BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjaun Tentang Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebelum melangkah secara luas tentang komunikasi massa perlu diketahui arti komunikasi itu sendiri secara *estimologi* dikatakan bahwa Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. (Effendy, 2002:9). Sedangkan secara *terminologi* yaitu penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator. (Mulyana,1999:49).

Sedangkan menurut Harold Lasswell "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu". (Effendy, 2002:10). Paradigma Lasswell menyatakan, *Who says what in which channel to whom with what effect*, (siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa). Hal tersebut menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu:

1. Komunikator, yaitu : orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan, yaitu : pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan, yaitu : orang yang menerima pesan.
4. Media, yaitu : sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek, yaitu : dampak sebagai pengaruh dari pesan.

(Effendy, 2000:6).

Selanjutnya Everett M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid (1981) seperti dikutip oleh Cangara mengemukakan bahwa ;

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannnya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam". (Cangara, 2002:19).

Dari berbagai pendapat atau definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli jelas bahwa komunikasi mempunyai arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pikiran, pendapat, perasaan, pengalaman, pengetahuan maupun harapannya. Komunikasi dilakukan tidak hanya untuk memberikan informasi agar orang lain menjadi tau, tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama dan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku orang lain.

Sedangkan Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication,* kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *"mass mediated"*.

Komunikasi massa itu sendiri perlu diperhatikan antara *mass communications* (dengan *s*) dan *mass communication* (tanpa *s*). Seperti dikemukakan oleh Jay Back dan Frederick C Whitney dalam bukunya

Introduction to Mass Communication (1988) dikatakan bahwa *Mass Communications* lebih menunjukk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa. Sedangkan *Mass Communication* lebih menunjuk pada teori atu proses teoritik. Atau bisa dikatakan *mass communication* lebih menunjuk pada proses dalam komunikasi massa. (Nurudin, 2003:4)

Susanto (1974) juga mengistilahkan *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu mass media (media massa) kependekan dari *media of mass communication.* (Wiryanto, 2000 :2)

Kata "massa" dalam pengertian umum dapat diartikan lebih dari sekedar "orang banyak", seperti orang-orang yang sedang mengerumuni penjual obat atau yang sedang bersama-sama berhenti menanti dibukanya pintu lintasan kereta api. Akan tetapi kata "massa" dalam komunikasi massa bukan sekedar orang banyak di suatu lokasi yang sama. "Massa" kita artikan sebagai "meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran". (Berlo, 1960). Massa mengandung pengertian orang banyak, tetapi mereka tidak harus berada di suatu lokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. (Wiryanto, 2000:2)

Nurudin dalam bukunya *Komunikasi Massa* juga menuliskan bahwa Massa dalam komunikasi massa lebih menunjuk pada penerimaan pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam

sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience,* penonton, pemirsa atau pembaca. Beberapa istilah ini berkaitan dengan media massa. (Nurudin, 2003:3)

John R Bittner (1996) mengatakan bahwa dalam komunikasi massa kita membutuhkan *gatekeeper* (pentapis informasi atau palang pintu) yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu yang lain melalui media massa (surat kabar, majalah, televisi, radio, video tape, compact disk, buku). (Nurudin, 2003:5-6)

Definisi yang dikemukakan oleh Bittner di atas menekankan akan arti pentingnya *gatekeeper* dalam proses komunikasi massa. Inti dari pendapat itu bisa dikatakan bahwa, dalam proses komunikasi massa disamping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa itu tidak berdiri sendiri.Di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada *audience*-nya. Mereka yang bertugas itu sering disebut sebagai *gatekeeper*. Jadi, informasi yang diterima *audience* dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh *gatekeeper* dan disesuaikan dengan misi, visi, media yang bersangkutan, khalayak sasaran dan orientasi bisnis atau ideal yang menyertainya. Bahkan, seringpula disesuaikan dengan kepentingan penanaman modal atau aparat

pemerintah yang tidak jarang ikut campur tangan dalam sebuah penerbitan. (Nurudin, 2003:6)

> Pool (1973) mendefinisikan komunikasi massa sebagai;
> "Komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi." (Wiryanto, 2000 :3)
> Michael W Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa didefinisikan sebagai Komunikasi Massa jika mencakup;

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, radio, televisi, film atau gabungan diantara media tersebut.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.
3. Pesan adalah publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu diartikan milik publik.
4. sebgai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga inipun biasanya berorientasi pada keuntungan bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
5. Komunikasi massa dikontorl oleh *gatekeeper* (pentapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antar pribadi, kelompok atau publik dimana yang mengontrol tidak oleh sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.

6. Umpan balik dlam komunkasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya dalam komunikasi antar persona. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda *(delayed)*.

Dengan demikian, media massa adalah alat-lat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen kelebihan media massa dibanding dengan jeneis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. (Nurudin, 2003:7-8)

Alaxis S Tan (1981) mencoba untuk memberikan sifat khusus yang dipunyai oleh komunikasi massa. Ia memberikan ciri komunikasi massa dengan membandingkannya dengan *interpersonal communication.* "Jika kita bisa membedakan komunikasi massa dengan *interpersonal communication* kita akan mengetahui apa itu komunikasi massa," katanya. (Nurudin, 2003:8)

Ciri khusus yang bisa membedakan keduanya terletak pada penerima pesannya *(audience)*. Di awal perkembangannya, definisi komunikasi massa sebagai ebuah studi ilmiah terletak pada *mass society* sebagai *audience* komunikasi. Konsep *mass society* ini memang istilah yang sering dipakai dalam lapangan sosiologi yang mendiskripsikan orang-orang dan institusi mereka dalam sebuah negara industri maju.

Kemudian istilah itu digunakan pula dalam komunikasi massa. Herbert Blumer (1939) kemudian menggunakan konsep ini (yang berasal

dari *mass society*) untuk menyebut *mass audience* (penerima pesan dalam komunikasi massa). Yang disebut penerima dalam komunikasi massa itu paling tidak mempunyai (1) heterogenitas susunan anggotanya yang berasal dari berbagai kelompok lapisan masyarakat; (2) berisi individu yang tidak saling mengenal dan terpisah satu sama lain (tidak mengumpul) serta tidak berinteraksi satu sama lain pula, dan (3) tidak mempunyai pemimpin atau organisasi formal. (Nurudin, 2003:8-9)

Bagi Nabeel Jurdi dalam bukunya *Readings in Mass Communication* (1983)*, there is no face-toface contact* (dalam komunikasi massa, tidak ada tatap muka antar penerima pesan)

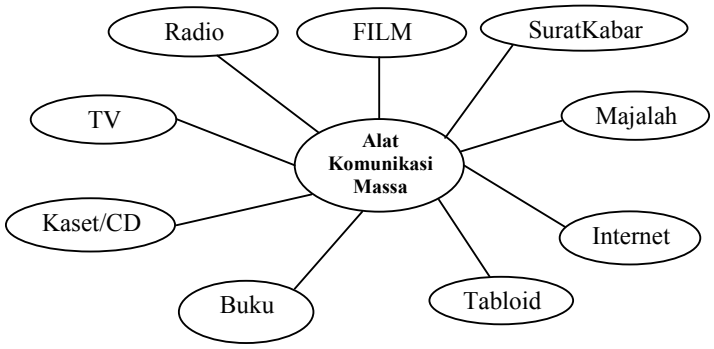
Sedangkan menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) disebutkan;

> *"Mass communication is aprocess whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal / tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen)". (Nurudin, 2003:11)

"*Large"* disini berarti lebih luas dari sekedar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik, sedangkan *"anonymous"* berarti bahwa individu yang menerima cenderung menjadi asing satu sama lain atau tidak saling mengenal satu sama lain, dan *"heterogeneous"* berarti bahwa pesan yang dikirim *"to whom it may concern"* (kepada yang berkepentingan) yakni kepada orang-orang dari berbagai macm atribut, status, pekerjaan, dan jabatan dengan karakteristik yang berbeda satu sama lain dan bukan penerima pesan yang homogen. (Nurudin, 2003:11)

Gambar 2.6

Alat Komunikasi Massa



(Sumber : Nurudin, 2000 :12)

2.1.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Seperti dikatakan oleh Severin dan Tankard, Jr., komunikasi massa itu adalah ketrampilan, seni, dan ilmu, dikaitkan dengan pendapat Devito bahwa komunkasi massa itu ditujukan kepada massa dengan melalui media massa dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. (Efendy, 2003:21). Ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

1. **Komunikator dalam komunikasi massa melembaga**

   Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, tetapi kumpulan orang-orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem, sebagaimana kita ketahui, sistem itu adalah “sekelompok orang, pedoman dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan

untuk mencapai satu kesepkatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi." (Nurudin, 2003:16-17)

Di dalam sebuah sistem ada interdependensi, artinya komponen-komponen itu saling berkaitan, berinteraksi dan berinterdependensi secara keseluruhan. Tidak bekerjanya satu unsur akan mempengaruhi kinerja unsur-unsur yang lain. Eksistensi kesatuan (totalitas) itu dipengaruhi oleh komponen-komponennya, sebaliknya eksistensi masing-masing komponen itu dipengaruhi oleh kesatuannya. (Nurudin, 2003:17)

Dengan demikian – dalam sistem sebagai sebuah lembaga dalam komunikasi massa itu – ada beberapa unsur yang membentuk sesuatu itu akhirnya disebut sebagai lembaga. Sedang antara unsur dalam lembaga itu ada kerjasama satu sama lain. Tidak bekerjanya satu unsur akan menyebabkan tidak bekerjanya unsur yang lain. Oleh karena itu, berbagai unsur itu saling melengkapi, bekerja sama satu lain sehingga sempurnalah sesuatu itu dikatakan sebagai lembaga. (Nurudin, 2003:17)

Komunikator dalam komunikasi massa, misalnya wartawan surat kabar atau penyiar televisi – karena media yang dipergunakan adalah suatu lembaga – dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan kebijaksanaan (policy) surat kabar dan stasiun televisi yang diwakilinya. Ia tidak mempunyai kebebasan individual. Ungkapan seperti kebebasan mengemukakan

pendapat *(freedom of expression* atau *freedom of opinion)* merupakan kebebasan terbatasi *(restricted freedom)*. (Efendy, 2003:22-23)

2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton massa itu beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, ekonomi, punya jabatan yang beragam, punya agama atau kepercayaan yang tidak sama pula.

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik *audience/*komunikan sebagai berikut;

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

(Nurudin, 2003:20)

Jadi semakin jelas sifat heterogen yang melekat pada diri komunikan. Dari kharakteristik Blumer tersebut ada beberapa hal yang perlu dijelaskan. Misalnya kita bertanya, bagaimana mungkin antar keluarga yang berlainan kota, pada saat acara tertentu sama-sama melihat televisi tidak saling mengenal ? tidak mengenal disini tidak berarti diartikan secara khusus. Memang, satu atau dua kasus antar diri komunikan dalam komunikasi massa itu mengenal, tetapi secara umum mereka tidak mengenal. Jadi kharakteristik ini harus dipahami secara luas bukan sempit. Kalaupun harus dikuantitaskan, berapa banyak Anda mengenal penonton acara “Misteri Gunung Merapi” yang disiarkan

televisi *Indisosiar* Minggu malam dengan yang tidak? Jika harus menjawab, prosentasi tidak mengenalnya jelas akan lebih besar dibanding yang mengenalnya.

Antar komunikan itu tidak berinteraksi satu sama lain ini juga tidak harus diartikan secara khusus pula. Anda mungkin bisa berinteraksi langsung dengan ibu Anda ketika menonton acara telenovela "Carita De Angel" di *RCTI* setiap sore hari. Tetapi apakah Anda yakin mengenal komunikan acara itu yang tersebar di seluruh Indonesia?

Tak terkecuali dengan ciri bahwa antar individu itu tak ada organisasi formal yang melingkupinya. Anda punya kebebasan untuk menonton dan tidak menonton acara tertentu. Anda juga tidak membutuhkan pimpinan yang mengatur acara apa yang harus ditonton. Anda pun tidak boleh tidak memakai pakaian dinas ketika menonton televisi, atau bahkan memakai celana pendek. Anda juga tidak harus menonton mulai sampai awal hingga akhir. Ini jelas berbeda dengan di kantor yang mensyaratkan ada peraturan dalam berpakaian. Di kantor karyawan harus masuk jam tertentu dan boleh keluar jam tertentu pula. Intinya, komunikan itu tidak mempunyai organisasi dan pemimpin formal. (Nurudin, 2003:21)

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditunjukkan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukkan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini, artinya pesan itu memang tidak disengaja untuk golongan tertentu. (Nurudin, 2003:21)

Hal itulah yang antara lain membedakan media massa dengan media nirmassa. Surat, Telepon, telegram, dan teleks misalnya, adalah media nirmassa, bukan media massa, karena ditujukan kepada orang tertentu. Demikian pula majalah organisasi, surat kabar kampus, radio telegrafi atau radio *citizen band*, film dokumenter, dan televisi siaran sekitar *(closed circuit television)* bukanlah media massa, melainkan media nirmassa karena ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Efendy, 2003:23)

Dari keterangan diatas jelas bahwa surat kabar seperti *Kompas,* majalah seperti *Tempo,* radio seperti RRI, film yang diputar di gedung bioskop, dan televisi seperti TVRI adalah media massa karena ditujukan kepada masyarakat umum, dan pesan-pesan yang disebarkannya mengenai kepentingan umum. (Efendy, 2003:23)

4. Komunikasi berlangsung satu arah

Berbeda dengan komunikasi antar persona *(interpersonal communication)* yang berlangsung dua arah *(two-way traffic communication),* komunikasi massa berlangsung satu arah *(one-way communication).* Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan lain perkataan, wartawan sebgai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya itu. Demikian pula penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan "tidak mengetahui" dalam keterangan diatas ialah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi itu berlangsung. Mungkin saja komunikator mengetahuinya juga, misalnya melalui rubrik "Surat Pembaca" atau "Surat Pendengar" yang biasa terdapat dalam media surat kabar, majalah, dan radio, atau dengan jalan menelepon. Akan tetapi itu semua terjadi setelah komunikasi dilancarkan oleh komunikator sehingga komunikator tidak dapat memperbaiki gaya komunikasi seperti yang biasa terjadi pada komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, seperti telah disinggung dimuka, arus balik seperti itu dinamakan arus balik tertunda *(delayed feedback).* Dan kalaupun terjadi arus balik seperti itu, maka terjadinya jarang sekali. (Efendy, 2003:22)

Sebagai konsekuensi dari situasi komunikasi seperti itu, komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan

persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikannya kepada komunikan harus *komunikatif* dalam arti kata dapat diterima secara inderawi *(received)* dan secara rohani *(accepted)* pada satu kali penyiaran. Dengan demikian pesan komunikasi selain harus jelas dapat dibaca – kalau salurannya media cetak – dan jelas dapat didengar – bila salurannya media elektronik – juga dapat dipahami maknanya seraya tidak bertentangan dengan kebudayaan komunikan yang menjadi sasaran komunikasi. Mungkin saja sebagai teknologi mutakhir, misalnya sebuah berita surat kabar dapat dibaca dengan jelas atau berita radio bisa diingat dengan terang. Akan tetapi, bukan tidak mungkin apa yang dibaca dan didengar itu tidak dimengerti atau menimbulkan interpretasi yang berlainan atau bertentangan dengan agama, adat kebiasaan dan sebagainya.. (Efendy, 2003:22)

Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat dan semakin beragamnya sajian mata acara di televisi ataupun radio, seperti interaksi melalui telepon pada acara tertentu yang memberikan layanan interaktif. Apakah dengan proses ini masih bisa dikatakan bahwa komunikasi berjalan satu arah? Sebab, bukankah ketika seseorang menelepon itu komunikasinya berjalan dua arah ?

Kasus yang terjadi diatas memang komunikasi dua arah, yakni antara penelepon dengan pihak pengasuh acara televisi ataupun radio. Tetapi, kasus ini tidak bisa dikatakan sebagai alasan bahwa dalam komunikasi massa itu juga bisa terjadi komunikasi dua arah.

Komunikasi dua arah hanya berjalan langsung antara orang yang menelepon dengan stasiun televisi ataupun radio dan tidak terjadi pada semua *audience* yang heterogen dan banyak itu. Penelepon sendiri tetap menjadi komunikan dalam komunikasi massa, tetapi ia juga sekaligus menjadi komunikan dalam komunikasi yang dilakukan lewat telepon *(nir massa)*.

Jadi, jika dalam komunikasi massa ada komunikasi dua arah, maka sebisa mungkin komunikan tersebut harus terlibat dalam proses komunikasi dua arah itu. Padahal sulit bukan? Oleh karena itu, ciri komunikasi dalam komunikasi massa tetap harus dikatakan berjalan satu arah saja. (Nurudin, 2003:25)

5. Komunikasi Massa Menimbulkan keserempakan

Komunikasi massa itu ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak disini berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Tentunya bersamaan ini juga sifatnya relatif. Majalah atau media sebagai contohnya. Bisa jadi surat kabar bisa dibaca di tempat terbit jam 5 pagi, tetapi di luar kota baru jam 6 pagi. Ini masalah teknis semata tetapi, harapan komunikator dalam komunikasi massa, pesan itu tetap ingin dinikmati secara bersamaan oleh para pembacanya. Tak terkecuali bahwa pesan itu (lewat surat kabar) disebar (didistribusikan) oleh media cetak tersebut secara bersamaan pula. Hanya karena wilayah jangkauannya saja yang berbeda memungkinkan perbedaan penerimaan.

Tetapi, komunikator dalam media massa itu berupaya menyiarkan informasinya secara serentak. (Nurudin, 2003:26)

Saat ini, kesulitan tersebut sudah bisa diatasi. Dengan memakai Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ), kekurangan yang melekat pada media massa cetak sudah bisa diatasi. Banyak media cetak di Indonesia yang cetaknya di luar kota. Sebut misalnya, *Jawa Pos* melakukan cetak jarak jauh di Solo, Jakarta dan di daerah Nganjuk. *Kompas* melakukan cetak jarak jauh untuk wilayah Jawa Tengah di Bawean dan untuk penyebaran di Jawa Timur di kota Surabaya.(Nurudin, 2003:26)

Radio dan Televisi, karena merupakan media massa elektronik, tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak mendengarkan acara radio atau menonton acara televisi. Seperti halnya siaran *Live*/langsung sepak bola, pidato kenegaraan oleh Presiden, debat Calon Presiden dan lain-lain. Sehingga keserempakan itu dapat dinikmati secara bersamaan, hanya waktu saja yang membedakan. Misalnya siaran langsung pidato kenegaraan yang disiarkan langsung dari Jakarta pada pukul 09.00 WIB maka di Irian Jaya akan didengarkan atau dilihat pada pukul 11.00 WIT.

