

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang:**

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin modern, dunia media massa di Indonesia juga telah berkembang pesat pada beberapa tahun terakhir ini baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Perkembangan ini tampak jelas pada tajamnya persaingan yang terjadi antara media-media di masyarakat sebagai salah satu pemenuhan informasi, ekspresi, komunikasi, pendidikan, persuasi maupun hiburan.

Salah satu media massa khususnya media elektronik yang mempunyai karakteristik yang berbeda dengan media lainnya ialah media radio. Kekuatan media ini terletak pada segi imajinasinya sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak efek suara dan menstimulasikan suara penyiar melalui telinga pendengarnya.

Pengertian “Radio” menurut ensiklopedi Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm). Radio adalah alat pengubah sinyal, dengan perangkat yang terdiri dari gelombang elektromagnetik dengan frekuensi dibawah kecepatan cahaya. (*www.wordpers.com*)

Penggunaan radio yang efektif dan efisien, membuat media ini banyak diminati khususnya di daerah perkotaan yang rentan dengan kemacetan, radio menjadi teman setia di perjalanan. Seseorang hanya tinggal menghidupkan pesawat radionya lalu mendengarkan. Ketika seseorang tersebut tidak menyukai program acara yang sedang berlangsung, orang tersebut dengan mudah dapat memutar atau menekan tuning untuk mengubah gelombang dan mencari siaran yang sesuai dengan selera yang diinginkan oleh pendengar.

Nilai lebih dari media radio siaran yaitu pesan yang disiarkan dapat ditata menjadi suatu kisah yang dihiasi dengan musik sebagai ilustrasi dan efek suara sebagai unsur dramatisasi. Tulang punggung radio siaran adalah kekuatan ilustrasi musik untuk membangkitkan daya khayal pendengar, sebab audiens menyalakan radio tidak hanya karena ingin mendengarkan musik, sandiwara, atau wayang sebagai suatu sarana hiburan saja tetapi juga untuk mendengarkan berita sebagai salah satu sumber informasi.

Pendengar radio pun tidak hanya memfungsikan radio sebagai media hiburan saja, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi lewat berita-berita yang disiarkan. Berita dalam media cetak mengandung pengertian sebagai peristiwa yang diulangi. Sedangkan dalam media radio berita adalah peristiwa yang dikomunikasikan kepada pendengar pada saat yang bersamaan dengan peristiwanya.

Ditengah berkembangnya media massa baik cetak seperti koran dan majalah, maupun media massa elektronik seperti televisi dan internet, radio banyak dipilih oleh masyarakat, contohnya karena adanya mobilitas masyarakat yang semakin meningkat dan kemacetan yang membuat manusia lebih sering berada di luar rumah dan tidak memungkinkan untuk membawa televisi kemana-mana, radio menjadi teman paling efisien untuk bisa dibawa kemana-mana, lewat handphone, mp3, mp4, semua sudah dilengkapi dengan fasilitas radio. Jangkauan frekuensinya pun banyak dan bisa dinikmati oleh semua khalayak. Hal-hal tersebut yang membuat masyarakat masih sebagai penikmat radio. Tidak hanya untuk mendengarkan lagu-lagu yang sedang *booming* atau pendengar yang bisa meminta lagu-lagu kesukaannya, para penikmat radio juga membutuhkan radio sebagai sarana untuk mendapatkan informasi berita ketika berada di jalan. Informasi atau berita melalui radio lebih aktual, dan lebih cepat penyampaiannya, karena secara teknis lebih memungkinkan dibandingkan dengan media lain seperti surat kabar dan televisi.

Prinsip berita radio adalah ketersegeraan (*actuality*), format kemasan (*bodystyle*), dan lokalitasnya. Berita hari ini dibaca hari ini, mungkin masih bisa dikejar oleh media cetak, tetapi jika berita detik ini di dengarkan detik ini juga, hanya radio yang bisa melakukannya. Media *online* seperti **detik.com** sekalipun harus membutuhkan waktu sejumlah detik untuk menayangkan berita dari reporter lapangan, tidak bisa secara langsung seperti yang dilakukan oleh media radio.

Sementara itu hanya reporter radio yang bisa melaporkan secara langsung peristiwa serupa, bahkan mengajak pendengar untuk berinteraksi memberikan tanggapan terhadap peristiwa aktual yang sedang dilaporkannya pada saat peristiwa yang sedang diliput secara langsung. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, karena sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisaikan. Radio dapat memperkuat nilai dan perubahan-perubahan pola perilaku seperti dari hasil penemuan Jamison dan McAnany di Amerika Latin, Afrika dan Tanzania yaitu radio menciptakan ruang publik (*public space*) agar pesan yang disampaikan ada timbal balik antara pendengar dan penyiar.

