mengancu pada kebutuhann audiens yang menjadi target stasiun radio.

Salah satu program radio yang mempunyai jumlah pendengar dalam jumlah banyak dan merupakan program radio yang bertahan dari dibuatnya stasiun Radio Republik Indonesia program ini bukan hanya menyajikan music, namun juga informasi seputar perdesaan dan hiburan bagi para pendengar

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia Surakarta Untuk Menjangkau Perdesaan Melalui Program Siaran Pedesaan .

Strategi penyiaran Radio Republik Indonesia Surakarta Untuk Menjangkau  
Perdesaan Melalui Program Siaran Pedesaan