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Televisi dan Radio disebut media

massa yang kita banyangkan saat ini tidak akan lepas dari pemancar. Apalagi dewasa ini sudah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantaraan satelit. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan media elektronika seperti televisi dan radio. Bahkan, saat sekarang sudah sering radio dan televisi melalkukan siaran langsung *(live),* dan bukan siaran yang direkam *(recorded)*. (Nurudin, 2003:27)

Dalam media cetak seperti Surat Kabar, dengan SCJJ, peran satelit juga tidak bisa dianggap enteng. SCJJ tidak akan terlaksana tanpa bantuan peralatan teknis seperti halnya satelit tersebut. Meskipun ada peralatan teknis lain yang sifatnya lebih sederhana seperti mesin cetak. Untuk saat sekarang, peralatan teknis semakin kompleks seperti yang dipunyai oleh jaringan internet. Dalam jaringan internet disamping dibutuhkan data sebagai bahan dalam internet dibutuhkan perangkat komputer, telepon, modem, dan jaringan satelit untuk memudahkan pengiriman pesan-pesannya. Peralatan teknis adalah sebuah keniscayaan yang sangat dibuthkan media massa. Tak lain agar proses pemancaran atau penyebaran pesannya bisa lebih cepat dan serentk kepada khalayak yang tersebar. (Nurudin, 2003:28)

7. Komunikasi Massa dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut pentapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi

sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebrkan lebih mudah dipahami.

Mengapa *gatekeeper,* itu sedemikian penting sehingga menjadi ciri komunikasi massa? Sebagaimana kita ketahui, bahan-bahan, peristiwa atau data yang menjadi bahan mentah pesan yang akan disiarkan media massa itu beragam dan sangat banyak. Tentu, tidak semua bahan-bahan tersebut bisa dimunculkan. Di sinilah perlu ada pemilahan, pemilihan, dan penyesuaian dengan media yang bersangkutan. Misalnya, televisi sangat berkepentingan untuk melihat gerak isyarat dari para kandidat calon presiden ketika melakukan kampanye. Maka televisi perlu mengambil gambar yang dianggap unik. Sementara pihak media cetak hanya bisa menceritakannya, atau didukung oleh foto, tetapi tidak semua bisa diambil. Media cetak perlu memilih mana gerak isyarat yang paling menarik. Perbedaan demikian, akan mempengaruhi pean-pesan yang disebarkan.

Gatekeeper yang dimaksud antara lain reporter, editor film /surat kabar / buku, manajer pemberitaan, penjaga rubrik, kameraman, sutradara dan lembaga sensor film yang semuanya mempengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam sebuah pesan-pesan dari media massa masing-masing.

Gatekeeper ini juga berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data dan mengurangi pesan-pesanya. Intinya, adalah pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari

media massa. Semakin kompleks sistem media yang dipunyai semakin banyak pula *gatekeeping* (pemalangan pintu atau pentapisan informasi) yang dilakukan. Bahkan bisa dikatakan, *gatekeeper* sangat menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan disebarkan. Baik buruknya dampak pesanyang disebarkannya pun tergantung pada fungsi pentapisan informasi atau pemalangan pintu ini.

Dalam pola komunikasi tatap muka atau komunikasi kelompok jelas tidak harus dibutuhkan *gatekeeper*. Tetapi, dalam komunikasi massa, hal demikian tidak bisa dihindari. *Gatekeeper* keberadaanya sama pentingnya dengan peralatan mekanis yang harus dipunyai media dalam komunikasi massa. Oleh karena itu, *gatekeeper* menjadi keniscayaan keberadaannya dalam media massa dan menjadi salah satu cirinya. (Nurudin, 2003:28-29)

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Ada banyak pendapat yang dikemukakan untuk mengupas apa fungsi-fungsi komunikasi massa. Meskipun satu pendapat dengan pendapat lain berbeda, tetapi titik tekan mereka bisa jadi sama. Misalnya, ada yang mengatakan bahwa fungsi media itu mendidik. Tetapi ada pendapat yang mengatakan fungsi itu sudah tercakup dalam pewarisan sosial. Apapun yang dikemukakan setidaknya ada benang merah bahwa fungsi komunikasi massa secara umum bisa dikemukakan sebagai berikut; informasi, pendidikan dan hiburan.

Wilbur Schramm menyatakan, komunikasi massa berfungsi sebagai *decoder, interpreter* dan *encoder*. Komunikasi massa men-*decode* lingkungan sekitar untuk kita, mengawasi kemungkinan timbulnya bahaya, mengawasi terjadinya persetujuan dan juga efek-efek dari hiburan. Komunikasi massa menginterpretasikan hal-hal yang di-*decode* sehingga dapat mengambil kebijakan terhadap efek, menjaga berlangsungnya interaksi serta membantu anggota-anggota msyarakat menikmati kehidupan. Komunikasi massa juga meng-*encode* pesan-pesan yang memelihara hubungan kita dengan masyarakat lain serta menyampaikan kebudayaan baru kepada anggota-anggota masyarakat. Pelung ini dimungkinkan karena komunikasi massa mempunyai kemampuan memperluas pandangan, pendengaran dalam jarak yang hampir tidak terbatas, dan dapat melipatgandakan suara dan kata-kata secara luas. (Wiryanto, 2000:10)

Pendapat Schramm pada dasarnya tidak berbeda dengan pendapat Harold D. Lasswell yang menyebutkan fungsi-fungsi komunikasi massa sebagai berikut :

1. *The surveillance of the environment* (Pengamatan terhadap lingkungan).
   Fungsinya sebagai pengamatan lingkungan, yang oleh Schramm disebut sebagai *decoder* yang menjalankan fungsi *The Watcher*.
2. *Correlation of the components of society in making a response to the environment* (Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan).
   Fungsinya menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungan. Schramm menanamkan fungsi ini sebagai interpreter yang melakukan fungsi *The Forum.*
3. *Transmission of the social inheritance* (Penyebaran warisan sosial).
   Fungsinya penerusan atau pewarisan sosial dari satu generasi ke genarasi selanjutnya. Schramm menamakan fungsi ini sebagai *encoder* yang menjalankan fungsi *The Teacher*.
   (Wiryanto, 2000:11)

Laswell tidak memberikan rincian lebih lanjut mengenai fungsi-fungsi yang ia kemukakan itu, sehingga terbuka kesempatan terhadap berbagai spekulasi dan penafsiran. Seorang ahli sosiologi, Charles R. Wright, menambahkan fungsi keempat, yaitu *entertainment* dan ia memberikan penjelasan keempat fungsi itu sebagai berikut.

1. *Surveillance*
   Menunjukkan pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar maupun di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut *Handling of News.*
2. *Correlation*
   Meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksikan kejadian-kejadian. Untuk sebagaian, fungsi ini diidentifikasikan sebagai fungsi editorial atau propaganda.
3. *Transmission*
   Menunjuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain atau dari anggota-anggota suatu masyarakat kepada pendatang baru. Fungsi ini diidentifikasikan sebagai fungsi pendidikan.
4. *Entertainment*
   Menunjuk pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu.

(Wiryanto, 2000:11-12)

Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) juga mengemukakan fungsi komunikasi massa kedalam 4(empat) fungsi yaitu;

1. *To Inform* (memberikan informasi)
2. *To Entertain* (memberi hiburan)
3. *To Persuade* (membujuk)
4. *Transmission of the culture* (Transmisi budaya)

Sedangkan fungsi komunikasi massa menurut John Vivian dalam bukunya *The Media of Mass Communication* (1991) disebutkan;

1. *Providing information*
2. *Providing entertainment*

3. *Helping to persuade*
4. *Contributing to social cohesion* (mendorong kohesi sosial)

(Nurudin, 2003:62)

Dari paparan diatas, fungsi-fungsi komunikasi massa dapat dijumlahkan kedalam 8 (delapan) fungsi, seperti halnya yang dituliskan dalam Nurudin dalam bukunya *Komunikasi Massa,* yaitu :

1. Informasi

Fungsi Informasi adalah fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi masaa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Iklan pun dalam beberapa hal juga punya fungsi memeberikan informasi disamping juga fungsi-fungsi yang lain.

Fakta-fakat yang dicari wartawan di lapangan kemudian dituangkannya dalam tulisan juga tak terkecuali sebagai informasi. Fakta yang dimaksud adalah ada kejadian yang benar-benar terjadi di masyarakat. Dalam istilah jurnalistik, fakta-fakta itu biasa diringkas dalam istilah 5W+1H *(What, Where, Who, When, Why + How)* atau Apa, Dimana, Siapa, Kapan, Mengapa dan Bagaimana. Misalnya terjadi kecelakaan sepeda moto. Fakta-fakta itu dapat dipertanyakan seperti ini; Siapa yang bertabrakan? Dimana peristiwa itu terjadi? Apa akibat yang ditimbulkan? Kapan kejadian tabrakan itu? Mengapa terjadi dan Bagaimana itu semua terjadi? Serangkaian pertanyaan tersebut di atas merupakan fakta dilapangan yang bisa menjadi informasi yang dibutuhkan pembaca suatu surat kabar.

Disamping itu, buku juga bisa memeberikan informasi. Buku yang dimaksud tentu bukan sekedar buku fiksi, tetapi buku yang memang ditulis berdasarkan fakta-fakta pula. Sebab, informasi yang dimaksud disini adalah informasi yang berdasarkan fakta. Alasannya, informasi yang tidak berdasarkan fakta itu sama dengan isu, kabar bohong, atau desas-desus. (Nurudin,2003:64-65)

2. Hiburan

Fungsi hiburan bagi sebuah media elektronik menduduki posisi paling tinggi dibanding dengan fungsi-fungsi yang lain. Masalahnya, masyarakat kita memang masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Dalam sebuah keluarga, televisi bisa sebagai perekat keintiman keluarga itu.

Ini sangat berbeda dengan media cetak. Media cetak biasanya tidak menempatkan hiburan pada posisi paling atas. Biasanya informasi. Tetapi, media cetak ini pun tetap harus memfungsikan hiburan. Gambar-gambar yang muncul di setiap halaman, adanya teka-teki, cerita bergambar (cergam) menjadi beberapa ciri dimana media cetak juga memeberikan layanan hiburan. Itu pulalah kenapa, terbitan hari Minggu untuk harian sangat berbeda jauh dengan harian yang lain. Hari Minggu akan diisi rubrik-rubrik yang lebih menghibur.

Pentingnya aspek hiburan dalam komunikasi juga diakui Charles R Wright. Sehingga ia perlu memebuat tabel untuk memeperjelasnya.

Tabel 2.2

Aktivitas Komunikasi Massa

	MASYARAKAT	**INDIVIDU**	**SUB KELEOMPOK TERTENTU (Mis: Kel. Politik)**	**KEBUDA-YAAN**
Fungsi	Pelepasan lelah bagi kelompok-kelompok massa.	Pelepas lelah	Memperluas kekuasaan. Mengendalikan bidang kehidupan	
Disfungsi	Mengalihkan publik : menghindarkan aksi sosial	Meningkatkan kepastian. Memeperendah cita rasa. Memungkinkan pelarian/ pengasingan diri		Memeperlemah estetik : "budaya pop"

(Sumber: Charles R Wrigth, 1988. dalam buku Nurudin, 2003:68)

3. Persuasi

Fungsi persuasif dari komunikasi massa ini tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Banyak bentuk tulisan yang kalau diperhatikan sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan secara lebih jeli ternyata terdapat fungsi persuasi. Tulisan pada tajuk rencana, artikel dan surat pembaca adalah contoh tulisan persuasif.

Aktivitas *Public Relations* (PR) dan promosi khusus dalam komunikasi tatap muka juga menjadi bentuk dari fungsi persuasi juga. Bahkan jika aktivitas PR dan promosi khusus itu dilakukan melalui media massa, nyata bahwa itu semua tak lepas dari usaha untuk mempengaruhi orang lain. Misalnya, iklan sampo di televisi yang mengatakan boleh keramas setiap hari.tujuan iklan ini jelas,

memepengaruhi penonton untuk mengikuti apa yang dikatakan iklan tersebut.

Banyak dari apa yang khalayak baca, dengar dan lihat penuh dengan kepentingan persuasif ini. Kampanye politik yang secara periodik menyita perhatian kita di media massa, hampir murni persuasif berita-berita yang berasal dari pemerintah pada semua tingkatan mempunyai basis dasar propaganda. Dan propaganda ini apalagi kalau bukan untuk mempengaruhi. Apa yang khalayak lihat, dengar dan baca di media didisain untuk mempengaruhinya. Ratusan film dibuat di Amerika setiap tahun berhubungan dengan informasi dan khususnya persuasif.

Bagi Josep A Devito (1997) fungsi persuasi ini dianggap sebagai bentuk yang paling penting. Persuasi bisa datang dari berbagai mecam bentuk;

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.

(Nurudin, 2003:69-70)

4. Transmisi Budaya

Transmisi budaya adalah salah satu fungsi komunikasi massa yang pling luas, meskipun paling sedikit diperbincangkan. Transmisi budaya tak dapat dielakkan selalu hadir untuk berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu. Warisan adalah dampak akumulasi budaya dan masyarakat sebelumnya yang telah menjadi

bagian dari hak azasi manusia. Itu ditransmisikan oleh individu, orang tua, kawan sebaya, kelompok primer atau sekunder, dan proses pendidikan. Budaya komunikasi ini secara ajeg dimodifikasi oleh pengalaman baru yang didapat.

Transmisi budaya mengambil tempat dalam dua tingkatan; kontemporer dan historis. Dua tingkatan ini tidak dipisahkan dan terjalin secara konstan. Dan lagi, media massa adalah alat utama di dalam transmisi budaya pada kedua tingkatan itu. Di dalam tingkatan kontemporer, media memperkuat konsesnsus nilai masyarakat, dengan selalu memperkenalkan bibit perubahan secara terus-menerus. Ini adalah faktor yang memberi petunjuk teka-teki yang mengitari media massa; mereka secara serepak pengukuh *status quo* dan mesin perubahan.

Ada hal tentang komunikasi yang bersifat unik, misalnya dalam teori semantik umum dari Ilmu Pengetahuan dan KesehataN. Alfred Korzybski (1962) menamakannya kemampuan "pengikat waktu *(time-binding)"* manusia yang didasarkan pada ingatan. Manusia sendiri sebagai makhluk di bumi ini telah dapat menyimpan secara sadar dan melupakannya dari generasi ke generasi selanjutnya. Kemudian, perkembangan dari spesies lebih atau kurang tetap. Kemampuan ini membimbing transmisi budaya sebagaimana fungsi media massa dan seluruh lembaga pendidikan, dan banyak sekali bagian dari fungsi ini.

Secara historis umat manusia telah dapat melewati atau menambahkan pengalaman baru dari sekarang untuk membimbingnya ke masa depan. Manusia tidak hanya dapat mengakumulasi pengalamannya, tetapi juga mereka telah membuktikan dapat menyortir dan menyaring diantara ingatan, membuang yang tidak dibutuhkannya, dan pemasanan istirahat untuk kesenangan dalam transmisi baik kepada teman sebaya atau anak cucu.

Coba simak pula pendapat dari Charles R Wright dalam tabel berikut :

Tabel 2.3

Aktivitas Komunikasi Massa: Transmisi Budaya

	MASYARAKAT	**INDIVIDU**	**SUB KELOMPOK TERTENTU (Mis: Kel. Politik)**	**KEBUDAYAAN**
Fungsi	Meningkatkan kohesifitas sosial. Memperluas dasar norma bersama, pengalaman bersama. Mengurangi anomia. Melanjutkan sosialisasi; mencapai kedewasaan bahkan setelah meereka keluar dari lembaga seperti misalnya lembaga sekolah.	Meningkatkan integrasi penekanan pada norma-norma umum. Mengurangi idiosinkratik. Mengurangi anomia	Memperluas kekuatan lembaga lain untuk sosialisasi	Menstandarisasikan. Memelihara Konsensus budaya
Disfungsi	Memperbesar massa masyarakat	Mendepersonali sasikan		Mengurangi berbagai macam subkultur

(Sumber: Charles R Wright, 1988. dalam buku Nurudin, 2003:73)

5. Mendorong Kohesi Sosial

Kohesi yang dimaksud disini adalah penyatuan. Artinya, media massa mendorong masyarakat untuk bersatu. Media massa merangsang masyarakat untuk memikirkan dirinya bahwa bercerai berai itu bukan keadaan yang baik bagi kehidupan mereka. Media yang memberitakan akan arti pentingnya kerukunan hidup umat beragama, sama saja media itu mendorong kohesi sosial. Termasuk disini media yang mampu meliput beritanya dengan teknik *cover both sides* (meliputi dua sisi yang berbeda secara seimbang). Dalam posisi ini, media massa secara tidak langsung berperan dalam mewujudkan kohesi sosial. Dalam bahasa yang populer kohesi sosial ini bisa disamakan artinya dengan integrasi. Sebab, media yang tidak bisa menerapkan prinsip berita berimbang itu jelas tak bisa mendorong penyatuan masyarakat. Atau dengan kata lain, media massa hanya menciptakan disintegrasi sosial.

Tetapi ketika media punya fungsi untuk menciptakan integrasi sosial, sebenarnya disisi lain media juga punya peluang untuk menciptakan disintegrasi sosial. Jadi sebenarnya peluang untuk menciptakan integrasi dan disintegrasi sama besarnya. Dengan kata lain, kalau kita membicarakan fungsi media sebagai penyatu masyarakat tak bisa dipungkiri kita juga perlu memperbincangkan peluang munculnya permusuhan, konflik di masyarakat akibat dari pemberitaan media.