Dari sudut kepemilikan dan pengelolaan stasiun pemancar, radio dapat diklasifikasikan menjadi radio pemerintah seperti RRI, radio Pemerintah Daerah (Pemda) dan radio swasta yang tergantung dalam organisasi Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI). Dalam perkembangannya banyak sekali radio swasta yang ada di Yogyakarta yang bermunculan sebut saja: Geronimo, Star FM, radio-Q, UTY FM, Swaragama, Prambors, Rakosa, Rejo Buntung, dan masih banyak stasiun radio-radio lain. RRI adalah satu-satunya radio yang menyandang nama Negara. Siaran yang berlangsung di RRI ditujukan untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat diseluruh wilayah Indonesia. RRI sebagai radio resmi pemerintah yang berdiri pada tanggal 22 September 1945, sehingga pada setiap tanggal tersebut diperingati sebagai hari radio di Negara kita. Sebagai media resmi pemerintah, usia RRI sebaya dengan kemerdekaan bangsa Indonesia. (Moeryanto, 1996:16)

Saat reformasi datang, jurnalistik di radio menjadi kembali bergairah, seperti menemukan semangat sejati sebagai insan independen dan media yang bertanggung jawab kepada publik, insan radio berlomba menawarkan program jurnalisme. (Masduki, 2006:2). Setelah 32 tahun RRI menjadi corong pemerintahan di masa orde baru, maka berdasarkan UU No. 32 tahun 2002, RRI berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral dan tidak bersifat komersial yang tugasnya adalah memberikan pelayanan siaran informasi, berita, pelestarian budaya, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan menjaga citra positif bangsa di dunia internasional.

RRI secara bertahap berusaha memberikan program siaran agar disenangi oleh masyarakat. Rangkaian program RRI dikelompokkan dalam acara pemberitaan dan penerangan, acara pendidikan dan agama, serta acara kebudayaan dan hiburan. Ditengah persaingan dengan radio-radio swasta yang ada di Yogyakarta, RRI berusaha tetap mempertahankan eksistensinya dengan program acara yang diunggulkan dari radio-radio swasta yang lain ialah program acara berita.

Berkaitan dengan informasi, setiap jam RRI menyampaikan berita yang *di-relay* (sambung siar atau dipancarluaskan) secara nasional oleh semua pemancar radio di Indonesia. Misalnya bagaimana perkembangan yang berkaitan dengan rombongan umat Islam yang menunaikan ibadah haji, secara berkala setiap jam dilaporkan oleh RRI. Informasi yang berdasarkan pemantauan langsung terhadap kesibukan arus mudik lebaran diberbagai lokasi, setiap jam juga akan dilaporkan

ketika musim mudik berlangsung. Begitu halnya dengan peristiwa-peristiwa lain yang diperhitungkan mempunyai nilai berita bagi banyak pendengar, setiap jamnya akan disiarkan oleh RRI.

Sebagai media komunikasi massa, RRI mempunyai posisi yang sangat strategis dilihat dari informasi-informasi yang disiarkan melalui radio amat mudah dan cepat disampaikan. Selain itu jangkauan geografisnya lebih luas dibandingkan media televisi. Di dalam jajaran media elektronik, kepemilikan radio jauh lebih memasyarakat, sampai ke pelosok-pelosok pedesaan. Sehingga radio memiliki kemampuan besar untuk membentuk pendapat umum. Kunci dari radio adalah membaca situasi dan mendekat kepada pendengar.

Berita radio menurut Walter Lippman dalam bukunya McQuail:

Berita berfokus pada proses pengumpulan berita, yang dipandanginya sebagai upaya menemukan “isyarat jelas yang obyektif yang member arti suatu peristiwa”. Oleh karena itu berita bukan cermin kondisi sosial tetapi laporan tentang salah satu aspek yang membuatnya menonjol (dan bernilai). (McQuail, 2000:190)

Definisi berita radio sendiri, disimpulkan dari beberapa literatur oleh Masduki (2006:10): Suatu sajian laporan berupa fakta dan opini yang memiliki nilai berita penting dan menarik bagi sebagian orang dan disiarkan melalui media radio secara berkala.

Selain sebagai media informasi, hiburan, pelestarian budaya dan juga pendidikan, RRI juga melakukan beberapa penelitian dengan melakukan kerjasama dengan pihak pemerintah dan warga masyarakat. Beberapa contoh bentuk penelitian yang pernah dilakukan oleh RRI antara lain adalah ketika RRI bergabung dalam penelitian COREMAP (23 Mei 2007), sebuah studi ekologi (*ecological baseline study*) yang diperlukan untuk mendapatkan data dasar ekologi, terutama kondisi ekosistem terumbu karangnya. Data-data yang diperoleh diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi para *stakeholder* dalam mengelola ekosistem terumbu karang secara lestari yang dapat bermanfaat bagi warga sekitarnya. Penelitian lain mengenai kebutuhan khalayak akan program radio di Indonesia, dilakukan pada tahun 1989/1990 bersama *Japan International Cooperation Agency* (JICA) dan bekerjasama dengan Balitbang Deppen. Dari 4444 responden ternyata 80,31 persen mendengarkan RRI. 53,44 mendengarkan warta berita. Penelitian ini dilakukan untuk memonitoring banyaknya pendengar RRI dari waktu ke waktu. Dan sampai saat ini yang memiliki ijin penuh untuk siaran 24 jam per hari hanya Radio Republik Indonesia. (Moeryanto, 1996:16)

