BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang pada hakikatnya tidak mampu hidup sendiri dan saling membutuhkan satu sama lainnya. Dengan kata lain manusia membutuhkan interaksi dengan individu lainnya guna memenuhi berbagai kebutuhannya. Dalam interaksi itulah terjadi sebuah komunikasi yang disadari ataupun tidak bahkan terjadi dihampir setiap waktu ketika kita bersinggungan dengan lingkungan sekitar. Komunikasi tersebut dapat berupa komunikasi verbal maupun non verbal. Sebagaimana dikatakan, manusia tidak dapat bertahan hidup jika tidak menjalin komunikasi dengan individu lainnya.

Komunikasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya. Komunikasi menjadi kebutuhan utama yang dapat menunjang kebutuhan-kebutuhan lainnya yang diperlukan manusia dalam kehidupannya. Komunikasi juga telah berkembang menjadi suatu unsur yang penting dalam kehidupan. Tak jarang seorang individu mengalami kesulitan untuk mencapai atau memenuhi suatu keinginan dalam hidupnya dikarenakan kurang cakap dalam berkomunikasi dengan individu lainnya.

2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Komunikasi yang berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama. Istilah *communis* ini yang paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi dan juga merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Dalam komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna, atau pesan dianut secara sama. Namun, dalam definisi kontemporer lainnya lebih menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara-cara berbagi hal-hal tersebut.

Komunikasi yang berkembang pesat menjadi suatu ilmu yang banyak dipelajari diberbagai belahan dunia, mengakibatkan lahirnya definisi tentang komunikasi dari banyak ahli yang beragam namun tetap memiliki benang merah yang sama. Dari seluruh definisi tersebut tidak ada yang paling benar ataupun salah. Sebagai mana sebuah model atau teori, definisi juga harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Salah satu definisi komunikasi yang paling banyak ditemui yakni, "Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih". Secara luas, komunikasi didefinisikan juga sebagai suatu tindakan berbagi pengalaman.

> Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* dijelaskan bahwa komunikasi adalah "suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui system lambang-lambang, tanda-tanda atau

tingkah laku". Ada yang berpendapat komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran terntentu.

Pada dasarnya komunikasi merupakan proses komunikasi dua arah, komunikasi tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan saja, komunikasi harus mengandung pembagian ide, pikiran, fakta atau pendapat.

Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Terdapat beberapa definisi tentang komunikasi dari beberapa para ahli, diantaranya :

Weaver mendefinisikan komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.

Harold Lasswell mendefinisikan komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan "siapa", "mengatakan apa", "dengan saluran apa", "kepada siapa", "dan dengan akibat apa" atau "hasil apa". (*who says what in which channel to whom and with what effect*)

Definisi Lasswell, secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu :

a. Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber)
b. Mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan)
c. Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima)
d. Melalui saluran apa (saluran atau alat apa yang digunakan dalam penyampaian informasi)
e. Dengan akibat atau hasil apa (hasil yang terjadi pada diri penerima)

Definisi dari Hovland Cs, memberikan penekanan bahwa tujuan komunikasi adalah mengubah atau membentuk perilaku. Hovland, Janis dan Kelley menjelaskan, komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

Wilbur Schrarmm menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi (sharing proses), Schrarmm menguraikannya demikian :

“Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan

(*commonness*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide, dan sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memilki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu.

Dari uraian Schrarmm itu dapat disimpulkan bahwa sebuah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan (*commonness*) ; kesepahaman antara sumber (*source*) dengan penerima (*audience-receiver*)-nya. Sebuah komunikasi akan benar-benar efektif apabila audience menerima pesan, pengertian dan lain-lain persis sama seperti apa yang dikehendaki oleh penyampai.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memebrikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

2. Perubahan sikap. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.
3. Perubahan pendapat. Memberikan berbagai infromasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia, seperti berikut ini :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat.

   Karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman tentram. Informasi akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan *mass communication*.

2. Mendidik masyarakat.

   Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberiakan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat dalam adalah memberikan berbagai informasi dan juga berbagai ilmu pengetahuan melalui berbagai tatanan komunikasi kelompok pada pertemuan-pertemuan, kelas-kelas, dan sebagainya.