Lazarfeld dan Merton pernah mengatakan bahwa media itu juga punya fungsi *narcotising dysfuntion* (racun pembius). Meskipun istilah

ini sangat ekstrim, tetapi tak bisa dipungkiri media massa yang tidak dikelola secara bijak atau bahkan hanya mengejar keuntungan materi bisa menjadi "racun" bagi masyarakat. Ia tidak bisa mengarahkan masyarakat untuk maju, bersatu, jujur tetapi justru sebaliknya menciptakan kemunduran masyarakat, bercerai berai atau terus konflik dan melakukan kebohongan. Oleh karena itu media yang tidak dikelola secara profesional, berdasarkan moral yang baik sangat berbahaya bagi masyarakat. Media sama dengan "racun" yang mematikan seperti yang disindir oleh Lazarfeld dan Merton di atas. (Nurudin, 2003:73-74)

6. Pengawasan

Bagi Laswell, komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan. Artinya, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada disekitar kita. Fungsi pengawasan ini bisa dibagi menjadi dua yakni *warning or beware surveillance* atau pengawasan peringatan dan *instrumental surveillance* atau pengawasan instrumental.

Charles R Wright mencoba membuat tabel tentang pelaksanaan fungsi dan disfungsi yang nyata dan tersembunyi dari komunikasi massa sebagai berikut;

Tabel 2.4

Aktivitas Komunikasi Massa: Pengawasan

	MASYARAKAT	INDIVIDU	SUB KELOMPOK TERTENTU (Mis: Kel. Politik)	KEBUDAYAAN
Fungsi	Peringatan bahaya dari alam, serangan musuh, perang *instrumental:* berita-berita yang esensial/ penting bagi lembaga-lembaga lainnya Etisisasi.	Peringatan instrumental. Menambah prestise: pemuka pendapat Penganugrahan status	Instrumental: kegunaan informasi bagi kekuasaan. Deteksi : pengetahuan tentang perilaku yang menyimpang dan subersif. Mengatur opini publik; memonitor; mengontrol. Mengerahkan kekuatan; penganugrahan status.	Meningkatkan kontak antar budaya Meningkatkan pertumbuhan
Dis-fungsi	Mengancam stabilitas; berita-berita tentang masyarakat yang "lebih baik". Menimbulkan kepanikan	Kecemasan: privatisasi; Apatis; Narkotisasi.	Mengancam kekuasaan; berita-berita tentang realitas; propaganda musuh; ekpos-ekpos	Memungkinkan invasi kebudayaan.

(Sumber: Charles R Wright, 1988. dalam buku Nurudin, 2003:78)

7. Korelasi

Fungsi korelasi yang dimaksud disini adalah fungsi menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Erat kaitannya dengan fungsi ini adalah peran media massa sebagai penghubung antar berbagai komponen masyarakat. Sebuah berita yang disajikan oleh seorang reporter akan menghubungkan nara sumber (salah satu unsur bagian masyarakat) dengan pembaca surat kabar (unsur bagian masyarakat yang lain).

Bagi Charles R Wrigth fungsi korelasi termasuk juga menginterpretasikan pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksi kejadian-kejadian. Salah satu bagian penting dalam menjalankan fungsi korelasi yang termasuk interpretasi ini bisa dilihat dari Tajuk Rencana atau *Hoofd Artikel* (Belanda), *Leader/Leader Writer* (Inggris) sebuah surat kabar. Meskipun tajuk rencana juga punya fungsi persuasi. Tajuk yang biasa ditulis oleh redaktur senior itu bagi Dja'far H. Assegaf (1983) mempunyai 4 (empat) fungsi, yakni;

a. Menjelaskan berita. Dalam posisi ini penulis, penulis tajuk memposisikan dirinya sebagai seorang guru yang mencoba menjelaskan suatu berita atau peristiwa kepada pembacanya.
b. Mengisi Latar Belakang. Tajuk rencana juga mempunyai fungsi untuk memberikan kaitan suatu berita dengan kenyataan-kenyataan sosial lainnya.
c. Meramalkan masa depan. Dengan menulis tajuk rencana, penulisnya bermaksud untuk memberikan gambaran dampak-dampak yang terjadi di masa datang dari tulisan yang disajikan.
d. Meneruskan suatu penilaian moral. Sejaka lama terdapat anggapan bahwa penulis tajuk rencana mencerminkan apa yang terasa oleh hati nurani masyarakat.

(Nurudin, 2003:78-81)

Charles R Wright mencoba mendeskripsikan fungsi korelasi komunikasi massa dalam tabel berikut;

Tabel 2.5

Aktivitas Komunikasi Massa: Korelasi

	MASYARAKAT	**INDIVIDU**	**SUB KELOMPOK TERTENTU (Mis: Kel. Politik)**	**KEBUDAYAAN**
Fungsi	Meningkatkan Mobilisasi	Memberi efisiensi: mengasimilasi berita	Membantu mempertahankan kekuasaan	Mengurangi invasikebudayaan

Fungsi	Mengurangi ancaman terhadap stabilitas sosial Mengurangi kepanikan. Agenda setting	Mengurangi stimuli yang berlebihan, kecemasan, apatis, pribadi Privatisasi Agenda Setting	Memelihara konsensus	
Dis-fungsi	Meningkatkan konformime sosial : merintangi perubahan sosial jika kritik-kritik sosial diabaikan	Melemahkan hak kritik Meningkatkan kepastian	Meningkatkan tanggung jawab	Menghalangi pertumbuhan kebudayaan.

(Sumber: Charles R Wright, 1988. dalam buku Nurudin, 2003:82)

8. Pewarisan Sosial

Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai norma, pranata, etika, dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

Ada juga yang mengatakan fungsi pewarisan sosial ini dengan transmisi budaya. Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) dua diantara ilmuwan komunikasi yang mengatakan itu. Tetapi fungsi ini sama dengan pewarisan sosial. Sebab, yang namanya budaya meliputi tiga hal yakni ide atau gagasan, aktivitas dan benda-benda hasil kegiatan. Ide yang diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya itu termasuk budaya. Artinya, ide sebagai sebuah warisan merupakan unsur dalam budaya.

Alfred Korzybski dalam bukunya *Science and Sanity* (1962) pernah mengatakan bahwa manusia pada dasarnya bisa merekan dan membiarkan informasi yang diterimanya. Kemampuan ini akan

mempengaruhi transmisi budaya yang dilakukan manusia dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Kejadian ini sama persisi seperti yang dilakukan media massa. Bahwa media juga bisa menjadi alat untuk melaksanakan fungsi transmisi budaya. (Nurudin, 2003:82-85)

2.1.4 Teori Komunikasi Massa

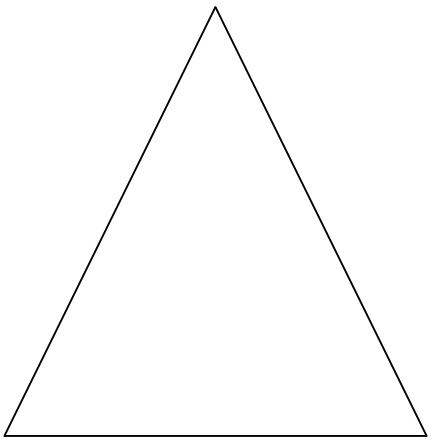
Studi tentang komunikasi massa termasuk dalam bidang ilmu pengetahuan yang lebih luas yang berkenaan dengan komunikasi manusia. Bidang ilmu pengetahuan tersebut kadangkala disebut "ilmu pengetahuan komunikasi". Bidang ilmu pengetahuan yang luas tersebut dapat dibagi menurut beberapa cara pembagian. Salah satu diantaranya ialah berdasarkan peringkat organisasi sosial yang merupakan tempat berlangsungnya komunikasi. Dari perspektif tersebut komunikasi massa berada pada puncak piramid (lihat gambar 2.7 berikut)

Gambar 2.7

Proses Komunikasi dalam Masyarakat

Peringkat Proses Komunikasi

- Masyarakat Luas (misalnya komunikasi massa)
- Institusi/organisasi Misalnya sistem politik atau badan usaha)
- Antar kelompok atau asosiasi (misalnya komunitas setempat)
- Dalam Kelompok (intragroup) (misalnya keluarga)
- Antar Pribadi (Interpersonal) (misalnya dua orang atau pasangan
- Dalam pribadi (Intrapersonal) (misalnya proses informasi)



Sedikit terjadi

Banyak terjadi

(Sumber: McQuail, 1987:6)

Setiap peringkat komunikasi mencakup sejumlah masalah dan prioritas tertentu, serta memiliki serangkaian kenyataan dan teori tersendiri. Pada peringkat antarpribadi (interpersonal) titik perhatian lebih banyak ditujukan pada proses (memahami, mengingat, dan meninterpretasikan) informasi (misalnya berita media) dan pada "hubungan timbal-balik" dengan lingkungan. Pada peringkat ini teori berkenaan dengan kondisi dan proses mental. Pada peringkat antarpersonal dan peringkat dalam kelompok (intragroup) masalah utama yang menjadi perhatian berkaitan dengan: bentuk wacana *(discourse),* pola interaksi, wujud afiliasi (kedekatan), pengendalian dan hierarki, penentuan norma-norma, penetapan batas, pengaruh dan difusi (penyebaran). Tema-tema seperti itu juga disinggung pada peringkat yang lebih tinggi, tetapi dalam konteks yang lebih kompleks. Pada organisasi formal titik perhatian lebih banyak ditujukan pada upaya mengendalikan dan melakukan efisiensi transmisi. Pada kelompok dan assosiasi masalah keterlibatan sukarela, interaksi, kerjasama dan pembentukan norma-norma serta standar lebih diutamakan. Terlepas dari semua itu, ilmu pengetahuan komunikasi secara keseluruhan cenderung mengidentifikasi serangkaian masalah yang terdapat pada semua peringkat. Teori dan penelitian berupaya menyodorkan penjelasan terhadap rangkaian masalah tersebut. Rangkaian masalah tersebut meliputi :

1. Siapakah yang melakukan komunikasi dan kepada siapa komunikasi itu ditujukan? (sumber dan penerima)
2. Mengapa orang berkomunikasi? (fungsi dan tujuan)
3. Bagaimana cara terjadinya komunikasi (saluran, bahasa, kode)
4. Komunikasi itu menyangkut hal apa? (isi, objek acuan, tipe informasi)

5. Apakah konsekuensi komunikasi? (disengaja atau tidak disengaja) (McQuail, 1987:6-7)

Denneis McQuail (1987) memberikan beberapa jenis dari teori komunikasi massa yakni:

1. Teori Ilmu Pengetahuan Sosial *(Social Scientific Theory)*. Teori ini berdasarkan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan sifat dasar, cara kerja, dan pengaruh komunikasi massa, yang bersumber dari observasi sistematis yang sedapat mungkin diupayakan bersifatobjektif. Teori ini juga bersumber pada kenyataan tentang media. Teori inipun pada penerapannya sering bergantung pada ilmu sosial lainnya. Contohnya adalah, teori yang menerangkan hubungan antara televisi dengan perilaku agresif.
2. Teori Normatif *(Normative Theory)*. Teori ini berkenaan dengan masalah bagaimana seharusnya media berperan ketika serangkaian nilai sosial ingin diterapkan dan dicapai sesuai dengan sifat dasar nilai-nilai sosial tersebut. Jenis teori ini begitu penting karena ia memang berperan dalam membentuk institusi media. Bahkan media berpengaruh besar dalam membantu apa yang diharapkan oleh publik media, organisasi serta pelaksana organisasi sosial itu sendiri.
3. Teori praktis *(Operational Theory)*. Teori ini awal perkembangannya dikembangkan oleh para praktisi media itu sendiri. Teori ini menyuguhkan penuntun tentang tujuan media, cara kerja yang seharusnya diharapkan agar seirama dengan prinsip-prinsip ilmu pengetahuan sosial yang sifatnya lebih abstrak, serta cara-cara pencapaian beberapa sasaran tertentu. Teori bersifat praktis karena membantu menemukan jawaban masalah, misalnya, "Apa yang dapat menyenangkan publik?", "Apakah yang dapat membuahkan hasil?", "Berita apakah yang berharga?", dan "Bagaimana tanggung jawab wartawan dan media tertentu dalam situasi tertentu pula?"
4. Teori Akal Sehat *(Commonsense Theory)*. Teori ini merupakan pengetahuan (dan gagasan) yang dimiliki oleh setiap orang dengan begitu saja atau melalui pengalaman langsung dengan masyarakat. Setiap pembaca surat kabar atau penonton televisi mempunyai teori sendiri (artinya punya seperangkat gagasan) tentang media tersebut. Misalnya gagasan tentang bagaimana keberadaan media, kegunaan media, peran media dalam kehidupan sehari-hari bagaimana seharusnya membaca koran atau menonton televisi dan lain-lain. Masing-masing orang punya teori sendiri berdasarkan pengetahuan yang dimilikinya begitu begitu saja tanpa ada usaha atau lewat pengalamannya sehari-hari.

(Nurudin, 2003:152-154)

Sementara itu, Stanley J Baran dan Dennis K Davis (2003) menambahkan jenis teori dalam perkembangan baru ilmu sosial yakni teori kritis *(critical theory).* Teori ini tertarik untuk membahas ketidaksamaan dan ketertindasan (akibat sistem). Teori kritik tidak melulu mengobservasi, tetapi yang lebih penting adalah mengkritik. Sebagian besar dari teori kritis membahas tentang *conflic of interest* (konflik kepentingan) di dalam masyarakat dan didominasi yang terus menerus dilakukan oleh sebuah kelompok atas yang lainnya. Teori kritis ingin membongkar sesuatu yang dianggap tidak adil karena tiadanya kesamaan dan semakin munculnya ketertindasan. Pengajur teori ini merasa punya tanggung jawab tidak sekedar mengkritik, tetapi juga bekerja sebagai agen aktif perubahan dan kalau perlu dilakukan secara radikal.

Sementara itu, untuk mengklasifikasikan teori komunikasi massa juga bisa berdasarkan tujuan *(goal)* – nya. Tujuan teori sosial adalah memprediksikan dan mengontrol. Ia mengukur fenomena atau atribut situasi dalam usaha untuk mencoba menemukan kecenderungan yang dapat diukur. Bagi Jensen (1990) tujuan disini, sebagaimana dalam teori kritis adalah emansipasi dari dan perubahan dalam peraturan sosial yang dominan.

Dengan demikian, sebuah tori komunikasi massa paling tidak berisi; seperangkat pernyataan yang didefinisikan dalam kata kunci; menspesifikasikan hubungan antar konsep itu; mendeskripsikan fenomena yang menggunakan konsep itu; menawarkan prediksi tentang fenomena; dan menyarankan penjelasan terhadap suatu kejadian. (Nurudin, 2003:154-155)

2.2 Tinjauan Tentang Radio

2.2.1 Sejarah Radio

Radio telah menjalani proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti dewasa ini.

Donald McNicol dalam bukunya *"Radio's Conquest of Space"* menyatakan, bahwa "terkalahkannya ruang angkasa oleh radio" *(the conquest of space of radio)* dimulai pada tahun 1802 oleh Dane, yang merupakan karya yang sangat sederhana, yakni ditemukannya suatu peneriman pesan *(message)* dengan jarak pendek menggunakan kawat peraliran listrik.

Lebih daripada itu dalam buku *"instruction to Radio and Television"* yang ditulis oleh David C. Philips, John M.Grogan dan Earl Hryan, dijelaskan, bahwa penemuan bagi kemajuan radio adalah ketekunan tiga orang cendekiawan muda. Di antaranya seorang ahli teori ilmu alam berkebangsaan Inggris bernama James Maxwell yang mendapat julukan *"scientific father of wireless"* berhasil menemukan rumus-rumus yang diduga mewujudkan gelombang elektro magnetis, yakni gelombang yang digunakan radio dan televisi. Rumus ini ditemukannya pada tahun 1865 pada waktu ia berumur 29 tahun sebagai pengajar dalam mata kuliah filsafat alam pada King's College di London. Berdasarkan teorinya itu, ia menyatakan bahwa gerakan magnetis dapat mengarungi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama

dengan kecepatan cahaya, yakni 186.000 mil per detik. Di kemudian hari ternyata teori tersebut dapat membuktikan kebenarannya.

Maxwell sendiri sebagai seorang ahli teori, sedikit sekali melakukan penelitian yang bersifat percobaan *(experimental research)*.

Adanya gelombang elektro magnetis telah dibuktikan oleh Heinrich Hertz dengan jalan eksperimen. Selain membuktikan, bahwa rumus Maxwell adalah benar, Hertz juga dapat membuktikan bahwa dengan suatu permukaan dari logam yang cocok, gelombang-gelombang elektro mgnetis itu bisa direfleksikan kepada suatu cahaya. Ini terjadi pada tahun 1884, ketika Hertz berumur 26 tahun.

Setelah karya Hertz tersebut dikenal umum., Guglemo Marconi yang terkenal sebagai penemu telegrap tanpa kawat, mulai menggunakan ilmu pengetahuan itu untuk tujuan yang praktis. Marconi berumur 20 tahun ketika pada tahun 1894 membaca eksperimen Hertz dalam majalah Italia. Setahun kemudian ia dapat menerima tanda-tanda tanpa kawat dalam jarak satu mil dari sumbernya, dan pada tahun 1896 jaraknya menjadi delapan mil.

William Albig dalam bukunya *"Modern Public Opinion "* memberikan penjelasan, bahwa pada tahun 1901 cara-cara pengiriman tanda-tanda tanpa kawat itu oleh Marconi itu, yakni tahun 1906, dengan memperkenalkan lampu vakumnya *(vacuum tube)* yang memungkinkan suara dapat disiarkan.

Mengenai radio siaran *(broadcasting),* Albig menyebutkan, bahwa yang mula-mula memperkenalkannya ialah David Sarnoff pada tahun 1915.

Dan menurut buku *"The Mass Media and Modern Society"* melalui stasiun radio eksperimen milik Dr. Lee De Forest buletin mengenai kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat antara Wilson dan Hughes telah disiarkan ke masyarakat; akan tetapi belum mendapat sambutan (perhatian).

Meskipun demikian Dr. Lee De Forest dianggap sebagai pelopor radio, dan karena itu dijuluki *"the father of radio".* Itu terjadi pada tahun 1916. untuk beberapa tahun lamanya percobaan-percobaan untuk mengembangkan radio siaran ini agak terlambat karena pecahnya Perang Dunia I. Alat-alat radio pun dikerahkan untuk kepentingan peperangan sampai tahun 1919 siapapun tidak diizinkan untuk mengusahakan radio siaran.

Adalah Dr. De Forest juga yang mula-mula menyiarkan berita radio, sedang yang melakukan eksperimen menyiarkan musik ialah Dr. Frank Conrad seorang ahli pada Westinghouse Company di Pittsburg Amerika Serikat (tahun 1919).

