BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tentang Penelitian Terdahulu

Penggalian dari wacana penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya memperjelas tentang variable-variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Umumnya kajian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti dari kalangan akademis dan telah mempublikasikannya pada beberapa jurnal cetakan dan jurnal online (internet).

Penelitian mengenai kualitas pelayanan & kepuasan dilakukan oleh peneliti terdahulu, antara lain :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	EFEKTIVITAS PENYULUHAN PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN OLEH DINAS KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA KABUPATEN	Meilani Hastuti (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, 2006	Pada penelitian ini, peneliti Meilani Hastuti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan	Hasil penelitian menunjukan bahwa besarnya pengaruh antara kredibilitas komunikator, isi pesan, intensitas penyuluhan Pendewasaan Usia Perkawinan mempengaruhi pengetahuan remaja tentang Keluarga Berkualitas

	MAJALENGKATERHADAP PENGETAHUAN REMAJA TENTANG KELUARGA BERKUALITAS DI DESA SUMBER KULON		teknik analisis yang di gunakan adalah analisis korelasional	secara keseluruhan sudah besar, hal ini terlihat dari besarnya korelasi antara penyuluhan Pendewasaan Usia Perkawinan dengan pengetahuan re maja tentang Keluarga Berkualitas yaitu sebesar 0,740 atau 54,8% yang berarti kuat, searah, dan signifikan.
2	PENGARUH PROGRAM IN HOUSE TRAINING TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN RADIO NINETYNINERS 100 FM BANDUNG	Andi Javier Abdul Jawwad (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, 2010	Pada penelitian ini, peneliti Hendri menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survey dan teknik analisis yang di gunakan adalah analisis korelasional	Pengaruh Program In House Training terhadap prestasi kerja karyawannya cukup kuat dengan korelasi sebesar 0,460. Dengan menggunakan uji signifikansi dari korelasi Pearson, H1 diterima dan H0 ditolak. Kesimpulan penelitian menunjukkan ada pengaruh antara strategi Public Relations Radio Ninetyniners Bandung melalui program Training In House terhadap prestasi kerja karyawannya.
3	PENGARUH PELAKSANAAN PROGRAM BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS	Sri Widiawati (Skripsi) Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia,	Pada penelitian ini, peneliti tita menggunakan penelitian kualitatif metode	Tidak semua pengaruh yang diberikan memberikan pengaruh y ang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini diketahui

	PELANGGAN UNIT BISNIS PADA PT.SARANASANGGA MEKARLUHUR DI WILAYAH BANDUNG BARAT	2004	tersebut adalah metode analisis jalur (Path Analysis)	variabel yang memberikan pengaruh signifikan adalah variabel produk, distribusi dan promosi, sedangkan variabel harga dalam mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan tidaklah memberikan pengaruh yang signifikan.

Sumber : Penulis, November 2012

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Seperti halnya makan dan minum, manusia membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak jantung, keberadaannya amat penting bagi kehidupan manusia, namun kita sering melupakan betapa besar peranannya.

Sejak lahir manusia telah melakukan komunikasi, dimulai dengan tangis bayi pertama merupakan ungkapan perasaannya untuk mulai membina komunikasi dengan ibunya. Semakin dewasa manusia, maka semakin rumit komunikasi yang dilakukannya. Dimana komunikasi yang dilakukan tersebut dapat berjalan lancar apabila terdapat persamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Hal ini sesuai dengan pengertian dari komunikasi itu sendiri yaitu :

> "Istilah komunikasi berasal dari perkataan bahasa Inggris "*Communication*" yang menurut Wilbur Schramm bersumber pada istilah latin "*Communis*" yang dalam bahasa Indonesia berarti "sama" dan menurut Sir Gerald Barry yaitu "*Communicare*" yang berarti "bercakap-cakap". Jika kita berkomunikasi, berarti kita mengadakan "kesamaan", dalam hal ini kesamaan pengertian atau makna." (Effendy, 1991:1)

Komunikasi mempunyai peranan penting vagi kehidupan manusia, hampir 90% dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun manusia selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karena berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar.

Definisi komunikasi menurut William Albig *"Communications is the process of transmitting meaningful symbols between individuals"*. (Komunikasi adalah proses dan penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung makna dari individu-individu) (Djoenarsih, 1991:16).

Oleh karena itu sebagai makhluk social manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkaningin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian symbol-simbol baik verbal maupun nonverbal. Rangsangan atau stimulus yang disampaikan komunikator akan mendapat respon dari komunikan selama keduanya memiliki makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Jika disimpulkan maka komunikasi adalah suatu proses pembentukan, pnyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu sebagaimana diharapkan oleh komunikator.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Pada proses komunikasi dapat dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif, yaitu :

a. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. “Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa.” (Effendy, 2003:31) Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi.

Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

b. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

Pada proses komunikasi dalam perspektif mekanistis dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara dua tahap, yakni sebagai berikut :

1. Proses komunikasi secara primer

   Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Adapun lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pada proses komunikasi secara primer adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sebab bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, gagasan, informasi atau opini.

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan.

Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai *media massa (massmedia)* dan *media nirmassa* atau *media nonmassa (non-mass media).* (Effendy, 1993:18)

Media masa, misalnya surat kabar, radio siaran, televisi siaran, dan film yang diputar di gedung bioskop memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain ciri *massif (massive)* atau *massal*, yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif amat banyak. Sedangkan media nirmassa, umpanya surat, telepon, telegram, poster, spanduk, papan pengumuman, buletin, folder, majalah organisasi, radio amatir, dan film dokumenter, tertuju pada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

2.1.2.3 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 Effendy 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*)

(Effendy, 2003: 8)

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

a. 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.

b. Untuk berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.

c. Untuk meyakinkan

Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.

d. 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)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan manusia sebagai makhluk komunikasi adalah komunikasi massa, komunikasi melalui media massa.

> Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *"Mass Communication"* kependekan dari *"Mass Media Communication"* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *"Mass Mediated"*. Istilah *"Mass Communication atau Communications"* diartikan sebagai salurannya, yaitu *"Mass Media"*(media massa) kependekan dari *"Media of mass communication"*. (Wiryanto, 2000:2).

Salah satu definisi komunikasi massa yang paling sederhana dari John R. Bittner. Ia mengatakan bahwa: "Komunikasi massa

adalah sejumlah pesan yang dikomunikasikan atau disampaikan melalui sebuah media massa kepada sejumlah besar orang." (Bittner, 1980:10).

Menurutnya komunikasi massa adalah sejumlah pesan yang dikomunikasikan atau disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Kata sebuah media massa diatas pada dasarnya mengandung arti yang cukup luas. Hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya *"Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi"* adalah sebagai berikut:

"Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi: surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop." (Effendy, 1993:79).

Dengan demikian kata media massa pada definisi yang dikemukakan oleh Bittner dapat berupa media cetak yaitu surat kabar, dan media elektronik yaitu siaran radio dan televisi, serta pemutaran film di bioskop seperti yang dikemukakan atau dikatakan oleh Onong Uchyana Effendy.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus atau karakteristik yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Karakteristik komunikasi massa tersebut adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

   Artinya komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah *(One way communication).* Dimana semua media massa tadi dilancarkan oleh sumbernya kepada khalayak ramai tanpa direspon pada waktu bersamaan sebagaimana terjadi pada komunikasi persona atau dengan kata lain tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Seperti penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya.

2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

   Artinya media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yaitu suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga tersebut, peranannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang-orang lain. Pada kenyataannya komunikator dalam komunikasi massa tidak bekerja sendiri, melainkan bersama-sama dengan orang lain. Karenanya komunikator seperti itu disebut komunikator kolektif.

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

   Artinya pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang film, radio, televisi. Apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan

organisasi tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa. Media massa tidak akan menyiarkan informasi yang bersifat khusus seperti pesan yang hanya diperuntukkan untuk seseorang atau kelompok tertentu. Informasi yang diberikan adalah informasi untuk orang banyak.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

   Artinya yang dimaksud keserempakan adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk satu dengan yang lainnya berada dalam keadaan terpisah. Secara lebih sederhana, berarti informasi diterima secara serentak. Radio dan televisi, karena merupakan media massa elektronik tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak mendengarkan acara radio atau menonton acara televisi.

5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen

   Artinya massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai jenis masyarakat. Dengan kata lain ia memberikan posisi yang sama untuk semua orang tanpa memandang umur, jenis kelamin, bangsa dan siapa saja yang dapat mendengar, menonton, dan membaca. (Effendy, 1990:21-25).

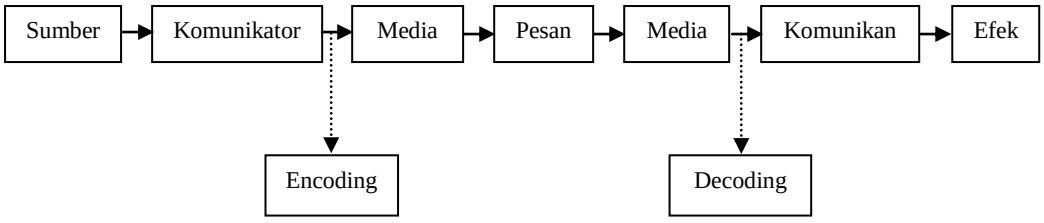
Pada umumnya memang media massa bersifat seperti diatas baik media cetak maupun media elektronik. Akan tetapi masyarakat tidak menyadari bahwa salah satu sifat dari media massa dapat menimbulkan keserempakan di lingkungan masyarakat.

