BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Sejenis Yang Relevan

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah penulis baca diantaranya pada table sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Camellia Lathifah tahun 2011, dengan judul Daya Tarik Isi Program Ngaruwat Budaya Jeung Basa Sunda Oleh Radio Siaran Pemerintah Daerah 95,0 FM Cianjur Dalam Melestarikan Kebudayaan Cianjur Dikalangan Pendengarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Riefki tahun 2011, dengan judul Pengaruh Daya Tarik Outside Broadcast Van MGT Radio 101.1 FM ‘MGT-MV’ (MGT-Mobile Van) Oleh Publik Relatoins & Promotions Terhadap Sikap Pendengar On Air di Istana Plaza dan Cihampelas Walk Kota Bandung.

Penelitian yang dilakukan oleh Farly Fauzan tahun 2012, dengan judul Daya Tarik Pesan Yang Disampaikan Oleh Penyiar Dalam Acara Opini Mahasiswa Jakarta (O.M.J) RRI Jakarta Pada Pendengarnya.

Untuk lebih jelasnya peneliti menambahkan penelitisn yang relevan tersebut diatas pada table 2.1 sebagai berikut :

2.1.2 Tinjauan ilmu komunikasi.

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). (Hovland, Janis & Kelley:1953)

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain. (Berelson dan Stainer, 1964)

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect? (Lasswell, 1960)

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. (Gode, 1959)

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. (Barnlund, 1964).

Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. (Ruesch, 1957)

Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya. (Weaver,1949).

Adapun definisi komunikasi menurut Roger dan D. Lawrence (1981), adalah

> "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004 :19).

Sedangkan Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa komunikasi adalah

> "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya" (Effendy, 1993 :28).

Berbagai definisi diatas adalah sebagai definisi mengenai komunikasi dan masih banyak lagi definisi mengenai komunikasi lainnya yang dikemukakan oleh para ahli namun pada khakikatnya tujuan dari komunikasi sama – sama bertujuan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan secara efektif.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa.

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa.

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu

sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa) yaitu media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni seperti media tradisional seperti kantongan, angklung, gamelan, dan lain – lain. Jadi, disini jelas media massa menunjukan pada hasil produksi teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. (Nurudin,2007:3)

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan oleh Bitter, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is massages communicated trough a mass medium to a large number of people*) (Rahmat,2003:188)

Sedangkan definisi yang lebih lengkap dikemukakan oleh W.Wright. menurut Wright, komunikasi massa adalah "bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak – corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut : khalayak yang relative besar, heterogen, dan anonym ; pesan disampaikan secara terbuka, sringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak,secara serentak, bersifat sekilas ; komunikasi

cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. (Rahmat,2003:189)

2.1.3.2 Ciri –ciri Komunikasi Massa

Menurut Nurudin dalam bukunya pengantar komunikasi massa menjelaskan terdapat 7 ciri – ciri komunikasi massa, yaitu:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen.
3. Pesannya bersifat umum.
4. Komunikasi nya berlangsung satu arah.
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
7. Komunikasi massa Dikontrol oleh gate keeper. (Nurudin:2007)

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (dalam Ardianto dkk,2007) terdiri dari lima fungsi, yaitu :

1. *Surveillance* (pengawasan). Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam benrtuk utama, yaitu warning or beware Surveilance (pengawasan peringatan) dan instrumental Surveilance (pengawasan instrumental).
2. *Interpretation* (penafsiran). Media massa tidak hanya memasok fkta dan data, tetapi juga memberika penafsiran terhadap kejadian – kejadian penting. Contoh nyata penafsiran media massa dapat dilihat pada halaman tajuk rencana surat kabar.

3. *Linkage* (pertalian). Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmissional of values* (penyebaran nilai – nilai) fungsi ini disebut juga sosialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi prilaku dan nilai kelompok.
5. *Entertainment* (hiburan). Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televise dan disiarkan di radio, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. (Elvinaro:2007:18)

2.1.4 Tinjauan Pesan

"Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi *(the content*) dan lambang (symbol). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan"(Effendy, 2000,11).