Sejak itu dua perusahaan besar lainnya, yakni General Electric dan American Telephone dan Telegraph mengikuti jejak perusahaan Westinghouse dalam bidang radio. Ketika itu perusahaan tersebut mendirikan suatu perusahaan yang dinamakan *Radio Corporation of America* di bawah pimpinan David Sarnoff.

Mulai tahun 1920 masyarakat Amerika telah dapat menikmati radio siaran secara teratur berbagai programnya. Dan pada tanggal 20 November 1920 stasiun KDKA menyiarkan kegiatan pemilihan umum untuk memilih Presiden *(Harding-Cok Presidential Election)* yang dianggap sebagai penyiaran berita pertama secara meluas dan teratur kepada masyarakat.

Sejak saat itu, radio mengalami kemajuan yang sangat pesat. Apabila pada bulan Januari 1922 hanya ada 30 stasiun radio, pada bulan Maret 1923 meningkat menjadi 556 buah. Jumlah pesawat penerima dari 50.000 buah pada tahun 1921 menjadi 600.000 lebih pada tahun 1922.

Pada tahun 1926 berdirilah *National Broadcasting Company* (NBC) sebagai badan radio siaran yang besar dan luas, yang setahun kemudian disusul oleh rivalnya, yakni *Columbia Broadcasting System* (CBS). Pada tahun itu juga (1927) muncul badan radio siaran lainnya, *Mutual Broadcasting System* (MBS) sebagai jaringan radio siaran *(network)* dan merupakan gabungan dari badan-badan radio siaran yang kecil.

Di bidang teknologi, usaha untuk menyempurnakan radio siaran itu telah mencapai kemajuan pula. Profesor E. H. Amstrong tahun 1933 memperkenalkan *System Frequency Modulation* (F.M.) sebagai penyempurnaan *Amplitudo Modulation* (A.M.) yang biasa digunakan radio siaran. Dengan sistem yang baru itu, untuk pendengaran dapat dicapai *fidelity* yang lebih tinggi. Keuntungan FM dari AM ialah :

1. Dapat menghilangkan *"interference"* (gangguan, pencampuran yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik).
2. Dapat menghilangkan *interference* yang disebabkan dua stasiun yang mengudara pada gelombang yang sama.

3. Dapat menyiarakan ssuara sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.

(Effendy, 2000:149)

Sebagai negara yang dalam Perang dunia II tidak pernah menjadi puing-puing seperti negara lain kecuali Pearl Harbor yang sempat dibom Jepang. Amerika Serikat tidak mengalami gangguan yang berarti, dalam pengembangan radio siaran. Bahkan sebagai negara yang menang perang, Amerika hingga kini mempunyai badan-badan radio siaran yang berada di luar negerinya sendiri.

Pada mulanya bangsa Inggris tidak begitu banyak perhatiannya akan penggunaan radio untuk keperluan siaran kepada umum. Perhatian yang utama mereka curahkan pada pengembangan komunikasi secara efektif dengan kapal laut dan antarkapal laut serta dengan pulau-pulau yang terpencil.

Barulah setelah Perang Dunia I, inisiatif untuk mengembangkan radio siaran muncul di kalangan pengusaha. Maka Marcony Company pun mendirikan stasiun percobaan. Ternyata pendengarnya banyak. Masyarakat menaruh minat kepada programa musik dan warta berita. Bersamaan dengan itu, perkembangan radio siaran di Amerika ternyata merupakan motivasi bagi para pejabat pemerintahan dan pengusaha untuk mengembangkan radio siaran di Inggris.

Pada bulan Desember 1922 didirikan badan radio siaran yang diberi nama *British Broadcasting Company.* Perkembangannya tidak secepat di Amerika. Pada bulan Januari 1923 delapan bulan stasiun dioperasikan, dan

pada bulan Januari 1925 dapat mengadakan siaran setiap hari secara teratur, itu pun dengan syarat bahwa programanya harus memuaskan pihak direktur jenderal pos. Memang sejak semula dan hingga kini jawatan pos Inggris merupakan lembaga yang bertugas menangani komunikasi, diantaranya radio siaran .

Pada tahun-tahun pertama, BBC menyiarkan dua buah program, yakni masing-masing siaran nasional yang dipancarkan dari studio-studio di daerah. Baru pada tahun 1932 diadakan siaran dengan tujuan utama mempererat hubungan ekonomi, politik dan kebudayaan dengan daerah-daerah jajahan dan wilayah penting dalam lingkungan Persemakmuran *(Commonwealth)*. Mengetahui bahwa Perancis, Jerman, Itali dan Amerika Serikat dalam siaranya menggunakan gelombang pendek, dan sadar bahwa *British Commonwealth* tidak bisa harus muncul dalam percaturan dunia, maka sejak 1935, BBC menggembangkan *Empire Service*nya.

Kemudian, pecahnya Perang Dunia II menyebabkan semua siaran dalam negeri dikonsolidasikan ke dalam jaringan nasional, yakni *Home Service.* Pengawasan umum terhadap penyiaran dilakukan oleh Kementrian Penerangan *(Ministry of Information)*, sedang BBC bertugas memilih bahan siaran sesuai dengan kebijaksanaan dan tujuan di waktu perang.

Tidak lama kemudian, nasional *service* kedua dibentuk dengan nama *General Forces Progamme,* ditunjukan terutama untuk menghibur tentara Inggris.

Ketika pihak Nazi tampil dengan propagandanya melalui radio siaran gelombang pendek, BBC pun giat dalam perang kata-kata. Ternyata, bagi dunia terutama wilayah yang diduduki Jerman BBC merupakan sumber penting bagi berita-berita peperangan.

Dewasa ini radio siaran di Inggris merupakan kedua terbesar di dunia sesudah Amerika Serikat. Di bidang siaran luar negeri Inggris adalah satu-satunya yang programa 24 jam non stop dalam hampir semua bahasa nasional di dunia.

2.2.1.1 Radio Siaran Internasional

Setelah Perang Dunia II selesai dan setiap negara kembali menumpahkan perhatiannya kepada pembangunan di dalam negeri masing-maing, radio siaran pun mengalami kemajuan yang pesat. Di negara-negara yang industrial maju yang pada sebelum berkecamuknya Perang Dunia tersebut telah menghasilkan penemuan-penemuan baru dalam bidang teknologi radio, kembali dilakukan penelitian dan pengembangan.

Mulai dari mikrofon dan pesawat penerima sampai pemancar tampak pengembangan yang jauh lebih maju daripada tahun-tahun sebelum perang. Mikrofon semakin peka, pengeras suara semakin *stereofonik* pesawat radio tak perlu lagi sumber listrik, pemancar mempunyai daya jangkau yang lebih jauh.

Kemajuan teknologi di bidang radio ini mengundang perhatian para pemimpin di berbagai negara untuk mencegah terjadinya pengaruh mempengaruhi antara negara yang satu dengan negara yang lainnya. Yang

bisa menimbulkan kerugian. Maka didirikanlah organisasi-organisasi sebagai wadah untuk memperbincangkan masalah-masalah yang menyangkut radio siaran.

***1. International Telecommunication Union* (ITU)**

Organisasi internasional ini didirikan berdasarkan anggapan dan kenyataan bahwa gelombang radio tidak berhenti pada batas suatu negara, melainkan menembus bahkan melingkupi negara lain. Tanpa kesepakatan dan kerja sama antarnegara mengenai lokasi dan frekuensi radio, tak mungkinlah terdapat radio siaran yang efektif. Untuk mencegah terjadinya interferensi dan kekacauan dalam lalu lintas udara, maka perlu diadakan peraturan-peraturan yang ditangani organisasi internasional. Untuk itulah didirikan *Internasional Telecommunications Union* (ITU) dengan markas besarnya di Jenewa. Kini organisasi tersebut mempunyai anggota tidak kurang dari 120 negara di dunia.

ITU sebenarnya didirikan pada tahun 1865 untuk menerbitkan perkembangan pelayanan telegrafi antarnegara, kemudian yurisdiksi peraturannya diperluas sehingga meliputi komunikasi tanpa kawat *(wireless communications)*. Sesudah Perang Dunia II, tepatnya pada tahun 1947 organisasi tersebut menjadi bagian kegiatannya Perserikatan Bangsa-Bangsa.

Dalam rangka mencapai tujuannya, yakni mengharmonisasikan kegiatan-kegiatan negara serta mengembangkan kemajuan media yang

bersifat teknik dan pelayanan telekomunikasi di seluruh dunia, maka ITU bertugas :

a. Mengalokasikan frekunsi-frekuensi dan melaksanakan registrasi di berbagai negara.
b. Mengkoordinasikan usaha-usaha nasional untuk membatasi interferensi di antara stasiun-stasiun radio dan bergiat mencapai kegunaan spektrum radio semaksimal mungkin.
c. Mengadakan kerja sama untuk memperoleh pelayanan yang efisien dengan harga murah.

Yang tidak kurang pentingnya dari tugas ITU ini ialah membantu negara-negara yang baru merdeka setelah Perang Dunia II dalam mengembangkan komunikasi, terutama dengan melakukan partisipasi dengan program Perserikatan Bangsa-Bangsa.

2. European Broadcasting Union (EBU)

Untuk memajukan pertukaran program dan guna mempererat hubungan para ahli radio siaran di berbagai negara mengadakan berbagai organisasi dan mengembangkan jaringan international. Salah satu di antaranya adalah *European Broadcasting Union* (EBU) yang didirikan di Torquai Inggris pda tahun 1950. kini kantor administrasinya terdapat di Jenewa, sedang pusat urusan teknik berada di Brussel Belgia.

Sebenarnya EBU ini merupakan kelanjutan dari *International Broadcasting Union* yang didirikan di Jenewa pada tahun 1925. alasan mengapa pada tahun 1950 itu dibentuk EBU, ialah karena negara-negara

Timur melakukan pengembangan dengan sistemnya sendiri dan karena usaha-usaha harus dilaksanakan untuk mengkonsolidasikan posisi negara-negara Barat.

Tujuan EBU di antaranya ialah :

a. Membantu kepentingan organisasi anggota dan membina hubungan dengan organisasi-organisasi siaran lainnya;
b. Memajukan dan mengkoordinasikan masalah-masalah yang berhubungan dengan penyiaran, dan menjamin pertukaran informasi mengenai semua persoalan yang menyangkut kepentingan umum yang bersangkutan dengan penyiaran, dan menjamin pertukaran informasi mengenai semua persoalan yang menyangkut kepentingan umum yang bersangkutan dengan pelayanan siaran;
c. Memajukan semua langkah yang direncanakan untuk membantu kemajuan siaran dalam segala bentuknya;
d. Mencari pemecahan masalah yang timbul akibat perbedaan dengan cara kerja sama internasional;
e. Memanfaatkan semua usaha untuk menjamin timbulnya rasa hormat di kalangan para anggota terhadap persetujuan international mengenai semua aspek siaran.

Para ahli siaran banyak yang tidak sependapat dengan nama *European Broadcasting Union* ini, karena pda kenyataannya yang menjadi anggota bukan saja negara-negara Eropa, tetapi juga di luar kawasan Eropa.

EBU mencakup dua jenis keanggotaan, pertama apa yang disebut *active members,* kedua *associate members,* yang menjadi *active members* ada 28 organisasi siaran yang terdapat di 25 negara, sedang yang menjadi *associate members* ada 40 organisasi siaran di 29 negara di luar kawasan Eropa. Selain itu, hubungan resmi telah dilakukan dengan *Asian Broadcasting Union* (ABU), *International Radio AND Television Organization* (OIRT) dalam usahanya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dari kerja sama. EBU juga mempunyai hubungan dengan Perserikatan Bangsa-bangsa, terutama dengan UNESCO dan ITU yang merupakan bagian kegiatan dari organisasi dunia tersebut.

3. Asian Broadcasting Union (ABU)

Asian Broadcasting Union atau disingkat ABU didirikan pada tanggal 1 Juli 1964 sebagai hasil statuta Konferensi Ahli-ahli Siaran ke-5 yang dilangsungkan di Seoul bulan September 1963.

Organisasi yang pada waktu didirikannya hanya yang beranggotakan 25 organisasi saja, kini telah mencapai lebih dari 70 organisasi yang terdapat di berbagai nagara, di antaranya Radio Siaran Republik Indonesia dan Televisi Republik Indonesia.

Meskipun namanya *Asian Broadcasting Union,* tidak semuanya anggota terdapat di negara-negara Asia. *Australia Broadcasting Commission, New Zeland Broadcasting Corporatio,* umpamanya, termasuk *full members.* Bahkan yang menjadi *associate members,* bukan

saja organisasi-organisasi siaran yang terdapat di negara-negara Asia dan yang berdekatan dengan Asia, juga di luar kawasan itu, seperti *British Broadcasting Corporation, Office de Radiodiffusion Television Francaise, Canadian Broad-casting Corporation* dan hampir semua badan siaran radio/televisi yang terdapat di Amerika (NBC, CBS, ABC).

Dalam perkembangannya sesuai dengan kemajuan teknologi ABU telah melengkapi diri dengan *Temporary Coordinating Center for Satellite Transmission* (TCC). Dari tahun ke tahun semakin banyak anggota ABU/TCC ini yang menggunakan satelit, dalam hal ini INTELSAT. Untuk kegiatan siaran, terutama yang terbanyak ialah siaran olah raga yang sifatnya peristiwa penting. Ini mencakup 92 %. (Effendy, 2000:146-156)

2.2.1.2 Radio Siaran di Indonesia

Jika kita bandingkan bidang radio siaran di Indonesia dengan di Amerika Serikat sebagai tempat lahirnya radio siaran dengan Inggris yang juga termasuk negara yang maju dalam bidang ini, kita tidak ketinggalan dalam hal dimulainya radio siaran, meskipun pada kenyataannya pada waktu itu kita berada dalam alam penjajahan.

1. Zaman Penjajahan Belanda

Radio siaran yang pertama di Indonesia (waktu itu bernama *Nederland Indie* – Hindia Belanda), ialah *Bataviase Rdio Vereniging* (BRV) di Batavia (Jakarta tempo dulu), yang resminya didirikan pada

taggal 16 Juni 1925, jadi lima tahun setelah di Amerika Serikat, tiga tahun setelah di Inggris dan Uni Soviet.

Radio siaran di Indonesia semasa penjajahan Belanda dahulu mempunyai status swasta. Karena sejak adanya BRV tadi, maka muncullah badan-badan radio siaran lainnya *Nederlandsch Indische Radio Omroep Mij* (NIROM) di Jakarta, Bandung dan Medan, *Solosche Radio Vereniging* (SRV) di Surakarta, *Mataramse Vereniging voor Radio Omroep* (MAVRO) di Yogyakarta, *Vereniging voor Oosterse Radio Luisteraars* (VORL) di Bandung, *Vereniging voor Oosterse Radio Omroep* (VORO) di Surakarta, *Chineese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java* (CIRVO) di Surabaya, *Eerste Madiunse Radio Omroep* (EMRO) di Madiun, Radio Semarang di Semarang dan lain-lain.

Di Medan selain NIROM, juga terdapat radio swasta *Meyers Omroep Voor Allen* (MOVA), yang diusahakan oleh Tuan Meyers, dan *Algeemene Vereneging Radio Omroep Medan* (AVROM). Diantara sekian banyak radio siaran tersebut. NIROM adalah yang terbesar dan terlengkap, oleh karena mendpat bantuan penuh dari pemerintah Hindia Belanda.

Perkembangan NIROM yang pesat itu disebabkan pula keuntungannya yang besar dalam bidang keuangan yakni dari “pajak radio”. Semakin banyak pesawat radio di kalangan masyarakat, semakin banyak uang diterima oleh NIROM. Dengan demikian, NIROM dapat

meningkatkan daya pancarnya, mengadakan stasiun-stasiun relay, mengadakan sambungan telepon khusus dengan kota-kota besar, dan lain-lain.

Pada waktu itu terdapat saluran telepon khusus antara Batavia, Bogor, Sukabumi, Bandung, Cirebon, Tegal, Pekalongan, Semarang, Solo Yogya, Magelang, Surabaya, Malang, yang jumlahnya kira-kira 1.200.000 meter saluran telepon untuk memberi modulasi kepada pemancar-pemancar di kota-kota itu. Dengan demikian NIROM dapat siaran sentral dari Semarang, Bandung, Surabaya, Yogya, ataupun Solo.

Hal itu beda sekali dengan badan-badan radio siaran lainnya yang berbentuk perkumpulan swasta, terutama yang diusahakan bangsa pribumi, yang hidupnya dari iuran para anggota.

Munculnya perkumpulan-perkumpulan radio siaran di kalangan bangsa Indonesia disebabkan kenyataan, bahwa NIROM yang mendapat bantuan dari pemerintah Hindia Belanda itu lebih bersifat perusahaan yang mencari keutungan finansial dan membantu kukuhnya penjajahan Belanda menghadapi semangat kebangsaan di kalangan penduduk pribumi yang berkobar sejak tahun 1908, lebih-lebih setelah tahun 1928.

Sebagai pelopor timbulnya radio siaran usaha bangsa Indonesia ialah *Solosche Radio Vereniging* (SRV) yang didirikan pada tanggal 1 April 1933. dalam hubungan dengan itu patut dicatat nama Mangkunegoro VII seorang bangsawan Solo dan seorang Insinyur bernama Ir. Sarsito Mangunkusumo yang berhasil mewujudkan SRV itu.

Sejak tahun 1933 itulah berdirinya badan-badan radio siaran lainnya, usaha bangsa Indonesia di berbagai kota besar seperti disebutkan di atas. Berdirinya SRV, MAVRO, VORL, CIRVO, EMRO, dan Radio Semarang itu pada mulanya dibantu oleh NIROM, oleh karena NIROM mendapat bahan siaran yang bersifat ketimuran dari berbagai perkumpulan tadi. Tetapi kemudian ternyata NIROM merasa khawatir perkumpulan-perkumpulan radio tadi membahayakan baginya.

Pada tahun 1936 terpetik berita, bahwa mulai tahun 1937 "siaran ketimuran seluruhnya akan dikuasai oleh NIROM sendiri". Ini berarti bahwa mulai tahun 1937 subsidi dari NIROM akan dicabut, setidak-tidaknya akan dikurangi, karena NIROM tidak akan lagi merelay siaran-siaran radio milik pribumi, setidak-tidaknya kalau terpaksa merelay hanya sedikit sekali. Seperti diketahui subsidi NIROM itu semula diberikan berdasarkan perhitungan jam-merelay.

