BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keberadaan media massa dewasa ini sebagai media yang digunakan dalam komunikasi massa untuk penyebaran pesan bisa dikatakan sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam hidup kita. Seperti melalui media massa cetak dan elektronik yaitu surat kabar, majalah, radio, televisi dan film yang telah memberikan banyak informasi dan hiburan bagi masyarakat. Sehingga komunikasi tersebut telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi ini, meningkat pula kecemasan tentang efek media massa terhadap khalayaknya. Hal ini juga terjadi pada radio sebagai salah satu jenis dari media massa.

Bagaimanapun juga radio sebagai salah satu media komunikasi massa masih banyak diminati orang banyak, tidak diragukan lagi radio mempunyai peranan yang cukup besar dalam kehidupan manusia dewasa ini. Meski harus bersaing ketat dengan televisi swasta yang kian marak belakangan ini serta bersaing dengan media cetak, bukan berarti posisi radio menjadi surut terbukti pada saat ini terdapat 103 radio swasta di kota Bandung (Data PRSSNI November 2002). Bahkan sebaliknya, sebagai media yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan, radio siaran mendapat tantangan baru dan

terpacu untuk tetap eksis di hati pendengarnya dan para insan radio harus lebih meningkatkan kreativitasnya dalam mengelola radio tersebut.

Sunarjo menerangkan mengenai pengertian radio, bahwa "Radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian diterima oleh berbagai pesawat penerima." (Sunarjo, 1995: 277). Pengertian ini memberikan penjelasan bahwa radio memiliki cakupan yang luas untuk cakupan informasi media massa, karena itu radio sedikitnya akan memberikan efek massal kepada khalayak dari proses siaran yang dilakukannya.

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah satu-satunya radio yang menyandang nama negara, siarannya ditujukan untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat diseluruh wilayah negara kesatuan Republik Indonesia.RRI yang berdiri 24 hari setelah kemerdekaan Republik Indonesia yaitu 11 September 1945, mempunyai peran besar dalam perjuangan kemerdekaan dan dalam perjalanan negeri ini, pendiri RRI adalah bapak-bapak dan Ibu-Ibu Pendiri Bangsa.

Selama 32 tahun RRI menjadi corong pemerintah, maka berdasar UU No.32 tahun 2002, RRI berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral dan tidak bersifat komersial yang tugasnya adalah memberikan pelayanan siaran informasi, pelestarian budaya, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan menjaga citra positif bangsa di dunia Internasional. RRI merupakan badan hukum yang didirikan oleh negara yang berdasarkan PP 12 tahun 2005 kedudukannya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden RI.

Revitalisasi Pemancar dan Studio RRI merevitalisasi pemancar dan studio jaringan berita Nasional Pro 3 untuk meningkatkan daya jangkau dan kualitas siaran mengingat secara geografis Indonesia terdiri dari ribuan pulau yang semua harus terlayani. Hal ini dimaksudkan agar tercapai keadilan informasi khususnya untuk masyarakat didaerah terdepan dan terpencil yang tidak terlayani oleh media lain.

Selain harus bersaing dengan televisi-televisi swasta, stasiun-stasiun radio pun harus dihadapkan pada kenyataan bahwa mereka harus bersaing ketat dengan sesama radio swasta lainnya. Oleh karena itu pihak radio dalam menyajikan suatu acara harus dikemas sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan pendengar yang akhirnya dapat mengikat pendengarnya itu sendiri. Hal ini dikarenakan pendengar merupakan aset bagian sebuah stasiun radio siaran.

Dilain hal dengan radio orang dapat memperoleh tiga keuntungan seperti yang dikutip Palapah dan Syamsudin dari Paul Lazarsfeld sebagai berikut :

> "Radio memungkinkan partisipasi audience atau seolah-olah audience menyaksikan sendiri sesuatu kejadian yang sedang disiarkannya. Para pendengar merasa seolah-olah sesuatu secara pribadi. Dan perolehan secara pribadi ini adalah oleh karena komunikasi melalui radio adalah seolah-olah mewakili suatu komunikasi *face to face*." (Palapah dan Syamsudin, 1983:11).

Biasanya antara penyiar dengan pendengar akan terjalin ikatan batin, dari sinilah akan tumbuh kebutuhan diantara keduanya. Kebutuhan radio dalam mencari khalayak, kebutuhan pendengar akan informasi yang dapat menambah pengetahuan maupun hiburan. Pemenuhan kebutuhan tersebut dalam artian tercapainya keinginan khalayak untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan

keterangan dari acara yang disajikan. Tentunya hal ini harus diiringi dengan penyajian acara sedemikian rupa sehingga menarik pendengarnya untuk mengikuti acara yang disajikan oleh pihak radio.

Pada perkembangan masyarakat zaman sekarang informasi telah menjadi sesuatu yang teramat penting. Informasi telah menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia, baik kalangan akademis, pengusaha maupun masyarakat umum. Bahkan informasi dapat dijadikan lahan untuk mencari uang. Perkembangan informasi ini tidak akan terlepas dari peran serta teknologi yang juga ber kembang dengan pesatnya. Sarana yang dianggap paling berperan dalam proses penyebaran informasi salah satunya adalah radio.

Penyebaran informasi yang sangat dahsyat pada kehidupan masyarakat menghasilkan fenomena ledakan informasi. Seluruh masyarakat akan dapat mengakses informasi apapun tanpa batas. Informasi akan secara cepat beredar dengan dukungan dari teknologi informasi yang ada. Untuk itu radio telah menjadi alat pokok dalam proses menyebarkan dan menemukan informasi. Radio menjadi sarana pembelajaran yang sangat efektif.

Pilihan seseorang akan informasi ditentukan oleh posisinya dalam sistem sosial. Seseorang yang memiliki peran dalam sistem sosial, semakin diperlukan materi informasi faktual. Semakin tidak berperan, semakin tidak diperlukan informasi faktual, sebab yang diperlukan hanya materi fiksional yang dapat menyenangkan secara psikologis.

Mengingat hal itu berita olahraga merupakan salah satu informasi yang sangat di butuhkan masyarakat. Berita Olahraga merupakan berita yang lebih

favorit dibandingkan berita yang lainnya karna berita olahraga merupakan berita yang mudah di mengerti dan di pahami oleh kalangan masyarakat bawah atau pun kalangan masyarakat atas dalam hal ini berita olahraga sangat dominan di berbagai media massa seperti Koran, Majalah, Televisi dan Radio. Namun tidak semua saluraan radio dapat menyajikan informasi berita olahraga yang masyarakat butuhkan.

Radio Republik Indonesia (RRI) sendiri mempunyai program berita yang menyajikan berita olahraga yang ada di sekitar daerah Bandung. Maksud dari 15 itu merupakan jam tayang berita Skor 15 yaitu jam 15.00 WIB dalam siaran acara tersebut di siarkan dari hari Senin sampai dengan Sabtu frekwensi/geolmbang Skor 15 di 540 KHZ atau 650 KHZ untuk Bogor. Pola dalam jaringan yang di gunakan Skor 15 menggunakan 3 jaringan yaitu Bandung, Bogor dan Cirebon. Pemberitaannya skor 15 memberitakan berbagai macam berita olahraga yang khususnya terjadi di Jawa Barat dan Bandung. (arsip RRI Bandung. 2010).

Dalam proses penyebaran informasi tersebut tentunya RRI mempunyai strategi agar berita yang disiarkan kepada masyarakat menjadi cepat dan akurat. Gerry Johnson dan Kevan Scholes (dalam buku "Exploring Corporate Strategy") mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (stakeholder).

Strategi menurut (Adnan Putra 1990 dalam buku Ruslan 2005:123) adalah Bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produksi dari suatu perencanaan (*planing*) adalah yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manjemen.

Strategi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communucation planing*) dengan manajemen komunikasi (*communication mangement*) untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan, dalam hal ini yaitu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Dari permasalahan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan maslah penelitian sebagai berikut : "**Bagaimana Strategi Redaksi Program Berita Olahraga Skor 15 di RRI Bandung Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Olahraga Bagi Masyarakat Kota Bandung ?"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana **Tujuan program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebtuhan informasi olahraga bagi masyarakat Kota Bandung?
2. Bagaimana **Rencana program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung?

3. Bagaimana **Fungsi program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat Kota Bandung ?
4. Bagaiman **Pesan program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat Kota Bandung?
5. Bagaimana **Strategi program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan Informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung?

1.3 Maksud dan tujuan penelitian

1.3.1 Maksud penelitian

Adapun maksud dari penelitian adalah untuk menganalisa dan menjelaskan bagaimana "Strategi redaksi program berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyrakat Kota Bandung".

1.3.2 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui **Tujuan program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.

2. Untuk mengetahui **Rencana program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.

3. Untuk mengetahui **Fungsi program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.

4. Untuk mengetahui **Pesan program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.

5. Untuk mengetahui **Strategi program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.

1.4 Kegunaan Peneiltian

Dari penelitian yang dilakukan ini memuncul dua kegunaan penelitian yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sehingga memungkinkan penelitian ini menjadi suatu acuan dan pedoman pemecahan masalah bagi penelitian.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini selain sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi, dengan konteks komunikasi massa yang menggunakan audio dan khususnya di bidang jurnalistik mengenai hal yang berkaitan

dengan strategi media massa elektronik (Radio) dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- **Bagi Peneliti**

  Kegunaan penelitian bagi peneliti untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama masa perkuliahan dan diharapkan berguna untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang jurnalistik khususnya mengenai strategi media massa (Radio) dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat.

- **Universitas**

  Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan *literature* maupun referensi bagi mahasiswa UNIKOM pada umumnya dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang melakukan penelitian pada kajian yang serupa yang berkaitan dengan bidang jurnalistik, khususnya mengenai strategi media massa (Radio) dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat.

- **Lembaga (RRI Bandung)**

  Kegunaan penelitian ini sebagai bahan evaluasi bagi Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung bagian pemberitaan Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung khususnya bagi program olahraga skor 15

dalam meningkatkan kinerja guna terpenuhinya informasi atau berita olahraga yang dibutuhkan masyarakat Kota Bandung.

1.5 Kerangka Penelitian

1.5.1 Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Pada penelitian ini yang di ukur adalah strategi, yaitu variabel *independent* (variabel x.). Variabel Independent adalah Tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang dinamakan pula dengan variabel yang diduga sebagai lain.sebab (*presumed couse variabel*) dari variabel dependen, yaitu variabel yang diduga sebagai akibat (*presumedeffect variabel*). Variabel independen juga dapat disebut sebagai variabel yang mendahului (*antecendent variable*) dan variabel dependen sebagai variabel konsekuensi (*consequent variable*). Untuk mengukur variabel (strategi) peneliti mengambil Strategi menurut **Adnan Putra 1990** dalam buku **Ruslan (2005:123)** adalah : Bagian terpadu dari suatu **Rencana** (*plan*), sedangkan rencana merupakan produksi dari suatu perencanaan (*planing*) adalah yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu **Fungsi** dasar dari proses manajemen, sedangkan **Pesan** merupakan suatu komunikasi yang di sampaikan ke pada komunikator

Strategi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communucation planing*) dengan manajemen komunikasi (*communication mangement*) untuk mencapai **Tujuan** yang telah di tetapkan, dalam hal ini yaitu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Dengan demikian, maka indikator untuk mengukur (strategi) adalah :

1. **Tujuan :** adalah sasaran akhir/arah aktivitas organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai. Dengan kata lain, tujuan adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh organisasi atau perusahaan. Merumuskan bagian dari fungsi planning atau perencanaan dan merupakan langkah awal fungsi manajemen.
2. **Rencana** : adalah proses mengumpulkan informasi dan membuat perkiraan mengenai masa depan untuk merumuskan pengembangan berbagai alternatif kegiatan yang diperlukan dalam mencapai sasaran organisasi.
3. **Fungsi :** adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu.
4. **Pesan :** adalah suatu kontruksi tanda yang melalui interaksinya dengan penerima, menghasilkan makna.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Pentingnya strategi dalam penyajian suatu program berita merupakan hal penting. Pada hakikatnya setiap strategi itu mengacu pada usaha untuk meningkatkan kinerja suatu program berita menjadi lebih baik diantaranya dengan meningkatkan kualitas program berita tersebut.