Bahasa adalah lambang yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (gesture) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga

terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang pada orang lain.

Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan itu adalah "produk fiktif yang nyata yang dihasilkan oleh sumber–encoder". (Siahaan, 1991:62).

Dalam menciptakan pengertian yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin. Sedikitnya ada sembilan pesan menurut S.M Siahaan dalam bukunya *"Komunikasi Pemahaman dan Penerapan"* yaitu:

1. Pesan harus cukup jelas (*Clear*), bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit, tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
2. Pesan itu mengandung kebenaran yang mudah diuji (*Corect*), berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak diragukan.
3. Pesan itu diringkas (*Concise*) dan padat serta disusun dengan kalimat pendek (*to the point*) tanpa mengurangi arti yang sesungguhnya.
4. Pesan itu mencakup keseluruhan (*Comprehensif*), ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting dan yang patut diketahui komunikan.

5. Pesan itu nyata (*concret*) dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada, tidak sekedar isu/kabar angin.
6. Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis.
   a. Pesan itu menarik dan meyakinkan (C*onvincing*) menarik karena bertautan dengan dirinya sendiri, menarik dan meyakinkan karena logis.
   b. Pesan itu disampaikan dengan sopan (*Courtesy*) harus diperhitungkan kadar kebiasaan, kepribadian, pola hidup dan nilai-nilai komunikasi, nilai etis sangat menentukan sekali bagaimana orang bisa terbuka.
   c. Nilai pesan itu sangat mantap (Concisten) artinya tidak mengandung pertentangan antara bagian pesan yang lain, konsistensi ini sangat penting untuk meyakinkan komunikan akan kebenaran pesan yang disampaikan. (Siahaan, 1991:63)

2.1.5 Tinjauan Radio

2.1.5.1 Sejarah Radio

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio diudara, tahun 1896, Googlielmo Marconi menciptakan wireless telegraph yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode morse. Marconi lantas mendirikan perusahaan pengirim pesan kedatangan dan

keberangkatan kapal, mendirikan station pemancar dan penerima, terutama dikawasan yang tida terjangkau kabel telegraf.

2.1.5.2 Sejarah Radio siaran di Indonesia.

Sejarah radio di Indonesia menunjukan bahwa media ini memiliki peran besar dalam berdirinya Negara Indonesia. Gaung proklamasi Indonesia ditangkap di seantero Nusantara melalui gelombang radio yang berpusat di Bandung. Naskah proklamasi dibacakan pada pukul 19.00 tanggal 17 Agustus 1945 oleh Sakti Alamsjah, didampingi oleh Sam Ami, R.A. Darya dan Ny, Odas sumadilaga. Peran heroic radio tidak hanya sampai disini, Radio Republik Indonesia (RRI) yang didirikan pada 11 september 1945 oleh Adang Kadarsiman dan Abdulrahman saleh atau yang lebih dikenal dengan Pak Karbol, ,menyiarkan propaganda berupa pidato-pidato pembakar semangat ketika *psy war* dengan pihak musuh berlangsung.

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 siaran baik yang

bergerak difrekwensi AM dan FM, seluruhnya berjumlah 55 station radio.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.

2.1.5.3 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 :

1. **Imajinatif**

   Radio siaran hanya bisa didengar oleh pendengarnya. Sehingga ketika penyiar berbicara didepan 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.

2. **Auditori**

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

3. **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.

4. **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.

2.1.5.4 Kekuatan Radio Siaran

Berbicara mengena kekuatan radio banyak para ahli menafsirkan dalam berbagai bukunya, Kekuatan yang dimiliki oleh radio siaran diakibatkan oleh tiga faktor yakni (Effendy, 2003:139) :

1. 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.
2. 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.
3. 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.