2.1.3.3 Proses 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 2.1. Proses Komunikasi Massa



Sumber: Susanto, “Komunikasi Dalam Teori dan Praktek”

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 *"Private Room"* adalah penyiar program acara itu sendiri.
2. Komunikator adalah unsur komunikasi massa yang bertugas menyampaikan gagasan yang dimiliki sumber kepada khalayak. Komunikator dalam penelitian ini sama dengan sumber yaitu penyiar program *"Private Room".* Sebelumnya komunikator tersebut terlebih dahulu melakukan *encoding* yaitu merumuskan gagasan kedalam pesan yang dimengerti. Dimana penyiar melihat terlebih dahulu pesan yang sesuai dengan kebutuhan pendengar.
3. Media merupakan alat yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan, agar pesan tersebut 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 menarik perhatian khalayak. Pesan yang disampaikan oleh penyiar selaku komunikator adalah yang relevan dengan seputar program *"Private Room",* seperti Solusi atau pemecahan masalah yang

diberikan penyiar. Adapun yang menjadi komunikan atau khalayak yaitu para pendengar program tersebut, terutama pendengar yang ikut berkonsultasi dalam program acara tersebut.

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).

2.1.3.4 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 efek afektif. Dengan perkataan lain, timbulnya efek behavioral setelah muncul efek kognitif dan efek afektif.

2.1.3.5 Komunikan Komunikasi Massa

Komunikan adalah sasaran yang dituju oleh komunikator untuk mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan, dimana dalam penelitian ini yang menjadi komunikan adalah pendengar radio siaran.

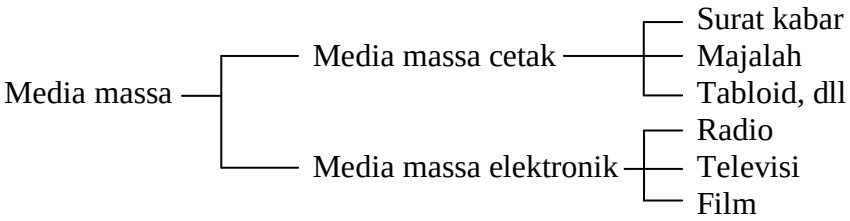
Dalam penelitian ini, komunikan akan mengikuti suatu program dari media massa, jika pesan atau materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhannya berarti komunikan akan meninggalkan

pesan tersebut jika pesan itu tidak menyentuh kebutuhan pada benak dirinya.

2.1.4 Radio Sebagai Media Komunikasi Massa

Radio merupakan salah satu jenis dari jenis-jenis media massa lainnya. Untuk lebih memperjelas kedudukan Radio dalam media massa dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2 Kedudukan Radio Dalam Media Massa



Sumber: Palapah dan Syam, "*Studi Ilmu Komunikasi*"

Lalu radio itu sendiri apa?. Berikut ini penjelasan dari Palapah dan Syam dalam *"Studi Ilmu Komunikasi"* mengenai radio adalah sebagai berikut:

"Istilah "radio" dimaksudkan adalah "Keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun dan yang dapat diterima oleh pesawat-pesawat penerima dirumah, dimobil, dikapal, dan sebagainya." (Palapah dan Syam, 1983:107).

Sebagai unsur dari media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan; kalaupun

ada lambang-lambang nirverbal yang dipergunakan jumlahnya sangat minim. Dikarenakan sifatnya auditori, untuk didengarkan, lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik. Penyajian hal yang menarik dalam rangka penyampaian pesan adalah penting, karena publik sifatnya selektif.

2.1.4.1 Perkembangan Radio Siaran

Sejarah radio yang pertama dimulai pada tahun 1895, dengan munculnya "*The Wireless Telegraph Company"* yang didirikan oleh seorang insinyur elektronika dari Italia. Dia menemukan suatu alternatif untuk mengirim pesan tanpa menggunakan kabel melewati jarak yang cukup jauh.

Rangkaian siaran yang pertama dimulai pada tahun 1919 oleh seorang Belanda. Dia adalah orang pertama yang mengudarakan siaran yang sudah dia umumkan sebelumnya, sehingga orang-orang memang menunggu program siaran tersebut dan siaran tersebut tidak hanya didengar secara kebetulan. Penyusunan acara dimulai dari: konser, drama radio, dan berita dapat disiarkan.

Pada tahun empat puluhan dan lima puluhan sebuah media baru mulai dikembangkan. Sejak itu, orang tidak hanya dapat mendengarkan apa yang terjadi di seluruh dunia, mereka juga dapat melihatnya. Hal ini memberikan kesadaran pada orang-orang bahwa

peran radio sudah berubah. Orang-orang menyadari peralihan fungsi radio pada sekitar tahun enam puluhan dan tujuh puluhan. Industri musik menjadi bertambah penting bagi radio. Karena musik dan peran radio sebagai sebuah media imajinasi, radio menjadi populer lagi dan bahkan semakin bertambah populer.

Dengan bertambahnya kepopuleran dari stasiun radio, menjadikan para pihak staiun-staiun radio menentukan kelompok-kelompok sasaran. Mereka membuat program acara khusus, misalnya untuk masyarakat kelas menengah atau dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Tetapi para pendengarnyalah yang akan menentukan pilihan dari staiun-stasiun radio yang ada.

Upaya variasi dari berbagai staiun radio dimulai pada tahun 1950-an dan 1960-an. Pada masa itu beberapa stasiun radio memiliki program-program acara khusus untuk anak-anak sekolah, untuk anak-anak kecil, untuk ibu-ibu rumah tangga, dan bahkan untuk para suami mereka saat pulang kerja.

Pada perkembangan selanjutnya, radio juga menawarkan program-program acara yang sederhana dan lebih murah, yaitu musik, *phone in*, wawancara, yang kebanyakan diprogramkan secara *horizontal*, program yang sama setiap hari pada waktu yang sama.

Radio sebagai salah satu bagian dari komunikasi massa pada perkembangannya telah mendapat tempat tersendiri, baik bagi

masyarakat maupun diperkotaan atau dipedesaan. Hal ini karena radio memiliki sifat yang sangat pribadi diantara semua manusia.

2.1.4.2 Kelebihan dan Kekurangan Radio

Pada umumnya kita telah mengetahui bahwa sekarang ini radio merupakan salah satu media untuk komunikasi dan juga hiburan yang tidak dapat dipungkiri lagi keberadaan serta perkembangan staiun-staiun radio. Meskipun demikian radio tersebut memiliki beberapa kelemahan-kelemahan disamping tentunya terdapat kelebihan-kelebihan menurut W. Daniels Handoyo Sunyoto dalam bukunya seluk beluk program radio mengungkapkan:

a. Kelebihan- kelebihan sebuah programa radio
    1. Programa radio merupakan cara yang tercepat untuk menyampaikan berita dibandingkan dengan surat yang dikirimkan melalui kantor pos, dan programa televisi yang lebih sempit jangkauannya sehingga programa itu harus disampaikan melalui alat pemancar lain dalam bentuk video-tape. Hal ini semua berarti membutuhkan waktu untuk pengangkutannya.
    2. Programa radio mempunyai daerah jangkauan yang luas.
    3. Berita-berita melalui radio dapat dilengkapi dengan acara-acara yang menarik, misalnya musik atau efek suara dan sebagainya.

4. Radio merupakan sarana komunikasi yang paling akrab. Dimana radio dapat menjadi teman bila sedang mengadakan perjalanan dengan kereta api, mobil, ataupun ketika berada dirumah.

b. Kekurangan-kekurangan sebuah programa radio

1. Programa radio tidak dapat dilihat, sehingga seolah-olah pendengar menjadi buta.
2. Radio lebih mahal daripada surat kabar
3. Tidak semua hal dapat diberitakan, karena:
   a. Waktu sangat berharga
   b. Pendengar hanya mengkonsentrasikan diri pada saat tertentu saja.
   c. Tidak dapat dilihat

(Sunyoto, 1977:23)

2.1.5 Karakteristik Pendengar

Pendengar adalah sasaran komunikasi massa melalui radio. Siaran komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpikat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti tergerak hatinya dan melakukan kegiatan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Radio siaran mempunyai sifatnya akrab, segera; pendengar hanya dapat mendengarkannya sekali saja. Radio juga sangat sederhana, mudah untuk dihubungkan kesegala penjuru dunia. Lalu, siapa pendengarnya?. Pendengar dari suatu radio siaran adalah:

1. Individu, bukan sekumpulan orang
2. Tua dan muda
3. Orang yang mendengarkan pada waktu yang bersamaan
4. Berada dimana-mana
5. Orang-orang yang berbeda
6. Berlatar belakang pendidikan yang berbeda, dan sebagainya.

Berikut ini adalah sifat pendengar radio siaran yang turut menentukan gaya bahasa radio siaran, yaitu:

1. Heterogen

   Pendengar adalah massa. Sejumlah orang yang sangat banyak sifatnya, heterogen, terpencar-pencar diberbagai tempat, dikota dan didesa, dirumah, asrama, warung kopi, dan sebagainya.

2. Pribadi

   Karena pendengar berada dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat dan umumnya dirumah-rumah, maka suatu isi pesan akan dapat diterima dan dimengerti kalau sifatnya pribadi *(personal)* sesuai dengan situasi pendengar saat ia berada.

3. Aktif

   Pada mulanya ahli komunikasi mengira bahwa pendengar bersifat pasif, ternyata tidak demikian. Hal ini telah dibuktikan oleh pemikiran yang dilakukan Wilbur Schramm, Paul La dan Raymond Banner, serta ahli komunikasi lainnya. Apabila mereka menjumpai

sesuatu yang menarik dari sebuah stasiun radio, mereka aktif berfikir dan aktif melakukan interpretasi.