Pada pernyataan diatas, peneliti akan mengaplikasikan indikator penelitian yang ditetapkan pada indentifikasi masalah.

1. **Tujuan :** RRI Bandung membuat program berita olahraga skor 15 untuk memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.
2. **Rencana :** Staf program berita skor 15 di RRI Bandung untuk memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.
3. **Fungsi :** Bagian program berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyrakat kota Bandung.
4. **Pesan :** Yang di sampaikan bagi program berita skor 15 RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung.

1.6 Pertanyaan Penelitian

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian wawancara mendalam. Peneliti menyusun Daftar pertanyaan disusun untuk menguraikan Identifikasi masalah penelitian, adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

A. Bagaiman **Tujuan program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung?

1. Apakah tujuan yang ingin di capai dari program berita skor 15 di RRI Bandung?

2. Apakah tujuan yang ingin di capai dari program berita skor 15 di RRI Bandung mengalami hambatan?

3. Apakah tujuan yang ingin di capai dari program berita skor 15 di RRI Bandung sudah sesuai dengan visi dan misi perusahaan?

B. Bagaimana **Rencana program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat Kota Bandung ?

4. Apakah rencana dari program berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga di masyarakat kota bandung dengan baik?
5. Siapa yang menyusun rencana dari program berita skor 15 di RRI Bandung?
6. Apakah rencana ini sudah sesuai dengan tujuan yang hendak di capai?

C. Bagaimana **Fungsi program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi olahraga bagi masyarakat kota Bandung?

7. Apakah fungsi yang dilakukuan program berita skor 15 di RRI Bandung sudah di nilai baik (sesuai harapan)?

8. Apakah langkah program berita skor 15 di RRI Bandung dalam melakukan fungsinya?
9. Adakah kendala dalam melakukan fungsi program berita skor 15 di RRI Bandung?

D. Bagaimana **Pesan program** berita skor 15 di RRI Bandung dalam memenuhi kebtuhan informasi olahraga bagi masyarakat Kota Bandung?

10. Apakah pesan yang disampaikan dalam program berita skor 15 di RRI Bandung ?
11. Apa jenis pesan program berita skor 15 di RRI Bandung (apa Informatif dan persuasif)?
12. Kenapa memilih pesan tersebut?
13. Apa gaya pesan penyampainnya sudah sesuai dalam program berita skor 15 di RRI Bandung?

1.7 Subjek dan Informan Penelitian

1.7.1 Subjek Penelitian

Dalam sebuah penelitian penting untuk dapat menentukan subjek penlitian, karena pada dasarnya subjek penelitian ini memberikan kejelasan mengenai tempat berlangsungnya penelitian dan bagian-bagian yang ada di dalamnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam buku *"Metode Penelitian Komunikasi"* bahwa:

> "Salah satu hal yang menakjubkan dalam penelitian ialah kenyataan bahwa kita dapat menduga sifat-sifat suatu kumpulan objek penelitian hanya dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan itu. Bagian yang diamati itu disebut sampel, sedangkan kumpulan objek penelitian disebut populasi. Objek penelitian dapat berupa orang, umpi, organisasi, kelompok, lembaga, buku, kata-kata, surat kabar dan lain-lain. Dalam penelitian, objek penelitian ini disebut satuan analisis (*units of analysis*) atau unsur-unsur subjek penelitian." **(Rakhmat, 1997: 78).**

Subjek penelitian adalah sifat keadaan *(attributes)* dari sesuatu benda, orang, atau keadaan, yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas (benda, orang, dan lembaga), bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra atau simpati-antipati, keadaan batin, dsb. (orang), bisa pula berupa proses dsb. (tatangmanguny.wordpress.com).

Subjek penelitian merupakan keseluruhan dari keadaan perilaku, pendapat pandangan dan sikap dari informan, sehingga pada subjek penelitian ini ialah program berita skor 15 di RRI Bandung, sehingga populasi penelitian ini merupakan bagian pemberitaan program berita skor 15 RRI Bandung yang masih aktif dan telah menjalankan kinerja secara profesional. Pemberitaan program berita skor 15 RRI Bandung berjumlah 8 orang, sehingga diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini berjumlah 8 orang.

TABEL 1.1

Subjek Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	**H. ENJANG RUSTAJI, BA.** **NIP : 050058188**	**Kepala Seksi Olah Raga**
2	**Rd. DENDANA SOEMAWINATA** **NIP : 050039132**	**Staf Seksi Olah Raga**
3	**PUJO HASTOWO** **NIP: 050041892**	**Ajun Andalan Siaran pada Seksi Olah Raga Sepakbola dan Otomatif**
4	**AGUS PURWANTO, S.Ip.** **NIP : 050061377**	**Ajun Andalan Siaran Madya pada Seksi Olah Raga**
6	**H. DANI SUMPENA** **NIP : 050062842**	**Staf Seksi Olah Raga**
7	**YULIANI, S** **NIP : 050039698**	**Ajun Andalan Siaran / Staf Seksi Olah Raga**
8	**DADI MULYADI** **NIP : 050061001**	**Staf Seksi Olah Raga**

Sumber: Arsip RRI Bandung, 2010

1.7.2 Informan Penelitian

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Diantara sekian banyak informan tersebut, ada yang disebut Narasumber kunci *(key informan)* –seorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut.

Pengambilan Informan secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan informan yang sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian.

Dengan ketersedian informan yang ada maka dibutuhkan suatu teknik penarikan sampel atau disebut rencana sampling atau rancangan sampling (*sampling design*). Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan rancangan sampling nonprobabilitas dengan teknik penarikan sampel, ***purposive sampling.***

purposive sampling adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Dalam bahasa sederhana *purposive sampling* itu dapat dikatakan sebagai **secara sengaja** mengambil informan tertentu (jika orang maka berarti orang-orang tertentu) **sesuai persyaratan** (sifat-sifat, karakteristik, ciri,

kriteria) **subjek** (jangan lupa yang mencerminkan informan). (tatangmanguny,wordpress).

Dengan didapatkannya teknik purposive sampling ini, maka peneliti merasa bahwa 4 orang pemberitaan saja telah mewakili. Dua orang informan ini memiliki kredibilitas dan loyalitas yang sudah dipercaya oleh RRI Bandung untuk dapat memberikan berita olahraga skor 15 RRI Bandung.

Dengan pengertian di atas, maka dalam peneliti menggunakan dua orang bagian pemberitaan RRI Bandung sebagai informan yang selanjutnya akan dijadikan sebagai informan penelitian yang dapat mewakili bagian pemberitaan RRI Bandung.

TABEL 1.2

Informan penelitian

No	Nama	Jabatan
1	**H. ENJANG RUSTAJI, BA.** **NIP : 050058188**	**Kepala Seksi Olah Raga**
2	**PUJO HASTOWO** **NIP: 050041892**	**Ajun Andalan Siaran pada Seksi Olah Raga Sepakbola dan Otomatif**

3	**DADI MULYADI** **NIP : 050061001**	**Staf Seksi Olah Raga**
4	**AGUS PURWANTO, S.Ip.** **NIP : 050061377**	**Ajun Andalan Siaran Madya pada Seksi Olah Raga**

Sumber: Peneliti, 2010

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. "Penelitian kualitatif adalah penelitan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami subjek penelitian Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain." **(Moleong & Dedi Mulyana)**

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif analisis, "Metode deskriptif analisis adalah metode penelitian yang bertujuan melukiskan secar sistematis fakta atau karakteristik populasi tetentu secara faktual dan cermat **(Rakhmat, 1981:22).** Metode penulisan yang dilakukan adalah metode deskriptif. Dalam bukunya Metode Penelitian sosial Nazir menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa di masa sekarang **(Nazir, 1988:63).**

Masih dalam bukunya **Nazir mengutip dari Whitney (1960)** bahwa metode penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dengan mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat. Serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubugan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandanagn serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Data dari wawancara akan dianalisis melalui analisis deskriftif yang disajikan dalam bentuk kualitatif dari bahan wawancara mendalam (*indepth interview*) digunakan. Ciri lain metode analisi desriftif adalah menitik beratkan pada observasi non partisipan. Peneliti bertindak sebagai pengamat, peneliti hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dalam mencatat.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

1. **Wawancara Mendalam**

   Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang salah satunya ialah wawancara. Menurut **Subana (2000: 29)** yang dikutip oleh Riduwan, mengatakan bahwa:

   > "Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit. Ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi arus informasi dalam wawancara, yaitu: pewawancara, responden, pedoman wawancara, dan situasi wawancara." **(Riduwan, 2005: 29).**

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian berupa wawancara tidak berstruktur karena pembahasannya dapat melebar dan berkembang pada saat wawancara berlangsung. Berbagai faktor penunjang wawancara diharapkan dapat menimbulkan suatu proses wawancara yang baik dan efektif sehingga data yang diperoleh maksimal. Subjek wawancara dalam hal ini adalah program coordinator Skor 15 RRI Bandung.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, karena penting untuk peneliti memperoleh data dari buku serta karya ilmiah yang berhungan dengan penelitian ini untuk melengkapi data yang telah ada atau sebagai bahan perbandingan. Dalam studi pustaka, peneliti menggunakan berbagai buku dan karya ilmiah yang telah ada untuk mencari perkembangan baru mengenai penelitian ini.

Studi pustaka memungkinkan peneliti untuk mengetahui berbagai penelitian yang telah ada sebagai bahan penyelaras dari data dilapangan yang telah diperoleh. Studi pustaka yang dilakukan berupa mengumpulkan buku, jurnal, karya ilmiah, dan lain-lain yang berhubungan dengan pembahasan bahasa jurnalistik dan jurnalistik radio.

3. Dokumentasi

Menurut Kamus umum bahasa Indonesia, arti dari kata “ dokumentasi “, adalah sesuatu yang tertulis , tercetak atau terekam yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan. Adapun definisi dokumentasi adalah

pemberian atau pengumpulan bukti-bukti dan keterangan. Sedangkan dalam pengelolaan kegiatan dokumentasi Lesson Study didefinisikan sebagai suatu bahan untuk refleksi kegiatan pembelajaran yang berfungsi sebagai alat evaluasi atau Refleksi dari perencanaan sampai implementasi suatu model pembelajaran.

4. Internet *Searching*

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak membantu banyak penelitian. Perkembangan teknologi dijadikan salah satu alat untuk mendapatkan berbagai data yang berhubungan dengan penelitian. Internet menjadi teknologi yang dijadikan pilihan peneliti untuk sebagai salah satu teknik pengumpulan data.

Peneliti menggunakan metode penelitian internet *searching*, karena dalam internet terdapat banyak bahasan dan sumber data yang beragam dan dinamis tentang perkembangan bahasa yang terjadi dalam sosialitas termasuk industri radio. Internet *searching* layaknya studi pustaka dalam buku yang menjadikan hasil-hasil pemikiran berbagai ahli atau berbagai penelitian mengenai penggunaan bahasa dan perkembangannya dijadikan bahan acuan dan perbandingan untuk penelitian ini.

1.10 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian perlu diadakannya tahapan-tahapan penelitian yang memungkinkan peneliti untuk tetap berada dijalur yang benar dan memiliki langkah-langkah yang akan diambil dalam penelitian. Tahapan-tahapan penelitian ini berguna sebagai sistematika proses penelitian yang akan mengarahkan peneliti dengan patokan jelas sebagai gambaran dari proses penelitian dan digunakan sebagai teknik analisa data:

1. **Penyeleksian data**

   Penyeleksian data yakni memilah data yang didapatkan untuk dijadikan sebagai bahan laporan penelitian. Hal ini dilakukan agar data yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian dan dianggap relevan untuk dijadikan sebagai hasil laporan penelitian. Data yang diperoleh kemungkinan tidak sejalan dengan tujuan penelitian sebelumnya, oleh karena itu penyeleksian data yang dianggap layak sangat dibutuhkan. Penyeleksian data ini juga berfungsi sebagai cara untuk dapat memfokuskan pembahasan penelitian dengan penilaian tertentu yang dianggap menunjang.

2. **Klasifikasi data**

   Klasifikasi data yakni mengkategorikan data yang diperoleh berdasarkan bagian-bagian penelitian yang telah ditetapkan. Klasifikasi data ini dilakukan untuk memberikan batasan pembahasan dan berusaha untuk menyusun laporannya secara tersistematis menurut klasifikasinya.