Salah satu contoh sikap para reporter RRI yang bekerja sebagai jurnalis profesional antara lain ketika adanya bencana alam yang merupakan tragedi nasional, tsunami menerjang Aceh dan gempa bumi melanda DIY dan Jateng, saat itu dengan jiwa dan semangat Tri Prasetya RRI, Angkasawan RRI Banda Aceh dan RRI Yogyakarta tetap bertahan di tengah kegalauan memikirkan keluarganya dan perasaan

khawatir terhadap keselamatan diri sendiri untuk melaporkan berita terkini dan memberi informasi yang jelas dan akurat ke masyarakat luas. Dengan kerja keras teknisi RRI mampu mengoptimalkan dan mendayagunakan fasilitas dan kondisi perangkat yang sangat memprihatinkan karena bencana alam tersebut. Apresiasi aktif masyarakat sangat luar biasa, dering telepon tidak pernah berhenti guna membantu tugas reporter RRI di lapangan untuk memberikan informasi aktual di wilayahnya. Inilah salah satu bukti, bahwa kemas berita yang disampaikan RRI bilamana mengenai di hati masyarakat akan terjadi arus balik informasi dari masyarakat itu sendiri untuk disampaikan ke masyarakat lainnya dan akhirnya masyarakat itu sendiri menjadi kontributor berita RRI. ([www.rriyogyakarta.com](http://www.rriyogyakarta.com))

Berkaitan dengan penelitian ini kehadiran media massa dikarenakan adanya rasa ingin tahu manusia yang sangat besar mengenai hal-hal yang ada disekitarnya. Diawali rasa ingin tahu yang besar itulah manusia selalu ingin mengetahui peristiwa-peristiwa apa saja yang sedang terjadi disekitarnya, setelah mengetahui permasalahan yang terjadi masyarakat ingin menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain. Mulai dari komunikasi yang sifatnya personal kemudian menjadi komunikasi yang sifatnya massal, sehingga informasi dapat sampai kepada banyak masyarakat. RRI memiliki sebuah organisasi yang terdiri dari para kru dan para pendengarnya. Para pendengar RRI merasa mereka membutuhkan banyak informasi dan dengan mendengarkan RRI mereka merasa informasi yang dibutuhkan bisa didapat, dan RRI juga butuh sebuah monitoring untuk terus memantau perkembangan program-

program acara yang disiarkan di RRI, sehingga terbentuklah sebuah organisasi yang saling menguntungkan. Organisasi ini berada dalam suatu wadah yang disebut dengan Paguyuban Kru dan Monitor (PKM). Dalam menjalankan visi dan misi RRI sebagai radio publik sangat didukung oleh PKM.

PKM sendiri terbentuk dari sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama yaitu pelestari dan pengembang budaya yang diwujudkan melalui partisipasi sebagai pendukung utama acara-acara di RRI. Dengan adanya visi dan misi yang sama antar anggotanya, maka PKM dibentuk dalam sebuah paguyuban atau organisasi informal dan mempunyai program kerja rutin yang berhubungan dengan RRI. Selain aktif dalam kegiatan yang berhubungan dengan acara RRI, PKM juga aktif dalam misi sosial sebagai contoh membantu musibah bencana alam yang terjadi di pertengahan tahun 2005, dimana beberapa sudut kota Yogyakarta terkena gempa dahsyat. Mereka secara solidaritas terlibat dalam pemberian bantuan berupa makanan, pakaian pantas pakai bagi masyarakat di pos-pos bantuan yang disediakan.

PKM dipilih karena sebagian besar anggota PKM telah menjadi pendengar RRI selama beberapa tahun, dan tidak hanya sebagai pendengar, PKM juga sering memberikan kritik dan saran untuk program-program yang ada di RRI, sebagai monitoring untuk tetap mempertahankan eksistensi RRI yang sudah mulai tenggelam oleh radio-radio swasta lain yang lebih bersifat komersial. Paguyuban monitor RRI Yogyakarta (PKM) mulai terbentuk pada tanggal 12 April 1994. Sebelum PKM terbentuk para pendengar radio ini saling kenal lewat udara atau telepon. Melalui

program-program acara yang ada di RRI seperti dialog interaktif dengan bupati atau walikota, jabat udara (acara kirim-kirim salam dan sebagainya) yang pada umumnya diminati oleh pendengar yang berusia 35 tahun keatas, meskipun pendengar RRI sendiri mulai dari anak-anak, remaja dan orang tua, tetapi yang menjadi anggota PKM sebagian besar adalah orang tua. Para anggota PKM yang sebagian besar adalah pekerja dan pensiunan, membuat obyek penelitian tersebut lebih sering mendengarkan radio baik itu di kantor maupun di rumah, dan untuk menjadi teman santai sambil duduk mendengarkan berita pun bisa dilakukan dengan mendengarkan radio.