4. Selektif

Pendengar sifatnya selektif, ia dapat dan akan memilih program radio siaran yang disukainya. Maka setiap pesawat radio dilengkapi dengan alat yang memungkinkan pendengar melakukan pilihan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Pengetahuan

2.1.6.1 Pengertian Pengetahuan

Manusia diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Esa sebagai makhluk yang berakal, dan memiliki kesadaran, kesadaran manusia menuntut manusia berpikir, berkehendak, dan merasa. Dengan pikirannya itu manusia mandapatkan ilmu pengetahuan. Pengetahuan diperoleh melalui kenyataan dengan melihat, dan mendengar. Hal tersebut diterima dan diolah oleh otak manusia.

Pengetahuan (*knowledge*) adalah sesuatu yang hadir dan terwujud dalam jiwa dan pikiran seseorang dikarenakan adanya reaksi, persentuhan, dan hubungan dengan lingkungan dan alam sekitarnya. Pengetahuan ini meliputi emosi, tradisi, keterampilan, informasi, akidah, dan pikiran-pikiran.

Soerjono Soekanto mengemukakan bahwa:

> "Pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca inderanya, yang berbeda

sekali dengan kepercayaan (*beliefs*), takhyul (*superstitions*) dan penerangan-penerangan yang keliru (*misinformations*). (Soekanto, 1990:6).

Dalam komunikasi, pengetahuan dipandang sebagai salah satu hasil akhir/ tujuan komunikasi yang sangat penting, pengetahuan merupakan wujud dari kenyataan, informasi yang dimiliki umat manusia.

Pengetahuan terjadi apabila ada penambahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersesi khalayak. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi, pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi (Rakhmat, 1988:219).

Penumbuhan pengetahuan itu berarti terjadinya perubahan dalam diri individu yang dihasilkan dari rangsangan yang berasal dari dalam dirinya yang berupa motif yang ditunjang oleh stimulus yang berasal dari luar. Perubahan yang berupa pengetahuan merupakan bagian dari aspek kognitif manusia yang akan mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan mengenai pesan yang manusia terima.

Pada hakikatnya ilmu pengetahuan timbul karena adanya hasrat ingin tahu dalam diri manusia. Hasrat ingin tahu tadi timbul oleh karena banyak sekali aspek-aspek kehidupan yang masih gelap bagi manusia, dan manusia ingin mengetahui kebenaran dari

kegelapan tersebut. Setelah manusia memperoleh pengetahuan tentang sesuatu, maka kepuasannya tadi segera disusul oleh suatu kecenderungan tersebut, manusia dapat menempuh berbagai cara yaitu antara lain :

a. Penemuan secara kebetulan, artinya penemuan yang sifatnya tanpa direncanakan dan diperhitungkan terlebih dahulu.
b. Hal untung-untungan, artinya penemuan melalui cara percobaan-percobaan dan kesalahan-kesalahan.
c. Kewibawaan, artinya berdasarkan penghormatan terhadap pendapat atau penemuan yang dihasilkan oleh seseorang atau lembaga tertentu yang dianggap mempunyai kewibawaan atau wewenang.
d. Usaha-usaha yang bersifat spekulatif, walaupun agak teratur, artinya dari sekian banyak kemungkinan, dipilihlah salah-satu kemungkinan walaupun pilihan tersebut tidaklah didasarkan pada keyakinan apakah pilihan tersebut merupakan cara yang setepat-tepatnya.
e. Pengalaman, artinya berdasarkan pikiran kritis
f. Penelitian ilmiah, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala dengan jalan analisis dan pemeriksaan yang mendalam terhadapa fakta-masalah yang disoroti, untuk kemudian mengusahakan pemecahannya.

(Soekanto, 1990:7).

Pengetahuan yang diharapkan terjadi pada komunikan dapat diketahui dengan melihat apa yang diketahuinya, apa yang dikenalinya, apakah ia menjadi semakin mengerti dan jelas akan sesuatu hal/informasi yang dia peroleh dari komunikator.

2.1.6.2 Aspek Pengetahuan

Dalam pengetahuan sangat mungkin terdapat dua aspek yang berbeda, antara lain:

1. Hal-hal yang diperoleh. Pengetahuan seperti ini mencakup tradisi, keterampilan, informasi, pemilkiran-pemikiran, dan akidah-akidah yang diyakini oleh seseorang dan diaplikasikan dalam semua kondisi dan dimensi penting kehidupan. Misalnya pengetahuan seseorang tentang sejarah negaranya dan pengetahuannya terhadap etika dan agama dimana pengetahuan-pengetahuan ini nantinya ia bisa aplikasikan dan menjadikannya sebagai dasar pembahasan.
2. Realitas yang terus berubah. Sangat mungkin pengetahuan itu diasumsikan sebagai suatu realitas yang senantiasa berubah dimana perolehan itu tidak pernah berakhir. Pada kondisi ini, seseorang mengetahui secara khusus perkara- perkara yang beragam, kemudian ia membandingkan perkara tersebut satu sama lain dan memberikan pandangan atasnya, dengan demikian, ia menyiapkan dirinya untuk mendapatkan pengetahuan-pengetahuan baru yang lebih global.[3]

2.1.6.3 Tinjauan Pengetahuan Sebagai Bagian dari Efek Kognitif Komunikasi Massa

Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi atau nilai-nilai yang berguna bagi khalayak, yaitu mendapatkan manfaat dari efek penyiaran yang dilakukan media massa. Berkaitan dengan

[3](http://isyraq.wordpress.com/2007/11/26/substansi-dan-definisi-pengetahuan/. 14.10.2012)

hal tersebut kita dapat mengetahui bahwa:

> "Efek dari pesan yang sebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis yaitu efek kognitif (pengetahuan), efek afektif (perasaan), atau efek konatif (niat, tekad, upaya) yang cenderung menjadi suatu tindakan atau sering disebut efek behavioral. Tujuan komunikasi adalah untuk merubah sikap diantaranya adalah aspek-aspek kognitif, afektif, dan konatif." (Effendy, 1992:6).

Sebuah penyiaran program acara di radio merupakan salah satu kegiatan yang diharapkan memiliki efek komunikasi massa terutama efek kognitif yang ditimbulkan setelah komunikan mendengarkan acara tertentu. Contoh konsultasi program *Private Room*. Sehingga dengan hadirnya acara tersebut, diharapkan dapat menambah pengetahuan berupa solusi atau masukan bagi komunikan sebagai alternatif dalam mengatasi masalah cinta yang sedang dihadapi.

Berdasarkan uraian diatas mengenai kebutuhan komunikan atas pengetahuan dari suatu efek penyiaran program acara yang lebih dikenal dengan efek kognitif dapat dijelaskan lebih jauh lagi oleh seorang pakar ahli komunikasi Alo Liliweri yaitu sebagai berikut:

> "*Cognitif Needs* (kebutuhan kognitif) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperluas informasi atau wawasan, pengetahuan, serta pengertian lingkungan kita. Keinginan ini berdasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan *(curiosity)* dan penjelajahan *(eksploratory)*." (Liliweri, 1991:137).

Dalam suatu kegiatan komunikasi pada penyiaran program acara di radio, diharapkan terjadi adanya peningkatan pengetahuan pendengar selaku komunikan Dimana definisi dari pengetahuan itu sendiri adalah “Istilah yang diartikan sebagai kesadaran seseorang mengenai sesuatu melalui pengalaman, atau segala apa yang diketahui.” (Liliweri, 1991:139).

> Menurut fungsi pengetahuan, manusia mempunyai dorongan dasar untuk ingin tahu, untuk mencari penalaran dan untuk mengorganisasikan pengalamannya. Adanya unsur-unsur pengalaman yang semua tidak konsisten dengan apa yang diketahui oleh individu akan disusun, ditata kembali atau diubah sedemikian rupa sehingga tercapai suatu konsistensi. (Azwar, 1995:24).

Benyamin S. Bloom dan kawan-kawan membagi aspek kognitif atas enam kelompok yang tersusun secara hierarkis mulai dari kemampuan yang paling tinggi, yaitu : *Knowledge, Comprehension, Application, Analysis, Synthesis, dan Evaluation.* Dari tingkatan pengetahuan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Pengetahuan : mengacu kepada kemampuan mengenai atau mengingat materi yang sudah dipelajari dari yang sederhana sampai teori-teori sukar, yang penting adalah kemampuan mengingat keterangan denan benar.
- Pemahaman : mengacu kepada kemampuan memahami makna materi. Aspek ini satu tingkat berpikir yang rendah.
- Penerapan : mengacu kepada kemampuan menggunakan atau menerapkan materi yang sudah dipelajari pada suatu yang baru dan menyangkut penggunaan aturan, prinsip. Penerapan merupakan tingkat kemampuan berpikir yang lebih tinggi daripada pemahaman.
- Analisis : mengacu kepada kemampuan menguraikan materi ke dalam komponen-komponen atau faktor penyebabnya dan mampu memahami hubungan diantar bagian yang satu dengan yang lainnya sehingga struktur dan aturannya lebih dimengerti.

- Sintesis : mengacu kepada kemampuan memadukan konsep atau komponen-komponen sehingga terbentuk satu pola struktur atau bentuk baru. Aspek ini memerlukan tingkah laku yang kreatif, sintesis merupakan kemapuan sebelumnya.
- Evaluasi : mengacu kepada kemampuan memberikan pertimbangan terhadap materi untuk tujuan tertentu. (Usman, 1992:30)

Dari tingkatan pengetahuan menurut Benyamin S. Bloom dan kawan-kawan disimpulkan bahwa, tingkatan pengetahuan seseorang dimulai dari tingkat yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Hal ini dimulai dari pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesis, dan yang terakhir evaluasi. Pada tingkat kognitif yang pertama yaitu pengetahuan yaitu mengacu kepada mengetahui hal-hal tertentu, pokok-pokok pikiran, fakta-fakta spesifik, sehingga mampu mengidentifikasikan, memberi ciri, dan mengingat kembali.

Dari pengertian kognitif dan kemampuan kognitif sebagaimana dikemukakan diatas, pada dasarnya aspek kognitif menyangkut pengetahuan seseorang melalui proses pengertian, pemahaman, dan penghayatan terhadap suatu realitas yang datang dari luar dirinya.