Berita itu cukup menggemparkan orang-orang radio di luar NIROM, karena pencabutan subsidi itu akan melemahkan badan-badan radio siaran bersangkutan.

Memang adalah maksud NIROM yang bersandarkan kekuatan penjajahan itu untuk mematikan perkumpulan-perkumpulan radio siaran ketimuran.

Pada tanggal 29 Maret 1937 atas usaha anggota *Volksraad* M. Sutarjo Kartohadikusumo dan seorang Insinyur bernama Ir. Sarsito Mangunkusumo diselenggarakan suatu pertemuan antara wakil-wakil

yang mengirimkan utusannya ialah : VORO (Jakarta), VORL (Bandung), Mavro (Yogyakarta), SRV (Solo), dan CIRVO (Surabaya), dan pertemuan hari itu melahirkan suatu badan baru bernama : Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK) dan sebagai ketunya adalah : Sutardjo Kartohadikusumo.

Tujuan PPRK yang non-komersial itu bersifat *"sociaal cultureel"* semata-mta memajukan kesenian dan kebudayaan nasional guna kemajuan masyarakat Indonesia, rohani dan jasmani.

Pada tnggal 7 Mei 1937 atas usaha PPRK diadakan pertemuan dengan pembesar-pembesar pemerintahan untuk membicarakan hubungan antara PPRK dengan NIROM. Pertemuan itu menghasilkan suatu persetujuan bersama, bahwa PPRK menyelenggarakan siaran ketimuran, NIROM menyelenggarakan segi tekniknya.

Sejak itu PPRK berusaha keras agar PPRK dapat menyelenggarakan sendiri sepenuhnya tanpa bantuan dari NIROM. Disebabkan situasi semakin panas oleh api perang di Eropa yang menyebabkan Negeri Belanda dalam keadaan sulit yang membutuhkan bantuan rakyat jajahannya, maka pemerintah Hindia Belanda menjadi agak lunak.

Seperti diketahui, tanggal 1 September 1939 Jerman di bawah pimpinan Adolf Hitler menyerbu Polandia yang menyebabkan timbulnya Perang Duni II, dan kemudian pada tahun 1940 Jerman menduduki Denmark, Norwegia, Belgia dan Negara Belanda.

Pada tanggal 1 November 1940 tercapailah tujuan PPRK yakni menyelenggarakan siaran yang pertama dari PPRK.

2. Zaman Penjajahan Jepang

Dalam peperanan di Asia danPasifik, Jepang sebagai sekutu Nazi Jerman dan Italia di Eropa, mengadakan ekspansi ke arah selatan.

Pada bulan Maret 1942 Belanda menyerah kepada Jepang; tepat tanggal 8 Maret 1942 pemerintah Belanda dengan seluruh angkatan perangnya menyatakan menyerah kalah di Bandung kepada balatentara Jepang.

Sejak tanggal itu di bekas kawasan Hindia Belanda dulu berlaku pemerintahan militer Jepang atas nama resminya waktu itu *Dai Nippon*. Sebagai konsekuensinya, segala menurut kehendak tantara pendudukan. Demikian pula radio siaran yang tadinya berstatus perkumpulan swasta dimatikan dan diurus oleh jawatan khusus bernama *Hoso Kanri Kyoku,* yang merupakan pusat radio siaran dan berkedudukan di Jakarta. Cabang-cabangnya yang dinamakan *Hoso Kyoku* terdapat di Bandung, Purwokerto, Yogya, Surakarta, Semarang, Surabaya dan Malang.

Di samping stasiun siaran tadi, setiap *Hoso Kyoku* mempunyai kantor bernama *Shodanso* yang terdapat di kabupaten-kabupaten. Kantor ini mempersatukan semua bengkel atau *service radio* setempat, sehinga semua reparasi pesawat radio berada langsung di bawah pengawasan balatentara. Semua pesawat disegel, sehingga rakyat tidak bisa

mendengarkan radio siaran luar negeri kecuali ke-8 *Hoso Kyoku* di Jawa tadi.

Dalam pemerintahan militer sudah tentu semua radio siaran diarahkan kepada kepentingan militer Jepang semata-mata. Tapi satu hal yang penting dicatat, ialah bahwa selama pendudukan Jepang itu, kebudayaan dan kesenian mendapat kemajuan yang pesat. Pada saat itu rakyat mendapat kesempatan banyak untuk mengembangkaqn kebudayaan dan kesenian, jauh sekali dibandingkan dengan zaman penjajahan Belanda. kesempatan ini menyebabkan pula munculnya seniman-seniman pencipta lagu-lagu Indonesia baru.

3. Zaman Kemerdekaan

Tanggal 14 Agustus 1945 tedengar berita bahwa pemerintah Jepang telah menyerah kalah tanpa syarat kepada tentara sekutu, setelah Jepang mengalami serangan bom atom yang hebat di Hiroshima dan Nagasaki.

Seperti setelah disebutkan di atas, Jepang telah membatasi daya dengar rakyat Indonesia, sehingga hanya dapat mendengarkan *Hoso Kyoku* saja. Meskipun demikian, dikalangan pemuda terdapat beberapa orang yang dengan risiko kehilangan jiwa secara sembunyi-sembunyi terus mendengarkan siaran luar negeri. Pada tanggal 14 Agustus 1945 itulah pemuda-pemuda pejuang mendengarkan dari siaran luar negeri, bahwa Jepang telah menyerah.

Saat yang penting itu tidak disia-siakan oleh para pemuda mereka mengadakan suatu gerakan memproklamasikan negara Indonesia merdeka, pada saat Jepang tidak mempunyai kekuasaan lagi, dan pada saat bala tentara Jepang belum menyerahkan Indonesia kepada tentara sekutu sebagai pihak yang menang perang. Saat yang genting dan dramatis dalam mendirikan negara Indonesia merdeka menjelang pendaratan tentara sekutu yang akan mengambil alih kekuasaan di Indonesia ini terjadi juga di studio radio Jalan Medan Merdeka Barat Jakarta.

Tanggal 17 Agustus 1945 Indonesia Merdeka diproklamasikan oleh Bung Karno dan Bung Hatta. Sebenarnya para pemuda akan menyiarakan teks proklamasi itu pada saatnya dibacakan oleh kedua pemimpin bangsa Indonesia itu, akan tetapi stasiun radio tadi sejak tanggal 15 Agustus 1945 dijaga kuat oleh *kempeitai* Jepang. Baru malam harinya yakni jam 19.00 teks proklamasi itu disiarkan dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Tetapi hanya dapat didengar oleh penduduk di sekitar Jakarta. Maka kemudian para pegawai teknik menyalurkan siarannya melalui siaran luar negeri yang waktu itu terletak di Bandung. Dengan demikian, maka mungkin pendengar Australia lebih dulu mendengar daripada bangsa Indonesia di luar Jakarta, bahwa bangsa Indonesia tanggal 17 Agustus 1945 telah merdeka.

Sehubungan dengan usaha patriotik menyebarluaskan teks Proklamasi melalui radio siaran tersebut, patut dicatat nama-nama pemuda Sachrudin yang pada waktu itu menjadi wartawan kantor berita Domei, para penyiar *Hoso Kanri Kyoku* Jusuf Ronodipuro dan Bachtiar Lubis serta para petugas teknik Suwardio dan Ismaun Irsan. Mereka berjuang di Jakarta dengan mempertaruhkan leher yang sewaktu-waktu bisa dipenggal pedang samurai *kempeitai.*

Dalam pada itu menurut sumber lain, teks proklamasi tidak sempat disiarkan ke luar negeri pada tanggal 17 Agustus karena pemancar satu-satunya untuk luar negeri berada di Bandung di bawah pengawasan PTT. Baru pada tanggal 18 Agustu naskah bersejarah itu dapat dikumandangkan ke luar batas tanah air dengan resiko para petugasnya diberondng mitraliur serdadu Jepang. Nama-nama mereka yang patut dicatat adalah para penyiar *Hoso Kyoku,* Sakti Alamsyah dan Hasjim Rachman serta para teknisi Bambang Sukijun, A. R. Rasjid dan Brotokusumo, sedang di pihak PTT : Harjoprawoto, Diar dan Saimun serta seorang Insinyur (belum diketahui namanya). Siaran ini di keudarakan melalui gelombang-gelombang pendek 16 meter, 19 meter, 24 meter dan 45 meter PMH.

Dalam pada itu tentara Jepang yang meskipun sudah kalh tetapi bertanggung jawab atas ketertiban kepada tentara sekutu yang akan segera mendarat di Jawa, telah memerintahkan kepada orang-orang radio tadi agar menghentikan siarannya. Katanya atas perinah markas

besar tentara serikat di Timur jauh yang ditandatangani oleh Lord Loius Mountbatten.

Tetapi bangsa Indonesia tidak tinggal diam. Sebuah pemancar gelap telah berhasil diusahakan, dan tidak lam kemudian berkumandang di udara radio siaran dengan station call Radio Indonesia Merdeka. Dari situlah Wakil Presiden Mohammad Hatta dan pemimpin-pemimpin lainnya mengadakan pidato radio yang ditujukan kepada rakyat Indonesia.

Di samping itu diusahakan pula hubungan kawat dengan pemancar PTT di Bandung yang terkuat pada waktu itu. Maka dengan berstudio di Sekolah Tinggi Kedokteran di Salemba Jakarta memancarlah siaran luar negeri dengan call : *"This is the voice of free Indonesia"*.

Dalam hubungan ini perlu dicatat nama Dr. Abdurachman Saleh yang sangat berjasa dalam mengusahakan siaran dalam masa yang genting itu. (Dr. Abdurachman Saleh kemudian menjadi tokoh AURI yang meninggal dalam pesawat terbang yang jatuh ditembak Belanda di atas Yogyakarta).

Sejak proklamasi kemerdekaan tanggal 17 Agustus 1945 radio siaran belum terorganisir. Oleh karena itu maka orang-orang radio menganggap itu penting, mengingat radio sebagai media massa dapat dipergunakan secara efisien untuk mempertahankan dan mengisi kemerdekaan.

Maka tanggal 10 September 1945 pemimpin-pemimpin radio siaran dari seluruh Jawa telah berkumpul di Jakarta untuk membicarakan hal itu dengan pemimpin negara bangsa kita dan menuntut kepada Jepang untuk menyerahkan semua studio radio beserta pemancar dan perlengkapannya kepada Bangsa Indonesia. Mengenai tuntutan kepada Jepang tersebut, pemerintah Jepang yang sudah kalah itu tidak dapat memenuhi karena katanya, sebagai akibat kekalahan Jepang semuanya menjadi milik negara sekutu.

Pada tanggal 11 September 1945 para pemimpin radio mengadakan pertemuan terakhir, dan tepat jam 12.00 malam tercapai kesepakatan untuk mendirikan sebuah organisasi radio siaran dan menentukan tindakan yang akan diambil di daerah-daerah. Hari tanggal 11 September 1945 itu menjadi hari RRI (Radio Republik Indonesia) yang setiap tahun diperingati. (bukan hari radio, sebab radio tidak dimulai tanggal 11 September 1945, melainkan 16 Juni 1925).

RRI itu pada waktu didirikannya mencakup 8 studio di 8 kota di Jawa, bekas *Hoso Kyoku*. Dalam masa revolusi fisik itu, RRI sebagai satu-satunya organisasi radio siaran di Indonesia mengalami pergolakan sejalan dengan gelombang perjuangan mempertahankan kemerdekaan dari serbuan tentara Belanda yang ingin berkuasa kembali.

Seperti kita ketahui dari sejarah umum, Belanda sebagai bekas penjajah Hindia Belanda, berkenan dengan kalahnya Jepang merasa berhak untuk menguasai kembali negara Indonesia. Karena Belanda

menyatukan diri kepada tentara Sekutu *(Alied Forces),* maka mereka membonceng pada tentara yang memenangkan perang Pasifik itu. Tetapi Pemerintah Indonesia dengan para pemuda pejuangnya tidak bisa tinggal diam menghadapi tentara sekutu yang terdiri dari Inggris, Australia dan sebagainya yang merupakan tentara yang kuat dengan persenjataan yang modern itu.

Awal bulan Oktober 1945 tentara Sekutu mulai mendarat di Jakarta, kemudian pada bulan yang sama di daerah-daerah lain. Dalam pendudukan tentara Sekutu itu, yang menimbulkan peristiwa bersejarah adalah apa yang terjadi di Surabaya.

Pasukan Inggris dan Gurkanya yang ditugaskan mendarat di Surabaya tidak mendapat sambutan rakyat sebagaimana diharapkannya. Tentara Inggris berusaha menduduki RRI Surabaya dengan mengerahkan sejumlah tentara Gurka di bawah pimpinan seorang mayor bangsa Inggris. Tetapi seperti di bagian lain kota Surabaya, Tentara Gurka tersebut mendapat perlawanan hebat dari para pemuda.

Dalam pertempuran di Surabaya itu, seorang perwira tinggi Inggris bernama Mallaby dibunuh yang menyebabkan pasukan Inggris semakin marah.

Pada tanggal 31 Oktober komandan tentara sekutu di Jawa Timur mengeluarkan ultimatum yang terkenal : “ Kalau pada tanggal 10 November jam enam pagi orang yang membunuh Mallaby tidak diserahkan, maka angkatan darat, laut dan udara akan dikerahkan “.

Adalah suat hal yang tidak mungkin bahwa orang yang membunuh Brigadir Jendral Mallaby, yakni pemuda Ooq (pejuang seniman pelukis) diserahkan kepada musuh.

Tepat pada waktunya segenap senjata darat, laut dan udara Inggris memang dikerahkan. Angkatan perang Inggris mengamuk. Tetapi sikap jantan Gubernur Jawa Timur Suryo pada waktu itu menyebabkan seluruh pemuda Surabaya bangkit elawan tentara profesional yang bersenjata modern itu. Pecahlah pertempuran Surabaya yang menjadikan nama bangsa Indonesia terkenal di seluruh dunia.

Pada peristiwa itulah pula munculnya pahlawan revolusi bernama Bung Tomo yang dengan gayanya yang khas melalui mikrofon Radio Pemberontakan berhasil membangkitkan semangat bertempur, bukan saja di kalangan pemuda-pemuda Jawa Timur tetapi juga di daerah lain.

Melihat semangat bangsa Indonesia yang menyala-nyala mempertahankan tanah airnya, kegairahan pasukan Inggris untuk bertempur tampak semakin berkurang. Mereka yang telah lelah perang dalam kecamuknya Perng Dunia II itu ditambah rasa rindu akan tanah airnya sendii, merasa bahwa membantu Belanda dalam melawan bangsa Indonesia merupakan kerugian segalanya.

Di antara tentara Inggris yang memimpin pendudukan di Jawa ternyata tidak sedikit yang membantu perjuangan bangsa Indonesia. Mereka tahu bahwa mereka pada suatu waktu harus meninggalkan Indonesia dan menyerahkan tanggung jawabnya kepada orang-orang

Belanda. Mereka harus pergi bulan Oktober 1946. mereka banyak memberikan kesempatan mengeluarkan pemancar-pemancar radio di bawa ke luar Jakarta untuk kepentingan pemerintah RI yang waktu itu sudah pindah ke Yogyakarta.

Setelah tentara Inggris pergi, tentara Belanda tetap berada di Indonesia dengan pemerintahannya yang terkenal pemerintah NICA. Permulaa tahun 1947 pihak Belanda mulai melanggar persetujuan ”status quo” sebagai hasil perundingan delegasi Indonesia Belanda di Linggarjati. Belanda melanggar dengan mengadakan siaran dalam bahasa Indoneia degan nama Radio Resmi Indonesia yang disingkat RRI. protes pemerintah RI tidak digubris. Maka perang udara pun terjadi antara Radio Republik Indonesia yang berada di Jalan Merdeka 4 dengan NICA dengan Radio Resmi Indonesianya yang berlokasi di Jalan Merdeka 5 (jadi berdekatan, bahkan satu halman).

Politik Belanda yang terkenal politik *devide et impera* semakin ditanamkan. Timbul negara-negara boneka buatan Belanda seperti Indonesia Timur, Pasundan, dan lain-lain.

Ketegangan suasana mencapai klimaksnya ketika Belanda melakukan aksi militernya pada hari Minggu tanggal 21 Juli 1947.

Pada waktu Jakarta dan kota-kota besar dikuasai Belanda pusat pemerintahan RI berada di yogyakarta. Belanda mendirikan badan radio pemerintahan RI berada di Yogyakarta. Belanda mendirikan badan radio

siaran yang lebih luas dengan nama *Stichting Radio Omroep in Overgangstijd* (ROIO).

Perlawanan gerilya-gerilya Indonesia yang menguasai daerah di luar kota-kota besar telah menggetarkan Belanda. Situasi ini memungkinkan diadakannya Konferensi Meja Bundar di Negara Belanda, yang menimbulkan kesepakatan, bahwa penyerahan kadaulatan kepada RI akan dilakukan pada tanggal 27 Desember 1949. perjuangan bangsa Indonesia waktu itu meningkat setelah tentara Belanda melakukan aksi polisional kedua tanggal 19 Desembr 1948.

Menjelang penyerahan kedaulatan itu, orang-orang RRI bersama ROIO sama-sama mengadakan persetujuan untuk berfusi. Maka sejak 27 Desember 1949 radio siaran di Indonesia memakai *station call* Radio Republik Indonesia Serikat (RRIS), kecuali studio Yogyakarta tetap memakai station call Radio Republik Indonesia (RRI).

Pada tanggal 15 Agustus 1950 jam 08.05 Presiden Sukarno menyatakan, bahwa seluruh Indoneia sejak hari itu menjadi Negara Kesatuan dengan nama Republik Indonesia berdasarkan Proklamasi 17 Agustus 1945 dan Undang-Undang Dasar 1945. sejak itu pula Rdio siaran di Indonesia yang waktu itu meliputi 22 studio kembali ke *call* : "Di sini Radio Republik Indonesia".

4. Masa Orde Baru

Sampai akhir tahun 1966, RRI adalah satu-satunya radio siaran di Indonesia, radio siaran yang dimiliki dan dikuasai pemerintah.

Pada tahun itu terjadi banyak perubahan dalam masyarakat akibat perubahan politik, yakni beralihnya pemerintahan Presiden Sukarno ke Pemerintahan Presiden Suharto atau lebih terkenal dengan perubahanOrde Lama ke Orde Baru. Situasi peralihan itu merupakan kesempatan yang baik bagi mereka yang mempunyai hobi radio amatir untuk mengadakan radio siaran.

