

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dengan yang namanya komunikasi. Karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang saling berinteraksi satu sama lain lalu kemudian berkomunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut *Dr. Everett Kleinjan dari West Center Hawaii* (dalam Cangara, 2010: 1) mengemukakan bahwa komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup maka ia perlu berkomunikasi. Tampak jelas bahwa komunikasi adalah unsur paling utama manusia sebagai makhluk sosial.

Banyak ahli yang mengemukakan pendapat mereka mengenai komunikasi, seperti *Harold Laswell* yang mendefinisikan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan “apa”, “dengan saluran “apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”. (*who says what, in which channel, to whom and with what effect*). Selain itu, *Hovland, Janis & Kelley* mengartikan komunikasi sebagai suatu proses yang dilalui oleh komunikator dalam menyampaikan stimulus (kata-kata) yang mana bertujuan mengubah perilaku khalayak. Terakhir *Berelson & Steiner* menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, pesan, gagasan, serta emosi melalui simbol-simbol seperti angka-angka, gambar-gambar maupun kata-kata. Dari beberapa penjelasan definisi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa ilmu komunikasi sebagai bagian dari ilmu sosial merupakan suatu ilmu yang bersifat multidisipliner atau gabungan dari beberapa disiplin ilmu (Budi, 2010).

Salah satu disiplin ilmu yang dimaksud adalah ilmu komunikasi massa. Komunikasi massa adalah salah satu jenis komunikasi yang juga erat hubungannya dengan manusia. Dalam arti sederhana, komunikasi massa dapat dikatakan sebagai penyampaian informasi atau pesan kepada khalayak ramai atau massa. Adapun yang menjadi faktor dominan dalam komunikasi massa ialah

mediamassa atau alat yang digunakan dalam penyampaian informasi atau pesan. Dalam menyampaikan informasi atau pesan ini sering kali ditemui hal-hal yang tidak semestinya, sebut saja *hoax* atau berita bohong yang dengan mudahnya beredar dimasyarakat. Untuk itu Islam mengatur etika dalam penyampaian informasi atau pesan pada media massa. Yang menjadi dasar etika tersebut ialah segala yang bersumber dalam Al-Qur'an serta sunnah Rasul. Etika tersebut meliputi, kejujuran mengenai fakta, berlaku adil dan seimbang, memperhatikan keakuratan informasi yang ingin disampaikan, serta tidak menyebarkan kebohongan apalagi sampai menimbulkan fitnah (Amril, 2017: 61-62).

Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an surah An-Nur ayat 15-16.

إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِاللِّسَانِ كَمَا تَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ (١٥)  
 (وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ (١٦))

(15) (ingatlah) diwaktu kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit juga, dan kamu menganggapnya suatu yang ringan saja. Padahal dia pada sisi Allah adalah besar. (16) Dan mengapa kamu tidak berkata, diwaktu mendengar berita bohong itu: "Sekali-kali tidaklah pantas bagi kita memperkatakan ini, Maha suci Engkau (ya Tuhan kami), ini adalah dusta yang besar. (Q.S An-Nur, 15-16).

Syahputra, (2016) menyatakan media massa merupakan sarana penting dalam menyampaikan pesan yang kemudian akan mempengaruhi massa. Media massa merupakan ciri utama yang membedakan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya. Ada beberapa jenis media massa diantaranya, media massa cetak contohnya, buku, surat kabar dan majalah; media massa elektronik yaitu radio dan televisi; serta media digital yaitu berupa jaringan internet.

Radio dapat didefinisikan sebagai teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Radio juga adalah salah satu jenis media penyampaian komunikasi massa yang masih digandrungi hingga saat ini. Radio termasuk media yang terbilang sudah sangat tua jika merujuk pada sejarahnya, karena radio sudah ada sebelum era visual dan televisi. Meskipun perkembangan

teknologi semakin canggih, karena sekarang untuk mengakses lagu ataupun sekedar mengakses informasi banyak sekali media yang bisa digunakan salah satunya internet, seperti melalui aplikasi *youtube*, *spotify*, *joox*, dan lain sebagainya, tetapi untuk sebagian orang, radio masih menjadi media informatif sekaligus media hiburan yang masih eksis didengarkan dan menduduki tempat tersendiri di hati para pendengarnya sampai sekarang ini.

Radio merupakan bentuk media massa yang hanya mengeluarkan suara saja. Cara kerjanya, radio mendapat lambang-lambang komunikasi yang berbunyi kemudian ditangkap oleh telinga (bersifat audial). Untuk itu, radio dikatakan *the spoken words* (media berbentuk ucapan). Radio memiliki gelombang radio. Gelombang radio merupakan aliran frekuensi yang luas yang berasal dari rangkaian isolator dan terdapat pada alat elektronika. Jika disederhanakan, gelombang radio adalah gelombang radiasi elektromagnetik yang tidak terlihat.

Ada beberapa jenis gelombang jika dilihat dari daya merambat frekuensinya, antara lain:

1. Gelombang pendek. Mediator dari gelombang pendek adalah udara serta gelombang ini dapat menjangkau wilayah yang cukup luas. Umumnya gelombang pendek digunakan untuk pemancar internasional yang berfungsi untuk berkomunikasi antar benua.
2. Gelombang medium. Adapun mediator gelombang medium adalah bumi. Gelombang ini yang banyak digunakan oleh radio agar bisa mengudara.
3. Gelombang panjang. Gelombang panjang memiliki jangkauan yang lebih luas namun gelombang ini rentan terhadap *noise* (gangguan). (<http://www.selamatpagi.id>, 2020)

Selain itu, dalam radio memiliki susunan rangkaian acara yang disebut strategi program radio siaran. Secara umum, strategi diartikan sebagai rangkaian atau susunan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah rencana yang cermat dalam suatu kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (<https://kbbi.web.id/strategi>). Dalam hal ini maksud dari rencana adalah segala



program radio siaran yang sudah disusun ataupun dirangkai, sedangkan sasarannya adalah pendengar agar tertarik untuk mendengarkan program yang telah disusun tersebut.