Klasifikasi ini juga membantu penulis dalam memberikan penjelasan secara lebih detail dan jelas.

3. **Merumuskan hasil penelitian**

Semua data yang diperoleh kemudian dirumuskan menurut pengklasifikasian data yang telah ditentukan. Rumusan hasil penelitian ini memaparkan beragam hasil yang didapat di lapangan dan berusaha untuk menjelaskannya dalam bentuk laporan yang terarah dan tersistematis.

4. **Menganalisa hasil penelitian**

Tahap akhir adalah menganalisa hasil penelitian yang diperoleh dan berusaha membandingkannya dengan berbagai teori atau penelitian sejenis lainnya dengan data yang diperoleh secara nyata dilapangan. Menganalisa hasil penelitian dilakukan untuk dapat memperoleh jawaban atas penelitian yang dilakukan dan berusaha untuk membuahkan suatu kerangka pikir.

1.11 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.11.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan Penelitian di LPP RRI Bandung yaitu salah satu media elektronik yang bergerak di bidang dalam penyiaran yang terletak di jalan Diponegoro 61 Bandung, Jawa barat. Telepon : (022) 7207031-7218073-7218075-7200996, Fak. 7218073. Email : rribd@rri-online.com – Website : htp : //www.rribandung.com

1.11.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama 6 bulan terhitung dari Februari sampai dengan bulan Juli 2010. Untuk lebih jelas peneliti menampilkan waktu pelaksanaan penelitian pada tabel 1.3 sebagai beriku:

Tabel 1.3
Waktu dan Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Februai 2010				Maret 2010				April 2010				Mei 2010				Juni 2010				Juli 2010			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan																								
	Pengajuan judul																								
	Acc judul																								
	Persetujuan pembimbing																								
2	Pelaksanaan Penyusunan																								
	Bab I + Bimbingan																								
	Seminar UP																								
	Bab II + Bimbingan																								
	Bab III + Bimbingan																								
3	Pelaksanaan Penelitian																								
	Wawancara mendalam																								
4	Pengolahan Data																								
	Bab IV + Bimbingan																								
	Bab V + Bimbingan																								
5	Penyusunan seluruh draft																								
6	Sidang																								

Sumber : Peneliti 2010

1.12 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab dan disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian (meliputi; maksud penelitian, tujuan penelitian), kegunaan penelitian (meliputi; kegunaan teoritis, kegunaan praktis), kerangka pemikiran (meliputi; kerangka teoritis, kerangka konseptual), pertanyaan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, lokasi dan waktu penelitian (meliputi; lokasi penelitian, waktu penelitian) dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Mencakup tentang tinjauan mengenai komunikasi (meliputi; definisi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, proses komunikasi dan tujuan komunikasi), tinjauan mengenai komunikasi massa (meliputi; definisi komunikasi massa, karakteristik komunikasi massa), tinjauan tentang jurnalistik(meliputi: definisi jurnalistik, Bahasa jurnalistik), tinjauan mengenai jurnalistik radio, tinjauan mengenai media massa, tinjauan mengenai radio (meliputi; definisi, dan karakteristik radio sebagai media massa), tinjauan mengenai informasi, dan tinjauan mengenai strategi.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Mencakup tentang sejarah Radio Republik Indonesia (RRI Bandung), visi dan misi Radio Republik Indonesia(RRI Bandung), struktur organisasi RRI Bandung, *job description* Radio Republik Indonesia (RRI Bandung), sarana dan prasarana Radio Republik Indonesia (RRI Bandung).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uraian dari hasil penelitian berdasarkan data lapangan yang terkumpul, mencakup tentang analisis deskripsi identitas responden, analisis deskriptif hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Mencakup tentang kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, saran untuk instansi tempat dilakukannya penelitian, dan saran bagi para peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, tidak dapat hidup sendiri untuk memenuhi segala macam kebutuhan dalam hidupanya. Untuk itu diperlukan Komunikasi yang menjadi sarana yang sangat penting untuk bisa mencapai itu. Selain itu juga komunikasi berguna untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan berhubungan dengan orang lain. Dengan komunikasi, kita bisa membangun suatu kerja sama dengan orang lain, mulai dari keluarga sampai dengan masyarakat luas.

Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana, makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab. Karena, cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain, yang pada intinya adalah komunikasi.

Abraham Maslow menyebutkan bahwa “manusia mempunyai lima kebutuhan dasar, yakni: kebutuhan psikologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri”. Kebutuhan

yang lebih dasar harus dipenuhi sebelum kebutuhan yang lebih tinggi diupayakan.

Komunikasi, dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut Rene Spitz, "komunikasi (ujaran) adalah jembatan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian": "mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antara persepsi dalam dan persepsi luar; ia adalah tempat lahir semua persepsi luar dan model dasarnya; ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional, bagi munculnya kemauan dari kepasifan". (Mulyana, 2005:15).

Banyak definisi dan pengertian mengenai komunikasi yang ingin disampaikan oleh para ahli komunikasi untuk dapat menjelaskan makna utama dari komunikasi. Wiryanto dalam bukunya "*Pengantar Ilmu Komunikasi*" menjelaskan, bahwa:

> "Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama." (Wiryanto, 2004: 5).

Pernyataan diatas sejalan dengan pernyataan Onong Uchjana Effendy, "Istilah komuniksi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna." (Effendy, 2003: 9).

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka

melakukan interaksi yang berkesinambungan untuk berbagai tujuan menurut kepentingannya. Komunikasi bersifat fundamental karena berbagai maksud dan tujuan yang ingin dicapai memerlukan adanya suatu pengungkapan atas dasar-dasar tujuan tersebut, maka dalam hal ini komunikasi menjadi alat utama yang digunakan untuk menyampaikan tujuan-tujuan tersebut. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Fisher (1986: 17) yang dikutip oleh Wiryanto bahwa, "Ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat *eklektif*." (Wiryanto, 2004: 3). Sifat eklektif ini sejalan dengan pendapat yang digambarkan oleh Wilbur Schramm (1963: 2) yang dikutip oleh Wiryanto bahwa, "Komunikasi sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya." (Wiryanto, 2004: 3).

Berbagai pendapat untuk menjelaskan komunikasi juga diungkapkan oleh Charles R. Berger dan Steven H. Chaffe dalam buku *"Handbook Communication Science"* (1983: 17) yang dikutip oleh Wiryanto, menerangkan bahwa:

"*Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect* (Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelasken fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya)." (Wiryanto, 2004: 3).

Sebagaimana yang dikatakan oleh Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1966: 4) dalam buku *"Interpersonal Communication"* yang dikutip oleh Wiryanto menerangkan bahwa, "*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel* (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran)." (Wiryanto, 2004: 6).

Definisi komunikasi menurut Shannon dan Weaver sebagaimana dikutip oleh Jalaludin Rakhmat adalah :

"Mencakup semua prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat memepengaruhi orang lainnya". (Rakhmat,1986:11)

Demikian juga Definisi komunikasi menurut Shachter sebagaimana dikutip oleh Jalaludin Rakhmat adalah :

"Komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaaan". (Rakhmat,1986:11)

Definisi menurut Shannon dan Weaver, Shachter menempatkan komunikasi sebagai unsure kontrol sosial dimana sesorang mempengaruhi atau berusaha mempengaruhi perilaku, keyakinan, sikap, dan seterusnya dari orang lain dalam suatu suasana sosial.

Definisi komunikasi menurut Dance , sebagaimana dikutip oleh Jalaludin Rakhmat adalah :

"Pengungkapan respon melalui simbol-simbol verbal, dimana simbol-simbol verbal itu bertindak sebagai perangsang (stimuli)". (Rakhmat,1986:11)

Definisi komunikasi menurut Gray dan Wise , sama hal nya dengan Dance sependapat dengan konsepsi komunikasi menurut aliran *behaviorist* sebagaimana dikutip oleh Jalaludin Rakhmat adalah :

"Penyajian stimuli maupun sebagai suatu respon apakah itu yang sebenarnya ataupun yang dikhayalkannya, sebagaimanan ia timbul dalam kesadaran si pengambil inisiatif dari proses ini". (Rakhmat,1986:11)

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964: 527) dalam buku *"Human Behavior: An Inventory of Scientific Finding"* sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto mengatakan bahwa, *"Communication: the transmission of information, ideas, emotions, skills, etc. by the uses of symbol*... (Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, dan sebagainya)." (Wiryanto, 2004: 7).

Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949) sebagaimana yang dikutip dalam buku *"The Mathematical Theory of Communication"* sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto mengatakan, bahwa:

"Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi

muka, lukisan, seni dan teknologi." (Wiryanto, 2004: 7).

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi yang telah dikemukakan menurut beberapa ahli komunikasi, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya dapat terjadi apabila seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya dapat terjadi apabila didukung oleh adanya komponen atau elemen komunikasi yang diantaranya adalah sumber, pesan, media, penerima dan efek. Ada beberapa pandangan tentang banyaknya unsur komunikasi yang mendukung terjadi dan terjalinnya komunikasi yang efektif. secara garis besar komunikasi telah cukup didukung oleh tiga unsur utama yakni sumber, pesan dan penerima, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain ketiga unsur yang telah disebutkan.

Aristoteles, seorang ahli filsafat Yunani Kuno menerangkan dalam bukunya *"Rhetorica"* sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara mengatakan bahwa, "Suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukung, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan." (Cangara, 2005: 21). Pandangan Aristoteles ini oleh sebagian pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato atau retorika, karena pada zaman Aristoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani.

Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949), dua orang insinyur listrik yang mendasari hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon, sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara menyatakan bahwa, "Terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukung, yakni pengirim, *transmitter*, *signal*, penerima dan tujuan." (Cangara, 2005: 22).

Awal tahun 1960-an David K. Berlo membuat formula komunikasi sederhana yang dikutip oleh Hafied Cangara bahwa, "Formula ini dikenal dengan nama "SMCR", yakni: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran-media), dan *Receiver* (penerima)." (Cangara, 2005: 22).

Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. De Fleur menambahkan lagi unsur komunikasi lainnya, sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara, "Unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna." (Cangara, 2005: 22). Kedua unsur ini nantinya lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi antarpribadi (persona) dan komunikasi massa.

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menambahkan unsur komunikasi lainnya, sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara bahwa, "Faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah

pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi." (Cangara, 2005: 22).

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat pesan *setala* (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy:

> "Pertama komunikator *menyandi* (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. ini berarti ia memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk *mengawa-sandi* (*decode*) pesan komunikator itu. ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator berfungsi sebagai *penyandi* (*encoder*) dan komunikan berfungsi sebagai *pengawa-sandi* (*decoder*)." (Effendi, 2003: 13).

Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) ialah bahwa komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat mengawa-sandi hanya ke dalam kata bermakna yang pernah diketahui dalam pengalamannya masing-masing.

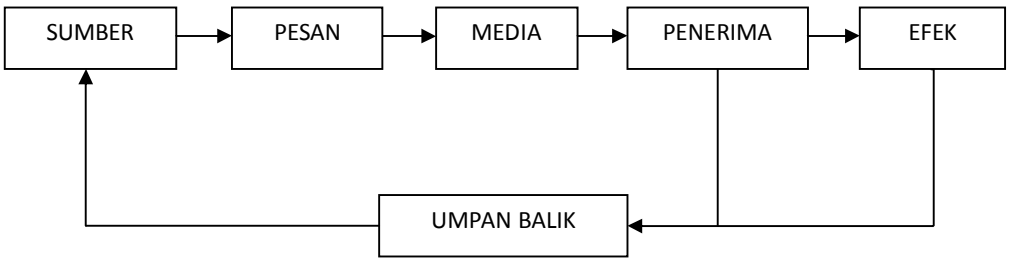
Wilbur Schramm dalam karyanya "*Communication Research in the United States*" sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, "Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh oleh komunikan." (Effendy, 2003: 13).

Kemudian Wilbur Schramm menambahkan, sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, "Bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi." (Effendy, 2003: 13). Pernyataan ini mengandung pengertian, jika bidang pengalaman kominikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar.

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Sumber : Cangara, 2004: 23

2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul "Dinamika Komunikasi", Unsur-unsur komunikasi adalah:

1. Komunikator (sumber) yaitu orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan yaitu pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan yaitu orang yang menerima pesan.
4. Media atau saluran yaitu sarana yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek yaitu dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2004 : 6).