Radio amatir adalah seperangkat pemancar radio yang dipergunakan oleh seorang penggemar untuk berhubungan dengan penggemar lainnya. Sifatnya *"two way traffic communication"* dalam bentuk percakapan. Istilah yang terkenal adalah : mengadakan "QSQ". Jadi radio amatir tidak mengaakan programma dalam bentuk siaran kesenian, sandiwara, warta berita, dan lain ebagainya; hanya percakapan saja. Seorang amatir adalah seorang pemratek teknik radio yang melakukan komunikasi dengan rekannya untuk menguji kemampuannya mengenai daya jangkauannya kapasitas pemancar yang dibuatnya.

Jadi radio amatir berlainan dengan radio siaran *(broadcast)* yang menyiarkan programma dalam bentuk kesenian baik siaran hidup maupun siaran dari piringan hitam atau kaset serta siaran kata *(spoken word),* sebagaimana dilakukan oleh RRI.

Meskipun dasar hukumnya berbeda, yakni untuk radio amatir PP No. 21/Th.1967 tentang *amateurisme,* dan untuk radio siran UU No.5/Th.1964 tentang telekomunikasi, namun mengenai frekuensi pemancar diatur dengan disesuaikan dengan daftar pada *International Telecommunication Union* (ITU).

Berdasarkan UU No.5/Th. 1964 itu dan dalam rangka usaha penertiban dan pengarahan kepada hal-hal yang positif, maka pada tahun 1970, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 1970 tentang "Radio Siaran Non Pemerintah".

Dalam peraturan itu ditentukan, bahwa radio siaran non pemrintah harus berfungsi sosial yaitu sebagai alat pendidik, alat penerangan dan alat hiburan; bukan alat untuk kegiatan politik. Dalam menjelaskan fungsi sosialnya itu, badan penyelenggara radio siaran berkewajiban untuk :

a. Membela. Mendukung dan menegakkan Pancasila serta UUD'45
b. Memperjuangkan pendapat-pendapat ang dihayati oleh moral dan etika Pancasila

Meskipun bidang radio siaran adalah pendidikan, penerangan, dan hiburan, namun operasinya tidak menutup kemungkinan siaran-siaran yang bersifaf komersial, yang pelaksanaanya mengikuti ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai usaha-usaha bersifat komersial, antara lain dalam bidang perpajakan.

Berhuung dengan adanya peraturan pemerintah tersebut, jumlah radio siaran non pemerintah dibandingkan dengan permulaan munculnya yang bagaikan jamur di musim hujan, semakin lama semakin menurun.

Hingga akhir tahun 1974, radio siaran non pemerintah yang bersifat komersial atau lebih dikenal radio swasta niaga tercatat 330 di seluruh Indonesia, masing-masing 42 di DKI Jaya, 80 di Jawa Barat, 55 di Jawa Tengah, 15 di Sumatra Timur, 14 di Nusa Tenggara Barat, 13 di Sumatra Utara, 1 di Riau, 11 di Sumatra Barat, 13 di Sumatra elatan, 8 di Lampung 2 di Kalimantan Barat, 6 di Sulawesi Utara, dan 16 di Sulawesi Selatan.

Pada tahun 1977 jumlah stasiun radio siaran swasta naga di Indonesia meningkat lagi menjadi 366 buah yang dapat diperinci sebagai berikut : di Jakarta 37, Jawa Barat 80, Jawa Tengah 56, D.I. Yogyakarta 16, Jaw Timur 51, D.I. Aceh 6, Sumatra Utara 18, Sumatra Barat 10, Jambi 2, Sumatra Selatan 4, Lampung 12, Kalimantan Selatan 17, Kalimantan Barat 4, Sumatra Selatan 15, Sulawesi Tenggara1, Sulawesi Utara 17 dan Bali 10.

Sampai dengan tahun 1980, jumlah stasiun radio siaran non RRI tercatat 948 buah yang terdiri dari 379 stasiun komersial, 26 stasiun non komersial, dan 136 stasiun radio Pemerintah Daerah.

Badan radio siaran non pemerintah tersebut kini telah terhimpun dalam wadah yang bernama Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga

Indonesia, disingkat PRSSNI. Organisasi yang didirikan pada tanggal 17 Desember 1974 iti berkedudukan di Ibukota Repeblik Indonesia.

Terhadap pembinaan radio siaran non Pemerintah ini, pihak RRI telah menunjukan perhatian yang sungguh-sungguh. Selama tahun 1975/1976 telah dilakukan penataran yang meliputi 73 orang peserta pimpinan teknik dan 99 orang pimpinan siaran dari 103 stasiun. Penataran yang sama telah dilakukan pada tahun 1976/1977 yang diikuti oleh 40 peserta pimpinan teknik dan 40 peserta pimpinan siaran. Dalam pada itu, lokakarya telah diselenggarakan pula pada tahun 1976 yang diikuti oleh 52 orang peserta Badan Pembina Radio Siaran Non Pemerintah dari 26 Provinsi, sedang tahun 1976/1977 diikuti oleh 40 orang, juga dari 26 provinsi.

RRI sendiri sejak tahun 1975 telah mengembangkan diri terutama dalam sarana fisik yang dalam sejarah pembangunan RRI merupakan tahun sibuk. Hal ini adalah peleksanaan rencana RRI untuk membentuk suatu sistem jaringan yang dpat menghubungkan pusat dengan daerah dan daerah dengan daerah.

Pada tahun 1974 RRI memilki stasiun radio sebanyak 47 buah dengan jumlah pemancar 118 yang meliputi 1.113,75 KW; pada tahun 1975 tambah dengan sebuah stasiun dengan jumlah 130 pemancar dengan kapasitas 1.132,75 KW; dan sejak tahun 1976, tepatnya 17 Agustus 1976 tambah lagi dengan sebuah stasiun di Dilli Timor Timur,

Jumlah pemancar pada tahun 1979/1980 tercatat 174 yang meliputi 2.612,75 KW.

Dalam bidang elektronika, tanggal 17 Agustus 1976 itu mempunyai arti yang sangat penting bagi Indonesia dengan diluncurkanya Satelit Komuniksai Palapa. Sistem Komuniikasi Satelit Domestik (SKSD) Palapa ini merupakan media yang sangat ampuh bagi siaran (radio dan televisi), telepon, teleks, dan lain-lain guna mencapai 147 juta penduduk indonesia yang menghuni 13.677 pulau di Nusantara itu.

Nama "Palapa" diberikan oleh Presiden Suharto dengan harapan agar satelit yang harganya sangat mahal itu, dapat mempersatukan bangsa Indonesia sebagaimana bunyi Sumpah Palapa yang diucapkan Mahapatih Kerajaab Majapahit: Gajah Mada, yakni :

"Lamun huwus kalah Nusantara isun amukti Palapa. Lamun kalah ring Gurun, ring Seram, Tanjung Pura, ring Haru, Pahang, Dompo, ring Bali, Sunda, Palembang Tumasik samana isun amukti palapa".

Artinya :

"Bila aku telah berhasil mempersatukan Nusantara aku kan beristirahat. Bila daerah Gurun, Seram. Tanjung Pura, Haru, Pahang, Dompo, Bali, Sunda, Palembang dan Tumasik bersau, aku akan beristirahat".

Di awal dekade 1993 sekarang ini RRI dan Radio Swasta Niaga telah menunjukan perkembangannya yang sangat berarti, baik dlam segi kuantitas, maupun kualitas, seirama dengan akselarasi pembangunan nasional.

Hal ini tampak dalam upaya pemusan masyarakat pendengar yang menghuni ribuan pulau di seluruh Indonesia, akan hiburan, penerangan dan pendidikan. Kepuasan masyarakat terutama meningkatnya lama siaran dari pagi sampi malam secara nonstop dengan sajian aneka acara yang semakin lama semakin bermutu.

Seperti dikatakan oleh O'Donnell, Benot dan Hausman dalam bukunya "Modern Radio production (1990), dewasa ini di berbagai negara para produser radio berkarya dengan "digital computer based equipment" dalam menciptakan efek yang dikehendaki. Keajuan tersebut berlaku juga di Indonesia kini, baik RRI amupun Radio Swasta Niaga yang semakin lama semakin profesional.

(Effendy, 2000:156-170)

5. Masa Reformasi

Setelah runtuhnya rezim Orde Baru dengan turunnya Presiden Suharto. Segala bentuk perubahanpun semakin dirasakan, kemudian digantikan WakilnyaPresiden B.J. Habibie. Pada saat B.J. Habibie menjabat telah banyak pembuatan undang-undang termasuk didalamnya Undang-undang tentang pers yang diatur dalam Undang-undang Nomor

40 Tahun 1999 tentang Pers sebagai pengganti Undang-undang Nomor 21 Tahun 1982 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Pers.

Konsep reformasi nasional yang berkaitan dengan media massa, intinya adalah menciptakan sistem informasi dan komunikasi yang menjamin arus informasi yang bebas, terbuka dan bertanggung jawab serta mendorong masyarakat untuk memiliki daya seleksi dan kritis terhadap informasi, sehingga masyarakat mampu memilah, memilih dan memanfaatkan informasi yang diterimanya dari berbagai sumber.

Sejalan dengan konsep tersebut maka pemerintah berupaya untuk menegakkan prinsip-prinsip keadilan, demokrasi dan supremasi hukum dalam kehidupan pers nasional antara lain dengan mengganti Undang-undang Nomor 21 Tahun 1982 dengan Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Dan pada saat Pemerintahan Abdurrahman Wahid tuntutan akan dibentuknya Undang-undang Penyiaranpun mulai digemakan. Walaupun dalam prosenya Rancangan Undang-undang penyiaran yang digodok di Dewan Perwakilan Rakyat, mendapatkan pertentangan dengan institusi penyiaran seperti Televisi dan radio, mereka menganggap Undang-undang penyiaran yang baru akan membelenggu kebebasan pers.

Walaupun dengan proses penggodokan yang cukup lama, yang mana pada saat itu diiringi dengan gejolak tuntutan turunnya Gusdur dari Jabatan Presiden, yang menjadikan proses penggodokan Undang-undang tersebut menjadi terhambat. Sehingga pada akhirnya Undang-

undang penyiaran ini disahkan pada saat Pemerintahan Megawati Sukarno Putri, Undang-undang penyiaran ini diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran tanggal 28 Desember 2002 sebagai pengganti Undang-undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang penyiaran, maka penyelenggaraan Penyiaran Nasional akan disesuaikan tatanan yang diamanatkan oleh Undang-undang tersebut.

Pemberlakuan Undang-undang Penyiaran ini dimaksudkan sebagai arahan dan pedoman dalam pelaksanaan penyiaran di Indonesia, yang akan memberi manfaat bagi seluruh masyarakat Indonesia khususnya bagi para praktisi, penyelenggara dan masyarakat penyiaran.

2.2.2 Cara Kerja Radio

Secara unum, program radio terdiri dari materi-materi pokok sebagai berikut :

1. Program-program berita. Setiap stasiun radio memiliki ruang beritanya sendiri. mereka memakai sumber-sumber yang sama dengan yang digunakan oleh kalangan media massa pada umumnya. Untuk radio-radio lokal, pasokan beritanya secara khusus dilayani oleh *Independent Radio News* (IRN).
2. Program-program siaran langsung. Umumnya, siaran-siaran langsung ini berupa wawancara dengan tokoh terkemuka.

3. meteri program rekaman. Jenisnya bervariasi termasuk wawancara, yang dikemas dahulu oleh stasiun radio itu sebelum disiarkan, serta program-program yang dipasok oleh sumber atau pihak lain.
4. Program televisi versi radio : Program ini bisa bersifat langsung atau rekaman. Di Inggris materi ini seringkali disajikan oleh BBC. Versi ini tidak hanya berbeda dari segi penyajian tapi bisa pula berbeda dari segi sudut pandang maupun waktunya.
5. Radio *phones-ins,* di mana seorang penyiar atau orang yang membawakan acara mengajukan usulan berbagai topik yang akan ditanggapi oleh para pendengar melalui telepon sehingga antara keduanya berlangsung tanya jawab aktif.

Kecuali untuk siaran-siaran berita, stasiun-stasiun terkemuka seperti LBC dan *News Direct* di London dan Talk Radio, sebagian besar waktunya diisi oleh acara 'selingan' seperti acara-acara musik.

Materi program radio, terutama pada stasiun nasional BBC, meliputi berbagai macam topik yang tak kalah besarnya dari yang diliput oleh televisi, serta mampu memancarkan siarannya ke berbagai negara. Untuk beberapa macam acara tertentu, radio bahkan bisa mengungguli televisi karena sifatnya yang lebih praktis dan langsung. Untuk acara drama misalnya, radio sama sekali tidak membutuhkan kostum, *action, make-up,* atau pernak-pernik hiasan yang mutlak dibutuhkan oleh televisi. (Jefkins & Yadin, 2004:102)

2.2.3 Karakteristik Khusus Radio

Radio tidak hanya berbeda dari media lainnya, tetapi juga memiliki keunggulan dan ciri khas tertentu. Sebelum kita kemukakan kelebihannya, perlu kita tekankan di sini bahwa radio juga memiliki kelemahan, yakni materi-materi siarannya sulit dicatat atau disimpan.

1. Radio mengandalkan suara manusia untuk mendekatkan diri dengan khalayaknya. Oleh karena itu, kualitas suara penyiar mutlak penting. Orang-orang hanya mau mendengarkan siaran radio apabila suara penyiarnya menarik, meskipun mereka tidak mengenal siapa orangnya. Salah satu contoh penyiar yang termasyhur di Inggris adalah Michael Pankinson, seorang pembawa acara di televisi yang pernah membawakan acara wawancara pada radio LBC setiap pagi. Suaranya begitu jernih dan mudah dikenal sehingga dapat menjaring banyak pendengar.
2. Materi program radio dapat diproduksi secara cepat dan murah, bahkan hanya dengan memasang pesawat telepon saja suatu acara dapat dilangsungkan. Suatu pengumuman juga bisa disiarkan secara seketika begitu materi pengumuman tersebut diserahkan, tanpa harus menunggu. Bahkan banyak organisasi, misalnya saja perusahaan bis, yang memiliki hubungan langsung dengan stasiun-stasiun lokal untuk mengadakan komunikasi mengenai hal-hal yang perlu diketahui oleh orang-orang yang berkepentingan.

3. Penemuan transistor dan teknik redifusi membuat radio begitu populer sehingga dinikmati oleh jutaan orang, termasuk yang buta huruf di negara-negara berkembang.
4. Karena kesederhanaan operasinya, stasiun radio bisa memancarkan siarannya dalam berbagai bahasa. Ini sangat ideal bagi negara-negara yang memiliki banyak kelompok etnik dan bahasa daerah. Radio juga menjadi wahana komunikasi yang handal di daerah-daerah yang kekurangan listrik. Zambia misalnya, negara itu belum memiliki listrik secara merata, tapi mampu menjalankan komunikasi yang baik melalui radio.
5. Karena sedemikian populernya, radio kadang-kadang bisa juga mengganggu. Banyak orang menyukai suara radio sembari bekerja sehingga mereka tetap membunyikan radionya di kala bekerja. Baginya mungkin menarik, tapi belum tentu bagi rekan-rekan yang ada disekitarnya. Selain merupakan pemborosan energi, kebiasaan seperti itu juga mengganggu dan juga menjadi sumber polusi udara. (Jefkins & Yadin, 2004:102-103)

2.2.4 Fungsi Radio

Fungsi radio secara mendasar yaitu : sebagai Sarana Hiburan, Penerangan, Pendidikan dan Propaganda.

Radio mendapatkan julukan sebagai *kekuasaan kelima* atau *"the fifth estate"*. Setelah pers (baca surat kabar) dianggap kekuasaan keempat atau *"the fourth estate"*.

Dibandingkan dengan televisi, televisi lebih sempurna daripada radio, karena kalau radio sifatnya *"auditif"* (hanya dapat didengar), maka televisi selain *auditif,* juga *"visual"* (dapat dilihat). Tetapi meskipun televisi melebihi radio dan umurnya sudah cukup tua sampai sekarang belum pernah diberi julukan *"the sixth estate"*.

Itulah sebabnya maka kalau dalam suatu negara terjadi suatu revolusi atau kudeta atau pemberontakan, maka yang pertama dikuasai adalah radio.

Radio siaran dalam arti kata *broadcast* dimulai pada tahun 1920 oleh stasiun radio KDKA Pittsburg di Amerika Serikat. Memang pada waktu itu radio dirasakan sebagai hasil penemuan yang paling penting artinya bagi kehidupan manusia yang pengaruhnya dapat dirasakan dalam berbagai bidang. Tetapi sampai tahun tiga puluhan belum terlihat gejala yang menjadikan radio mendapat julukan kekuasaan kelima.

Pada tahun sesudah ditemukannya radio itu, medium terebut hanya mempunyai tiga fungsi, yakni sebagai :

1. Sarana hiburan
2. Sarana penerangan
3. Sarana pendidikan

Demikan pula sesudah radio siaran ini meluas ke negara-negara Eropa, di mana Inggris merupakan negara termaju dalam bidang ini, fungsinya masih tiga itu. Inggris menggunakan medium tersebut untuk kepentingan penjajahannya : menanamkan kebudayaan Inggris pada negara-negara

jajahannya dan mengadakan hubungan batin antar warga negara Inggris yang berdiam diberbagai negara jajahan di seluruh dunia.

Akan tetapi sejak Nazi Jerman kuat di bawah pimpinan Adolf Hitler, radio siaran bertambah fungsinya yakni bukan saja sebagai sarana yang disebutkan tadi, juga sebagai :

4. Sarana Propaganda

Medium radio oleh Hitler dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk mempropagandakan idea-ideanya. Lagu "Deutschland, Deutschland, Uber Alles, in der Well", sebuah lagu yang mengandung propaganda ke dalam, yakni kepada rakyat Jerman sendiri, dengan perantaraan radio siaran dapat dibuat lebih merata kepada seluruh bangsa Jerman.Propaganda bahwa bangsa Jerman dengan bentuk badannya yang gagah, matanya yang biru cemerlang dan rambutnya yang kuning keemasan turunan dewa adalah bangsa yang terbaik yang ditakdirkan harus menguasai dunia, dengan medium radio dapat lebih diintensifkan.