Selain kekuatan radio yang diutarakan oleh Effendy tersebut di atas kekuatan radio pun dituturkan oleh Santi Indra Astuti S.Sos., M.Si dalam bukunya yang berjudul “Jurnalisme Radio” yang menurutnya ada lima kekuatan radio. Antara lain :

1. Radio dapat membidik khalayak yang spesifik, artinya radio dapat memiliki kemampuat untuk berfokus pada kelompok demografis yang di kehendaki. Selain itu, untuk merubah dan mempertajam segmen atau ceruk sasaran yang dituju, radio lebih fleksibel dibandingkan dengan media massa lainnya.
2. Radio bersifat *mobile* dan *portible*, orang dapat menjinjing radio kemana saja. Sumber energinya kecil dan sama *portable*-nya. Radio dapat menyatu dengan alat penunjang kehidupan lainnya, mulai dari senter, mobil, hingga *handphone.* Harga radio relative jauh lebih murah di bandingkan media massa lain.
3. Radio bersifat instrusif, memiliki daya tembus yang tinggi sulit sekali menghindari dari siaran radiom begitu radio dinyalakan. Radio bias menembus ruang –ruang dimana media massa lain tidak bias masuk, misalnya didalam mobil. Walaupun kini televisi telah menjadi salah satu asesoris mobil, tetapi radio menjadi bagian takterpisahkan dri mobil.
4. Radio bersifat fleksibel, dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera, dapat secepatnya membuat perubahan.
5. Radio itu sederhana ; sederhana mengoprasikannya, sederhana mengelolanya (tak serumit media lain), dan sederhana isinya. Tidak diperlukan konsentrasi tinggi untuk menyimak radio. Bahkan orang dapat mendengarkan radio sambil menggarap

pekerjaan lain. Untuk mendengar radio,hanya dibutuhkan pendengaran. Mendengarkan radio tidak diperlukan kemampuan baca dan abstrak tingkat tinggi. (Santi : 2008 : 39)

2.1.5.5 Kelemahan Radio Siaran.

Jika kita berbicara kekuatan tentu saja pasti ada kelemahan, adapun beberapa kelemahan dalam radio siaran diantaranya :

1. 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.
2. 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.
3. 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.

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan meeskes yang menurutnya ada 3 (tiga) kelemahan radio siaran

1. *Radio Is Aural Only* satu – satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi (sound). Radio tidak dilengkapi dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar, untuk membayangkan kejadian yang sesungguhnya, orang pada dasarnya menggunakan taeter imajinasinya sendiri.
2. *Radio massage are short lived.* Yang namanya pesan radio hidupnya hanya sebentar –*short lived*. Pesan radio bersifat saru arah, sekilas dan tidak dapat ditarik lagi begitu di udarakan. Karena itu, menyampaikan pesan melalui radio bukan pekerjaan main-main. Tetapi harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab.
3. *Radio listening is prone ti distraction.* Mendengarkan radio itu rentan gangguan, radio hanya berurusan dengan satu indra saja. Begitu pendengaran terganggu, maka tidak ada lagi cerita radio dalam kehidupan seseorang. Orang juga kerap mendengarkan radio sambil melakukan pekerjaan lain. Akibatnya, konsentrasi kerap terpecah. (meeske : 2003) (Astuti : 2008 : 40).

2.1.6 Tinjauan Penyiar.

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 didepan 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.

2.1.7 Tinjauan Pendengar radio.

Pendengar adalah orang atau bagian dari masyarakat yang senantiasa mendengarkan program acara dalam media massa radio, guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh pendengar tersebut, dalam beberapa buku dijelaskan bahwasanya pendengar radio memiliki karakteristik serta kebutuhan yang berbeda-beda.