Pada definisi lain, Gulo menjelaskan bahwa strategi berasal dari Bahasa Yunani "*strategos*" yang artinya jenderal atau panglima, yang dapat diartikan strategi adalah ilmu tentang kepanglimaian. Dengan demikian, strategi adalah kunci berhasilnya suatu program siaran, termasuk pada radio (dikutip dalam Ahmad Fahrudin & Nur Aini, 2019: 4). Sedangkan Effendy mengartikan strategi sebagai perencanaan dan manajemen dalam mencapai tujuan. Dijelaskan bahwa strategi berfungsi sebagai sebuah taktik operasional dalam keberhasilan suatu program siaran. Sudah jelas bahwa strategi yang baik akan menghasilkan program siaran yang gemilang serta banyak disukai oleh pendengar.

Semakin banyaknya radio yang berkembang hingga saat ini, menimbulkan persaingan diantara radio satu dengan yang lain. Hal ini terjadi di seluruh dunia. Untuk itu, demi menarik minat pendengar dibutuhkan penyusunan strategi program siaran sekreatif mungkin agar tidak kalah saing dengan radio lainnya. Selain itu, setiap program yang diproduksi haruslah sesuai dengan kebutuhan pendengar.

Karena dewasa ini, pendengar radio tidak hanya menjadi objek yang menggunakan telinga mereka untuk menyimak sebuah acara. Namun pendengar menggunakan nalar pikiran dan empati mereka untuk menilai dan bersikap kritis terhadap suatu program radio. Jika mereka merasa tidak sesuai dengan kebutuhan maka mereka akan mencari gelombang radio lain. Lagi-lagi dibutuhkan variasi dari sebuah strategi program radio dengan cara memperdayakan pendengar dengan menyuguhkan informasi yang actual dan mencerdaskan intelektual pendengar.

Program adalah sesuatu yang abstrak yang fungsinya untuk memuaskan batiniah, dengan itu apa yang dirasakan oleh pendengar atau khalayak dapat dijadikan penilaian yang objektif, antara bagus dan kurang bagus. Umumnya, program radio terbagi menjadi program pagi, siang, sore, malam hingga dini hari,

ada pula program mingguan, bulanan, dan tahunan. Menurut Romli (2007) sebagaimana yang dikutip oleh Maulidar menjelaskan bahwa program atau *programming* adalah kegiatan mengatur acara atau siaran radio semenarik mungkin dengan tujuan meningkatkan jumlah pendengar (Maulidar, 2013: 33). Strategi program radio siaran tersebut tersusun dalam format yang jelas.

Seperti yang dilakukan oleh radio Deli Indah Swararia (DIS) Fm Tebing Tinggi. Radio yang hingga sekarang masih eksis di Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara ini terbilang masih banyak peminat ditengah kemajuan teknologi. Radio yang mengudara pada gelombang 93.50 Fm ini mampu bertahan dibarengi dengan strategi pada program-program yang mereka tawarkan pada pendengar serta adat melayu yang kerap mereka tonjolkan dibeberapa program radio siaran. Beberapa program yang masih berjalan hingga saat ini yaitu Good Morning Dislovers (GMD), Mimbar Agama Islam, Disgodadut, Interhitquest, Begadang Sore, Varia Wanita, serta program lainnya.

Adapun yang menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian yaitu pada program Good Morning Dislovers (GMD) dimana program radio siaran ini tidak hanya menyajikan pemutaran lagu saja tetapi juga menyajikan hal menarik seperti mengadakan kuis/pertanyaan dan berbagi informasi yang biasanya penyiar akan berinteraksi juga melalui laman *facebook* resmi milik radio DIS Fm Tebing Tinggi dengan para pendengar.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi program radio siaran yang dirancang oleh penyiar serta kru yang terlibat dalam produksi program radio siaran, khususnya pada program Good Morning Dislovers untuk menarik minat pendengar sehingga bisa mempertahankan eksistensi radio DIS Fm Tebing Tinggi ditengah masyarakat kota Tebing Tinggi. Dan juga apa yang menjadi hambatan serta tantangan dalam merancang strategi tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai konteks latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah pada

penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi dan perencanaan yang dirancang Radio DIS Fm Tebing Tinggi pada program “Good Morning Dislovers” untuk menarik minat pendengar?
2. Seperti apa eksekusi program radio siaran “Good Morning Dislovers” pada Radio DIS Fm Tebing Tinggi?
3. Seperti apa pengawasan dan evaluasi program radio siaran “Good Morning Dislovers” pada Radio DIS Fm Tebing Tinggi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi dan perencanaan yang dirancang oleh DIS Fm pada program Radio Siaran “Good Morning Dislovers” untuk menarik minat pendengar.
2. Untuk mengetahui bagaimana eksekusi program pada program radio siaran “Good Morning Dislovers”.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengawasan dan evaluasi pada program radio siaran “Good Morning Dislovers”.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat memberi informasi mengenai Strategi Program Radio Siaran juga berguna sebagai bahan acuan atau referensi dibidang Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan atau tambahan kepada Radio DIS Fm dalam merancang Strategi Radio Siaran pada tiap program-program agar menarik minat pendengar di masa yang akan datang.