2.1.7 Tinjauan Tentang Remaja

Salah satu periode dalam rentang kehidupan Individu adalah masa remaja. “Masa ini merupakan segmen kehidupan yang penting dalam siklus perkembangan individu, dan merupakan masa yang

penuh gejala, pengenalan dan petualangan akan hal-hal yang baru sebagai bekal untuk mengisi kehidupan kelak dimasa dewasa." (Hurlock, 1994:207).

Menurut Konopka yang dinamakan dengan masa remaja yaitu: "Masa remaja meliputi (a) remaja awal : 12-15 tahun, (b) remaja madya : 15-18 tahun, (c) remaja akhir : 19-22 tahun." (Yusuf, 2000:184).

Masa remaja merupakan masa yang banyak menarik perhatian karena sifat-sifat khas dan perananya yang menentukan dalam kehidupan individu dalam masyarakat orang dewasa. Masa ini dapat diperinci lagi menjadi beberapa masa, yaitu sebagai berikut :

1. Masa pra remaja (remaja awal), biasanya berlangsung hanya dalam waktu yang relatif singkat, ditandai oleh sifat-sifat negatif.
2. Masa remaja (remaja madya), mulai tumbuh dorongan untuk hidup, kebutuhan akan adanya teman yang dapat memahami dan menolongnya, teman yang dapat turut merasakan suka dukanya, masa mencari sesuatu yang dapat dipandang bernilai, pantas dijunjung tinggi dan dipuja-puja, Proses terbentuknya pendirian atau pandangan hidup atau cita-cita hidup.
3. Masa remaja akhir, yaitu masa menemukan pendirian hidup dan masuklah individu ke dalam masa dewasa.

(Yusuf, 2000:26– 27)

2.1.7.1 Masa Remaja Sebagai Usia Bermasalah

Masa remaja adalah masa transisi dimana individu mengalami perubahan fisik, psikis maupun sosial, remaja menemukan kesulitan dalam penyesuaian diri dan sosial yang disebabkan karena lingkungan menganggap remaja bukan anak-anak

dan belum saatnya di anggap dewasa, hal ini seperti yang dijelaskan oleh Hurlock:

> " Pada masa remaja masalah sering menjadi hal yang sulit untuk diatasi baik oleh anak laki-laki maupun perempuan. Terdapat dua alasan bagi kesulitan itu, yaitu: Pertama, sepanjang masa kanak-kanak, masalah anak-anak sebagian diselesaikan oleh orang tua dan guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. Kedua, karena para remaja merasa diri mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri, menolak bantuan orangtua dan guru." (Hurlock, 1994:208).

Remaja banyak yang kesulitan dalam menyelesaikan masalah, hal ini dikarenakan yaitu:

> "Remaja yang ada dalam satu periode transisi, yang banyak mengalami goncangan emosi, perasaan dan pikiran-pikiran ketidakpastian, kecemasan, kebingungan, kekhawatiran dan sebagainya yang dimana pada masa ini remaja dihadapkan dengan soal apakah ia dapat menghadapi dan memecahkan masalahnya atau tidak." (Mappiare, 1992:35).

Menurutnya masalah yang dihadapi oleh remaja sebenarnya tidaklah terlalu sulit, tetapi dikarenakan remaja itu masih mempunyai ego yang tinggi dan selalu menyelesaikan dengan emosi yang tinggi sehingga masalah yang tadinya kecil menjadi terlihat besar. Hal tersebut sangatlah wajar mengingat, "Remaja cenderung berenergi tinggi, tidak stabil, senantiasa berubah, mengukur segalanya dengan ukuran diri sendiri, tidak logis dan mempunyai perangai berontak serta sulit untuk mengontrol emosi." (Gardner, 2002:1).

2.1.7.2 Perspektif Relasi Interpersonal

Pada awalnya seorang remaja selalu ingin memiliki teman yang banyak tanpa melihat status, pendidikan, jenis kelamin dan lain-lain. Para remaja tersebut menginginkan teman yang mempunyai minat dan nilai-nilai yang sama, yang dapat mengerti dan membuatnya merasa aman, dan yang kepadanya ia dapat mempercayakan masalah-masalah dan membuat hal-hal yang tidak dapat dibicarakan dengan orang tua dan guru.

Karakteristik remaja pada perkembangan kehidupan sosialnya yaitu seperti yang diungkapkan bahwa:

> "Remaja memahami orang lain sebagai individu yang unik, baik menyangkut sifat-sifat pribadi, minat nilai-nilai maupun perasaannya. Pemahamannya ini, mendorong remaja untuk menjalin hubungan sosial yang lebih akrab dengan mereka (terutama teman sebaya), baik melalui jalinan persahabatan maupun percintaan (pacaran)." (Yusuf,2000:198).

"Dalam suatu penelitian mengenai apa yang diinginkan remaja sebagai teman, Joseph menunjukkan bahwa sebagian remaja mengatakan bahwa mereka ingin seseorang yang dapat dipercaya, seseorang yang dapat diajak bicara, seseorang yang dapat diandalkan". (Hurlock,1980:215).

Semakin seorang remaja mempunyai hubungan sosial yang baik dan luas dengan orang lain dan berinteraksi dalam kelompok membuat remaja tersebut lebih banyak kesempatan untuk memulai mengenal minatnya terhadap lawan jenis atau mengalami

pengalaman pertama dalam bercinta. “Remaja merupakan suatu periode yang mengalami perubahan dalam hubungan sosial, yang ditandai dengan berkembangnya minat terhadap lawan jenis, atau pengalaman pertama dalam bercinta.” (Yusuf, 2000:186). Karena Cinta merupakan masalah terbesar yang dihadapi oleh remaja, selain tentunya masih banyak masalah-masalah lainnya.

> “Menurut George Levinger remaja mulai mengenal minatnya terhadap lawan jenisnya yang biasanya terjadi pada saat kontak dengan kelompok. Dalam berinteraksi dengan kelompok, remaja mulai tertarik pada anggotanya. Perasaan tertarik atau sikap positif terhadap teman dalam kelompok merupakan dasar bagi perkembangan hubungan pribadi yang akrab di antara anggota kelompok tersebut.” (Yusuf, 2000:186)

Menurut Ellen Berschheid dan Elaine Walster menyatakan bahwa: “Hubungan diantara dua remaja yang berbeda jenis kelamin mendorong remaja kearah percintaan (pacaran). Perasaan cinta di antara dua remaja dapat dikatakan sebagai perasaan yang bergairah atau nafsu birahi. Perasaan ini diperkuat oleh fantasi-fantasi yang menyenangkan dengan partner pacarannya.” (Yusuf, 2000:187).

2.1.7.3 Perkembangan Emosional

Masa remaja merupakan puncak emosionalitas, yaitu “Perkembangan emosi yang tinggi. Pada usia remaja awal perkembangan emosinya menunjukkan sifat yang sensitif dan reaktif yang sangat kuat terhadap berbagai peristiwa atau situasi sosial,

emosinya bersifat negatif dan tempramental, sedangkan remaja akhir sudah mampu mengendalikan emosinya."

> "Menurut Gessel dkk. (Hurlock, 1980, terjemahan Istiwidayanti dan Soedjarwo, 1991) mengemukakan bahwa remaja empat belas tahun (termasuk dalam remaja awal) seringkali mudah marah, mudah tersinggung, dan emosinya cenderung "meledak", tidak berusaha mengendalikan perasaannya. Sebaliknya, remaja enam belas tahun (termasuk dalam remaja madya antara 15-18 tahun) mengatakan bahwa mereka "tidak mempunyai keprihatinan" . Jadi, adanya badai dan tekanan dalam periode ini berkurang menjelang berakhirnya masa remaja." (Yusuf, 1998:195).

Dalam setiap hubungan baikpun permasalahan atau hubungan percintaan yang berjalan diluar dari keinginan atau harapan seseorang banyakl terjadi apalagi pada seorang remaja. Hal ini dijelaskan oleh seorang pakar bahwa:

> "Pada masa remaja tersebut mengalami ketidakstabilan emosi dari waktu ke waktu sebagai konsekuensi dari usaha penyesuaian diri pada pola perilaku baru, dan harapan sosial yang baru, misalnya masalah yang berhubungan dengan percintaan merupakan masalah yang pelik pada periode ini, bila kisah cinta berjalan lancar, remaja merasa bahagia, tetapi mereka menjadi sedih bilamana percintaan kurang lancar ". (Hurlock, 1980 : 213).

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa dengan semakin bertambahnya usia remaja, maka diharapkan semakin dapat mengontrol emosinya guna menjadikan remaja tersebut menjadi lebih baik lagi dari usia sebelumnya.

2.1.8 Tinjauan Mengenai Pemecahan Masalah

Dalam kehidupan setiap manusia pasti mengalami berbagai macam masalah baik itu orang tua, anak-anak, remaja, laki-laki maupun perempuan. Masalah selalu datang dan pergi, dimana apabila kita telah menyelesaikan suatu masalah, maka tanpa disadari masalah baru akan selalu hadir kembali. Tetapi hal ini dapat terselesaikan tergantung dari manusia itu sendiri dalam menyikapi masalahnya. Kadangkala dalam menghadapi masalah, seseorang tidak bisa menyelesaikan masalahnya sendirian melainkan selalu membutuhkan orang lain yang bisa dijadikan sebagai teman untuk diajak berdiskusi dalam menghadapi masalahnya.