Dengan demikian seorang penyelenggara media massa radio harus lah memperhatikan pesan atau informasi yang akan di sampaikan kepada pendengarnya, sehingga pendengar akan merasa tertarik dengan pesan dan informasi yang akan disampaikan, selain dari itu pada penyelenggara media massa radio harus mengnali dan mengetahui sifat atau karakteristik pendengarnya, siapa dan bagaimana pendengar atau konsumen yang akan atau sedang mendengarkan radio. Apa sifat-sifat mereka dan bagaimana mereka mengelola informasi yang akan atau telah disampaikan oleh media tersebut.

Dalam proses komunikasi selalu ada unsur komunikasi yang melekat didalamnya dan memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Dan salah satu unsur dari komunikasi tersebut adalam penerima, audience atau dalam konteks komunikasi dalam Radio disebut dengan pendengar yang diartikan,

> "penerima atau pendengar yang merupakan sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, yang bisa terdiri dari satu orang atau lebih ataupun dalam bentuk suatu kelompok tertentu (Cangara, 2010)."

Para pendengar Radio memiliki karakteristik tersendiri yang harus dipahami dan disikapi dengan benar oleh penyiar atau manajemen Radio.

Karakteristik pendengar tersebut antara lain :

1. Heterogen. Massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial-politik-budaya, dan kepentingan.
2. Pribadi. Pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antarpribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya "ngobrol". Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada SATU orang saat siaran.
3. Aktif. Pendengar Radio Siaran tidak pasif, tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi, dan menilai apa yang didengarnya.

2.1.8 Tinjauan Daya Tarik.

Jika kita berbicara daya tarik banyak buku serta para ahli yang mendefinisikan daya tarik,

Dalam Kamus Komunikasi, Onong Uchjana Effendy menuliskan,

> "Daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi" (Effendy, 1989: 18).

Dari definisi di atas dapat diketahui, daya tarik akan timbul dalam diri komunikan apabila orang atau lembaga yang menyampaikan pesan memiliki kekuatan dalam berkomunikasi. Kekuatan komunikator akan menarik perhatian komunikan, yang dalam proses komunikasi merupakan tahap awal dari adanya komunikasi yang efektif dan dinamis.

Daya Tarik Radio

Seperti pada latar belakang masalah diatas bahwasaanya sebuah radio memiliki daya tarik berdasarkan tiga unsur yang terdapat didalamnya yakni, musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effek*).

Tulang punggung pada sebuah radio siaran adalah music, orang menyalakan pesawat radio siaran tujuan utamanya adalah untuk mendengarkan musik, mendengarkan sandiwara, wayang, (golek atau kulit) dan acara hiburan lainnya.

Hampir dalam setiap program radio siaran dikemas dalam bentuk hiburan, setidaknya acara siaran kata pun diselingi dengan musik atau efek suara. Dalam acara dongeng, sandiwara dan

sejenisnya seringkali menggunakan efek suara agar memberikan kesan nyata bagi pendengarnya.

Misalnya efek suara berupa tiupan angina kencang, deburan ombak, suara mobil direm, suara orang berjalan dengan menggunakan suatu hak tinggi, suara pintu atau laci meja dibuka, suara letusan pistol, dan berbagai suara binatang. Suara efek tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi siaran radio.

2.1.9 Tinjauan Program Siaran

Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang disiarkan oleh lembaga penyiaroleh lembaga penyiar. Program siaaran merupakan segala hal yang ditampilkan, stasiun penyiar untuk memenuhi kebutuhan audiensnya (Morrisan, 2005).

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerimaan siaran.

Siaran berasal dari kata siar yang berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata siar yang ditambahkan akhiran

an membentuk kata benda, yang memiliki makna apa yang disiarkan (Pareno, 2002).

Isi program siaran merupakan materi atau *content* yang terkandung atau yang terdapat dalam sebuah tayangan acara atau program siaran yang disiarkan oleh stasiun radio radio maupun telivisi yang bisa dipertanggungjawabkan di hadapan publik selaku konsumennya.

Penyiar radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (daily program) dan program khusus atau mingguan (special program, weekly program). Program regular disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali, umumnya dijadwalkan malam hari dan akhir pekan.