2.1.3. Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana dalam buku "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*" mengatakan ada pun beberapa tujuan berkomunikasi, yakni:

a. Perubahan sikap (*attitude change*)
b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
d. Perubahan sosial (*social change*)

(Effendi, 2006: 8)

Joseph Devito dalam bukunya "*Komunikasi Antar Manusia*" menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

- Menemukan
  Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar-dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain.
- Untuk berhubungan
  Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain
- Untuk meyakinkan
  Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita
- Untuk bermain
  Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan.
  (Devito, 1997: 31)

2.1.4. Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku yang berjudul "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi", fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*To inform*).

2. Mendidik (*To educate*).

3. Menghibur (*To entertain*).

4. Mempengaruhi (*To influence*). (Effendy, 2003 : 55).

2.1.5. Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek", proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu :

1. Proses komunikasi secara primer.

2. Proses komunikasi secara sekunder. (Effendy, 2005 : 11)

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna,dll yang secara mampu langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasan komunikator kepada komunikan.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh sesorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikas sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak.

2.1.6. Hambatan Komunikasi

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku yang berjudul "Dinamika Komunikasi", faktor-faktor penghambatn komunikasi adalah :

1. Hambatan sosio-psikologis.
2. Hambatan semantis.
3. Hambatan mekanis. (Effendy, 2004 :11)

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam bukunya "Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi", ada beberapa hal yang merupakan hambatan

komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator bila ingin komunikasinya sukses, yaitu sebagai berikut :

1. Gangguan.
2. Kepentingan.
3. Motivasi terpendam.
4. Prasangka.

(Effendy, 2003 : 45).

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Salah seorang pakar komunikasi massa, Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya "*Psikologi Komunikasi*", menyebutkan bahwa "Abad ini disebut sebagai abad komunikasi massa." (Rakhmat, 1989: 186). Tentunya pernyataan ini sangat relevan dengan situasi saat ini. Dimana teknologi komunikasi massa mengalami kemajuan sangat pesat. Apabila menginginkan berbagai informasi secara cepat tentang peristiwa yang terjadi di belahan dunia, tidak lagi mengandalkan surat kabar atau majalah yang harus menunggu beredar. Tetapi bisa langsung mengakses via internet, begitu juga dengan audio visual atau media elektronik tak ketinggalan pula.

Fenomena ini menunjukkan bahwa revolusi teknologi komunikasi massa telah mencapai proporsinya yang luar biasa. Tentunya perkembangan ini tidak selalu mempunyai dampak yang positif.

Semakin pesat perkembangan teknologi komunikasi massa tentunya dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif semakin besar pula efeknya.

Untuk membahas lebih lanjut terlebih dahulu membahas pengenian dari komunikasi massa itu sendiri. Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner (1980: 10) yang kemudian di kutip oleh jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa, "*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people.* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang)." (Rakhmat, 2000: 188).

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar dari pada komunikasi antar pribadi.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa terdapat juga ciri-ciri khusus seperti yang dikatakan oleh Severin dan Tankard Jr dikaitkan dengan pendapat Devito sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*", maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya, ciri-cirinya sebagai berikut :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah, Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator, dengan kata lain perkataan komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkan.
2. Komunikasi pada komunikasi massa melembaga, yakni suatu institusi atau organisasi, oleh karena itu komunikatornya melembaga, mempunyai lebih banyak kebebasan.
3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum, media ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, tidak ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan, ciri ini merupakan yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.
5. Komunikasi massa bersifat heterogen, komunikasi adalah khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen dalam keberadaannya secara terpecah-pecah, dimana satu sama lain tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal, jenis kelaminnya, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman hidup, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebagainya. (Effendy, 1984 : 23)

Pada umumnya memang media massa bersifat seperti diatas baik media cetak maupun media elektronik. Akan tetapi masyarakat tidak menyadari bahwa salah satu sifat dari media massa dapat menimbulkan keserempakan di lingkungan masyarakat.

2.2.3 Fungsi dan Efek Komunikasi Massa

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. Tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat terutama dalam

bidang penyiaran dan media pandang dengar *(audio visual),* menyebabkan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan.

Efek dari pesan yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis. Mengenai efek komunikasi ini dapat kita klasifikasikan sebagai efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral.

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas.

Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Perasaan akibat terpaan media massa itu bisa bermacam - macam, senang sehingga tertawa terbahak - bahak, sedih sehingga mencucurkan air mata, takut sampai merinding, dan lain - lain perasaan yang hanya bergejolak dalam hati.

Efek Behavioral bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek ini tidak langsung timbul sebagai akibat terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan / atau efek afektif. Dengan perkataan lain, timbulnya efek behavioral setelah muncul efek kognitif dan efek afektif.

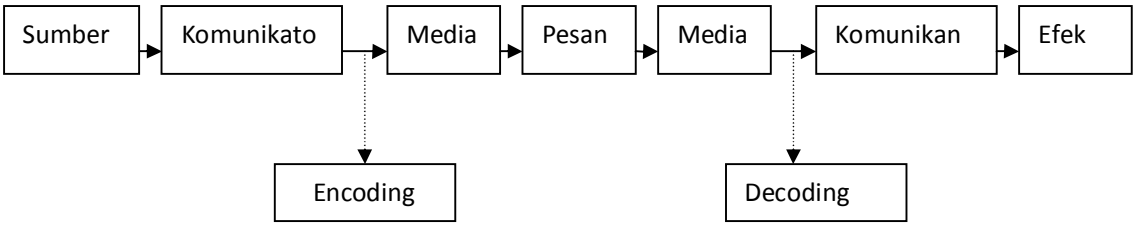
2.2.4. Proese Komunikasi Massa

Seperti halnya komunikasi yang merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi massapun pada hakekatnya adalah suatu proses juga Hanya saja yang membedakan keduanya adalah adanya media massa sebagai saluran pada komunikasi massa. Singkatnya, bahwa proses komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media massa.

Mengenai komunikasi massa, Susanto menggambarkannya sebagai berikut :

Gambar.2.2.

Proses Komunikasi Massa



Sumber:

(1) Sumber merupakan orang yang pertama memiliki gagasan mengenai sesuatu yang akan disampaikan kepada komunikan dalam hal ini khalayak. Disini yang menjadi sumber dalam penelitian mengenai program *"skor 15"* adalah penyiar program itu sendiri.

(2) Komunikator adalah unsur komunikasi massa yang bertugas menyampaikan gagasan yang dimiliki sumber kepada khalayak. Komunikator disini juga dalam penelitian ini sama dengan sumber yaitu penyiar program *"skor 15"*. Sebelumnya komunikator tersebut terlebih dahulu melakukan *encoding* yaitu merumuskan gagasan kedalam pesan yang dimengerti. Dimana penyiar melihat dahulu pesan yang sesuai dengan kebutuhan pendengar.

(3) Media merupakan alat yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan, agar sampai kepada khalayak. Dalam hal ini yang menjadi medianya adalah radio sebagai bagian dari media massa elektronik.
(4) Dengan menggunakan media massa, komunikator menyampaikan pesan kepada khalayak. Dimana pesan tersebut perlu dirumuskan oleh komunikator agar dapat dimenarik perhatian khalayak. Pesan yang disampaikan oleh penyiar selaku komunikator adalah yang relevan dengan seputar program *"skor 15",* seperti Solusi atau pemecahan masalah yang diberikan penyiar. Adapun yang menjadi komunikan atau khalayak yaitu para pendengar program tersebut, terutama pendengar.
(5) Sebelum sampai kepada khalayak, pesan mengalami proses *decoding* yaitu proses menafsirkan pesan yang dilakukan khalayak agar dapat memahami pesan yang diterima.
(Susanto, 1988:12).

2.3 Tinjauan Tentang Jurnalistik

2.3.1. Definisi Jurnalistik

Kegiatan Jurnalistik (*journalistic)* sebenarnya sudah lama dikenal oleh manusia di dunia ini.karena tanpa kita sadari kegiatan Jurnalistik selalu hadir dan ada di tengah–tengah masyarakat, sejalan dengan kegiatan pergaulan hidup nya yang dinamis, terutama sekali dalam masyarakat Modern sekarang ini.

Dalam perjalanannya, Jurnalistik sebagai suatu disiplin ilmu telah mengalami perkembangan yang hebat. Di mulai dari jaman jayanya kerajaan Romawi Kuno saat di bawah kekuasaan Raja Julius Caesar. Pada masa itu kegiatan Jurnalistik di lakukan oleh para budak belian yang di suruh oleh majikannya untuk mengutip informasi tentang segala peristiwa hari itu yang berkaitan dengan status atau kegiatan usaha majikannya dan di beritakan dalam *acta diurna (*rangkaian kata hari itu) yang di pasang di Forum Romanum (Stadion Romawi).

> "Kata jurnal sendiri berasal dari bahasa Prancis, *journal* yang berarti catatan harian.hampir sama bunyi ucapannya dengan kata yang di temukan pada bahasa Latin, *diurna.* yang mengandung arti hari ini. Adapun kata *istik* merujuk kepada masalah Estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan yang di maksud adalah mewujudkan berbagai produk seni dan keterampilan dengan menggunakan yang di perlukan seperti, kayu, batu, kertas, cat, atau suara. Dalam hal ini meliputi semua macam bangunan, kesusastraan dan musik." (Pringgodigdo, 1973: 383).

Dengan demikian secara Etimologi, Jurnalistik dapat di artikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari–hari, karya yang mana memiliki kaindahan dan dapat menarik perhatian khalayak sehingga dapat di nikmati dan di manfaatkan untuk kebutuhan hidup.

Menurut Astrid S. Susanto dalam buku "*Komunikasi Massa*" menerangkan bahwa, "Jurnalistik adalah sebagai kejadian pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari." (Susanto, 1986: 73). Begitu pula dengan Onong Uchana Effendy yang mengatakan, bahwa "Jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai dengan penyebaran kepada masyarakat." (Effendy, 1981: 102).

Lain halnya dengan A. W. Widjaja yang menyebutkan, bahwa: "Jurnalistik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang di lakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu yang secepat-cepatnya". (Widjaja, 1986: 27)

Secara ringkas Djen Amar mendefinisikan, “Jurnalistik sebagai kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya”. (Amar, 1984: 30)

Secara umum Jurnalistik dapat diartikan sebagai teknik mengolah berita, mulai dari mencari berita sampai dengan menyebarkankannya kepada khalayak yang membutuhkan.segala sesuatu yang dianggap menarik dan penting untuk khalayak, bisa dijadikan bahan berita untuk di sebarluaskan kepada masyarakat, dengan menggunakan sebuah media. Seperti yang di ungkapkan oleh Sumadiria, dalam bukunya Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Jurnalistik adalah: “Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak dengan secepat-cepatnya.” (Sumadiria, 2005: 3).

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa Jurnalistik adalah sebuah proses pencarian berita sampai berita tersebut disebarluaskan kepada khalayak dengan menggunakan media berkala. Terkait dengan hubungan antara jurnalistik dan pers, kita harus mengetahui dulu apa arti dari pers itu sendiri. Adapun istilah pers adalah berasal dari istilah asing. Yang pada aslinya adalah di tulis dengan kata *press,* yang berarti ‘percetakan’ atau ‘mesin cetak’. Mesin cetak inilah yang memungkinkan untuk terbitnya sebuah surat kabar, sehingga orang-orang mengatakan pers itu adalah surat kabar.

Dari gambaran tersebut kita dapat memahami adanya dua pengertian umum dari pers. Yang pertama, arti pers secara sempit adalah "Persurat kabaran yang menjalankan kegiatan *Jurnalistik*". Sedangkan yang kedua, arti pers secara luas adalah "Suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan *Jurnalistik*". Hubungan antara pers dan jurnalistik menurut Suhandang didalam bukunya Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik, Pers dan Jurnalistik secara luas adalah:

> "Merupakan suatu kesatuan (Institusi) yang bergerak dalam bidang penyiaran informasi, hiburan, keterangan dan penerangan tadi dengan maksud muntuk memenuhi kebutuhan hati nurani manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-hari." (Suhandang, 2004: 40)

Oleh karena itu, kalau berbicara mengenai pers mau tidak mau kita harus pula mempelajari ilmu tentang Jurnalistik. Dengan kata lain, pers sangat erat hubungannya dengan Jurnalistik. Pers sebagai media komunikasi massa tidak akan berguna apabila semua sajiannya sangat jauh dari prinsi-prinsip Jurnalistik.seperti juga di kemukakan oleh Effendy, dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, Pers adalah:

> "Lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak. Pers dan jurnalistik dapat di ibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret, nyata; oleh karena itu ia dapat di beri nama. Sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers." (Effendy, 2003: 90).