Berikut ini adalah beberapa langkah positif dalam menyelesaikan suatu masalah yaitu:

1. **Memohon Pertolongan Tuhan**
   Dalam menyelesaikan suatu masalah, hendaknya kita intrrospeksi diri terlebih dahulu dan bersikap rendah diri. Masalah hadir tentunya akan mendapatkan jalan keluarnya. Tuhan tidak memberikan masalah diluar kemampuan makhluknya. Oleh karena itu, hendaklah kita selalu memohon pertolongan Tuhan guna mendapatkan pemecahan yang terbaik.
2. **Bersikap Tenang dan Objektif**
   Sebaiknya dalam mengambil keputusan untuk menyelesaikan masalah janganlah terburu-buru, dalam keadaan bingung dan emosi tinggi. Remaja biasanya selalu ingin cepat selesai masalahnya tanpa pemikiran yang objektif.
3. **Bersikap Optimis**
   Jika seseorang selalu bersikap optimis, maka ia tidak akan mundur hanya Karena takut menghadapi kegagalan. Tetapi kalau dalam mengatasi masalah, kita sudah berkeyakinan pesimis, bahwa kita tidak sanggup dapat menyelesaikannya maka masalah tidak akan terselesaikan dengan baik.
4. **Langsung Menghadapi Masalah**
   Biasanya pemecahan langsung terhadap suatu persoalan lebih efisien daripada yang tidak langsung. Lebih baik langsung memasuki inti

persoalan daripada berputar-putar mencari jalan untuk menghindari kesulitan.

5. **Mencari Nasihat yang Bijaksana**
   Jika kita dalam menyelesaikan suatu masalah tidak menemukan solusi dari masalah tersebut, tidak ada salahnya jika mencari nasihat dari orang lain. Dimana nasehat tersebut hanya sebagai masukan dan hanya orang yang mempunyai masalah tersebut dapat mengambil keputusan.

(Heukeun dkk, 2002:170-175).

Berkaitan dengan hal di atas, remaja yang mempunyai masalah dapat mengikuti langkah-langkah diatas. Dimana pada tahap yang terakhir, remaja dapat melakukannya dengan mengikuti konsultasi dalam memecahkan masalah, seperti Program *"Private room"* di radio Nuansa. Karena "Radio merupakan media massa yang banyak diminati remaja khususnya SMP dan SMU disamping media televisi dan media cetak." (Bittner, 1980:113). Selain itu "Pada dasarnya remaja sangat gemar mendengarkan radio sambil belajar atau mengikuti bentuk-bentuk hiburan untuk seorang diri." (Hurlock, 1994:18).

2.1.9 Tinjauan Mengenai Cinta

Cinta memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Kata cinta itu sendiri selain mengandung unsur aktif, juga menyatakan tindakan yang aktif. Pengertiannya sama yaitu memberikan kasih sayang yang tulus kepada sesama manusia.. Dimana cinta tersebut tidak mudah diterangkan dan diilustrasikan dengan kata-kata, tetapi ia memiliki daya luar biasa pada menusia serta melekat dengan kuat.

Dalam kehidupan manusia cinta menampakkan diri dalam berbagai bentuk, mulai dari seseorang mencintai Allah SWT, cinta dirinya sendiri,

cinta seorang anak, cinta kepada orang tua, cinta orang tua kepada anak, cinta kepada sesama manusia, cinta kepada lawan jenis. (Sulaeman, 1990:49).

1. Cinta kepada Allah SWT.

Puncak cinta manusia yang paling bening, jernih dan spirituak adalah cintanya kepada Allah SWT dan kerinduan kepada-Nya. Menurut Sulaeman dalam bukunya yaitu *"Ilmu Budaya Dasar"* menjelaskan bahwa: "Cinta seorang mukmin kepada Allah SWT melebihi cintanya kepada sesuatu yang ada di dalam kehidupan ini, bahkan melebihi cintanya kepada dirinya sendiri. Cinta yang ikhlas seorang manusia kepada Allah SWT juga akan merupakan pendorong dan mengarahkannya kepada penundukkan semua bentuk kecintaan lainnya" (Sulaeman, 1990:58). Kecintaan kepada Allah SWT tidak hanya dengan melaksanakan segala perintah-Nya, tetapi juga mengindari segala larangan-Nya.

2. Cinta kepada Diri Sendiri.

Secara alamiah seseorang mencintai dirinya sendiri, dimana manusia membendi segala sesuatu yang menghalangi hidupnya dan mendatangkan penderitaan, rasa sakit dalan lainnya. Dalam kehidupan, hubungan yang dimiliki dengan diri sendiri merupakan hubungan pusat sebagai dasar bagi hubungan yang lainnya.

Pada dasarnya mencintai diri sendiri adalah cara terbaik untuk belajar cara mencintai. "Cinta adalah tindakan yang memerlukan pemahaman, keahlian dan kemampuan tertentu. Dengan berlatih mencintai diri sendiri,

seseorang berlatih untuk meningkat ketahap berikutnya yaitu mencintai orang lain." (Carter, 2003:4).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sebenarnya "Cinta terhadap dirinya tidak harus dihilangkan, tetapi perlu berimbang dengan cinta kepada orang lain untuk berbuat baik. Inilah yang dimaksud dengan cinta diri yang ideal." (Sulaeman, 1990:50).

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa seseorang harus lebih mencintai dirinya terlebih dahulu sebelum mencintai orang lain dengan selalu menerima semua kekurangan yang ada dalam dirinya sendiri apa adanya. Dan antara cinta pada dirinya sendiri dan kepada orang lain harus sama jangan melebihi satu sama lain.

3. Cinta Seorang Anak.

Seorang anak memandang cinta dikarenakan terilhami oleh orang-orang dewasa yang berada disekelilingnya dan tertalu dominan bagi dirinya, seperti orang tua, guru dan orang dewasa lainnya. Cinta universal pada dasarnya tersedia bagi setiap anak, baik cinta kepada orang tua, guru, teman-teman sepermainannya, dan lain-lain.

Menurut Sinetar dalam buku *"Spiritual Intelligence"* mengemukakan bahwa "Seorang anak dalam mempertahankan cintanya jika ia tidak bersedia untuk ditinggalkan jauh dari orang tuanya, ingin selalu dekat dengan orang tua dan memperoleh kasih berlimpah darinya, mereka juga memandang tugas yang diemban sama seperti halnya diri kita sendiri." (Sinetar, 2000:74-75).

Perhatian pada cinta dimulai dengan renungan spiritual yang mengarahkan anak-anak kepada keberanian dalam menghadapi suatu tantangan." (Sinetar, 2000:88). Setiap cinta menawarkan karunia dan hikmah untuk kita. Persahabatan misalnya mengandung kualitas pertemanan yang istimewa yang tidak mampu dipersembahkan oleh bentuk cinta lainnya. (Ferrucci, 2002:201). Hal inilah yang biasanya membuat seorang anak memberikan cintanya yang tulus kepada temannya yang mau bermain bersama-sama.

4. Cinta kepada Orang Tua.

Cinta kepada orang tua sangat mendasar menentukan ridha-tidaknya Allah SWT kepada manusia. Sabda Nabi Muhammad saw yaitu "Keridlaan Allah SWT bergantung kepada keridllaan orang tua, dan kemurkaan Allah SWT bergantung kepada kemurkaan orang tua pula." (Hadits Riwayat At-Turmudzy dalam Sulaeman, 1990:59).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seorang anak harus menghormati dan menghargai orang tuanya, karena tanpa mereka seorang anak tidak akan lahir ke dunia ini.

5. Cinta Orang Tua kepada Anak.

Cinta adalah "Satu-satunya faktor yang telah menolong orang tua dalam menghadapi kehidupannya dan memecahkan problem-problem dengan anak-anak." (Ferruci, 2003:198). Cinta orang tua terhadap anaknya sangat kuat meskipun perangai anak itu tidak memuaskan orang tua. tetapi cinta terwujud karena perangai utama.

Menurut Ferruci dalam buku *"Apa yang diajarkan oleh anak kita"* menjelaskan bahwa "Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagai orang tua, adakalanya harus menderita, tetapi melalui kejujuran dari hati anak-anaknya yang menumbuhkan kesabaran dalam mendidik anaknya merupakan hal terpenting menjadi orang tua yang lebih baik." (Ferruci, 2003:192). Pengorbanan orang tua sangat besar, dimana dengan cinta dan kasih sayangnya yang tulus kepada anaknya agar dapat membesarkan anaknya dengan baik.

6. Cinta kepada Sesama Manusia.

Cinta kepada sesama manusia merupakan watak manusia itu sendiri, dan akan lebih jelas pemahamannya apabila dapat diamati prilaku dan perlakuan seseorang kepada orang lain. "Motivasi seseorang mencintai sesama manusia, menurut persepsi sosiologis, disebabkan karena manusia itu tidak dapat hidup sendirian." (Sulaeman. 1990:51). Dalam pepatah sering dikatakan **"Kalau tidak kenal maka tak sayang",** berarti, makna kenal disini untuk dilanjutkan dengan saling menyayangi atau saling mencintai diantara manusia.

7. Cinta kepada Lawan Jenis.

"Cinta adalah perasaan kasih dan sayang yang cenderung terpikat kepada lawan jenis, sehingga menimbulkan kekhawatiran dan rasa rindu yang teramat dalam serta perasaan ingin memiliki dan dimiliki." (Yasyin,1997:100).

Evolusi cinta sejati menurut Carter yaitu proses yang diawali dengan penciptaan realitas ‘Kami’. Ketika masing-masing pasangan membaurkan ‘Aku’ kedalam ‘Kami’ yang lebih besar, dimana cinta sejati dibangun diatas fondasi yang kuat dan hanya dibentuk melalui waktu dan pengalaman.