Suatu program siaran yang sudah tercipta secara ideal dan sudah bisa diterima oleh masyarakat akan banyak mendapat persaingan, ditengah persaingan-persaingan radio komersial dengan program acara yang semakin menarik, RRI tetap berusaha mempertahankan keberadaan radio ini. Bersama Paguyuban Kru dan Monitoring yang dimiliki oleh RRI, penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong para pendengar RRI khususnya di Paguyuban PKM ini, tetap setia mendengarkan program acara berita di RRI di tengah munculnya persaingan radio swasta yang semakin banyak berada di Yogyakarta yang menawarkan program acara yang lebih menarik, dengan suara penyiar yang jauh lebih muda dan enak didengar, daripada SDM RRI yang terdiri dari para pegawai negeri yang sudah tidak tergolong muda lagi dan dilihat juga karena usia RRI sendiri yang sudah sangat lama menjadi radio pemerintah.

## **B. Rumusan Masalah:**

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, penulis dapat merumuskan pokok permasalahan penelitian sebagai berikut:

“Faktor-faktor apa saja yang mendorong pra pendengar mendengarkan program acara berita di Stasiun RRI Yogyakarta?”

## **C. Tujuan Penelitian:**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong anggota paguyuban kru dan monitor RRI Yogyakarta (PKM) mendengarkan program acara berita di stasiun RRI Yogyakarta, di tengah persaingan radio-radio swasta dan berkembangnya teknologi yang semakin maju

## **D. Manfaat Penelitian:**

### a. Akademis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi yaitu memahami dan mengetahui perkembangan media elektronik yang semakin berkembang

**b. Praktis:**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi industri media penyiaran khususnya radio untuk tetap mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan radio yang semakin ketat.

**E. Kerangka Teori:**

Pada kerangka teori akan dibahas beberapa konsep mengenai faktor-faktor yang mendorong orang mendengarkan berita di radio, setelah diketahui faktor-faktor yang mendorong kemudian dapat diketahui apakah faktor-faktor tersebut dapat memotivasi para pendengar dalam mendengarkan berita di RRI Yogyakarta. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut dapat memotivasi pendengar maka akan dilanjutkan dengan penggunaan *Uses and Gratification theory* pada hasil penelitian.

**E.1. Konseptualitas:**

Kerangka konsep bertujuan untuk membantu menyusun pertanyaan yang digunakan pada pengumpulan data. Pada penelitian ini salah satu pengumpulan datanya dengan menggunakan teknik wawancara. Beberapa faktor pendorong tersebut, sebagai sarana untuk membantu mengetahui apa saja membuat para pendengar mendengarkan berita di RRI Yogyakarta. Beberapa faktor tersebut antara lain:

## **1. FAKTOR PESAN:**

Komunikasi bisa dikatakan berlangsung secara efektif bila pesan yang disampaikan, diinterpretasikan secara benar oleh komunikan sesuai dengan apa yang dimaksud dan dikehendaki komunikator. Dalam buku *Ilmu Komunikasi* disebutkan bahwa “Komunikasi adalah kita berbagi pikiran, kita mendiskusikan makna, dan kita mengirimkan pesan. (Mulyana, 2003:42)

Apa yang disampaikan publik diwujudkan dengan bahasa verbal maupun non verbal yang mudah dipahami oleh publik sasaran. Sebagai penunjang penyebaran pesan, dibutuhkan peran media massa (media cetak, media elektronik atau media *on-line*). Ini dikarenakan media massa memiliki kemampuan menjangkau khalayak secara luas. Semakin berkembangnya teknologi informasi mendorong lahirnya media massa yang semakin modern dan canggih, sehingga mempengaruhi efek yang ditimbulkan pada masyarakat seperti apa yang diharapkan komunikator. Untuk mencapai keefektifan komunikasi, diperlukan dan diciptakan kondisi komunikasi tertentu yang dapat mendukung kesuksesan komunikasi yang sedang berlangsung.

Karena pesan dalam penelitian ini berupa berita yang disajikan oleh stasiun radio untuk diminati khalayak umum maka isi pesan yang akan disampaikan harus sesuai dengan beberapa hal. Seperti penjelasan *Wilbur Schramm* yang dikutip *Onong U, Effendy (2000,32-33)*, bahwa terdapat beberapa hal penting mengenai pesan yang

akan disampaikan, yang harus diperhatikan dalam mewujudkan *the condition of success in communication*:

- a. Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyatakan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberi tanggapan yang dikendaki.

Media radio menjadi salah satu penyalur pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan yaitu para pendengar. Pesan yang disampaikan merupakan sumber informasi yang berbentuk berita. Isi pesan yang disampaikan harus sesuai dengan target audiens yang dituju. Efek dari pesan yang disampaikan dapat membuat para pendengarnya tetap setia terhadap media yang digunakan untuk menyalurkan pesan tersebut. Isi pesan yang berisikan tentang berbagai macam hal dan informasi yang dibutuhkan oleh audiens menjadikan pesan tersebut sebagai kebutuhan oleh para penerima pesan, sehingga para audiens selalu menunggu pesan-pesan yang akan disampaikan oleh radio selanjutnya.