2.2 KERANGKA PEMIKIRAN

2.2.1 KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Kerangka teoritis adalah suatu kumpulan teori dan model dari literatur yang menjelaskan hubungan dalam masalah tertentu (Silalahi, 2006:84). Didalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas masalah sebagai fokus penelitian. Bahasan

tersebut akan dijelaskan berhubungan dengan penelitian untuk membantu menjawab pokok masalah.

Dalam media masa komunikasi merupakan penyampaian informasi atau pesan pada khalayak,

Menurut Barnlund

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

Penyampaian komunikasi pada media massa tergantung pada presenter atau pembawa acara pada media televisi dan penyiar atau *announcer* pada media massa radio pada program acara yang dibawakannya, sedangkan pada *Nightmare Side* Ardan FM kekuatan komunikasi tergantung pada penyampaian informasi atau isi cerita oleh penyiar dan narator, jika komunikasi yang digunakan baik oleh penyiar yang baik maka program acaranya pun baik dan akan berdampak pada stasiun Radio yang baik pula,

Pada sebuah radio siaran seorang penyiar dan isi pesan merupakan daya tarik bagi khalayak yang mendengarkannya sehingga khalayak dapat tertarik pada program acara dalam sebuah radio, daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup, berkat tiga unsur paling inti pada sebuah radio, diantaranya : music, kata – kata, dan efek suara.

Definisi daya tarik menurut Moh. As'ad dalam bukunya Psikologi Industri, menyebutkan bahwa :

> "Daya tarik adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu." (As'ad, 1992 : 89).

Sedangkan Menurut Onong Uchjana Effendi yang ditulis dalam kamus komunikasi dijelaskan,

> "Daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi". (Effendy, 1989: 18)

Sedangkan Whiterington berpendapat mengenai pengertian daya tarik yang dikutip oleh M. Buchori yaitu : "kesadaran seseorang, suatu saat atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya, daya tarik harus dipandang sebagaimana sambutan yang sadar". (Buchori, 1988 : 135).

Maka dengan penguraian tersebut diatas peneliti dapat mengangkat sub focus pada penelitian yang akan dilakukan dengan menjawab subfokus yaitu : **Dayatarik Rasional, Dayatarik Emosional, Dayatarik Moral.**

Daya tarik isi pesan Menurut Kotler dalam Sindoro, meliputi :

1. **Daya tarik Rasional**

   Daya tarik ini berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri tiap individu. Daya tarik ini menunjukan manfaat atau kegunaan.

2. Daya tarik Emosional

Daya tarik ini berusaha untuk membangkitkan emosional negatif atau positif yang dapat memotivasi pelanggan tergerak untuk mendapatkan fasilitas yang disediakan.

3. Daya tarik Moral

Daya tarik moral diarahkan pada perasaan tiap individu tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah sosial. (Sindoro, 1996:81).

Dari beberapa definisi diatas peneliti berkesimpulan jika daya tarik adalah sesuatu hal yang dianggap menarik oleh khalayak sehingga dapat dinikmati dan selalu dinantikan kehadirannya.

Dan peneliti pun dapat menarik kesimpulan, bahwa untuk mengetahui sebuah program acara Radio yang kita ketahui pendengarnya sangat heterogen sehingga dapat bertahan program acara tersebut dalam jangka waktu lama maka diperlukan beberapa penelitian dimana daya tarik merupakan kekuatan dalam membentuk kesan dari suatu bentuk komunikasi yang sangat berperan dalam membentuk animo komunikan.