Dalam menjalin suatu hubungan perlu adanya pendekatan-pendekatan untuk dapat menyatukan dua orang yang berbeda, dan hal tersebut dapat dilakukan dengan tahapan-tahapan cinta yang dikemukakan oleh Carter dalam buku *“Bila Cinta Sebuah Permainan.”* Yaitu sebagai berikut: “Tahap pertama, Pertautan adalah hal ini terjadi ketika dua pribadi saling menaruh simpatik atau ketertarikan. Tahap kedua, Penjelajahan adalah fase ‘belajar mengenal’ yang dapat menentukan apakah orang yang dicintai merupakan orang yang tepat. Tahap ketiga adalah evaluasi. Kemudian tahap terakhir adalah Komitmen yaitu mulai menjalani sebagai sepasang kekasih, dimana mengandung makna memberikan dan menerima serta menghadapi segala resikonya.” (Carter, 2003:74).

Menurut seorang Psikolog menjelaskan bahwa “Cinta sejati adalah menghargai perasaan pasangan dan menginginkan yang terbaik untuk orang yang dicintai, dimana dalam hal ini bukan hanya untuk memiliki.” (Carter, 2003:3).

Menurut Carter menyatakan bahwa “Dalam hubungan cinta yang paling baikpun, kesalahpahaman bisa timbul dan tentu saja perasaan bisa terluka. Kekecewaan, harapan yang tidak terpenuhi bisa terjadi dalam hidup dan ini akan menyakitkan” (Carter, 2003:213).

Ada ungkapan yang menyatakan "**'Berbuat salah itu manusiawi, memaafkan itu ilahiah'** dan sikap memaafkan itu tidak mudah karena hanya waktu saja yang akan dapat menyambuhkan luka yang tentunya membutuhkan usaha dalam diri sendiri. Memaafkan seseorang yang telah mengkhianati bukan berarti mengampuni tindakannya dan tetap melanjutkan hubungan." (Carter, 2003: 215).

Seseorang dalam hidupnya pasti pernah merasakan cinta, baik itu antara orang tua dan anak, saudara, teman maupun pacar. Remaja juga banyak yang mengalami cinta terhadap lawan jenis, dimana hal ini sangatlah wajar atau normal. Karena pada masa remaja mulai mengenal pertama kali yang namanya cinta.Walaupun dalam setiap hubungan percintaan belum tentu berjalan lancar, tetapi hal tersebut dapat dijadikan sebagai pengalaman dalam hidupnya.

Menurut seorang psikolog yaitu Carter dalm buku *"Bila Cinta sebuah permainan."* menjelaskan bahwa:

> "Jatuh cinta biasanya bisa menjadi kekuatan hebat yang kadang-kadang menutupi akal dan penilaian sehat. Kita dapat seperti dibawa terbang ke alam khayalan. Namun jika sadar bahwa kita sudah jatuh dari khayalan tersebut akan membuat kita sakit." Dan ungkapan dari Alfred Lord Tennyson bahwa "Lebih baik pernah jatuh cinta dan kehilangan cinta, daripada belum pernah merasakan cinta." Adalah benar karena kita tidak akan pernah tahu apa itu cinta jika kita tidak pernah mencoba untuk jatuh cinta dan melakukan hubungan dengan orang lain."(Carrter, 2003: 227).

Dengan melihat teori di atas dapat disimpulkan bahwa jatuh cinta merupakan suatu karunia terbesar dari Sang Pencipta. Dimana bagaimanapun hasilnya apakah cinta itu akan mendapatkan balasannya atau

tidak cinta tersebut harus disyukuri, karena tidak semua orang dapat merasakan indahnya cinta. (Sulaeman, 1990:49-58).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Program acara harus memenuhi kebutuhan khalayak radio yang bersangkutan, karena lewat acara yang disajikan segala keinginan khalayaknya akan terpenuhi. Seperti yang dinyatakan Norbeg dalam bukunya *Radio Programming, Tacticsand Strategi* yang diterjemahkan oleh Masduki yaitu :

> *The essence of programming is estabilising and then fulfilling expectations. That's wahat make audience tune your stationin, listen long often*. (maksud dari suatu program acara adalah suatu kenyataan yang tidak bias dipungkiri, yang kemudian dapat memenuhi harapan para pendengar dan hal itu yang dapat membuat pendengar tetap mendengarkan saluran stasion radio untuk waktu yang lama).(1996:13)

Pernyataan diatas diartikan bahwa program siaran adalah aktivitas yang terdiri dari informasi, hiburan dan komersial berupa musik dan siaran kata yang disajikan oleh penyiar dimana penyusunan pelaksanaanya diusahakan untuk meningkatkan jumlah pendengar dan agar pendengar dapat memenuhi kebutuhan informasi dan selalu mendengarkan siaran radio sesering mungkin dan bias saja menjadi pendengar setia acara tersebut.

Format sederhana dari sebuah program acara menurut Masduki dalam buku Menjadi *Broadcaster Profesional* adalah sebagai berikut :

1. Frekuensi penyajian acara

2. Kredibilitas penyiar atau pembawa acara
3. Isi pesan
4. saluran informasi (Masduki, 2004:117)

Berdasarkan format tersebut diatas dapat digolongkan kedalam sebuah indikator-indikator yang mempengaruhinya yaitu :

1. Indikator frekuensi penyajian acara seperti yang dikemukakan oleh Madsuki dalam bukunya Menjadi *Broadcaster Profesional* sebagai berikut :
    a. Intensitas (durasi) adalah lamanya waktu yang digunakan dalam menyiarkan suatu program siaran.
    b. Pengaturan waktu adalah batas waktu yang telah ditentukan dalam menyiarkan suatu program siaran.

    (Masduki, 2004:31)
2. Indikator penyiar atau pembawa acara seperti yang dikemukakan oleh Madsuki dalam bukunya Menjadi *Broadcaster Profesional* sebagai berikut :
    a. Menguasai masalah dan jalannya diskusi yaitu tahu persis apa yang sedang terjadi atau apa yang sedang dibicarakan dengan tingkat pengetahuan yang memadai serta mengetahui bagaimana cara mengendalikan jalannya pembicaraan dan menyeimbangkan porsi antara nara sumber dan penyiar.
    b. Artikulatif yaitu terampil menuturkan dan merumuskan pandangan-pandangan terhadap masalah yang sedang terjadi

selama acara tersebut berlangsung dan mampu melakukan improvisasi. (Masduki, 2004:117-118)

3. Indikator nara sumber seperti yang dikemukakan oleh Madsuki dalam bukunya Menjadi Broadcaster Profesional sebagai berikut :
    a. Memiliki kompetisi tentang topik permasalahan yang sedang dibahas yaitu seorang nara sumber harus memiliki pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.
    b. Artikulatif yaitu memiliki kemampuan berbicara yang baik, jelas, runtut dan berisi.(Masduki, 2000:143)

Dari penjelasan diatas mak peneliti menyimpulkan Intensitas Penyiaran, Kredibilitas Komunikator, isi pesan, dan bentuk penyajian sebagai indikator dalam penelitian yang akan dilakukan.

Adapun penjelasan dari masing-masing indikator tersebut adalah sebagai berikut:

Program radio adalah rangkaian acara radio sepanjang hari. Program ini dikelompokkan menjadi beberapa bagian waktu yang diformulasikan dalam bagian waktu acara siaran mingguan, bulanan, tahunan, serta harian yang dikemas pada program pagi, siang sore, malam dan dini hari. Setiap siaran radio mempunyai intensitas penyiaran yang berbeda-beda, baik itu frekuensi maupun durasi penyiarannya.

Penjelasan diatas menggambarkan bahwa durasi siaran memiliki andil dalam membentuk kerangka psikologi pendengar untuk dapat merasa

dekat dengan intensitas siaran yang cukup lama. Dengan alasan ini pula peneliti menempatkan intensitas siaran dalam identifikasi masalah selanjutnya agar peneliti dapat menjelaskan mengenai adanya keterkaitan mengenai intensitas siaran dengan peningkatan pengetahuan remaja tentang cinta dalam program acara *private room*.

Dalam pengidentifikasian durasi siaran, peneliti ingin menunjukan bagaimana jam siaran turut andil dalam membentuk kepercayaan pendengar untuk dapat mengadopsi berbagai informasi. Dalam intensitas siaran ini peneliti menjabarkan mengenai panjangnya waktu siaran, penempatan jam siaran, estimasi pembagian segmentasi berita, dan intensitas waktu siarannya ke dalam suatu pembahasan yang intim. Hal ini untuk menunjukan bahwa durasi siaran bukan dengan tanpa tujuan dibuat dan ditempatkan tetapi lebih untuk dapat menyentuh sisi psikologi pendengar dengan adanya kedekatan dan intensitas waktu yang terjaga dengan proporsional.

Dalam sebuah program siaran radio didalamnya tidak terlepas dari peran seorang penyiar, dimana penyiar memiliki peranan yang sangat penting untuk menyampaikan sebuah informasi yang dibutuhkan khalayak atau pendengar. Penyiar *(announcer)* adalah "Personil radio yang bertugas sebagai ujung tombak dari suatu radio, tidak terlepas dari strategi dalam rangka mengikat pendengar." (Effendy, 1991:127). Seorang penyiar harus mempunyai kredibilitas serta mampu menempatkan komponen-komponen yang ada di dalam kredibilitas tersebut, karena penyiar sebagai komunikator

merupakan kunci keberhasilan suatu program acara atau pesan yang disampaikan, serta diterima atau tidaknya suatu pesan oleh pendengar. Hal ini tergantung bagaimana penyiar dapat memandu acara itu.

Kemudian dalam melakukan tugasnya, seorang penyiar harus mempunyai sifat simpatik sesuai dengan yang dikemukakan oleh Effendy yaitu bahwa: "Seorang penyiar akan diterima baik oleh pendengarnya dengan senang hati apabila sang penyiar bersikap ramah dan simpatik." (Effendy, 1991:128).