## **2. FAKTOR MEDIA MASSA :**

Ada banyak definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh para ahli. Dominick (1996:17) mengatakan komunikasi massa menunjuk pada proses dimana

suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan alat memproduksi dan menyebarkan pesan pada audiens yang jumlahnya besar, heterogen dan tersebar. (Littlejohn, 1999:327) mendefinisikan komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan meyalurkan pesan yang akan dilihat, dibaca dan didengarkan sehingga bisa dimengerti oleh audiens dan dapat mempengaruhi.

Fungsi media massa menurut Effendy (1993:64-65):

1. *To inform: (informasi)*

Fungsi ini merupakan fungsi yang utama, dimana media massa berfungsi untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai peristiwa yang terjadi atau tentang gagasan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, apa yang dikatakan oleh orang lain, dan sebagainya.

2. *To educate : (mendidik)*

Sebagai sarana pendidikan, media massa berfungsi mencerdaskan masyarakat, menawarkan nilai-nilai etika dan menuntun masyarakat kearah perilaku yang lebih baik.

3. *To entertaint: (menghibur)*

Dalam menjalankan fungsi ini, media massa menampilkan hal-hal yang bersifat ringan dan menghibur untuk mengimbangi berita-berita yang berat dan berbobot.

#### 4. *To influence* ( mempengaruhi):

Media massa dapat mempengaruhi masyarakat untuk memberikan image positif maupun negatif terhadap suatu hal melalui apa yang ditulis dan disiarkan.

Sementara Laswell menambahkan fungsi media massa, yaitu fungsi pengawasan (*control*). Fungsi media untuk mengontrol atau mengawasi ini lebih dikenal dengan fungsi *watchdog* (anjing penjaga). Sebagai anjing penjaga, media massa menyediakan informasi kepada khalayak tentang semua hal yang dikerjakan oleh pemerintah. Hal ini mencegah agar pemimpin politik melakukan hal-hal yang seharusnya tidak mereka lakukan (Kovach dan Rosentiel, 2003:145). Dalam masyarakat yang demokratis, warganya mempunyai hak asasi untuk mengetahui dan mengeluarkan pendapat, dan mendapatkan informasi dari pemerintah mengenai apa dan mengapa yang dilakukannya serta mempersoalkannya. Masyarakat demokratis memiliki anggapan yang kuat mengenai perlunya transparansi dan keterbukaan pemerintah (Stiglist, 2006:36).

Berita radio merupakan salah satu contoh media massa di elektronik yang dekat dengan masyarakat, radio telah menjalankan perannya dalam menginformasikan, memberikan pendidikan, sebagai sarana hiburan, sebagai pengontrol sosial, dan dapat untuk mempengaruhi para pendengarnya. Sebagai salah satu media massa yang paling mudah diakses oleh masyarakat membuat sebagian besar masyarakat merasa

nyaman dan karena kemudahannya banyak masyarakat yang menganggap radio sebagai salah satu media massa yang efektif dan efisien.

### **3. FAKTOR KARAKTERISTIK BERITA RADIO:**

#### **3.1. Karakteristik Nilai Berita:**

Beberapa karakter berita radio yang perlu diperhatikan karena berita radio berbeda dengan berita media cetak yang dapat dibaca dengan waktu sesuka hati atau media televisi yang dapat memvisualkan suara dan gambar untuk memperjelas isi berita yang ditayangkan. Meskipun radio merupakan salah satu media elektronik non visual yang menyuguhkan berbagai macam informasi, radio tidak melupakan nilai-nilai berita yang harus diperhatikan untuk tetap menarik perhatian audiens dalam mendengarkan berita yang berhubungan dengan kepentingan publik dan menyangkut pemerintahan dan banyak pihak. Nilai berita yang sangat diperhatikan antara lain:

##### **a. Segera dan cepat:**

Dalam hal ini radio lebih unggul dari media massa yang lain, radio dapat menyajikan berita secara langsung dari tempat kejadian dalam waktu yang bersamaan. Laporan peristiwa atau opini di radio harus sesegera mungkin untuk mengoptimalkan kesegaran sebagai kekuatan radio, peristiwa yang disajikan lewat berita radio dengan segera sampai pada pendengar.

**b. Aktual dan faktual:**

Merupakan hasil liputan peristiwa atau opini yang segar dan akurat sesuai fakta, opini terkait dengan upaya pendalaman liputan. Peristiwa yang disajikan merupakan hal yang sedang menjadi perbincangan publik.

**c. Penting bagi masyarakat luas:**

Isi berita merupakan hal yang dapat menarik perhatian masyarakat, merupakan sesuatu yang penting untuk masyarakat. Kedekatan secara emosi dan fisik akan membuat sebuah berita menarik perhatian pendengar. Isi berita dapat membuat pendengar terbawa pada situasi yang sedang terjadi dilapangan.