3. Mempengaruhi Masyarakat.

   Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Misalnya mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propaganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya.

4. Menghibur masyarakat.

   Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan. (Effendy, 2003 :8)

2.1.4 Unsur-Unsur Dalam Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul Dinamika Komunikasi, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen unsure yang dicakup, yang merupakan pernyataan terjadinya komunikasi. komponen atau unsur-unsur tersebut sebagai berikut :

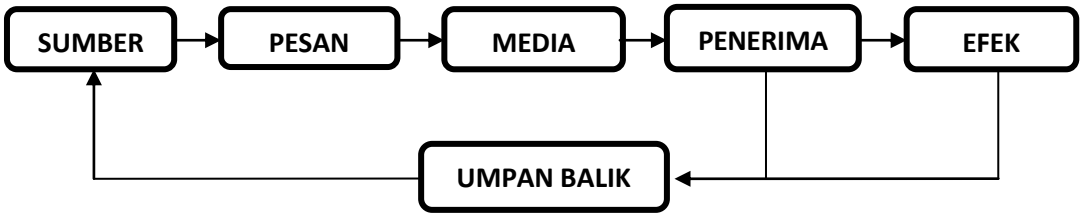
a. Komunikator : orang yang menyampaikan pesan
b. Pesan : pernyataan yang didukung oleh lambang
c. Komunikan : orang yang menerima pesan
d. Media : sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
e. Efek : dampak sebagai pengaruh dari pesan

Perkembangan terakhir mengenai unsur komunikasi adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnyadalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

Kalau unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan di atas dilukiskan dalam gambar, kaitan antara satu unsure dengan unsure lainnya dapat dilihat seperti berikut :

Gambar 2.1

Unsur Komunikasi



Sumber : "Ilmu Komunikasi" Prof Deddy Mulyana, M.A., Ph.D.

2.2 Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk dari komunikasi seperti bentuk-bentuk komunikasi lainnya antara lain, komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok atau komunikasi organisasi. Dalam komunikasi massa, juga memiliki sedikitnya enam unsur yakni, komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan umpan balik. (Elvinaro, 2007:2).

Secara sederhana komunikasi massa didefinisikan oleh *Bittner* (Rakhmat, 2003:188), adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).

Lain halnya dengan *Bittner, Gebner* mendefinisikan komunikasi massa secara lebih terperinci. Menurutnya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry (*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societies*). (Rakhmat, 2003:188)

Komunikasi massa memiliki karakteristik tersendiri. Karakteristik tersebut antara lain :

- Komunikator Terlembagakan

  Artinya proses penyampaian pesan dilakukan bukan oleh individu sendiri saja melainkan oleh sebuah lembaga atau terorganisasi. Dengan kata lain, individu atau komunikator yang menyampaikan pesan tersebut berada disebuah organisasi atau lembaga.

- Pesan Bersifat Umum

  Komunikasi massa yang pada dasarnya bersifat terbuka, sehingga komunikasi massa ditunjukan untuk semua orang dan tidak ditunjukan

untuk sekelompok orang tertentu. Sehingga, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesannya dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.

- Komunikannya Anonim dan Heterogen

  Artinya, komunikator dalam komunikasi massa tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Selain itu disebutkan heterogen, dikarenakan komunikan terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

- Media Massa Menimbulkan Keserempakan

  Kelebihan komunikasi massa lainnya ialah, jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan, komunikan yang banyak tersebut secara serempak dan pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

- Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

  Berbeda dengan komunikasi antarpersona yang lebih mementingkan hubungan, dalam komunikassi massa isi merupakan hal yang paling utama. Komunikator tidak harus selalu mengenal komunikan begitupun sebaliknya. Yang terpenting ialah, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, dan sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

- Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

  Karena komunikasinya melalui media massa , maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa bersifat satu arah.

- Stimuli Alat Indra Terbatas

  Pada komunikasi massa stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

- Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

  Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, *e-mail*, atau surat pembaca. Proses tersebut menngambarkan bahwasannya penyampaian umpan balik tersebut *indirect* dan *delayed*.