Pesan komunikasi merupakan bagian terpenting dalam sebuah penyampaian informasi. komunikasi. Informasi bukan hanya perihal fakta atau kebenaran melainkan lebih luas lagi tentang scope, prosesnya menggunakan informasi itu sendiri. Informasi digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pembuat kebijaksanaan dan juga pembuat keputusan, sehingga informasi merupakan suatu kebutuhan yang dianggap sangat penting. Pesan komunikasi terdiri atas dua aspek yakni ide atau isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa mencakup suatu hal, dan lambang yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, dan sebagainya.

Kemudian agar menjadikan komunikasi berjalan lancar, maka pesan dari komunikasi harus mampu meramalkan efek yang timbul pada komunikan seperti yang dikemukakan oleh Schramm, yang dikutip oleh Effendy dalam bukunya *"Teori, ilmu dan filsafat komunikasi"*, bahwa rumusan pesan harus:

a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
b. Pesan harus menggunakan lambang-lambang yang tertuju kepada pengalaman yang sama kepada komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti.
c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

(Effendy, 1993:41-42).

Dalam penelitian ini mengenai kebutuhan seseorang yaitu pendengar yang ikut pada program *"Private Room"* biasanya merujuk kepada hirarki kebutuhan *(need hirarchi)*. Menurut Abraham Maslow, 1954, ia membedakan lima perangkat kebutuhan dasar yaitu:

1. *Physiological need* (Kebutuhan fisik)
2. *Safety need* (Kebutuhan keamanan)
3. *Love need* (Kebutuhan cinta)
4. *Esteem need* (Kebutuhan penghargaan)
5. *Self / actualization need* (Kebutuhan aktualisasi diri).

(Effendy, 1993:290).

Dalam radio siaran harus dikemas semenarik mungkin guna meraih para pendengar. Dialog interaktif dalam suatu radio siaran harus dikemas

menarik, jangan bersifat monoton atau menjemukkan. (Stokkink, 1997:145). Teknik penyajian/format program dalam suatu program radio menyebutkan siaran dapat berformat *single talk* (siaran sendiri)/monolog, kolokium (obrolan santai)/dialog interaktif dan dramatisasi. (Muthe, 1996:38).

Radio siaran diberi julukan *"The fifith estate"* disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak. Hal ini dikarenakan beberapa faktor yaitu: daya langsung, daya tembus, dan daya tarik.

Salah satu faktor yang menyebabkan siaran mempunyai kekuasaan kelima adalah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini adalah disebabkan sifatnya yang serba hidup berdasarkan atas tiga unsur yaitu: musik, kata-kata, efek suara. (Effendy, 1991:141).

> "Radio merupakan alat komunikasi yang paling baik untuk musik. Haruslah ada musik dalam setiap programa siaran. Sebuah stasiun radio dapat mengetahui dengan tepat jenis programa mereka dengan melihat sejauh mana pendengar dapat menerima berbagai jenia musik. Radio harus memilih musik yang paling banyak membantu untuk memasukkan pesan komunikator. Oleh karena itu sedapat mungkin musik musik menjiwai suasana dan situasi yang komunikator maksudkan untuk meraih para pendengar. Kemudian dalam memilih musik yang paling tepat dapat dititikberatkan dalam dua prinsip yaitu: Pertama, pilihlah musik yang dengan cara paling mudah melukiskan suasana dalam menyampaikan pesan penyiar kepada pendengar. Kedua, selera pendengar juga harus diperhatikan. Dimana musik yang dipilih haruslah musik yang disukai dan dimengerti pendengar. (Sunyoto, 1977:31-34).

Menurut Palapah dan Syam menambahkan mengenai musik dalam suatu programa radio yaitu bahwa "Dengan musik dimaksudkan untuk menciptakan suasana, bisa membangkitkan emosi dan partisipasi pendengar." (Palapah dan Syam, 1983:111).

Sound Effect atau efek suara sebagai penunjang dari suatu program digunakan untuk memberikan sugesti yang nyata dan menciptakan suasana tertentu. (Sunyoto, 1977:45).

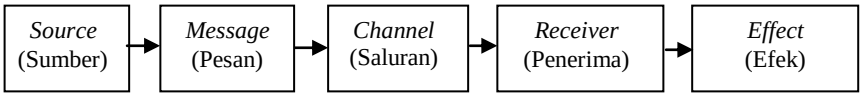
Terdapat alasan mengapa *sound effect* harus dipergunakan dalam suatu program, yaitu: "Untuk menitikberatkan dan menghangatkan suatu suasana dan situasi tertentu yang memerlukannya. Misalnya: suasana kisah cinta dapat dihangatkan dengan musik romantis sebagai latar belakang." (Sunyoto, 1977:38).

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu kepada pendapat Rhenald Kasali mengenai proses Public Relations, yaitu seseorang telah melakukan peranan apabila telah melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu membuat perencanaan terlebih dahulu, kemudian melakukan kegiatan yang direncanakan, apa pesan yang akan disampaikan melalui kegiatannya, media apa yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatannya, dan bagaimana evaluasi dari kegiatan yang sudah dilakukan. (Rhenald Kasali, 2006 : 31)

Sehingga peneliti dalam penelitian ini menerapkan Model komunikasi S-M-C-R-E yang diperkenalkan oleh Everett M. Roger dan W. Floyd Shoemaker dalam bukunya yang berjudul *Communication of Innovation* yang menyatakan "*A common model of communications process is that source, message, channel, receiver and effect*" ("Model umum dari proses komunikasi adalah sumber, pesan, saluran, penerima, dan efek")

(Ruslan, 2003:101). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.3 Model Komunikasi S-M-C-R-E



(Sumber: Ruslan, 2003:101)

- **Source** merupakan sumber informasi atau pihak yang menciptakan pesan baik seseorang atau kelompok, dalam penelitian ini adalah Penyiar Program acara "*Private room*".
- **Message** merupakan pesan yang disampaikan oleh sumber dalam suatu kode simbolik, seperti bahasa, atau isyarat, dalam penelitian ini adalah solusi-solusi yang diberikan oleh penyiar program *private room*.
- **Channel** adalah medium yang membawa pesan, dalam penelitian ini untuk menyampaikan informasi menggunakan media massa yaitu radio.
- **Receiver** adalah seseorang atau kelompok yang menjadi sasaran komunikasi, dalam penelitian ini adalah remaja yang mendengarkan program acara *private room.*
- **Effect** yaitu akibat yang ditimbulkan dari pesan yang diterima, dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang diperoleh para remaja pendengar program *private room.*

(Sumber: Ruslan, 2003:101)

Dari Gambar 2.3 di atas dapat dijelaskan bahwa efek (pengetahuan) bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Message (pesan) yang disampaikan kepada komunikan memiliki kemungkinan untuk diterima atau

ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Apabila komunikan sudah memperhatikan, maka proses berikutnya diharapkan komunikan akan mengerti.

Selanjutnya jika komunikan telah mengerti maka komunikan akan mampu melakukan penerimaan baik secara positif ataupun negatif. Dengan demikian akan muncul respon pada komunikan, yang dalam penelitian ini adalah pengetahuan, dan dari pengetahuan ini akan terbentuklah perubahan sikap dan pemahaman dari komunikan.

Adapun tujuan komunikasi adalah terjadinya perubahan sikap pada kognitif, afektif dan konatif pada diri komunikan. Perubahan sikap merupakan efek dari penyampaian pikiran dan perasaan. Perubahan sikap menurut Alexis.S. Tan meliputi satu/komponen sebagai berikut:

1. Komponen Kognitif. Komponen ini berhubungan dengan informasi dan pengetahuan, dimana seseorang yang asalnya tidak tahu menjadi tahu, tidak mengerti menjadi mengerti dan bingung menjadi merasa jelas
2. Komponen Afektif. Komponen ini berkaitan dengan perasaan seseorang
3. Komponen Konatif. Komponen ini bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan.

(Effendy, 1986 : 66-67).

Tetapi dalam hal ini peneliti hanya membatasi dan membahas pada bidang kognitif saja yang berhubungan dengan pengetahuan yang berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi jelas.

Perubahan yang berupa pengetahuan dan kepercayaan merupakan bagian dari aspek kognitif manusia yang akan mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan mengenai objek sikap yang dimilikinya.

> "Pengetahuan terjadi apabila ada penambahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersesi khalayak. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi, pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.". (Rakhmat, 1988:219).

Aspek kognitif ini merupakan aspek internal yang mendorong seseorang bertingkah laku untuk mendorong terjadinya perubahan dalam diri individu maka harus ada stimulus atau rangsangan yang mampu menciptakan suatu hubungan baru sehingga dapat mendorong individu untuk mengubah sikapnya sesuai dengan keinginan komunikator.

Dampak kognitif adalah timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan kata lain tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan. (Effendy, 1986 :8).

Seorang komunikator yang melakukan komunikasi, yaitu berupa penyebaran pesan kepada komunikan dengan mengharapkan efek

komunikasi, salah satunya adalah efek kognitif, yang merupakan penambahan pengetahuan dan pemahaman komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

> "Pengetahuan terjadi apabila ada penambahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersesi khalayak. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi, pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi". (Rakhmat, 1988:219).

Selanjutnya jika komunikan telah mengerti maka komunikan akan mampu melakukan penerimaan baik secara positif ataupun negatif. Dengan demikian akan muncul respon pada komunikan, yang dalam penelitian ini adalah pengetahuan, dan dari pengetahuan ini akan terbentuklah perubahan sikap dan pemahaman dari komunikan.