**d. Relevan dan berdampak luas:**

Menyajikan berita-berita yang menyentuh kemanusiaan seperti masalah pengungsi dan kelaparan, selain menggugah empati juga membangun sikap simpatik para pendengar. Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkan dan akan mendapat manfaat optimal dari berita yang di dengarkan tersebut.  
(Masduki,2001:12)

**3.2. Bentuk Berita di Radio:**

Bentuk berita yang tergolong unik karena keadaan dilapangan tidak dapat dinikmati langsung oleh audiens membuat radio memiliki beberapa bentuk berita

untuk tetap menarik perhatian audiensnya, bentuk berita radio yang ada antara lain:  
(Masduki, 2001:14)

a. Berita tulis (*writing news/adlibs/spot news*):

Berita pendek yang berasal dari media lain atau di tulis ulang, bisa pula berupa liputan reporter yang teksnya diolah kembali di studio.

b. Berita bersisipan (*news with insert*):

Berita yang dilengkapi atau dimix dengan sisipan narasumber, ada percakapan atau wawancara dengan narasumber.

c. *News feature* :

Yaitu berita atau laporan jurnalistik panjang yang lebih bersifat *human interest* atau menyangkut kepentingan orang banyak.

d. *Phone in news* :

Yaitu berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter via telepon, ada wawancara langsung dengan reporter yang berada di lapangan.

e. Jurnalisme interaktif (*news interview*) :

Berita yang bersumber pada sebesar mungkin keterlibatan khalayak, misalnya wawancara dari masyarakat lewat telepon.

#### 4. FAKTOR PENYIAR RADIO:

Penyiar radio merupakan salah satu kunci dimana suatu program radio tersebut diminati dan memiliki pendengar setia. Penyiar radio juga merupakan salah satu faktor pendukung radio tersebut dapat diterima di masyarakat. Menurut Onong Uchana Effendi, penyiar radio adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada para pendengar. Materi siaran tersebut adalah hasil yang telah diolah oleh bagian produksi siaran berdasarkan program yang telah disusun oleh staf khusus (Effendi, 1988:123). Sedangkan menurut Masduki penyiar (*announcer*) adalah mereka yang berbicara kepada pendengar, memutar lagu, mengelola lalu lintas audio atau audio-visual. (Masduki, 2001:124)

Kualifikasi seorang penyiar untuk layak *on-air* merupakan hal-hal yang harus dikuasai oleh penyiar sesuai dengan batasan-batasan yang ditetapkan manajemen sebuah stasiun radio sebelum penyiar tersebut *on-air*, diantaranya adalah sebagai berikut (Masduki,2006;34)

1. Mempunyai kualitas vokal yang memadai, dalam arti mampu bersuara dengan teknik pernapasan, power, artikulasi, dan intonasi yang tepat
2. Mampu melaksanakan *script reading* dengan baik. *Script reading* adalah kemampuan menguasai materi dan melakukan penyampaian materi dengan baik dan benar
3. Memahami segmen radio secara mendalam
4. Memperlihatkan simpati dan empati kepada pendengar

5. Kreatif dan selalu berusaha memberikan ide segar dalam siarannya
6. Mampu bekerjasama dengan tim
7. Memahami format radionya dan format *clock*, termasuk dalam pemutaran lagu yang sesuai dengan hakikat program dan kesesuaian waktu pemutaran dengan *rundown* program

Seorang penyiar dituntut cakap, mampu menyesuaikan diri, berpikir cepat dan tak kenal lelah. Vokal penyiar harus bervariasi unggul. Mempunyai suara unik, bukan sekedar pria bersuara baritone yang berat atau wanita yang memiliki suara bulat dan manja. Penyiar tak sekedar bersuara memikat, jenaka, berpenampilan rapi atau berkepribadian atraktif, tetapi juga harus penuh akal (*tricky*), yang mempunyai gagasan yang terformat, dan yang lebih penting lagi adalah sudah teruji. (Masduki, 2006:118)

Suara penyiar, atau vokal sangat utama dalam membentuk citra sebuah acara, bahkan citra radio yang bersangkutan. Seluruh integritas seorang penyiar, ditentukan oleh suaranya. Seorang penyiar dapat mempersusi para pendengar radio tersebut untuk terus berpartisipasi bergabung mendengarkan siaran radio tersebut. Untuk program acara berita dibutuhkan seorang penyiar yang memiliki wawasan yang luas dan vocal suara yang jelas.

Kepuasan seseorang dalam mendengarkan sebuah berita dapat berasal dari suara penyiar yang memiliki artikulasi yang jelas, tegas dan enak didengar. Penyiar berita dapat menjadi faktor pendorong seseorang mendengarkan berita radio karena

ada suara favorit yang ditunggu-tunggu untuk kembali didengar dan dapat dinikmati dalam menyampaikan suatu informasi. Membuat informasi-informasi yang sulit dimengerti oleh pendengar menjadi mudah didengar dengan gaya dan artikulasi yang diberikan oleh penyiar berita radio.

#### **5. FAKTOR KELOMPOK PENDENGAR:**

Di dalam dunia media massa suatu kelompok ataupun khalayak yang menjadi sasaran media biasa disebut dengan istilah audiens. Semua media massa mempunyai audiens yang berbeda-beda julukan, televisi menyebut audiensnya dengan sebutan pemirsa, surat kabar memberi julukan pembaca sedangkan radio dengan pendengar untuk audiensnya. Penyebutan tersebut disesuaikan dengan karakteristik media massa itu sendiri: radio berkarakter audio, media cetak berkarakter visual dan televisi berkarakter audio visual.