Hitler bersama Menteri Propagandanya Goebbels menyadari keampuhan radio. Karena itu, maka radio siaran dalam susunan Kementerian Propaganda dijadikan bagian yang khusus. Dengan demikian, dengan alat yang ampuh itu propaganda tidak saja terbatas di dalam wilayah Jerman sendiri, akan tetapi dapat diperluas secara intensif dan ekstensif ke luar batas wilayah negara Jerman Raya. Sejak tahun 1936 terasalah oleh rakyat negara-negara Eropa betapa hebatnya propaganda Jerman yang dilancarkan keluar negeri.

Kegiatan pemerinthan Nazi tesebut dengan sendirinya menimbulkan reaksi pada negara-negara lain, terutama negara-negara yang berdekatan dengan wilayah Jerman dan negara-negara besar yang merasa terancam oleh kekuatan Jerman. Kontra propaganda pun dilakukan oleh BBC London, Radio Francaise Paris, Radio Moskwa, dan Radio siaran lainnya di berbagai negara. Dan propaganda pun berlangsung dengan hebat.

Lebih-lebih pada saat-saat berlangsungnya Perang Dunia II itu, perang radio semakin berkobar-kobar, karena Amerika Serikat yang merupakan negara termaju dalam bidang radio siaran turut melibatkan diri. Pemancar-pemancar dengan daya pancarnya yang kuat ditempatkan di negara-negara yang menggabungkan diri sebagai negara Sekutu, bukan saja di Eropa, tetapi juga di Asia. Pada waktu itu untuk mengintensifkan dan mengetatkan pengepungan dengan gelombang radio, pemancar-pemancar yang kuat dapat ditempatkan pula di kapal-kapal, sehingga dengan demikian dapat bergerak secara mobil dengan antenna yang dapat diarahkan dengan bebas ke seluruh penjuru.

Dalam rangka perang radio itu, siaran-siaran tidak saja digunakan untuk propaganda, akan tetapi juga untuk *"jamming",* yakni mengganggu siaran musuh dengan berbagai suara, sehingga isi siaran musuh itu tidak dapat dimengerti.

Mengapa radio dianggap memiliki kekuasaan yang begitu hebat? ini disebabkan oleh tiga faktor :

1. Radio Siaran Bersifat Langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, sesuatu hal atau programa yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Bandingkanlah dengan penyebaran propaganda dengan pamflet, penyebaran berita melalui surat kabar, penyebaran penerangan dengan majalah, dan lain-lain media yang bersifat tercetak.

Semasa Perang Dunia II propaganda dengan menggunakan pamflet banyak dilakukan, baik oleh Jerman kepada negara-negara sekitarnya yang akan diduduki, maupun oleh pihak Sekutu sewaktu Presiden Eisenhower mengerahkan pasukannya menuju Jerman. Pamflet-pamflet propaganda tersebut dimaksudkan agar penduduk wilayah yang akan diserbu itu menerima pihak penyerangan bukan sebagai musuh, melainkan sebagai kawan yang akan menolong.

Untuk membuat pamflet tersebut diperlukan persiapan dan waktu yang cukup lama. Kertas harus diusahakan dalam jumlah yang banyak. Kemudian harus dicetak. Apabila selesai dengan pencetakan, harus diangkut ke lapangan udara untuk dimasukkan ke dalam pesawat terbang. Maka disebar-sebarkanlah lembaran-lembaran pamflet itu dari pesawat terbang di atas daerah musuh dengan resiko pesawat udaranya ditembak musuh.

Tidak demikian dengan radio. Setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis di atas secaraik kertas kemudian tinggal

membacakan di depan corong sebanyak kali yang diinginkan. Dan pelaksanaanya berlangsung dengan mudah.

Sifat langsung dari radio siaran ini sering pula dirasakan kemaanfaatannya oleh kita Bangsa Indonesia. Karena sifat langsung radio siaran inilah, penyiar radio Bandung Sakti Alamsyah berhasil membacakan naskah Proklamasi Kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945 malam hari keseluruh dunia dalam cekaman ketakutan akan serdadu-serdadu Jepang yang bengis. Karena sifatnya yang langsung pulalah, Bung Tomo pada saat meletusnya Revolusi Indonesia dengan Radio Pemberontaknya berhasil membakar semangat pemuda-pemuda kita, sehingga Belanda merasa kewalahan terhadap perlawanan rakyat Indonesia di mana-mana.

Faktor tersebut tidak saja penting dan terasa manfaatnya pada waktu-waktu perang atau revolusi, melainkan juga pada waktu-waktu biasa. Bandingkan pemberitaan melalui surat kabar dan melalui radio siaran. Peristiwa tertembak matinya Presiden Kennedy akan memerlukan waktu yang lama apabila pemberitaannya dilancarkan melalui penerbitan cetak. Akan tetapi melalui radio siaran dapat diberitakan bukan saja pada hari itu, tetapi pada jam itu juga dapat diketahui oleh seluruh dunia.

Bayangkan proses pemberitaan peristiwa tersebut melalui surat kabar. Si Wartawan setelah meliput berita tersebut akan menyusunnya terlebih dahulu untuk kemudian menyerahkan kepada pimpinan redaksi.

Pimpinan redaksi meneliti, lalu memberikan tanda-tanda untuk banyaknya kolom, ukuran dan jenis huruf, serta untuk dibubuhi kepala berita yang sesuai. Selesai itu kemudian diserahkan kepada Bagian Percetakan. Zetter menggarapnya. Sesudah copy tadi dijadikan timah atau pita lalu diambil cetak percobaan, kemudian dibawa kekorektor. Untunglah kalau tidak terdapat kesalahan zet; tidak perlu dibawa kembali ke zetter untuk diperbaiki. Kini giliran redaktur opmaker untuk menempatkannya di halaman dan kolom yang sudah tersedia. Meskipun berita yang sudah berbentuk timah atau pita itu sudah mendapat tempat, tidak bisa cepat-cepat menjadi surat kabar karena harus menunggu halaman-halaman dan kolom-kolom lainnya penuh. Jika sudah selesai seluruhnya, kemudian dibawa kemesin cetak. Disini pun meminta waktu yang lama, sebab harus dipasang dengan sebaik-baiknya. Sesudah beres segalanya, barulah mesin cetak dijalankan, dan surat kabar diprodusir. Tetapi dengan ini tidak berarti dapat segera dibaca oleh pembaca karena harus dihimpun dan diatur oleh bagian ekspedisi dan sirkulasi, untuk kemudian disebarkan ke agen-agen. Dari agen-agen baru disampaikan ke rumah-rumah dan dijual secara eceran.

Demikian kompleksnya penyebaran berita dengan surat kabar. Dengan medium radio jauh lebih mudah dan cepat. Tinggal menyusun saja secara singkat (berita radio harus singkat dan padat), lalu menyerahkannya kepada penyiar untuk dibacakan pada masa siaran berita terdekat. Berita radio dibacakan setiap jam. Bahkan kalau

beritanya sangat penting dapat disiarkan secara *"stop-press"* di tengah-tengah acara siaran apa saja dan secara berulangkali.

Bahkan pemanfaatan sifat radio siaran yang langsung itu bukan di situ saja. Sesuatu peristiwa dapat diikuti oleh para pendengar pada saat peristiwa itu sedang berlangsung. Pidato Presiden di DPR, upacara Hari Kemerdekaan, pertandingan sepak bola, siaran mesjid atau siaran gereja, itu semua dapat diikuti oleh para pendengar pada saat peristiwa tersebut sedang berlangsung.

Berkat sifat radio siaran yang langsung itu pulalah, rakyat Indonesia pada waktu tim kita mempertahankan Thomas Cup di Tokyo, dapat mengikutinya langsung dari Tokyo; juga ketika terjadi di London, Beijing, Kualalumpur, Barcelona, dan lain-lain.

2. Radio Siaran Menembus Jarak dan Rintangan

Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah. Bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio dapat dicapainya. Gunung-gunung, lembah-lembah, padang pasir, mapun lautan luas, semuanya tidak menjadi rintangan.

Kita di Indonesia dengan mudah dapat menikmati pilihan pendengar yang disiarkan Radio Australia atau mengikuti berita hangat dari suara Amerika. Atau kalau tidak senang, dalam beberapa detik saja dapat memindahkan jarum gelombang untuk mendengarkan komentar

dari BBC London. Dari Benua Australia pindah ke benua Amerika, lalu pindah lagi ke Eropa; ini dapat dilakukan hanya dalam beberapa detik saja. Jarak tidak menjadi soal dan rintangan; dapat ditembus.

Faktor kedua dari radio siaran ini telah memberikan banyak keuntungan kepada bangsa kita. Karena faktor inilah, Chaerul Saleh di bawah pemerintahan militer Jepang yang kejam, dengan radionya dapat mengetahui menyerahnya Jepang kepada Amerika Serikat, sehingga dengan demikian dapat mempersiapkan kemerdekaan Indonesia. Karena faktor ini pulalah dunia dapat mengetahui tentang diproklamasikannya Kemerdekaan Republik Indonesia dari penyiar Sakti Alamsjah yang membacakannya teks proklamasi melalui Radio Bandung.

Demikian pula pada tahun 1947 dan 1948 sewaktu Republik Indonesia terpisah dari wilayah lainnya akibat aksi polisional Belanda, instruksi-instruksi dari pemerintah pusat di Yogyakarta kepada Pemerintah Darurat di Sumatra hanya dapat disampaikan melalui radio. Dari Republik Indonesia yang terisolir itu. Suara Indonesia (RRI Siaran Luar Negeri) dapat melancarkan siarannya dalam berbagai bahasa ke luar negeri. Dengan masih diudaranya RRI itu, pejuang-pejuang dan gerilyawan-gerilyawan kita di hutan-hutan dapat mengetahui, bahwa Republik Indonesia masih berdiri.

Karena sifat radio yang tidak mengenal jarak dan rintangan itulah, maka semasa Perang Dunia II radio dijadikan medium utama untuk melancarkan propaganda.

Propaganda Jerman melalui radio dapat menembus segala rintangan dengan sasarannya bangsa-bangsa di sekitar wilayahnya yang dijadikan daerah kekuasaannya. Sementara itu radio siaran Sekutu tanpa rintangan apa-apa dapat melancarkan kontra propagandanya pula ke wilayah Jerman. Markas Besar Sekutu hanya melalui radio dapat memberikan instruksi-instruksi kepada kesatuan-kesatuannya yang akan bergerak menyerbu Jerman. Bagian Intellejen Sekutu hanya dengan melalui radio dapat berhubungan dengan spion-spion yang sedang melakukan operasi di wilayah musuh.

Sementara itu bangsa Jepang menyadari kekuasaan radio. Karena itu sewaktu bala tentara Jepang berhasil menguasai Indonesia, cepat-cepat radio siaran dikuasainya dan pesawat-pesawat radio disegel agar rakyat Indonesia tidak bisa mendengarkan siaran luar negeri. Bangsa Indonesia dibuat sedemikian rupa, sehingga dengan pesawat radionya hanya dapat mendengarkan siaran-siaran yang bersifat propaganda Jepang dari Hoso Kyoku.

3. Radio Siaran Mengandung Daya Tarik

Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan ialah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni :

a Musik

b Kata-kata

c Efek suara

Pesawat radio yang kecil dan harganya relatif murah itu dapat memberikan hiburan, penerangan dan pendidikan. Sedang untuk menikmatinya, yang dengan hanya menggunaakan indera telinga, si pemilik pesawart radio dapat melakukanya sambil duduk-duduk, sambil minum, sambil makan, sambil tidur-tiduran atau sambil bekerja.

Seseorang yang tak memiliki pesawat radio dan ingin mendengarkan musik harus pergi ke tempat pertunjukan. Untuk menikmatinya di tempat pertunujukan itu, ia harus berdadandan dulu, berjalan atau berkendaraan dahulu, kemudian membeli karcis; mungkin pula harus antri atau berdesak-desakan. Untuk kembali ke rumah memerlukan waktu dan biaya pula. Lain dengan melalui pesawat radio. Dengan memakai piyama sambil minum dan makan kue dapat memutar knop radionya mencari program yang disenanginya. Ia dapat memilih yang disukainya di antara berbagai macam hiburan, kesenian nasional atau daerah, musik populer, musik klasik, dan sebagainya. Ia dapat menikmatinya tanpa harus pergi ke tempat pertunjukan yang memerlukan waktu tenaga dan biaya.

Tidak mengherankan kalau akhir-akhir ini radio transistor battery telah menyerbu pedesaan dan pedusunan. Hampir di setiap rumah di desa-desa dan gunung-gunung kini terdapat radio transistor. Sebab memang bagi penduduk tempat terpencil radio transistor merupakan alat yang benar-benar dapat memberikan hiburan, penerangan dan

pendidikan. Mereka dapat menikmati gamelan, kendang penjak, wayang golek semalam suntuk sambil bercengkerama sekeluarga di rumah masing-masing tanpa harus pergi menuju tempat pertunjukan.

Radio siaran tidak hanya memberikan hiburan saja, tetapi juga penerangan dan pendidikan. Seorang yang ingin mengetahui suatu berita tentang suatu peristiwa penting dari surat kabar, harus menempuhkan seluruh perhatiannya kepada deretan huruf yang tercetak mati sambil memegang surat kabar itu dengan kedua belah tangannya.

Tidak demikian melalui radio siaran. Ia dapat mendengarkan warta berita atau mengikuti siaran pandangan mata suatu upacara atau pertandingan olahraga dengan bebas dan leluasa seperti halnya menikmati musik : sambil makan, minum atau tidur-tiduran.

Studio radio menyajikan berbagai macam programa untuk memenuhi selera pendengar : pria, wanita, tua, muda, dan anak-anak; bukan saja musik dan warta berita, tetapi juga sandiwara, langen suara, taman pramuka, taman kanak-kanak, ruangan wanita, ruangan sastra, komentar reportase, ulasan pers, siaran mesjid, siaran gereja, siaran mahasiswa, siaran ABRI, dan banyak lagi acara guna memenuhi selera semua golongan dalam masyarakat.

Tulang punggung radio siran adalah musik. Orang menyetel pesawat radio terutama untuk mendengarkan musik, karena musik merupakan hiburan. Berbagai programa diolah dan diberi ilustrasi. Selain warta berita *(straight newcast),* juga disajikan acara pemberitaan

yang diolah dan dihiasi musik dan efek suara (suara pesawat terbang, kereta api, anak nangis, hiruk pikuk orang-orang, petir, hujan, ayam berkokok, dan lain-lain) seperti umpama *newsreel*. Juga sandiwara radio, langen suara, dongengan anak-anak, cerdas tangkas, dan sebagainya diolah dan diberi hiasan agar menarik dan menjadi "hidup".

Demikian pula dalam rangka memancarkan kegiatan propaganda, pertama-tama dihidangakan musik untuk memikat perhatian. Di tengah-tengah musik itulah, jadi pada saat-saat perhatian pendengar tengah terpikat, dilancarkan propaganda.

Ketiga faktor itulah, yakni faktor langsung, faktor tidak mengenal jarak dan rintangan, dan faktor daya tarik yang kuat, yang menyebabkan radio diberi julukan *"the fifth estate"*. (Effendy, 2000:137-145)

2.3 Tinjauan Tentang Pengaruh

Definisi pengeruh menurut Stuart ialah sebagai berikut;

> "Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan" (Cangara, 2002:163)

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Pengeruh dapat dikatakan mengena jika perubahan (P) yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator (P=T), atau seperti rumus yang dibuat oleh Jamias (1989) yakni pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media dan penerima (P=S/M/P).

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan *(knowledge),* sikap *(attitude)* dan perilaku *(behavior)*. Pada tingkat pengetahuan pengeruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Sedangkan perubahan pendapat terjadi bilamana terdapat perubahan penilaian terhadap suatu objek karena informasi yang lebih baru.

Pengaruh yang dibahas penelitian ini ialah pengaruh yang terjadi dalam bentuk perubahan persepsi, karena untuk mencapai tujuan peneltian itu sendiri yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) terhadap persepsi Tim Penggerak PKK di Kabupaten Blora, maka dari itulah RSPD media informasi audio harus bisa mempengaruhi khalayak secara persuasif agar terjalin hubungan yang harmonis antara khalayak dan media.

2.4 Tinjauan Tentang Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik *(decoding)* dalam proses komunikasi. Hal ini jelas tampak pada defenisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot: “Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna” ; Rudolph F.Verdeber: “Persepsi adalah proses menafsirkan informasi inderawi, atau J. Cohen: “Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana”. Persepsi disebut inti komunikasi,

karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi persepsi lainnya :

> Brian Fellows:
> Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisa informasi.
>
> Kenneth A. Sereno dan Edward M. Bodaken :
> Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.
>
> Philip Goodacre dan Jennifer Follers:
> Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan.
>
> Joseph A. DeVito :
> Persepsi adalah :proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

2.5 Teori Stimulasi, Model SOR, *Instrumental model of Persuasion* dan Teori Persepsi

2.5.1 Teori *Stimulasi*

Teori *stimulasi* (Rakhmat, 2003:212) yang memandang bahwa manusia sebagai makhluk yang "lapar stimuli", yang senantiasa mencari pengalaman-pengalaman baru, yang selalu berusaha memperoleh hal-hal yang memperkaya pemikirannya. Hasrat ingin tahu, kebutuhan untuk

mendapat rangsangan emosional, dan keinginan untuk menghindari kebosanan merupakan kebutuhan dasar manusia. Dari sini Radio sebagai salah satu media massa dapat mengantarkan orang pada dunia yang tidak terhingga – baik dengan kisah-kisah fantastis maupun peristiwa-peristiwa aktual. Dengan menggunakan istilah **Daniel Lerner,** media massa menyajikan pengalaman buatan *(vicarius experience)*. (Rakhmat, 2003:212) disamping itu juga untuk menguatkan bahwa informasi tersebut diperlukan/penting pada masing-masing individu diterangkan pula dalam **teori *utilitarian* (Rakhmat, 2003:212-213)** yang memandang bahwa individu sebagai orang yang memperlakukan setiap situasi sebagai peluang untuk memperoleh informasi yang berguna atau ketrampilan baru yang diperlukan dalam menghadapi tantangan hidup. Dalam teori ini, hidup dipandang sebagai satu medan yang penuh tantangan, tetapi juga yang dapat diatasi dengan informasi yang relevan. Komunikasi massa dapat memberikan informasi, pengetahuan dan ketrampilan seperti – walaupun tidalk sama – apa yang dapat diberikan oleh lembaga-lembaga pendidikan. Berbagai penelitian membuktikan bahwa banyak orang yang memperoleh informasi dari media massa. Ibu-ibu rumah tangga mungkin memperoleh ketrampilan memasak dari resep-resep yang terdapat dalam majalah wanita. (Rakhmat, 2003:212-213).