2.2.2 KERANGKA KONSEPTUAL.

Kerangka konseptual adalah suatu orientasi kausal terhadap studi yang direnungkan. Dalam kerangka konseptual sub fokus

yang telah ditetapkan pada kerangka teoritis akan coba dibahas untuk aplikasi dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, daya tarik *Nightmare Side* yang merupakan program acara dari radio Ardan 105.9 FM Bandung, bahwasannya, daya tarik kekuatan, pesan, Rasional< emosional dan moral serta Hambatannya. akan menguak dari Daya tarik *Nightmare Side* Ardan FM Bandung. Dengan menguraikan ke 3 subfokus berikut :

1. **Daya tarik Rasional** berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri tiap individu. Dayatarik ini menunjukan manfaat atau kegunaan. Dengan pengertian tersebut pada pesan yang merupakan cerita mistis *Nightmare Side* Ardan 105.9 FM Bandung, adanya manfaat serta kegunaan dari cerita – cerita yang disampaikannya sehingga dapat menibulkan daya tarik bagi pendengarnya.
2. **Daya tarik Emosianal** berusaha untuk membangkitkan emosional negatif atau positif yang dapat memotivasi pelanggan atau pendengar agar tergerak untuk mendapatkan fasilitas yang disediakan.

   Dari isi pesan yang merupakan cerita mistis Pada program siaran *Nightmare Side* Ardan 105.9 FM Bandung pendengar dapat memancing emosional negatif yang berupa marah, jijik, muak, malu, takut, dan sedih, sangat jelas jika kita lihat pesan dari

program tersebut yang merupakan cerita misteri dapat memancing day tarik emosianal negatif yang berupa rasa taku atau penasaran pada hal mistis. Tidak emosianal negatif, *Nightmare Side* Ardan Radio pun dengan ceritanya dapat memancing emosional positif yang berupa cinta, sayang, senang, gembira, kagum dan sebagainya. Sehingga pendengar baik secara langsung atau pun tidak langsung dapat ikut serta berpartisivasi dalam program acara tersebut, diantaranya mendengrkan atau mengirimkan cerita mistis untuk disiarkan bahkan mengirimkan saran atau kritik pada tim *Nightmare Side* Ardan radio.

3. Daya tarik Moral

Menurut Sudiro dalam bukunya menjelaskan Daya tarik moral diarahkan pada perasaan tiap individu tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah sosial. Dalam program *Nightmare Side* Ardan 105.9 FM radio daya tarik moral menjadi salah satu acuan program tersebut mengenai kebenaran dari isi pesan atau cerita misteri yang hendak disampaikan, sehingga kebenaran dan ketepatan yang dibutuhkan setiap individu dapat memancing daya tarik setiap pendengar *Nightmare Side* Ardan Radio.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana "Bagaimana Daya tarik pesan program *Nightmare Side* sebagai

program siaran unggulan Ardan 105.9 FM Bandung dalam menyampaikan informasi kepada pendengarnya?"

Daya tarik bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang tetapi lebih dari itu, dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Daya tarik dapat menjadi sesuatu proses yang dapat berkembang menjadi pemberian respon positif maupun respon negatif terhadap pesan komunikasi yang diberikan.