Dari paparan diatas, maka tidak heran jika komunikasi melalui media massa dapat menembus setiap kehidupan individu. Seorang individu mendengarkan radio siaran ketika mengendarai mobil atau tinggal di rumah, membaca surat kabar pada pagi hari dan sore hari, dan menonton televise pada malam hari. Selain itu, komunikasi massa juga memiliki fungsi tersendiri bagi kehidupan masyarakat. Fungsi tersebut antara lain :

a. *Surveillance* (Pengawasan)
b. *Interpretation* (Penafsiran)
c. *Linkage* (Pertalian)
d. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
e. *Entertaiment* (Hiburan)

(Elvinaro, 2007:2)

Fungsi-fungsi tersebutlah yang menjadi acuan bagi media massa dalam melakukan kegiatan komunikasinya melalui media. Fungsi tersebut jugalah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk senantiasa mengkonsumsi informasi melalui media massa.

2.3 Tinjauan tentang Dramaturgi dan *Impression Management*

Pernyataan paling terkenal Goffman tentang teori dramaturgi berupa buku *Presentation of Self in Everyday Life*, diterbitkan tahun 1959. Secara ringkas dramaturgi merupakan pandangan tentang kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan drama dalam sebuah pentas. Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan.

Dalam Dramaturgi terdiri dari *Front stage* (panggung depan) dan*Back Stage* (panggung belakang).

- *Front Stage* yaitu bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan. *Front stage* terdiri dari, *Front Personal* yaitu berbagai macam perlengkapan sebagai pembahasa perasaan dari sang aktor. *Front personal* masih terbagi menjadi dua bagian, yaitu Penampilan (*Appearance*) yang terdiri dari berbagai jenis barang yang mengenalkan status sosial aktor. Dan Gaya (*Manner*) yang berarti mengenalkan peran macam apa yang dimainkan aktor dalam situasi tertentu.

- *Back stage* (panggung belakang) yaitu ruang dimana disitulah berjalan skenario pertunjukan oleh "tim" (masyarakat rahasia yang mengatur pementasan masing-masing aktor)

Goffman mendalami dramaturgi dari segi sosiologi dengan cara menggali segala macam perilaku interaksi yang dilakukan seseorang dalam pertunjukan kehidupannya sehari-hari yang menampilkan dirinya sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. Cara yang sama ini berarti mengacu kepada kesamaan yang berarti ada pertunjukan yang ditampilkan. Goffman mengacu pada pertunjukan sosiologi. Pertunjukan yang terjadi di masyarakat untuk memberi kesan yang baik untuk mencapai tujuan. Tujuan dari presentasi diri dari ***Goffman*** ini adalah penerimaan penonton akan manipulasi yang dilakukan. Bila seorang aktor berhasil, maka penonton akan melihat aktor sesuai sudut yang memang ingin diperlihatkan oleh aktor tersebut. Aktor akan semakin mudah untuk membawa penonton untuk mencapai tujuan dari pertunjukan tersebut. Ini dapat dikatakan sebagai bentuk lain dari komunikasi. Karena komunikasi sebenarnya adalah alat untuk mencapai tujuan. Bila dalam komunikasi konvensional manusia berbicara tentang bagaimana memaksimalkan indera verbal dan non-verbal untuk mencapai tujuan akhir komunikasi, agar orang lain mengikuti kemauan tersebut. Maka dalam dramaturgi, yang diperhitungkan adalah konsep menyeluruh bagaimana kita

menghayati peran sehingga dapat memberikan feedback sesuai yang kita mau.

Hal lain yang patut diperhatikan antara lain, dramatugi mempelajari konteks dari perilaku manusia dalam mencapai tujuannya dan bukan untuk mempelajari hasil dari perilakunya tersebut. Dramaturgi memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada "kesepakatan" perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Bermain peran merupakan salah satu alat yang dapat mengacu kepada tercapainya kesepakatan tersebut.