Audiens adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pemirsa, pendengar berbagai media atau komponen isinya (Mursito, 2006:51). Audiens terbentuk karena kehadiran media massa yaitu sebagai pembaca, penonton dan pendengar media. Audiens sendiri mempunyai ukuran yang besar, heteroginitas, penyebaran dan anonimitas, lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten.

Sumber yang paling menimbulkan masalah audiens adalah hakikat dualitasnya. Ia merupakan kolektifitas yang terbentuk baik sebagai tanggapan terhadap isi media

dan didefinisikan berdasarkan perhatian pada isi maupun sesuatu yang sudah ada dalam kehidupan sosial dan kemudian “dilayani” oleh provisi media tertentu. Tidak sering memang, namun tetap keduanya tidak dapat dipisahkan pada saat yang sama (Dennis McQuail, 2000:201).

Pada dasarnya aktivitas komunikasi di dalam masyarakat merupakan kegiatan pertukaran informasi. Dalam memandang sebuah obyek, entah benda atau sebuah permasalahan, pandangan satu manusia dengan manusia yang lain berbeda. Dalam kehidupan sehari-hari, sering sekali dihadapkan pada perbedaan interpretasi yang menyebabkan perbedaan pilihan tindakan dan perilaku terhadap suatu obyek. Meskipun ada juga orang yang satu dengan yang lain berpendapat sama terhadap suatu obyek.

## **E.2. Teoritik:**

### **E.2.1. *Uses and Gratification* :**

Setelah diketahui faktor-faktor apa saja yang mendorong orang mendengarkan berita di radio, maka dapat diketahui apakah faktor tersebut dapat memotivasi orang dalam mendengarkan berita di RRI Yogyakarta. *Uses and Gratification* merupakan model yang meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan (Ardiyanto 2009:74).

Inti dari *Uses and Gratification* adalah pendengar menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Dalam penelitian ini akan ditemukan apakah faktor-faktor yang mendorong orang mendengarkan berita di radio tersebut dapat juga memotivasi para pendengarnya.

Beberapa fungsi media berdasarkan teori *Uses and Gratification*, menurut McQuail: (McQuail, 1987:72)

### **1. Informasi:**

Setiap manusia pasti menginginkan informasi terbaru tentang perkembangan dunia sekitar mereka, untuk itu kebutuhan akan informasi sangatlah tinggi. Terutama jika informasi tersebut sangat dekat dengan tempat tinggal mereka. Adanya media massa membantu manusia untuk mendapatkan informasi, baik untuk sekedar memuaskan rasa ingin tahu atau untuk belajar.

### **2. Identitas Pribadi:**

Berpengaruh untuk menguatkan nilai-nilai dalam suatu media massa pada diri sendiri, menemukan model perilaku pendengar tersebut serta meningkatkan pemahaman akan diri sendiri.

### **3. Integritas dan Interaksi Sosial:**

Selain mendapatkan kebutuhan akan informasi, manusia juga membutuhkan sosialisasi, informasi sebagai media dalam kategori ini adalah dari sebuah kelompok pendengar dapat saling berinteraksi dan bersosialisasi.

#### **4. Hiburan:**

Fungsi hiburan adalah sebagai pelarian dari rutinitas masyarakat dan berbagai masalah yang sedang dialaminya. Untuk melepaskan emosinya dari segala.

#### **F. METODELOGI PENELITIAN:**

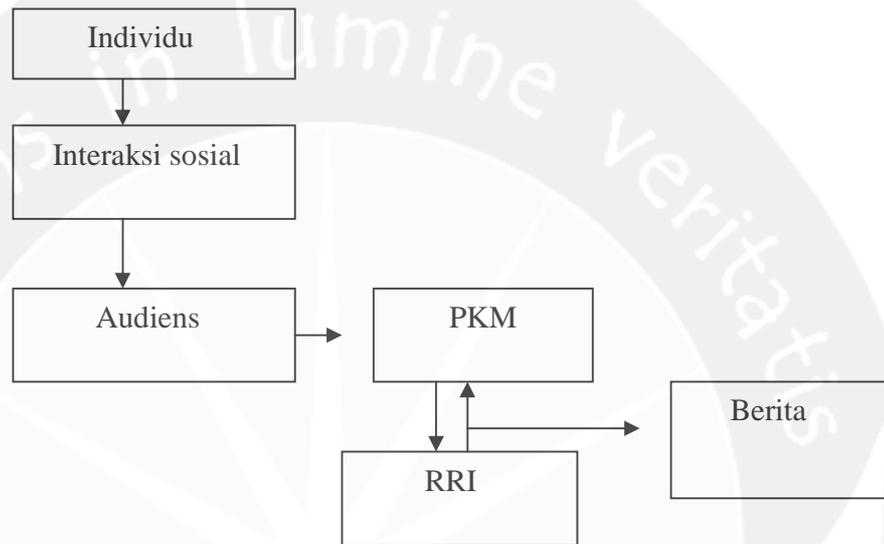
##### **1. Jenis Penelitian:**

Tipe penelitian yang dipakai adalah tipe penelitian deskriptif yang didukung dengan data kualitatif. Sebagai penelitian deskriptif, penelitian ini hanya mendeskripsikan atau memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri (Usman, 2004:15). Penelitian kualitatif yang dipilih karena kualitatif lebih membincangkan tentang detail-detail kecilnya dan menggali secara mendalam suatu penelitian. Lewat penelitian kualitatif ini diharapkan mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.