Dari pengertian di atas, dapat dikatakan pers merupakan suatu kesatuan, pers tidak mungkin dapat beroperasi tanpa jurnalistik, dan

sebaliknya jurnalistik tidak akan membuat suatu karya berita tanpa adanya pers.

2.3.2 Bahasa Jurnalistik

Bahasa Jurnalistik adalah gaya bahasa yang digunakan wartawan dalam menulis berita. Disebut juga Bahasa Komunikasi Massa (*Language of Mass Communication*, disebut pula *Newspaper Language*), yakni bahasa yang digunakan dalam komunikasi melalui media massa, baik komunikasi lisan (tutur) di media elektronik (radio dan TV) maupun komunikasi tertulis (media cetak dan online), dengan ciri khas singkat, padat, dan mudah dipahami.

Bahasa Jurnalistik memiliki dua ciri utama : komunikatif dan spesifik. Komunikatif artinya langsung menjamah materi atau langsung ke pokok persoalan (*straight to the point*), bermakna tunggal, tidak konotatif, tidak berbunga-bunga, tidak bertele-tele, dan tanpa basa-basi. Spesifik artinya mempunyai gaya penulisan tersendiri, yakni kalimatnya pendek-pendek, kata-katanya jelas, dan mudah dimengerti orang awam.

Bahasa Jurnalistik hadir atau diperlukan oleh insan pers untuk kebutuhan komunikasi efektif dengan pembaca (juga pendengar dan penonton).

Menurut S. Wojowasito yang kemudian dikutip oleh Sumadiria menerangkan, bahwa:

> "Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa sebagai tampak dalam harian-harian dan majalah-majalah. Dengan fungsi

> yang demikian itu bahasa tersebut haruslah jelas dan mudah dibaca oleh mereka dengan ukuran intelek yang minimal. Sehingga sebagian besar masyarakat yang melek huruf dapat menikmati isinya. Walaupun demikian tuntutan bahwa bahasa jurnalistik harus baik, tak boleh ditinggalkan. Dengan kata lain bahasa jurnalistik yang baik haruslah sesuai dengan norma-norma tata bahasa yang antara lain terdiri atas susunan kalimat yang benar, pilihan kata yang cocok." (Sumadiria, 2006: 6).

2.4 Tinjauan Tentang Jurnalistik Radio

2.4.1 Karakteristik Jurnalistik Radio

Ada beberapa karakteristik jurnalistik radio yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian ini untuk dapat dijadikan sebagai inti penelitian yang dituangkan dalam bentuk identifikasi masalah penelitian. Karakteristik utama dalam jurnalistik radio ini, merupakan nilai umum yang dijadikan sebagai dasar dalam mengaplikasikan bahasa sebagai identitas jurnalistik radio.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Asep Syamsul M. Romli dalam buku "*Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, dan Scriptwriter*", bahwa ada empat *point* utama karakteristik jurnalistik radio yakni:

1. Auditif. untuk didengarkan, untuk telinga, untuk dibacakan atau disuarakan.
2. *Spoken Language*. Menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam obrolan sehari-hari (*spoken words*). Kata-kata yang dipilih mesti sama dengan kosakata pendengar biar langsung dimengerti.
3. Sekilas. Tidak bisa diulang. Karenanya harus jelas, sederhana, dan sekali ucap langsung dimengerti.
4. Global. Tidak detail, tidak rumit. Angka-angka dibulatkan, fakta-fakta diringkaskan.
   (Romli, 2004: 17)

2.4.2 Bahasa Jurnalistik Radio

Banyak teori yang menerangkan mengenai bagian-bagian bahasa jurnalistik radio. Hal ini memang terkait dengan keberagaman dalam mendefinisikan dan mengelompokan jurnalistik radio tersebut kedalam wilayahnya masing-masing.

Penjelasan mengenai jurnalistik radio dari praktisi dan para ahli memang memiliki wilayah cakupan tersendiri. Disamping dari empat *point* utama yang dikemukakan oleh Romli, penjelasan mengenai bahasa jurnalistik radio juga dikembangkan menurut kebutuhan dan penggabungan dari beberapa kebutuhan penyiaran, seperti penjelasan dari Sumadiria yang menerangkan mengenai wilayah bahasa jurnalistik dari beberapa ahli dan diselaraskan dengan kebutuhan kepenyiaran.

Berdasarkan sifat-sifat radio siaran yang auditif, Effendi yang kemudian dikutip oleh Sumadiria menjelaskan mengenai lima syarat bahasa radio siaran yakni, "Kata-kata yang sederhana, angka-angka yang dibulatkan, kalimat-kalimat yang ringkas, susunan kalimat yang rapih, dan susunan kalimat yang bergaya percakapan." (Sumadiria, 2006: 117).

Penjelasan ini kemudian diperkuat pula oleh Effendy yang kemudian dikutip oleh Sumadiria yang menerangkan mengenai adanya syarat-syarat bahasa radio ditinjau dari sifat pendengar radio yang heterogen, pribadi, aktif, dan selektif, maka penulisan bahasa radio siaran terdiri atas: "Kata-kata yang umum dan lazim dipakai, kata-kata yang tidak melanggar kesopanan, kata-kata yang mengesankan,

pengulangan kata-kata yang penting, kalimat yang logis." (Sumadiria, 2006: 117).

2.5 Tinjauan Tentang Media Massa

Media massa (*mass media*) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan *channel of mass* yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam Jurnalistik Terapan menerangkan karakteristik media massa meliputi sebagai berikut :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru.(Romli, 2003: 5)

Isi media massa secara garis besar terbagai atas tiga kategori : berita, opini, *feature*. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut "kekuatan keempat" *(The Four Estate)* setelah lembaga eksekutif, legistatif, yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi sosial kontrolnya media massa disebut-sebut "musuh alami" penguasa.

Media yang termasuk kedalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV dan film. Kelima media tersebut dinamakan "The Big Five Of Mass Media" (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua macam, media massa cetak (*printed* media), dan media massa elektronik (*electronic* media). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film (movie),

termasuk CD. Sedangkan media massa cetak dari segi formatnya dibagi menjadi enam yaitu :

1. Koran atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau ½ plano)
2. Tabloid (½ broadsheet)
3. Majalah (½ tabloid atau kertas ukuran polio atau kuarto)
4. Buku (½ majalah)
5. Newsletter (polio atau kuarto, jumlah halaman lazimnya 4–8 halaman)
6. Buletin (½ majalah jumlah halaman lazimnya 4–8)

(Romli,2003: 5)

2.6 Tinjauan Tentang Radio

2.6.1 Definisi Radio

Radio sebagai salah satu bentuk media massa yang mengedepankan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak dikembangkan ke dalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya bahwa tidak hanya ada musik yang monoton dalam radio, karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada berbagai program acara radio.

Sunarjo menerangkan mengenai definisi radio, bahwa "Radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian diterima oleh berbagai pesawat penerima (Sunarjo, 1995: 277). Dengan demikian yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya saja, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu ataupun diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan

radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus.

Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan kalaupun ada lambang-lambang non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Djuarsa menerangkan mengenai keuntungan radio, bahwa "Keuntungan radio siaran bagi komunikan ialah sifatnya yang santai dan flexibel. Orang bisa menikmati acara siaran radio dengan sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil." (Djuarsa, 1993:18).

Dengan demikian karena sifatnya yang auditif ini mendorong masyarakat lebih menyukainya sebagai salah satu media massa yang cepat digemari dengan kemudahan penerimaan tanpa memerlukan keahlian khusus.

2.6.2 Karakteristik Radio Sebagai Media Massa

Radio sering disebut-sebut sebagai media buta karena hanya menampilkan audio tanpa visual. Akan tetapi, radio dalam menjalankan perannya sebagai sarana komunikasi masal tetap dipercaya oleh khayalak. Book D. Cary yang dikutip oleh Gede Bayu Rahanatha dalam "*BULETIN STUDI EKONOMI Volume 13 Nomor 1 Tahun 2008*" mengungkapkan beberapa karakteristik radio antara lain sebagai berikut:

1. Radio terdapat di mana mana,
   Book menyatakan bahwa penelitian menyebutkan bahwa sekitar setengah miliar pesawat radio yang ada di dunia, 73% di antaranya berada di rumahrumah, toko- toko, kantor-kantor, sedangkan sisanya terdapat pada kendaraan bermotor. Jika kita berada pada jarak dengar sebuah radio yang sedang diputar, maka mau tidak mau kita akan mendengarnya.
2. Radio bersifat memilih
   Geografi, demografi, dan keragaman program stasiun radio membantu pengiklan untuk menetapkan target pendengar. Fleksibilitas semacam ini berarti bahwa *spot* dan *adlips* iklan dapat disiarkan, baik secara lokal, regional, maupun nasional bahkan internasional, pada jam-jam yang dapat disesuaikan dan program-program yang ditawarkan radio. Keragaman seperti ini akan memungkinkan pengiklan atau sponsor mampu menembak target yang sesuai.
3. Radio bersifat ekonomis
   Book mengungkapkan bahwa dalam satu minggu satu stasiun radio dapat meraih sembilan dari sepuluh pendengar berusia 12 tahun ke atas. Pendengar berusia 18 tahun ke atas mendengarkan radio selama hampir tiga setengah jam sehari. Seorang pengiklan biasanya mempercayakan kombinasi yang efektif atas jangkauan dan frekuensi dengan biaya yang relatif rendah per ribuan orang. Radio cepat dalam menyampaikan informasi Jika timbul kebutuhan, maka pengiklan dapat mengiklankan produk yang langsung diudarakan dalam hitungan beberapa jam. Hal ini sangat menguntungkan pengiklan yang menghadapi situasi darurat.
4. Radio cepat dalam menyampaikan informasi
   Jika timbul kebutuhan, maka pengiklan dapat mengiklankan produk yang langsung diudarakan dalam hitungan beberapa jam. Hal ini sangat menguntungkan pengiklan yang menghadapi situasi darurat.
5. Radio bersifat partisipasif
   Terdapat hubungan emosional antara pendengar dengan penyiar radio. Hubungan interaktif antara penyiar dan pendengar pun sangat mudah dilakukan.
   (Rahanatha, 2008: 43)

2.7 Tinjauan Tentang Kebutuhan Informasi

2.7.1 Tentang Kebutuhan Informasi

Di zaman yang penuh gerak ini, perubahan dapat terjadi dalam waktu sangat cepat. Informasi menjadi sesuatu yang sangat penting. Tanpa informasi, berupa data, info atau pengetahuan dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan masing-masing, maka kita akan kesulitan menentukan keputusan paling tepat. *"As a rule, he or she who has the most information will have the greatest success in life.* – Sudah menjadi aturan main, siapapun yang mempunyai informasi terbanyak akan mencapai kesuksesan besar dalam hidupnya,*"* kata Benjamin Disraeli.

Sebuah pepatah bijak menyebutkan, *"*Dari kondisi lalu lintas di ibu kota sesuatu negara dan program informasinya, maka kita sudah dapat menerka bagaimana masa depan bangsanya.*"* Keprihatinan saya muncul karena masa remaja adalah periode yang sangat penuh dengan gejolak dan tidak memiliki konsep diri yang kuat. Informasi dari tayangan-tayangan yang tidak bermutu dapat mempengaruhi pikiran bawah sadar mereka. Lambat laun sistem kepercayaan dan nilai hidup mereka dapat terpolusi, menjadi rapuh dan tidak kreatif.