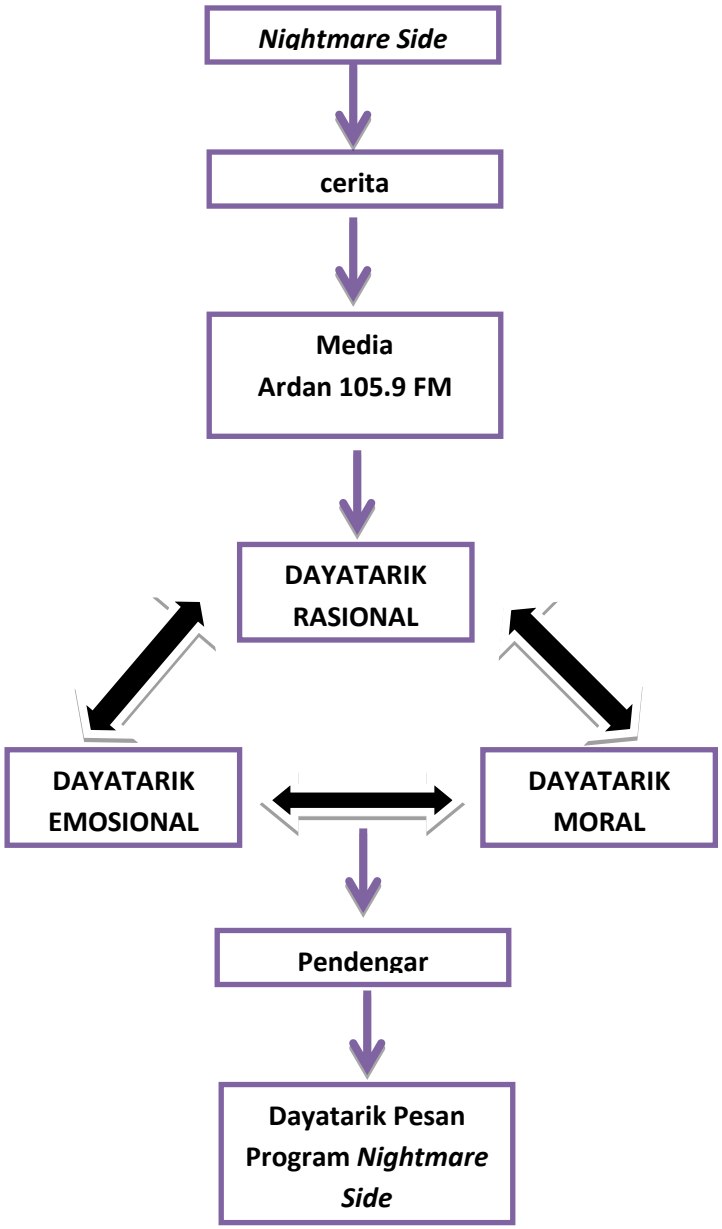
Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa fungsi media massa salah satunya adalah Entertainment (hiburan). Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi dan disiarkan diradio, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya..

Dapat dikatakan bahwa kemampuan menarik perhatian masyarakat dengan rangkaian informasi yang berupa cerita misteri pada program *Nightmare Side* , ini dimaksudkan Ardan 105.9 FM Radio adalah sebagai media hiburan sarana dimana pendengar dapat menikmati hiburan yang berbeda dari biasanya. Kepercayaan terhadap dunia mistis menjadi salah satu yang masi dipercayai oleh masyarakat di era teknologi dan global saat ini, khususnya di Indonesia. yang memiliki tujuan utamanya adalah menginformasikan cerita-cerita mistis di kota Bandung yang merupakan kepercayaan dari masyarakat serta dipercayai

kebenarannya dan diyakini pernah terjadi serta dialami oleh masyarakat itu sendiri.

Adapun model teori tersebut sebagai berikut :

Gambar 2.1
Penerapan Model dari Kotler



Sumber : Peneliti 2013

Dari penerapan model tersebut diatas bahwa isi pesan yang dikemas dapat memberikan stimulus yang dapat menimbulkan daya tarik pada pendengarnya. Melalui pesan yang telah dikemasnya. Stimulus tersebut menimbulkan Daya tarik rasional untuk memikirkan informasi atau pesan atau cerita *Nightmare Side* Ardan Radio, yang kemudian memancing sikap atau daya tarik Emosional yang dapat memotovasi pendengar untuk ikut serta berfartisivasi dalam program acara tersebut, atau menentukan sikap untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu sehingga terbentuk Dayatarik Moral yang menganggap bahwa *Nightmare Side* Ardan Radio adalah salah satu program yang benar dan tepat sebagai program hiburan yang menyuguhkan hiburan berupa cerita angker atau misteri yang jauh lebih baik serta berbeda dengan program acara lainnya yang sejenis, dengan menghadapi serta menghadapi hambatan – hambatan yang ada pada program acara tersebut. Dan menganggap program tersebut tepat untuk pendengar nikmati.