Dalam teori Dramatugis menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan merupakan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Disinilah dramaturgi masuk, bagaimana seseorang menguasai interaksi tersebut. Dalam dramaturgi, interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui "pertunjukan dramanya sendiri". Dalam mencapai tujuannya tersebut, menurut konsep dramaturgi, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Selayaknya pertunjukan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Kelengkapan ini antara lain memperhitungkan setting,

kostum, penggunakan kata (dialog) dan tindakan non verbal lain, hal ini tentunya bertujuan untuk meninggalkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan memuluskan jalan mencapai tujuan. Oleh Goffman, tindakan diatas disebut dalam istilah "impression management".

Dalam buku "*Psikologi Komunikasi"* yang ditulis oleh Jalaluddin Rakhmat mengatakan, bahwa *impression management* atau pengelolaan kesan merupakan suatu usaha untuk menimbulkan kesan tertentu terhadap seorang individu.

Selain itu, Goffman juga melihat bahwa ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas panggung ("front stage") dan di belakang panggung ("back stage") drama kehidupan. Kondisi akting di front stage adalah adanya penonton (yang melihat) dan seseorang tersebut sedang berada dalam bagian pertunjukan. Saat itu seseorang berusaha untuk memainkan peran sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilakunya. Perilaku tersebut dibatasi oleh oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama yang berhasil. Sedangkan back stage adalah keadaan dimana seseorang berada di belakang panggung dengan kondisi bahwa tidak ada penonton, sehingga dapat berperilaku bebas tanpa mempedulikan plot perilaku bagaimana yang harus dibawakan.

2.4 Tinjauan tentang Radio Siaran

2.4.1 Definisi Radio Siaran

Berbicara mengenai definisi atau pengertian radio siaran, maka banyak ahli yang mencoba mendefinisikannya. Salah satunya ialah Teguh Meinanda dan Ganjar Nugraha Wirapraja (1980:80) menyatakan, radio adalah keseluruhan system gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun dan kemudian dapat diterima oleh berbagai pesawat penerima baik di rumah, di kapal, di kobil dan sebagainya.

Suatu pemancar radio yang sedang *in operation* tidak membawa pengaruh apa apa pada pendengar jika gelombang-gelombangnya tidak dimuati sesuatu yang berarti, entah itu berupa sinyal, kata-kata terucapkan, maupun nada-nada, atau sesuatu yang berirama. Terkait dengan itu, maka radio siaran perlu dimuati pesan-pesan, informasi, music, serta bunyi-bunyi lainnya yang terencana, tersusun dan terpola sehingga menjadi program yang layak dan siap untuk didengarkan kepada khalayak. (Triartanto, 2010 : 31)

2.4.2 Selintas Sejarah Radio Siaran di Indonesia

Berbicara mengenai sejarah dan perkembangan radio siaran di Indonesia, dapat dikatakan telah berjalan seiring dengan perkembangan bangsa ini. Hal tersebut dikarenakan awal tonggak kehadiran radio siaran di Indonesia dimulai sama persis ketika proklamasi kemerdekaan dimana radio siaran benar-benar telah diakui dan dirasakan manfaatnya.

Proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia oleh Bung Karno dan Bung Hatta tidak dapat disiarkan dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris pada pukul 19.00 WIB, dan saat itu masih hanya didengar oleh masyarakat disekitar Jakarta. Teks proklamasi tidak dapat disiarkan secara langsung bersamaan dengan pembacaannya, dikarenakan saat itu *station-station* radio yang ada masih dikuasai oleh tentara Jepang. Kemudian pada tanggal 18 Agustus 1845, teks proklamasi tersebut dikumandangkan keseluruh penjuru tanah air.[12]

Berawal dari kejadian bersejarah itulah, akhirnya perkembangan radio siaran di Indonesia semakin berkembang. Pada era orde baru atau tepatnya hingga akhir tahun 1966, Radio Republik Indonesia atau RRI merupakan satu-satunya radio siaran di Indonesia. Hingga seiring berkembangnya zaman, jumlah radio siaran swasta di Indonesia kian berkembang pesat. Di Kota Bandung sendiri jumlah *station* radio

[12] (Elvinaro, 126 :2008)

siaran baik yang bergerak di frekwensi AM dan FM, seluruhnya berjumlah 55 *station* radio.[13]

Seiring perkembangan zaman pula, fungsi radio tidak hanya sebagai media informasi dan komunikasi saja. Melainkan jauh daripada itu, radio telah menjadi suatu media pemenuh kebutuhan akan hiburan bagi masyarakat pendengarnya.