Padahal banyak sekali informasi positif yang dapat digunakan untuk membangun kualitas mental kita dan para generasi muda di era informasi yang serba cepat ini. Contohnya menonjolkan tayangan-tayangan yang menampilkan keharmonisan, kekeluargaan, semangat,

maupun menampilkan kisah nyata bagaimana para anak bangsa itu mempersiapkan diri hingga berhasil berprestasi di bidang tertentu. Menyikapi hal itu, alangkah baiknya jika kita bersikap lebih selektif dalam memilih informasi. *"The most successful people in life are generally those who have the best information. – Orang-orang yang sukses umumnya adalah mereka yang mempunyai informasi terbaik,"* kata Benjamin Disraeli. Jangan menelan semua informasi secara mentah-mentah. Pilihlah informasi dari media cetak maupun elektronik yang betul-betul bermanfaat bagi kita untuk meningkatkan keunggulan.

Keunggulan adalah modal keberhasilan kita. Seiring pertambahan manusia dan berinovasi yang terus menerus, maka persaingan akan semakin ketat. Jika kita tidak terus menerus mengembangkan bidang keunggulan yang kita miliki, maka kita akan tergilas oleh perubahan yang serba cepat dalam era informasi itu sendiri.

Menyikapi informasi yang sangat bebas bergerak di dunia cetak maupun elektronik, sebagai orang tua kita harus berusaha menciptakan hubungan yang dekat bersama anak-anak. Hanya dengan kedekatan dengan anak-anak yang akan membantu kita untuk mengarahkan mereka menyikapi berbagai informasi yang ada secara lebih jernih atau mengarahkan mereka mendapatkan informasi paling tepat sesuai dengan kebutuhan.

Kualitas informasi tergantung pada empat hal yaitu akurat, tepat waktu, relevan dan ekonomis, yaitu:

a. Akurat

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan bagi pengguna yang menerima dan memanfaatkan informasi tersebut. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Dalam prakteknya, mungkin dalam penyampaian suatu informasi banyak terjadi gangguan (noise) yang dapat merubah atau merusak isi dari informasi tersebut. Informasi dikatakan akurat jika mengandung komponen:

- *Completeness,* berarti informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kelengkapan yang baik, karena bila informasi tidak lengkap akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.
- *Correctness*, berarti informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kebenaran.
- *Security*, berarti informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki keamanan.

b. Tepat waktu

Informasi yang diterima harus tepat pada waktunya, informasi yang usang (terlambat) tidak mempunyai nilai yang baik bagi pengguna tertentu, sehingga bila digunakan sebagai dasar dalam

pengambilan keputusan akan berakibat fatal. Saat ini mahalnya nilai informasi disebabkan harus cepatnya informasi tersebut didapat, sehingga diperlukan teknologi-teknologi mutakhir untuk mendapatkannya, mengolah dan mengirimkannya.

c. *Relevan*

Informasi harus mempunyai relevansi atau manfaat bagi si pengguna. Relevansi informasi untuk satu pengguna tertentu dengan yang lainnya berbeda.

d. *Ekonomis*

Informasi yang dihasilkan mempunyai manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya mendapatkannya. Sebagian besar informasi tidak dapat tepat ditaksir keuntungannya dengan satuan nilai uang tetapi dapat ditaksir nilai efektivitasnya.

- Perilaku Informasi

Perilaku informasi (*information behavior*) merupakan keseluruhan perilaku manusia yang berkaitan dengan sumber dan saluran informasi. Perilaku penemuan informasi (*information seeking behavior*) merupakan upaya untuk menemukan informasi dengan tujuan tertentu sebagai akibat dari adanya kebutuhan untuk memenuhi tujuan tertentu**.** Perilaku pencarian informasi (*information searching behavior*) merupakan perilaku di tingkat mikro, berupa perilaku mencari yang ditunjukkan seseorang ketika

berinteraksi dengan sistem informasi. Perilaku pengguna informasi (*information user behavior*) terdiri dari tindakan-tindakan fisik maupun mental yang dilakukan seseorang ketika menggabungkan informasi yang ditemukannya dengan pengetahuan yang sudah dimiliki sebelumnya.

2.7.2 Definisi Informasi

Informasi sangat dibutuhkan oleh semua orang, karena sudah menjadi kebutuhan manusia. informasi juga memegang peranan penting dalam setiap kehidupan manusia.

Semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia, membutuhkan informasi yang tepat agat kegiatan dapat dikendalikan dengan baik sesuai dengan tujuan kegiatan yang bersangkutan. informasi yang dibuthkan oleh manusia biasanya disesuaikan dengan kegiatan serta minat manusia itu sendiri.

Denifisi informasi menurut Jalalludin Rakmat, adalah:

> "Informasi juga dapat diartikan segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian/mengurangi jumlah kemungkinan dalam situasi. Informasi bersumber dari manusia baik dalam bentuk ide, gagasan, opini/pendapat yang berupa sikap, pendapat, keyakinan serta tingkah laku seseorang. Dengan informasi manusia memiliki nilai lebih yaitu dapat mengetahui apa yang telah, sedang dan akan terjadi di sekitar lingkungan kehidupannya". (Rakmat, 1991 : 223).

Sedangkan Claude E. Shannon dan Warren Weaver yang dikutip oleh Wiryanto dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu komunikasi", mendenifisikan informasi sebagai berikut : "*What is information?*

Patterner matter-energy that affect the probalities of altervatives available to an individual making decision (Informasi adalah energi yang terpolakan, yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan dari kemungkinan pilihan-pilihan yang ada)". (Wiryanto, 2004 : 29).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah hasil dari proses intelektual seseorang. Proses intelektual adalah mengolah/memproses stimulus, yang masuk ke dalam diri individu melalui panca indera, kemudian diteruskan ke otak/pusat syaraf untuk diolah/diproses dengan pengetahuan, pengalaman, selera dan iman yang dimiliki seseorang.

Informasi yang diberikan sebaiknya dapat dimengerti, menarik, ringkas, jelas dan memperhatikan ketepatan dari lambang-lambang yang digunakan karena tanpa memperhatikan hal tersebut, komunikasi yang dilakukan tidak akan menciptakan komunikasi yang efektif dan informatif.

2.8 Tinjauan Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi jaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa dapat diartikan sebagai suatu

rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, misalnya konsep Sun Tzu, Hannibal, dan Carl von Clausewitz. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.

Setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut (Jain, dalam Tjiptono, 1997:3) :

1. Sumber daya yang dimiliki terbatas
2. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
3. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi
4. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu
5. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. (dalam Tjiptono 1997:3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu :

1. Dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*), dan
2. Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplimentasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan.

Sedangkan pada perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

BAB III

OBYJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan tentang Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung

3.1.1 Sejarah Radio Republik Indonesia (RRI)

RRI merupakan Lembaga Penyiaran Publik Milik Bangsa. Dengan disahkannya Undang Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, RRI saat ini berstatus Lembaga penyiaran Publik. Pasal 14 Undang Undang Nomor 32/2002 menegaskan bahwa RRI adalah Lembaga Penyiaran Publik ynag bersifat independent, netral, tidak komersial dan berfungsi melayani kebutuhan masyarakat. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, RRI terdiri dari Dewan Pengawas dan Dewan Direksi. Dewan Pengawas yang merupakan wujud dari unsur publik pemerintah dan RRI. Dewan Direksi yang berjumlah 5 orang yang bertugas melaksanakan kebijakan penyiaran dan bertanggung jawab atas penyelenggaraaan penyiaran. Status sebagai Lembaga Penyiaran Publik juga ditegaskan melalui Peratutan Pemerintah Nomor 11 dan 12 tahun 2005 yang merupakan penjabaran lebih lanjut dari Undang Undang Nomor 32/2002.

Sebelum menjadi Lembaga Penyiaran Publik selama hampir 5 tahun sejak tahun 2002, RRI berstatus sebagai Perusahaan Jawatan (Perjan) yaitu badan usaha milik negara (BUMN) yang tidak mencari untung. Dalam status Perusahaan Jawatan RRI telah menjalankan prinsip-prinsip radio publik yang independent. Perusahaan Jawatan dapat dikatakan sebagai status transisi dai Lembaga

Penyiaran Pemerintah menuju Lembaga Penyiaran Publik pada masa reformasi. Perubahan RRI menjadi Lembaga

Penyiaran Publik telah melampaui proses yang cukup panjang seiring semangat demokratisasi media yang berjalan seiring momentum reformasi. Sebelumnya, RRI adalah Lembaga Penyiaran Pemerintah yang merupakan unit kerja Departemen Penerangan.

Fungsi RRI sebagai lembaga penyiaran publik tidak hanya memberikan informasi yang aktual, tepat dan terpercaya, namun juga memberikan nilai-nilai edukatif seperti memberikan porsi pada siaran pendidikan, baik secara instruksional seperti siaran SLTP, SMU dan Universitas terbuka, juga memberikan pendidikan masyarakat seperti siaran pedesaaan, siaran wanita, siaran nelayan dll. Tidak ketinggalan RRI juga menyajikan siaran yang menyajikan nilai seni dan budaya bangsa yang dikemas dalam sajian yang menarik. Hiburan musik dari manca negara pun tersaji apik dalam siaran RRI. Coverage area siaran RRI tidak saja didalam negeri namun juga menembus sampai manca negara yang tersaji dalam Voice Indonesia (Siaran Luar Negeri RRI).

Radio Republik Indonesia, secara resmi didirikan pada tanggal 11 september 1945, oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang di 6 kota. Rapat utusan 6 radio di rumah Adang Kadarusman Jalan Menteng Dalam Jakarta menghasilkan keputusan mendirikan Radio Republik Indonesia dengan memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai

pemimpin umum RRI yang pertama. Rapat tersebut juga menghasilkan suatu deklarasi yang terkenal dengan sebutan piagam 11 september 1945, yang berisi 3 butir komitmen tugas dan fungsi RRI yang kemudian dikenal denagn Tri Prasetya RRI. Butir Tri Prasetya yang ketiga merefleksikan, komitmen RRI untuk bersikap netral tidak memihak kepada salah satu aliran/ keyakinan partai atau golongan. Hal ini memberikan dorongan serta semangat kepada broadcaster RRI pada era Reformai untuk menjadikan RRI sebagi lembaga penyiaran publik yang independent, netral dan mandiri serta senantiasa berorientasi kepada kepentingan masyarakat.

Likuidasi Departemen Penerangan oleh Pemerintah Presiden Abdurahman Wahid dijadikan momentum dari sebuah proses perubahan government owned radio kearah *Public Service Broadcasting* dengan didasari Peraturan Pemerintah Nomor 37 tahun 2000 yang ditandatangani Presiden RI tangal 7 juni 2000. Pembenahan organisasi dan manajemen dilakukan seiring dengan upaya penyamaan visi (*shared vision*) dikalangan pegawai RRI yang berjumlah sekitar 8500 orang yang semula berorientasi sebagai pemerintah yang melaksanakan tugas-tugas yang cenderung birokratis.

RRI mempunyai 60 stasiun penyiaran dan stasiun penyiaran khusus yang ditujukan ke Luar Negeri. “Suara Indonesia”. Kecuali di Jakarta, RRI di daerah hampir seluruhnya menyeleggarakan siaran dalam 3 program yaitu Programa daerah yang melayani segmen masyarakat yang luas sampai pedesaan, Progama kota (Pro II) yang melayani masyarakat di perkotaan dan Progama III (Pro III) yang menyajikan Berita dan Informasi (*News Chanel*) kepada masyarakat luas. Di

Stasiun Cabang Utama Jakarta terdapat 6 progama yaitu Progama I untuk pendengar di Propinsi DKI Jakarta Usia Dewasa, Progama II untuk segmen pendengar remaja dan pemuda di Jakarta, Progama II khusus berita dan informasi, Progama IV Kebudayaan, Progama V untuk saluran Pendidikan dan Progama VI Musik Klasik dan Bahasa Asing. Sedangkan "Suara Indonesia"(*Voice of Indoonesia*) menyelenggarakan siaran dalam 10 bahasa.

Guna merealisir perubahan status RRI menjadi lembaga penyiaran publik yang "Khas Indonesia". RRI telah menjalin kerjasama pelatihan dan seminar mengenai prinsip dan aplikasi radio publik dengan radio Swedia, IFES dan Internews. RRI juga sudah merintis pemanfaatan multimedia dengan membuka situs www.rri-online.com serta memanfaatkan saran penyiaran teknologi digital dengan memanfaatkan satelit milik *WorldSpace Corporation*. Sebagai industri penyiaran, RRI memiliki kesempatan yang sama dengan media penyiaran lainnya mengoperasikan semua kekuatan untuk memberikan yang terbaik bagi publik.