2.5.2 Model SOR

Model SOR dimana dalam model ini mengetengahkan *stimuli, organisme* dan *respon*. Dalam model ini tidak hanya menguatkan *stimuli*

begitu saja dan juga tidak memprioritaskan *Organisme* sebagai penerima pesan akan tetapi menggali sebuah *respon* atau tanggapan dari penerima itu, sehingga dari *stimuli* tersebut akan memberikan sebuah perubahan pola pikir penerima ataupun adanya perubahan persepsi/pandangan dari penerima setelah menerima sebuah pesan yang disampaikan.

Model SOR berasal dari model *stimuli-respons* yang memandang media massa pada mulanya dianggap mempunyai pengaruh yang sangat luar biasa kepada khalayaknya, yang diungkapkan yang diungkapkan dalam gambar sebuah jarum suntik atau sering dikenal dengan model jarum hipodermik (Soehoet, 2002:27). Kemudian menurut pendekatan psikologi dimodifikasi oleh **DeFleur** dengan memasukkan unsur *organisme* dalam membahas komunikasi massa dan pengaruhnya terhadap orang perorangan. **DeFleur (1970)** menulis, 'pesan media mengandung atribut rangsangan tertentu yang memiliki interaksi yang berbeda-beda dengan karakteritik kepribadian anggota 'audiens' (Denis McQuail, 1987:235). Perbaikan model S-R mencakup upaya pengidentifikasian kondisi yang menengahi dampak. **McGuire (1973)** menunjukkan jenis variabel utama yang berkaitan dengan sumber, isi, saluran, penerima, dan tujuan. (Denis McQuail, 1987:235)

Istilah-istilah yang digunakan dalam model SOR yaitu : *Stimulus* = rangsangan = dorongan; *Organisme* = manusia = komunikan; *Response* = respon = reaksi = tanggapan = jawaban = pengaruh = efek = akibat.

Unsur-unsur Model *Stimulus-Organisme-Response* adalah :

Message = isi pernyataan yaitu stimulus (S) = perangsang

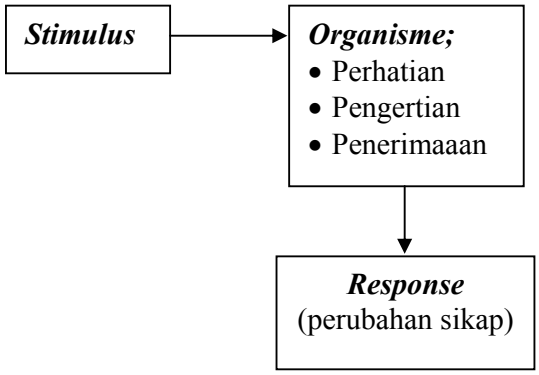
Receiver = penerima yaitu organisme (O) = badan yang hidup

Efek = pengaruh yaitu response (R) = tanggapan. (Soehoet, 2002:27)

Digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.8

Model SOR



(Sumber: Effendy, 2000:255)

Keterangan gambar:

> Gambar tersebut menunjukan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti, kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. (Effendy, 2000:255 – 256).

2.5.3 *Instrumental model of persuasion*

Instrumental model of persuasion, dari Hovland, Janis and Kelly (1959), meneliti tentang efek dari suatu stimulus komunikasi.

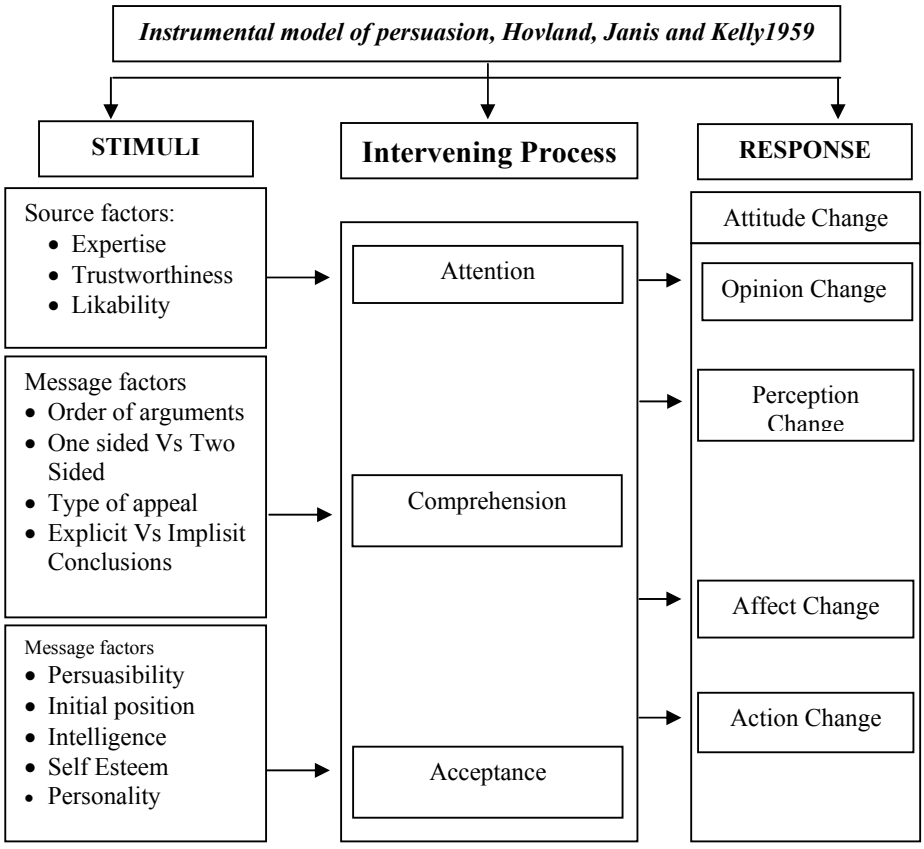
Model ini didasarkan pada proses belajar persuasi yang memiliki komponen-komponen yang sama dengan model SOR. Hovland, Janis dan Kelly mendefinisikan, komunikasi persuasi sebagai suatu proses ketika

individu (komunikator) mengirimkan *stimulus* secara verbal untuk mengubah perilaku individu lain. (Tan, 1981:93)

Dalam model tersebut terdiri dari tiga komunikasi yaitu *stimuli, intervening process,* dan *response. Stimuli* berupa karakteristik situasi komunikasi yang terdiri dari faktor-faktor sumber, pesan, dan audiens. Proses perantara *(intervening process)* yaitu berupa, perhatian, pemahaman, dan penerimaan turut mempengaruhi proses komunikasi dan menentukan efek komunikasi. Efek komunikasi dinilai sebagai respon dengan perubahan opini, perubahan persepsi, perubahan afeksi, dan perubahan tindakan.

Gambar 2.9

Characteristics of the communication situation



(Sumber:*Tan, 1981:95)*

Model tersebut diaplikasikan ke dalam penelitian sehingga konsep dalam model persuasi ini dapat dioperasionalisasikan menjadi variabel-variabel penelitian pada *stimuli* yang berupa karakteristik dari situasi komunikasi yaitu faktor sumber dan faktor pesan karena keduanya sesuai dengan masalah yang dilihat, faktor sumber dititik beratkan pada kredibilitas penyiar yang meliputi keahlian *(expertise),* keterpercayaan *(trustworthines)* dan kesukaan *(likebility).* Kesukaan disini merupakan aspek daya tarik penyiar menurut Tan (1981:104-105) karakteristik sumber terdiri atas *credibility* dan *attractiveness.* Kredibilitas penyiar dioperasionalisasikan menjadi *expertise* dan *trustworthiness. Expertise* (keahlian) penyiar dinilai berpengaruh dan berpengalaman, sehingga ahli dalam menguasai pendengar ketika memandu program acara. Sedangkan *trustworthines* (keterpercayaan) yaitu sumber dinilai sebagai orang yang memiliki pengetahuan lengkap mengenai materi acara sehingga pendengar merasa yakin dan percaya terhadap informasi yang disampaikan.

Daya tarik *(attractiveness)* diukur dengan *similiarity, familiarity, liking physical attractiveness* (Tan, 1981:106-109). Dalam penelitian ini peneliti melihat daya tarik penyiar dari segi *familiarity,* dan *liking.* Keakraban *(familiarity)* adalah kedekatan yang berhubungan dengan sifat penyiar, hal ini dapat kita lihat dari cara menyampaikan pesan terhadap penyiar ketika sedang menyampaikan pesan dengan tampil semangat dan penuh percaya diri.

Faktor pesan terdiri dari struktur pesan yaitu objektivitas pesan *(one sided on two sided),* penyampaian argumen *(order of argument)* dan penyampaian pesan *(conclusions)*. Gaya pesan *(message style)* yaitu repetisi pesan dan gaya bahasa yang digunakan; daya tarik pesan *(message appeals)* yaitu jenis daya tarik seperti emosional atau rasional, pada penelitian ini peneliti melihat dari segi kejelasan pesan mengenai bagaimana penyiar dapat menyusun pesan yang baik, sehingga mudah dimengerti oleh pendengar dan pengguna gaya bahasa.

Faktor khalayak *(audience factors)* tidak dijadikan variabel karena faktor ini diasumsikan dan tercakup dalam variabel perubahan sikap yang terjadi pada *audience* setelah menerima stimuli.

Setelah *stimuli* adalah *intervening process* yaitu proses perhatian, pemahaman, dan penerimaan yang terjadi di dalam individu. Proses perantara ini tidak dijadikan Variabel karena konsep perantara merupakan konsep *black box,* yaitu struktur khusus dan fungsi proses antara internal yang dipandang tidak begitu penting dibandingkan dengan perubahan masukan menjadi keluaran. *(Fisher, 1986:196).* Alexis Tan *intervening variable* merupakan suatu variabel yang tidak bisa diukur atau diamati secara langsung karena pemprosesannya terjadi dalam benak/pikiran kita, tetapi dapat digunakan untuk memprediksi respon (1981:82)

Respon yang dihasilkan dalam teori ini adalah perubahan sikap menurut Second and Beckman, sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal

perasaan *(afeksi)* pemikiran *(kognisi)* dan predeposisi dan tindakan (*konasi)* seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. (Azwar, 2003:5)

2.3.4 Teori Persepsi

Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (yakni indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar), *atensi,* dan *interpretasi.* Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor inderawi – mata, telinga, kulit, dan otot, hidung, dan lidah – adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirimkan ke otak.

Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Seseorang tidak lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis dan api itu membakar. Semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan mungkin merupakan indra yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan, dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti

lewat bau parfum yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu :*seleksi, organisasi,* dan *interpretasi.* Yang dimaksud *seleksi* sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi,* sedangkan *organisasi* melekat pada *interpretasi,* yang dapat didefinisikan sebagai "meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna". Sebenarnya kita sulit membedakan *sensasi* dan *persepsi.* Misalnya, apa yang terjadi ketika anda membaui bunga mawar? Apakah anda terlebih dulu merasakan sensasi fisiologis (bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga mawar)? Kedua hal itu sebenarnya terjadi secara serempak. Sebenarnya, ketiga tahap persepsi *(sensasi, atensi* dan *interpretasi,* atau *seleksi, organisasi,* dan *interpretasi)* tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung nyaris serempak.

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespons atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang

tidak menarik perhatian kita. Rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya. Ini juga berlaku untuk manusia : Orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung; melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Norwood Russell Hanson, seorang filsof pengetahuan, mendukung karakteristik pengamatan manusia ini. Ia percaya bahwa kita tidak pernah dapat sekedar mengamati dan bahwa pengamatan "murni" tidak mungkin kita lakukan.

Dalam proses persepsi banyak rangsangan sampai kepada kita melalui panca indra kita, namun kita tidak mempersepsi semua itu secara acak. Alih-alih, kita mengenali objek-objek tersebut sebagai spesifik dan kejadian-kejadian tertentu sebagai memiliki pola tertentu. Alasannya sederhana saja, karena persepsi kita adalah suatu proses aktif yang menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang kita terima.

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua : persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. persepsi manusia sering disebut juga sebagai persepsi sosial, meskipun kadang-

kadang manusia disebut juga objek. Akan tetapi untuk memahami persepsi sosial secara utuh, terlebih dulu membahas persepsi terhadap lingkungan fisik. Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial. Perbedaan tersebut mencakup hal-hal berikut:

1. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-siafat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi anda ketika anda mempersepsi objek-objek itu. Akan tetapi orang mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.
3. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu kewaktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. (Mulyana, 2000:167-172)

2.6 Pengaruh Media Terhadap Persepsi Khalayak

Media Massa memang tidak dapat mempengaruhi orang untuk mengubah sikap, tetapi media massa cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang. Ini berarti media massa mempengaruhi persepsi khalayak

tentang apa yang dianggap penting. Bila media massa selalu memuat nama seseorang, maka orang itu akan cenderung dianggap tokoh yang penting. Bila surat kabar memuat secara besar-besaran pernikahan seorang Ratu, maka pernikahan itu akan menjadi bahan pembicaraan khalayak pula. Begitu pula bila televisi sering menampilkan adegan kekerasan, orang yang rajin menontonnya akan menganggap dunia ini penuh dengan tindakan-tindakan kejahatan. Pendeknya, media massa memilih informasi yang dikehendaki dan, berdasarkan informasi yang diterima, khalayak membentuk persepsinya tentang berbagai peristiwa. (Rakhmat, 2003:200)

Pada awal 1970-an, kampanye media massa terbukti mempunyai efek yang penting terhadap sikap dan perilaku. Mendelsonn (1973) menunjukkan bagaimana kampanye CBS perihal keselamatan pengemudi telah mendorong 35 ribu pemirsa mendaftarkan diri pada kursus latihan mengemudi. Maccoby dan Farquhar juga membuktikan keberhasilan media massa dalam mengkampanyekan kesehatan untuk mengurangi penderita penyakit jantung.

Di Jerman, Elisabeth Noelle-Neumann dapat dianggap sebagai sarjana yang menekankan pentingnya kembali kepada konsep efek perkasa dari media massa. Menurut Noella-Neumann, penelitian terdahulu tidak memperhatikan tiga faktor penting dalam media massa. Faktor itu bekerjasama dalam membatasi persepsi yang selektif. Ketiga faktor itu adalah *Ubiquity,* kumulasi pesan dan keseragaman wartawan. (Rakhmat, 2003:200)

Ubiquity artinya serba ada. Media massa mampu mendominasi lingkungan informasi dan berada dimana-mana. Karena sifatnya yang serba ada, agak sulit orang menghindari pesan media massa. Sementara itu, pesan-pesan media massa bersifat kumulatif. Berbagai pesan yang sepotong-sepotong bergabung menjadi satu kesatuan setelah lewat waktu tertentu. Perulangan pesan yang berkali-kali dapat memperkokoh dampak media massa. Dampak ini diperkuat dengan keseragaman para wartawan *(consonance of journalists)*. Siaran berita cenderung sama, sehingga dunia yang disajikan kepada khalayak juga dunia yang sama. Khalayak akhirnya tidak mempunyai alternatif yang lain, sehingga mereka membentuk persepsinya berdasarkan informasi yang diterimanya dari media massa. (Rakhmat, 2003:200-2001)

Noelle-Neumann berbicara dalam konteks sistem komunikasi liberal di Jerman. Kita dapat membayangkan dampak yang lebih intensif dari media massa pada suatu sistem komunikasi yang otoriter. Menurut Neolle-Neumann, adanya berita atau penyiaran yang seragam akan menyebabkan oarang menduga bahwa berita itu merupakan opini mayoritas. Ketika semua surat kabar di Jerman menunjukkan ketidak setujuan pada hukuman mati, orang Jerman menduga bahwa itulah opini mayoritas. Ternyata survei menunjukkan sikap terhadap hukuman mati terbagai hampir setengah-setengah di antara penduduk Jerman. Bersamaan dengan timbulnya kesan tentang opini mayoritas, orang-orang yang mempunyai pendapat berbeda akan diam. Karena diam, suara mayoritas makin diperkuat. Terjadilah apa

yang disebut Noelle-Neumann *"die Schweigespirale"* – lingkaran kebiusan. Di sini jelas media massa menimbulkan efek yang kuat dalam membentuk persepsi khalayak, dan akhirnya bahkan menimbulkan nilai-nilai dan norma-norma sosial yang baru. (Rakhmat, 2003:201)

Pada abad ini terjadi revolusi komunikasi. Ada yang menyebutnya bahkan "ledakan komunikasi" *(the communication explosion)*. Sekarang makin disadari – tanpa harus mengulangi kembali hipotesis Toffler tentang kaitan antara *infosphere-sociosphere-psychosphere* –teknologi komunikasi yang baru tengah membentuk dan mengubah cara hidup kita. Dengan media komunikasi yang baru, *"we are fabricating a total psychological environmentof ourselves",* ujar Frederick Williams (1982) dalam bukunya *The communications Revolution.* Pada bagian terakhir bukunya, Williams melukiskan bagaimana teknologi komunikasi mengubah pola kehidupan santai kita, transportasi, kesehatan, politik, pendidikan, dan seluruh tatanan sosial kita. Pada kalimat-kalimat bukunya Frederick Williams menulis (seperti yang telah diterjemahkan Jalaluddin Rakhmat, 2003:201-202):

> Lingkungan elektronis yang baru adalah metamorfose kondisi-kondisi yang telah mengembangkan kehidupan di bumi. Lingkungan ini telah menghapus dimensi-dimensi rung dan waktu yang lama; melewati batas-batas lingkungan fisik. Pada lingkungan baru ini, hampir seluruh umat manusia dapat menyaksikan pengalaman yang sama secara simultan, atau keanekaragaman pengalaman yang tidak terhingga. Lingkungan elektronis dapat diubah dengan segera; dapat menghubungkan lebih banyak pikiran manusia, pikiran dengan segala gagasan, dan pikiran dengan mesin, daripada alat-alat komunikasi yang pernah kita kembangkan selama 36.000 tahun dari warisan ujaran dan 6.000 tahun warisan tulisan. Lingkungan elektronis mencengkram, meremehkan, menyenangkan, dan membosankan (Williams, 1982:279)