Gambar 3

Alur Pemikiran Penelitian



Alur pemikiran dalam penelitian ini dimulai dari suatu individu yang mengadakan interaksi sosial yaitu saling mengubah, memperbaiki, mempengaruhi antar individu. Individu tersebut membentuk suatu kelompok yang mempunyai tujuan yang sama yaitu sebagai pendengar (audiens) Radio Republik Indonesia di Yogyakarta Mereka menyebut diri sebagai PKM yaitu Paguyuban Kru dan Monitor Radio Republik Indonesia Yogyakarta. PKM terus berusaha untuk memonitoring program acara berita di RRI untuk terus berpartisipasi aktif untuk mempertahankan stasiun berita pemerintah tersebut.

## **2. Subyek Penelitian:**

Penelitian ini mengambil subyek penelitian Paguyuban Kru dan Monitor RRI Yogyakarta. Pemilihan subyek ini berdasarkan:

- a. Karena sesuai dengan tujuan penulis yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas paguyuban kru dan monitor RRI terhadap program acara berita di RRI Yogyakarta
- b. Sebagian besar anggotanya berusia 35-75 tahun, dimana usia ini dikategorikan usia dewasa hingga tua yang mempunyai konsep kekeluargaan dan pensiunan yang masih dekat dengan radio

## **3. Teknik Pengumpulan Data:**

Data-data penelitian akan dikumpulkan dari data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

### **a. Data Primer :**

yaitu data yang diambil dari lapangan dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*). Metode wawancara mendalam adalah metode riset dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan (Krisyantono, 2006:298). Pertanyaan diajukan berdasarkan pertanyaan penuntun (*interview guide*) yang sudah disusun sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data, sehingga terwawancara dapat menjelaskan dengan terarah terhadap pertanyaan yang diberikan.

Untuk mendapatkan data primer peneliti harus datang ke RRI Yogyakarta untuk mengetahui keberadaan obyek penelitian yaitu para anggota Paguyuban Kru dan Monitoring. Selain itu peneliti juga harus datang ke bagian pemberitaan RRI Yogyakarta untuk mengetahui bagaimana perkembangan berita yang ada di RRI Yogyakarta. Setelah menemui beberapa informan kunci peneliti langsung melakukan wawancara sesuai dengan *interview guide* yang telah dipersiapkan oleh peneliti. terhadap para informan secara langsung (*face to face*) dalam menggali data yang diperlukan,

Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci antara lain:

- Subbag Pemberitaan RRI Yogyakarta:
  - Bapak Atang
  - Ibu Yustin
- Beberapa anggota PKM RRI Yogyakarta
  - Ibu Anna
  - Bapak Yowa
  - Ibu Afra

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah diri sendiri dengan alat bantu berupa *interview guide* yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dalam wawancara ini akan digunakan jenis wawancara terbuka, yaitu wawancara yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang sedemikian rupa

bentuknya sehingga responden atau informan tidak terbatas dalam jawaban-jawabannya.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang lain, namun peneliti menggunakannya untuk mendukung dan menambah data peneliti. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yaitu teknik pengumpulan data yang berasal dari dokumen dan arsip-arsip perusahaan dan isi pemberitaan. Data yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari dokumen RRI Yogyakarta seperti *company profile*, dokumentasi foto, dan beberapa contoh isi berita radio yang di produksi oleh RRI Yogyakarta.

#### **4. Teknik Analisa Data**

Analisis adalah suatu proses mengorganisasikan dan mengumpulkan data dalam pola kategori dan suatu ucapan sehingga dapat ditemukan tema analisis data yang dilakukan untuk mengatur atau mengelompokkan, memberi kode dan mengkategorikan (Krisyanto 2006:103). Menurut Bogdan dan Biklen (1992), analisis data ialah proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis melalui transkrip wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang secara akumulasi menambah pemahaman peneliti terhadap yang ditemukan. ( Usman,2004: 84)

Cara yang digunakan peneliti untuk melakukan analisis data ialah dengan menggunakan Reduksi data.

#### **4.1. Reduksi Data:**

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama pengumpulan data dilangsungkan reduksi yang merupakan bagian dari analisis untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data. Data-data yang di dapat di lapangan langsung diketik atau ditulis dengan rapi, terinci, serta sistematis setiap selesai mengumpulkan data. ( Usman, 2004:84)

Pada penelitian ini hasil dari jawaban wawancara yang dilakukan dipilih kembali, jawaban-jawaban mana yang memang benar-benar diperlukan untuk melengkapi penelitian dan data mana saja yang hanya sebagai data pendukung.