2.4.3 Karakteristik Radio Siaran

Menurut Mark W. Hall dalam buku *Broadcast Journalism* mengemukakan bahwa perbedaan paling mendasar antara media cetak dengan radio siaran ialah media cetak dibuat untuk konsumsi mata, sedangkan radio siaran untuk konsumsi telinga.

Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup :

- Imajinatif

  Radio siaran hanya bisa didengar oleh pendengarnya. Sehingga ketika penyiar berbicara di depan mikropon, maka pendengar hanya bisa membayangkan suaranya tanpa membayangkan sosok penyiarnya seperti apa. Imajinasi pendengar bisa menciptakan ragam persepsi yang berbeda. Sehingga dapat dikatakan pula, salah satu karakteristik yang khas dari radio siaran ialah dapat menciptakan *theatre of mind*.

[13] Data Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia 2011

- Auditori

  Mengingat radio siaran merupakan media yang hanya dapat di dengar, oleh karenanya apa yang di dengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Untuk itu, pesan radio siaran harus jelas, singkat, dan sepintas lalu.

- Akrab

  Media radio siaran dapat dikatak sebagai media yang intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal atau individu, walaupun radio itu didengarkan oleh khalayak banyak. Sapaan pendengar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, menjadikan si penyiar seakan-akan berada disekitarnya. Sehingga tak jarang radio dapat menjadi "teman" dikala seseorang sedang merasakan kesedihan maupun kesenangan.

- Gaya Percakapan

  Bahasa yang digunakan oleh penyiar di radio siaran ialah bukan bahasa tulisan, melainkan gaya obrolan sehari-hari. Maka, tak heran banyak pameo atau bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan oleh penyiar menjadi sesuatu yang baru dan *trend* dikalangan pendengar.

2.4.4 Kekuatan Radio Siaran

Kekuatan yang dimiliki oleh radio siaran diakibatkan oleh tiga faktor yakni (Effendy, 2003:139) :

- Radio Siaran Bersifat Langsung. Artinya, program yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Berita, informasi, atau pesan yang disampaikan oleh penyiar dapat diterima pendengar secara langsung pada waktu itu juga.
- Radio Siaran Menembus Jarak dan Rintangan. Radio siaran dapat menembus jarak yang jauh walau dirintangi oleh gunung, lembah, padang pasir, maupun lautan. Jarak tidak menjadi soal dan rintangan dapat ditembus.
- Radio Siaran Mengandung Daya Tarik. Maknanya, radio siaran memiliki sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang menjadi daya tariknya yaitu, musik, kata-kata atau suara manusia, dan yang terakhir ialah efek suara.

2.4.5 Kelemahan Radio Siaran

Dibalik kekuatan yang dimiliki oleh radio siaran, ternyata radio siaran juga memiliki kelemahan yang tidak dapat dipungkiri oleh setiap penikmatnya. Kelemahan itu secara rinci dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Durasi Program Terbatas. Radio siaran dalam setiap penayangan programnnya dibatasi oleh durasi waktu. Setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam, yang terbagi-bagi kedalam segmen acara.
- Sekilas Dengar. Sifat radio siaran adalah auditori, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ketelinga pendengar hanya sekilas dan sepintas lalu saja. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar. Pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah diputarkan. Artinya pesan yang lalu tetaplah berlalu.
- Mengandung Gangguan. Setiap penyampaian komunikasi dengan menggunakan bahasa lisan atau ucap melalui media mengalami gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis.