3.1.2 Visi dan Misi LPP RRI

- Visi LPP RRI yaitu sebagai berikut :

  "Menjadi radio publik milik bangsa, acuan informasi terpercaya, dan hiburan yang sehat, pemberdayaan bangssa, masyarakat, perekat budaya, sejahtera dan unggul, secara nasional bertaraf internasional".

- Misi dari LPP RRI yaitu sebagai berikut:

1. Memberi pelayanan informasi terpercaya
2. Menjadi wahana kontrol sosial
3. Pemberdayaan masyarakat dan mendorong demokritisasi
4. Perekat sosial dan keragaman budaya bangsa
5. Wahana hiburan yang sehat dan kreatifitas masyarakat
6. Melayani siaran untuk kelompok minoritas
7. Mendorong pemahaman persepsi tentang gender
8. Memanfaatkan dan tanggap teknologi
9. Menyelenggarakan siaran internasional
10. Memberikan pelayanan jasa-jasa yang terkait dengan kegiatan penyiaran secara operasional guna mensukseskan siaran.

3.1.3 Motto Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia

Motto dari Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Bandung sebagai berikut : "Sekali di Udara Tetap di Udara, unggul dan sejahtera" ***Sumber*** : Data Redaksi Pemberitaan RRI, Bandung, 2008.

3.1.4 Logo Radio Republik Indonesia

Logo dari Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Bandung dapat dilihat pada table 3.1

Gambar 3.1

Logo Radio Republik Insdonesia (RRI)



Sumber : Data Redaksi Pemberitaan RRI, Bandung, 2008.

- **Bentuk Empat Persegi Panjang, Tanpa Sudut dan Garis Tepi**

  Empat persegi panjang menggambarkan kekokohan dan solidaritas. Sudut yang membulat (tidak runcing) melambangkan flesibilitas RRI. Tidak adanya garis tepi/batas ataupun bingkai (frame) menunjukkan independensi RRI, serta keterbukaan RRI untuk dapat bekerja sama dengan berbagai pihak.

- **Tulisan (*font-type*) "RRI"**

  Huruf tulisan yang dirancang khusus (tanpa padanan dengan pihak lain), menunjukkan RRI yang kokoh, tegas, dinamis, dan selalu 'bergerak maju'.

- **Gambar Pancaran Radio**

  Sebuah image yang menggambarkan kuatnya pancaran siaran radio RRI yang makin meluas, menembus batas, dan selalu 'menuju ke atas'. 3 lapis pancaran yang terlihat pada logo juga melambangkan Tri Prasetya RRI.

- **Warna Biru, Biru Langit, dan Putih**

  Untuk mempertahankan tradisi, warna biru dipilih sebagai warna korporat/lembaga RRI. Warna biru langit ini melambangkan universalitas RRI, sifat mengayomi, teduh, dan dapat dipercaya. Warna putih pada tulisan RRI melambangkan kejujuran/kebenaran, keberimbangan, dan akurasi.

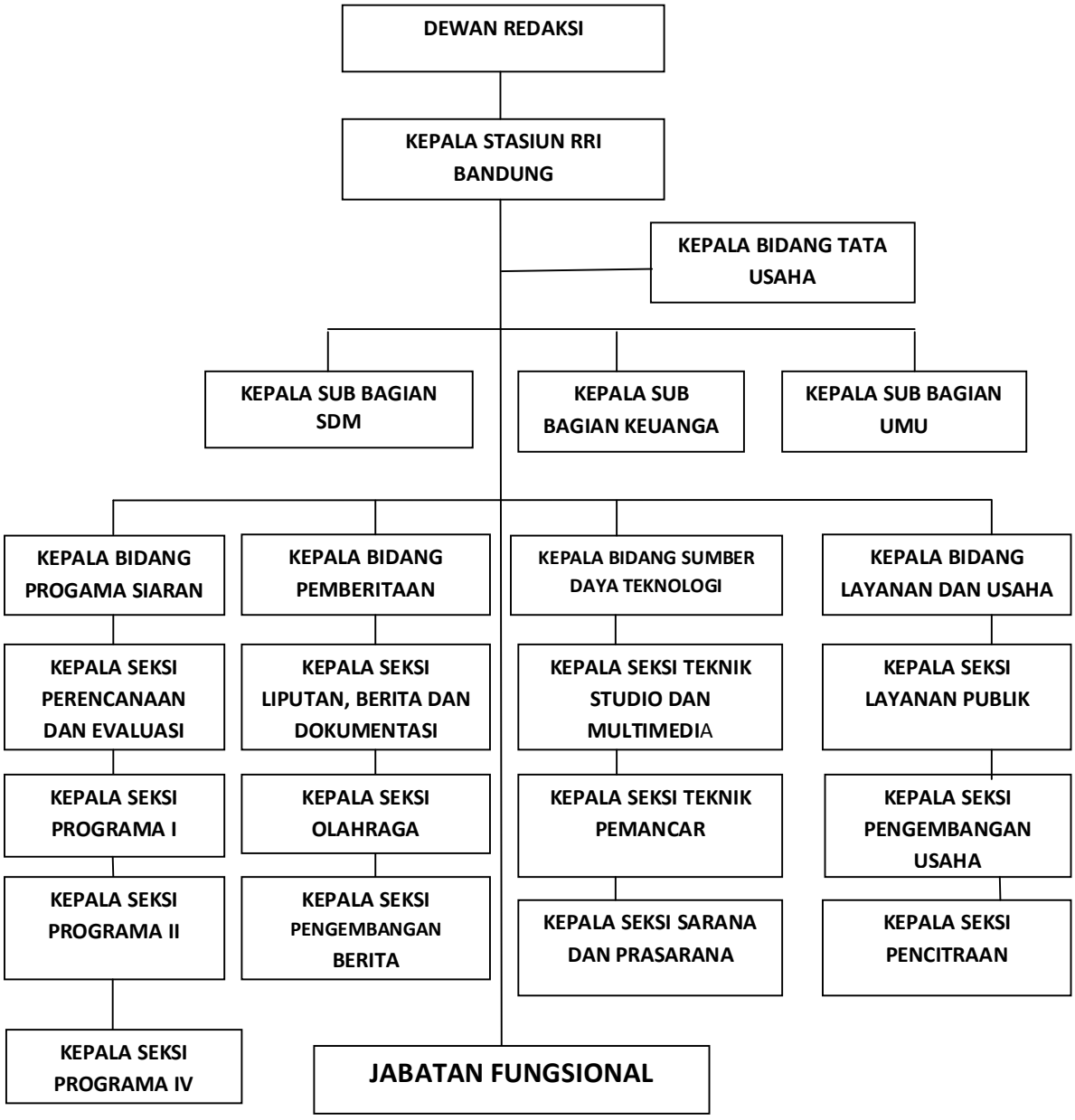
3.1.5 Struktur Organisasi

Sebagai peraturan Dewan Direksi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia No : 002/PER/DIREKSI/2006 tanggal 10 november 2006 tentang struktur organisasi dan tentang kegiatan stasiun penyiaran Radio Republik Indonesia :

Bahwa pada bagian direksi pasal 45, stasiun RRI Bandung masuk dalam stasiun penyiaran Tipe B yang struktur organisasinya sebagai berikut :

Gambar 3.2

Struktur Organisasi LPP RRI Stasiun Bandung



Sumber : LPP RRI, Bandung 2010

3.1.6 Job Deskriptions

Di dalam *Job Deskriptions*, penulis akan menguraikan atau menjabarkan urain tugas dari satu bidang dimana kami sedang melaksanakan PKL yaitu bidang Pemberitaan.

Sesuai pasal 55 Peraturan Dewan Direksi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia, Bidang pemberitaan mempunyai tugas melaksanakan kegiatan di bidang pemberitaan.

A. Kepala Bidang Pemberitaan RRI Bandung

1. Ikhtisar Jabatan

Melaksanakan pembinaan/ pengawasan dan pelaksanaan Liputan Berita dan Dokumentasi. Olah Raga serta Pengembangan Berita RRI Bandung.

2. Uraian Tugas

- Menyusun langkah kegiatan bidang pemberitaan.
- Membagi tugas kepala staf dilingkungan Bidang Pemberitaan sesuai dengan bidang tugasnya.
- Memberi petunjuk/ bimbingan kepada staf di Lingkungan Bidang Pemberitaan langsung maupun tertulis agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.
- Memeriksa hasil kerja di lingkungan Bidang pemberitaan berdasarkan hasil pelaksanaan tugasnya sebagai bahan pembinaan staf.
- Mengevaluasi dan menilai kegiatan sataf dengan cara menilai hasil pelaksanaan tugas dan prestasi kerja staf sebagai bahan pembuatan DP3.

- Mengawasi pelaksanaan tugas di lingkungan Bidang pemberitaan.
- Melaksanakan pembinaan terhadap SDM berkoordinasi dengan Bidang/ Bagian terkait.
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tulisan.

Dalam melaksanakan tugasnya Bidang Pemberitaan dibantu oleh tiga Kepala Seksi, yaitu:

B. Kepala Seksi Liputan Berita dan Dokumentasi

1. Ikhtisar Jabatan

Melakukan penyiapan bahan perencanaan, pengelolaan dan evaluasi kegiatan liputan, siaran langsung, redaksional, dan dokumentasi untuk programa station penyiaran Tipe B dan konstribusi untuk pusat pemberitaan.

2. Uraian tugas :

- Menyusun langkah kegiatan seksi liputan, berita, dan dokumentasi sebagai pedoman kerja.
- Membagi tugas kepada staf di lingkungan Seksi liputan, berita, dan dokumentasi sesuai bidang tugasnya.
- Memeriksa hasil tugas di lingkungan Seksi liputan, berita, dan dokumentasi baik lisan maupun tulisan agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.
- Menyusun jadwal tugas para penyiar siaran berita, ulasan dan komentar sesuai pola siaran agar pelaksanaan berita ulasan dan komentar berjalan lancar.

- Memeriksa naskah akhir berita, ulasan dan komentar dan pelaksanaan.
- Mengkoordinasikan teknik kegiatan siaran berita ulasan dan komentar dngan kerabat kerja peliputan dan instansi lain yang terkait pada saat sebelum dan sesudah peliputan agar siaran berjalan lancar dengan ketentuan yang berlaku.
- Memantau teknik pelaksanaan kegiatan siaran berita ulasan dan komentar secara langsung berdasarkan laporan, guna mengetahui masalah yang timbul dan menyelesaikannya dengan peraturan yang berlaku.
- Menyusun konsep surat dinas dan dokumen lain yang berkaitan dengan Seksi Liputan Berita, dan Dokumentasi memeriksa dan memaraf sesuai wewenang dan ketentuan yang berlaku.
- Membuat laporan kegiatan seksi liputan, berita, dan dokumentasi sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tertulis seperti menghadiri rapat, pertemuan, dan acara jumpa pers.

C. Kepala Seksi Olah Raga

1. Ikhtisar Jabatan

Melakukan penyiapan bahan perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi kegiatan siaran olah raga untuk program station penyiaran Tipe B dan konstribusi untuk Pusat Pemberitaan.

2. Uraian Tugas :

- Menyusun langkah kegiatan Seksi Olah Raga sebagai pedoman kerja.

- Membagi tugas kepada staf di lingkungan Seksi Olah Raga sesuai bidang dan tugasnya.
- Memeriksa hasil kerja di lingkuangan Seksi Olah Raga baik lisan maupun tertulis agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.
- Menyusun jadwal tugas para reporter agar pelaksanaan peliputan berita ulasan dan komentar berjalan lancar.
- Memeriksa naskah akhir berita, ulasan dan komentar dan pelaksanaan.
- Mengkoordinasikan pelaksanaan peliputan kegiatan olah raga dengan kerabat kerja dan instansi lain yang terkait pada saat sebelum dan sesudah peliputan dengan ketentuan yang berlaku agar kegiatan berjalan lancar.
- Memantau pelaksanaan kegiatan peliputan secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan laporan guna mengetahui masalah yang timbul dan menyelesaikan dengan peraturan yang berlaku.
- Menyusun konsep surat dinas dan dokumen lain yang berkaitan dengan seksi olah raga, memeriksa dan membubuhkan paraf sesuai wewenang dan ketentuan yang berlaku.
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tulisan seperti : menghadiri rapat, pertemuan, dan acara jumpa pers.