Pengetahuan dan pemahaman yang diterima dan didapatkan ini merupakan bagian kognitif dari para remaja. Dalam penelitian ini mengaplikasikan teori Bloom dari Benyamin S. Bloom dan kawan-kawan. Bahwa aspek kognitif terbagi atas enam kelompok yang tersusun secara hierarkis mulai dari kemampuan yang paling tinggi, yaitu : *Knowledge, Comprehension, Application, Analysis, Synthesis, dan Evaluation.* Dari tingkatan pengetahuan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Pengetahuan : mengacu kepada kemampuan mengenai atau mengingat materi yang sudah dipelajari dari yang sederhana sampai teori-teori sukar, yang penting adalah kemampuan mengingat keterangan denan benar.
- Pemahaman : mengacu kepada kemampuan memahami makna materi. Aspek ini satu tingkat berpikir yang rendah.
- Penerapan : mengacu kepada kemampuan menggunakan atau menerapkan materi yang sudah dipelajari pada suatu yang baru dan

menyangkut penggunaan aturan, prinsip. Penerapan merupakan tingkat kemampuan berpikir yang lebih tinggi daripada pemahaman.

- Analisis : mengacu kepada kemampuan menguraikan materi ke dalam komponen-komponen atau faktor penyebabnya dan mampu memahami hubungan diantar bagian yang satu dengan yang lainnya sehingga struktur dan aturannya lebih dimengerti.
- Sintesis : mengacu kepada kemampuan memadukan konsep atau komponen-komponen sehingga terbentuk satu pola struktur atau bentuk baru. Aspek ini memerlukan tingkah laku yang kreatif, sintesis merupakan kemapuan sebelumnya.
- Evaluasi : mengacu kepada kemampuan memberikan pertimbangan terhadap materi untuk tujuan tertentu. (Usman, 1992:30)

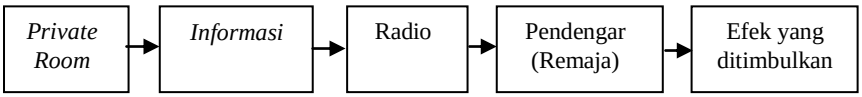
Dari tingkatan pengetahuan menurut Benyamin S. Bloom dan kawan-kawan disimpulkan bahwa, tingkatan pengetahuan seseorang dimulai dari tingkat yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Pada tingkat kognitif yang pertama yaitu pengetahuan yaitu mengacu kepada mengetahui hal-hal tertentu, pokok-pokok pikiran, fakta-fakta spesifik, sehingga mampu mengidentifikasikan, memberi ciri, dan mengingat kembali.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka konseptual adalah pengaplikasian kerangka teoritis terhadapa penelitian yang akan dilakukan peneliti, pengaplikasian ini meliputi kombinasi antara unsur-unsur yang terkandung pada setiap teori atau definisi-definisi yang telah dikemukakan.

Selanjutnya adalah aplikasi model SMCRE, yang dalam pengaplikasian modelnya menunjukan bahwa penyampaian pesan berupa informasi dalam program program siaran *private room* dalam meningkatkan pengetahuan remaja tentang cinta.

Gambar 2.4 Pengaplikasian Model



Sumber: Aplikasi Peneliti, April 2012

Aplikasi model komunikasi SMCRE diatas menunjukan proses komunikasi berjalan satu arah dengan mengikuti tanda panah sebagai sebuah bentuk komunikasi linear. Komunikasi dimulai dari program siaran *private room* yang berperan sebagai *source* (sumber) dalam penelitian ini yang kemudian menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan berupa solusi-solusi tentang permasalahan cinta yang diberikan oleh penyiar radio tersebut kepada pendengarnya yang tentunya memiliki nilai positif.

Selanjutnya proses komunikasi berlanjut melalui elemen *channel* (saluran) berupa media radio, karena *private room* merupakan program siaran dalam radio jadi dapat dipastikan bahwa media yang digunakan merupakan media auditif dalam radio. Proses komunikasi berakhir pada sampainya pesan kepada *efect* (efek) yakni efek yang ditimbulkan oleh pendengar program acara tersebut setelah mendengarkan solusi yang diberikan oleh penyiar program acara *private room*, yaitu perubahan sikap, pengetahuan yang baru, *persuasive*, menerima atau menolak solusi yang diberikan oleh penyiar tersebut.

Menurut teori SMRCE ini, pengetahuan terdapat pada bagian komunikan yang timbul akibat dari efek yang ditimbulkan oleh komunikan itu sendiri. Bila melihat teori SMRCE ini asumsi dasar yang melandasi teori ini adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi juga terjadi pada

pengetahuan yang dapat dipahami dan diterima remaja. Pengetahuan remaja terbentuk dari aspek kognitif, yaitu dimulai dari:

- ***Pengetahuan;*** kemampuan para remaja untuk mengingat informasi-informasi yang diberikan oleh penyiar mengenai solusi tentang permasalahan cinta yang sedang dialami para remaja.
- ***Pemahaman;*** kemampuan para remaja memahami maksud dan makna dari informasi yang telah diberikan mengenai solusi tentang permasalahan cinta remaja.
- ***Penerapan;*** setelah dipahami maka informasi yang telah disampaikan dan dipelajari diterapkan dalam kehidupan sehari-hari atau dipakai sebagai aturan dan prinsip yang baru dalam dunia percintaan. Pada tahap ini remaja mulai berpikir dalam tingkatan yang lebih tinggi.
- ***Analisis;*** setelah informasi atau pesan tentang solusi permalsahan cinta diterapkan, maka remaja mampu mengetahui faktor-faktor penyebab dan mampu memahami soal permasalahan cinta yang sering dialami oleh remaja.
- ***Sintesis;*** pada bagian ini mengarah kepada kemapuan remaja untuk lebih kreatif dalam berpikir dan bertingkah laku. Remaja mampu memadukan solusi-solusi yang disampaikan oleh penyiar melalui program *private room* sehingga terbentuk pribadi yang baru.
- ***Evaluasi;*** pada aspek ini mengacu kepada kemampuan remaja untuk memberikan pertimbangan atas informasi yang telah disampaikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana seorang penyiar dalam menyampaikan informasi kepada pendengar yang berkonsultasi dalam program *"Private Room"* di Radio Nuansa (104.2) FM, sehingga pendengar dapat menerima dan menyerap informasi yang disampaikan serta belajar memahami apa yang disampaikan oleh penyiar, yaitu pengetahuan mengenai solusi-solusi atau masukan-masukan yang diberikan oleh seorang penyiar program radio tersebut dan diharapkan dapat memberikan solusi alternatif dalam meningkatkan pengetahuan tentang permasalahan-permasalahan cinta yang ada.

Fokus penelitian adalah meneliti mengenai peranan program *Private Room* itu sendiri dengan pengetahuan para pendengarnya yaitu remaja yang telah berpartisipasi pada program acara tersebut dalam meningkatkan pengetahuan remaja tentang cinta yang meliputi intensitas penyiaran, kredibilitas penyiar, pesan program *"Private Room"*, bentuk penyajian program *"Private Room"*, serta pengetahuan pendengar sendiri setelah mengikuti acara tersebut.

Berdasarkan teori yang digunakan oleh peneliti, dalam program acara *"Private Room"* dapat diukur dari intensitas yang meliputi frekuensi dan durasi. Pada program acara *"Private Room*" ini yang merupakan suatu program dari radio Nuansa (104.2) FM, dalam setiap kali penyiarannya mengenai frekuensi ada yang mendengarkan secara keseluruhan, ada juga yang setengah, bahkan seperempat dari lamanya penyiaran. Sedangkan mengenai durasinya, Program acara *"Private Room"* disiarkan selama

kurang lebih 120 menit. Program tersebut diadakan setiap hari kamis pada pukul 07.00 sampai dengan 09.00 WIB.

Dikarenakan penyiar merupakan komunikator dari suatu komunikasi, maka penyiar tersebut harus memiliki kredibilitas-kredibilitas yang baik dan memiliki sifat-sifat seorang penyiar yang ideal agar acara tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Pada acara *"Private Room"* pesan merupakan hal yang perlu diperhatikan, karena pesan itulah yang diharapkan mempunyai daya tarik, terhadap perhatian pendengar sebagai komunikan. Pesan harus dimengerti oleh pendengar , maka penyiar selaku komunikator harus mengetahui cara penyampaian pesan sehingga jelas.

Dalam radio siaran harus dikemas semenarik mungkin guna meraih para pendengar. Dialog interaktif dalam suatu radio siaran harus dikemas menarik, jangan bersifat monoton atau menjemukkan. Dikarenakan pada dasarnya mayoritas masyarakat atau audience radio ingin menikmati sajian dari suatu program dan dapat menarik diri untuk merasakan suasana program tersebut.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang peneliti tentukan adalah terbagi menjadi beberapa hipotesis induk dan sub hipotesis, diantaranya sebagai berikut:

Hipotesis induk dalam penelitian ini adalah:

H_1 = Ada Pengaruh antara Program "*Private Room*" di Radio Nuansa 104.2 FM Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

H_0 = Tidak Ada Pengaruh Program "*Private Room*" di Radio Nuansa 104.2 FM Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

Untuk mempermudah penelitian ini, maka peneliti menjabarkan hipotesis menjadi beberapa sub hipotesis, yaitu:

1. H_1 = Ada Pengaruh Antara Intensitas Penyiaran Program *"Private Room"* di Radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh Antara intensitas penyiaran program *"Private Room"* di radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

2. H_1 = Ada Pengaruh Antara Kredibilitas Komunikator Program *"Private Room"* di Radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh Antara Kredibilitas Komunikator program *"Private Room"* di radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

3. H_1 = Ada Pengaruh Antara Isi Pesan Program *"Private Room"* di Radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

H_0 = Tidak Ada Pengaruh Antara Isi Pesan program *"Private Room"* di radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

4. H_1 = Ada Pengaruh Antara Bentuk Penyajian Program *"Private Room"* di Radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh Antara Bentuk Penyajian program *"Private Room"* di radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

5. H_1 = Ada Pengaruh Antara Program *"Private Room"* di Radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh Antara Program *"Private Room"* di radio Nuansa (104.2 FM) Cirebon Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Mengatasi Masalah Cinta