2.5 Tinjauan tentang Penyiar Radio

Penyiar, merupakan salah satu komunikator dalam media radio siaran selain seorang pemilik modal, marketing, reporter, penulis naskah, produser, *program director*, *music director*, serta operator. Pesan yang disampaikan oleh penyiar dapat berupa kata-kata ucapan atau ujaran yang dikombinasikan dengan unsur-unsur pesan lainnya seperti musik atau lagu, serta efek suara. (Triartanto, 2010:47)

Seiring perkembangan zaman, penyiar bukan hanya sekedar profesi saja yang hanya berbicara di depan mikrofon. Namun juga lebih dari pada itu. Penyiar juga memiliki nama atau sebutan lainnya seperti *DJ* (*Disc Jockey*), *announcer*, dan lain-lain sesuai dengan program acara yang dibawakannya. Sehingga untuk menjadi seorang penyiar dibutuhkan pula upaya ke arah profesionalisme. Menurut Temmy Lesanpura, penyiar dalam arti dan fungsinya terdapat 10 hal pokok, yakni:

1. Sebagai juru bicara stasiun radio.
2. Sebagai alat bersaing dengan stara (stasiun radio) lain.
3. Penyampai pesan komersial.
4. Menjadi *station identity* (identitas stasiun)
5. Pelaku ”*awareness*” dengan pendengar atau penghimpun pendengar.
6. Menjadi unsur kekuatan untuk mencapai ”*Leader Station*”.
7. Anggota perusahaan yang mempunyai hak dan kewajiban.

8. Memiliki *needs* dan harapan dalam karier serta jabatan.
9. Sebagai teman bicara.
10. Sebuah profesi yang khusus dalam dunia komunikasi.

Berdasarkan uraian diatas, diketahui profesi penyiar juga terbagi dalam sejumlah kategori yang bisa dikelompokkan menjadi penyiar:

a. Berita atau Narator Informasi. Artinya penyiar tersebut hanya berfungsi sebagai pewarta atau pembaca berita.
b. Penyuluh Pendidik. Artinya, penyiar bersangkutan dapat berperan sebagai penyuluh dalam berbagai bidang melalui siarannya. Bisa masalah pertanian, pendidikan, sosial, kesehatan, dan lain-lain.
c. Peng-interview atau pewawancara. Penyiar disini bertugas sebagai pewawancara bintang tamu atau narasumber dalam suatu program siaran.
d. Reportase. Penyiar ini berarti bertugas untuk melaporkan peristiwa dari suatu tempat kejadian.
e. Hiburan. Penyiar tersebut berfungsi sebagai penghibur dalam gaya siarannya. Biasanya penyiar kategori ini ditempatkan pada format acara *variety show* (ragam penyajian siaran).
f. Obrolan atau Perbincangan. Biasanya penyiar jenis ini tampil secara berdua dengan membahas topik-topik yang sedang actual atau masalah yang ringan namun tetap menarik.
g. Program Musik atau *DJ*. Penyiar seperti ini harus menguasai struktur atau bagan lagu, rotasi lagu, menguasai teknik dan

operasionalisasi siaran, serta mampu berbicara secara indah diatas lagu yang sedang diputar, juga sebelum dan sesudah lagu. (*technique of cue*).

h. Komedi. Sesuai dengan namanya, penyiar jenis ini harus memiliki *sense of humor* yang baik. Mampu menyajikan materi siarannya dengan gaya yang lucu, menggelitik, dan dapat membuat pendengarnya tersenyum atau tertawa.

i. *Radio Play* – dongeng. Penyiar berperan sebagai layaknya seorang aktor dan mampu menjadi pencerita yang handal.

j. *Radio Games* – kuis. Penyiar kuis sangat dituntut mampu menghidupkan acaranya dengan berbagai gaya siaran, sehingga pendengar ikut merasakan daya tarik acara yang dibawakannya.

k. Dakwah. Spesialisasinya adalah penguasaan mengenai masalah agama. Maka dari itu, penyiar kategori ini hanya yang menguasai benar kaidah, ajaran, dan hukum agama.

l. Kontak Pendengar. Komunikasi yang lancar dan bisa memuaskan keinginan pendengar merupakan syarat mutlak bagi penyiar kontak pendengar ini. Karena penyiar ini mampu memahami keinginan dari pendengarnya.

Seorang penyiar juga dituntut paham benar akan kepentingan atau maksud dan tujuan yang hendak dicapai oleh stasiun radio yang menaunginya. Sehingga penyiar akan mampu menjadi ujung tombak stasiun tersebut. Selain itu, penyiar juga dituntut memiliki wawasan dan

pemahaman yang luas akan segala hal termasuk mengenai stasiun radio dan kelompok masyarakat yang hendak dijadikan sebagai target pendengarnya.