D. Kepala Seksi Pengembangan Berita

1. Ikhtisar Jabatan

Melakukan penyiapan bahan perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi kegiatan pengembangan berita untuk program station penyiaran Tipe B dan konstribusi untuk Pusat Pemberitaan.

2. Uraian Tugas :

- Menyusun langkah kegiatan Pengembangan Berita sebagai pedoman kerja.
- Membagi tugas kepada staf di lingkungan Seksi Pengembangan Berita sesuai bidang dan tugasnya.
- Memeriksa hasil kerja di lingkungan Seksi Pengembangan Berita baik lisan maupun tertulis agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.
- Menyusun jadwal tugas para Produser, Pengarah Acara , dan Presenter agar pelaksanaan tugas berjalan lancar.
- Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Berita dengan kerabat kerja dan instansi lain yang terkait pada saat sebelum dan sesudah pelaksanaan tugas dengan ketentuan yang berlaku agar kegiatan berjalan lancar.
- Memantau pelaksanaan kegiatan/ tugas secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan laporan guna mengetahui masalah yang timbul dan menyelesaikan dengan peraturan yang berlaku.
- Membuat laporan kegiatan Seksi Pengembangan Berita sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.

- Menyusun konsep surat dinas dan dokumen lain yang berkaitan dengan seksi Pengembangan Berita, memeriksa dan membubuhkan paraf sesuai wewenang dan ketentuan yang berlaku.
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tulisan seperti : menghadiri rapat, pertemuan, dan acara jumpa pers.

Kepala Seksi juga membawahi beberapa staf dalam pelaksanaannya. Tempat dilakukannya job training adalah bidang seksi liputan, berita, dan dokumentasi.

3.1.7 Sarana dan Prasarana

Dalam melaksanakan kegiatannya, RRI didukung oleh peralatan penyiaran yang cukup memadai. Peralatan yang kini menjadi tulang punggung RRI dalam melaksanakan kegiatannya dibiayai : pemerintah. Peralatan yang dimiliki oleh LPP RRI Bandung, antara lain :

- **Sarana LPP RRI Bandung**

1 Studio

Continuity I

Dilengkapi dengan mixer merk Siemens, digunakan untuk musik rekaman, musik tradisional, dan studio untuk siaran. Dilengkapi computer OAC Siemens, tape Deck Studer 1 buah, tape Roll Otari 2 buah, CD player Revok 1 buah.

Continuity II

Continuity drama menggunakan mixer Neve Siemens, tape Otari 2 buah, tape deck Studer dan Tascam, masing-masing 2 buah, cd palyer Revok, microphone dan estandar microphone.

2 *Multy Purpose*

Studio rekaman menggunakan mixer 16 channel, tape roll merk Otari. CD player merk Revok 1 buah, DAT merk Studer 1 buah, tipe deck Tascam ditambah tape deck Sony masing-masing 1 buah, computer Aws 1 set merk Siemens, dilengkapi dengan studio III dan IV.

3 *Master Control Room*

Ruang pengendali output dan input siaran dengan komputerisasi dari Siemens.

4 Mobil OB Van

Digunakan untuk kepentingan siaran luar, menggunakan mobil merk Mercedez-Benz. Dilengkapi denagn studio equipment dari Siemens, serta pemancar dengan frekuensi 93, dan 99 Mhz. dilengkapi dengan pemancar radius 60 km/ dari jalan Diponegoro 61 Banding. Untuk keperluan siaran langsung dilengkapi pula dengan news room sebagai pengendali siaran di studio. RRI juga memilki OB Van Satelit yaitu mobil yang fungsinya sebagai penghubung satelit.

5 *Phone in Program*

Untuk keperluan acara-acara interaktif dilengkapi dengan HIBRID telephone dan untuk siaran langsung central menggunakan jasa satelit.

6 Pemancar

Terletak di lokasi Gedebage, berkekuatan 10 kw, lokasi Puncrut berkekuatan 5 kw, lokasi studio Diponegoro 61 berkekuatan 5kw, dan pemancar back berkekuatan 2 kw.

7 Audiotorium

Terletak di jalan Diponegoro 61 Bandung. Dengan kapasitas tempat duduk 700 orang, listrik berkekuatan 5000 watt, dengan sound system berkekuatan 2000 watt. Halaman parkir dengan kapasitas tampung 100 mobil.

- **Prasarana LPP RRI Bandung**

Adapun prasarana yang terdapat dibagian Pemberitaan di LPP RRI Bandung adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Sarana dan Prasarana bagian pemberitaan di LPP RRI

No	Nama Prasarana	Jumlah
1	Meja Kerja	6
2	Kursi	20
3	Komputer	9
4	Printer	2
5	Scanner	2
6	Televisi	1
7	Telpon	2
8	AC	1
9	Mesin Fax	1
10	Kursi dan Meja Tamu	1
11	MejaRapat	1
12	Lemari laporan	1

Sumber : LPP RRI Bandung 2010

3.2 Tinjauan Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah: karyawan bidang pemberitaan RRI Bandung dengan keselurahan berjumlah sebanyak 30 orang dengan rincian sebagi berikut

Dalam bidang pemberitaan RRi Bandung terdiri dari 30 karyawan. Di tinjau dari Sebagaian besar berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 21 orang, dan sisanya sebanyak 9 orang adalah berjenis kelamin wanita. Ditinjau dari pendidikan yang di jalani para karyawan yang bekerja di bagian pemberitaan di RRI Bandung kebanyakan tamatan atau lulusan SLTA sebanyak 14 orang, sedangkan yang lulusan dari universitas sebanyak 16 orang yang mempunyai gelar S1 sebanyak 6 orang, D3 Sebanyak 6 orang, D2 sebanyak 3 sedank D1 sebanyak 1 orang.

data responden yang di ambil dalam penelitan ini adalah data dari staf seksi Pemberitaan olahraga yang terdiri dari 8 orang karyawan dari delapan karyawan tersebut kebanyakan berjenis Laki-Laki sebanyak tujuh orang dengan wanita hanya satu orang. Dalam pendidikan yang dijalani ke delapan orang tersebut rata-rata kebanyakan SLTA sebanyak 4 orang, D3 sebanyak 1 orang, D2 sebanyak 1 orang.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin Laki-Laki dengan jumlah sebanyak 4 orang, sedangkan sisanya berjumlah 1 orang berjenis kelamin wanita

3.2.1 Karyawan Ditinjau dari jenis kelamin

Tabel 3.2

Data Karyawan RRI Bandung

NO	NAMA	JENIS KELAMIN
1	H.WAWAN RUSWANA,A.Md NIP : 050033949	LAKI-LAKI
2	Dra.AFRIDA DAMANIK NIP : 050026362	WANITA
3	EKA YOGANA,S.Ip NIP : 050058881	LAKI-LAKI
4	ABDUL ROSYAD NIP : 050054470	LAKI-LAKI
5	AZIZ ZULKARNAEN HANDOYO NIP : 050066802	LAKI-LAKI
6	ENDANG TARYANA,AM NIP : 050060134	LAKI-LAKI
7	IWAN RUKWANDA DJAJASASMITA,SH NIP : 050039282	LAKI-LAKI
8	R.RITHA YUNINGSIH NIP : 050050857	WANITA
9	Hj.AMELIA A HASTUTI NIP : 050038477	WANITA

10	**NUNUNG KARYATI,BA** **NIP : 050060429**	**WANITA**
11	**R. ABDURRAHMAN** **NIP : 050039275**	**LAKI-LAKI**
12	**RITA SUPRAPTI** **NIP : 050039134**	**WANITA**
13	**MUFTI HASAN** **NIP : 050049623**	**LAKI-LAKI**
14	**H.ENJANG RUSTAJI,BA.** **NIP : 050058188**	**LAKI-LAKI**
15	**Rd. DENDANA SOEMAWINATA** **NIP : 050039132**	**LAKI-LAKI**
16	**PUJO HASTOWO** **NIP: 050041892**	**LAKI-LAKI**
17	**AGUS PURWANTO,S.Ip.** **NIP : 050061377**	**LAKI-LAKI**
18	**DIDI SUPARDI** **NIP : 050061379**	**LAKI-LAKI**
19	**H. DANI SUMPENA** **NIP : 050062842**	**LAKI-LAKI**
20	**DADI MULYADI** **NIP : 050061001**	**LAKI-LAKI**
21	**YULIANI, S** **NIP : 050039698**	**WANITA**

22	**Drs. WISMAN LUSTIAWAN** **NIP : 050060189**	**LAKI-LAKI**
23	**Dra. TIEN IKA AMELIA** **NIP : 050058460**	**WANITA**
24	**SRI LESTARI** **NIP : 050022702**	**WANITA**
25	**ROSMA WIDAYATI** **NIP : 050039321**	**WANITA**
26	**BAMBANG KUSTONO,BA** **NIP : 050053703**	**LAKI-LAKI**
27	**EDDI RACHMAT** **NIP : 050039284**	**LAKI-LAKI**
28	**AGUS FIRMAN,A.Md** **NIP : 050039284**	**LAKI-LAKI**
29	**RITA SUPRAPTI** **NIP : 050039134**	**WANITA**
30	**DADI MULYADI** **NIP : 050061001**	**LAKI-LAKI**
Jumlah Populasi (N)		**30 ORANG**

(Sumber : LPPRRI Bandung 2010)

Ditinjau dari jenis kelamin terdapat 21 orang berjenis kelamin laki-laki dan 9 orang berjenis kelamin wanita.

3.2.2 Karyawan Ditinjau dari Pendidikan

Tabel 3.3

Data Karyawan RRI Bandung

NO	NAMA	GOLONGAN
1	H.WAWAN RUSWANA,A.Md NIP : 050033949	D3
2	Dra.AFRIDA DAMANIK NIP : 050026362	S1
3	EKA YOGANA,S.Ip NIP : 050058881	S1
4	ABDUL ROSYAD NIP : 050054470	SMA
5	AZIZ ZULKARNAEN HANDOYO NIP : 050066802	D2
6	ENDANG TARYANA,AM NIP : 050060134	D3
7	IWAN RUKWANDA DJAJASASMITA,SH NIP : 050039282	S1
8	R.RITHA YUNINGSIH NIP : 050050857	D1
9	Hj.AMELIA A HASTUTI NIP : 050038477	SMA

10	**NUNUNG KARYATI,BA** **NIP : 050060429**	**D3**
11	**R. ABDURRAHMAN** **NIP : 050039275**	**SMA**
12	**RITA SUPRAPTI** **NIP : 050039134**	**SMA**
13	**MUFTI HASAN** **NIP : 050049623**	**SMA**
14	**H.ENJANG RUSTAJI,BA.** **NIP : 050058188**	**D3**
15	**Rd. DENDANA SOEMAWINATA** **NIP : 050039132**	**SMA**
16	**PUJO HASTOWO** **NIP: 050041892**	**SMA**
17	**AGUS PURWANTO, S.Ip.** **NIP : 050061377**	**S1**
18	**DIDI SUPARDI** **NIP : 050061379**	**D2**
19	**H. DANI SUMPENA** **NIP : 050062842**	**D2**
20	**DADI MULYADI** **NIP : 050061001**	**SMA**
21	**YULIANI, S** **NIP : 050039698**	**SMA**

22	**Drs. WISMAN LUSTIAWAN** **NIP : 050060189**	**S1**
23	**Dra. TIEN IKA AMELIA** **NIP : 050058460**	**S1**
24	**SRI LESTARI** **NIP : 050022702**	**SMA**
25	**ROSMA WIDAYATI** **NIP : 050039321**	**SMA**
26	**BAMBANG KUSTONO,BA** **NIP : 050053703**	**D3**
27	**EDDI RACHMAT** **NIP : 050039284**	**SMA**
28	**AGUS FIRMAN,A.Md** **NIP : 050039284**	**D3**
29	**RITA SUPRAPTI** **NIP : 050039134**	**SMA**
30	**DADI MULYADI** **NIP : 050061001**	**SMA**
Jumlah Populasi (N)		**30 ORANG**

(Sumber : LPPRRI Bandung 2010)

Ditinjau Dari Pendidikan terdapat 6 orang yang bergelar S1, 6 orang bergelar D3, 3 orang bergelar D2, 1 orang bergelar D1. dan 14 orang dari SMA.