

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian radio

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara) (Romli, 2009). Radio juga merupakan alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat (Arifin, 1984).

2.1.2 Karakteristik Media Radio

Menurut Jefkins (1996) mengemukakan bahwa radio mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio bersifat auditif terbatas pada suara atau bunyi yang menerpa pada indra. Karena tidak menuntut khalayak memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. yaitu: (a) Murah, (b) Waktu transmisi tidak terbatas, (c) Suara manusia dan musik, (d) Tidak memerlukan perhatian terfokus, (e) Teman setia.

Menurut Romli (2009) menjelaskan bahwa pendengar radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Karakteristik pendengar radio, meliputi: (a) Heterogen, massa pendengar terdiri dari orang-orang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial, politik, budaya, dan beranekaragam kepentingan. (b) Pribadi, pendengar adalah individu-individu yang

berdiri sendiri, bukanlah tim kelompok. Komunikasi yang berlangsung berusaha menciptakan kedekatan antar pribadi, sehingga pendengar bisa merasa nyaman dan pesan yang disampaikan bisa ditangkap dengan baik oleh pendengar. (c). Aktif.

2.1.3 Strategi Penyiaran

Eastman (1985) mengemukakan langkah dan strategi yang bisa dilakukan untuk memperoleh pendengar radio, yaitu:

1. Compatibility

Compatibility merupakan strategi penyesuaian yang didasarkan pada tipe pendengar, pilihan acara, dan jadwal acara. Pihak manajemen harus mengetahui tipikal audiens yang menjadi targetnya, mulai dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, preferensi musik dan film, hobi, hingga gaya hidup. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Stasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, nonton TV, kapan mereka bekerja, sampai waktu mereka tidur. Hal ini dilakukan agar manajemen dapat merancang strategi yang tepat dalam membangun kesesuaian program acara dan pemilihan waktu siaran sesuai dengan spesifikasi audiens yang dituju tersebut.

2. Habit Formation

Pemilihan acara yang baik dan penjadwalan yang tepat dapat membentuk kebiasaan mendengar bagi audiens. Agar audiens tetap setia dengan program pilihannya, penyajian acara dilakukan secara rutin dan sesuai dengan jadwal.

3. Control of Audience Flow

Control of Audience Flow dilakukan guna meningkatkan jumlah audiens dan menjaga mereka agar tidak berpindah ke saluran lain. Metode diferensiasi dan menonjolkan keunikan program dapat dilakukan manajemen dalam mengontrol arus pendengar.

4. Conservation of Program Resources

Strategi ini berupaya untuk melindungi sumber-sumber program acara agar tersimpan rapi dan bisa digunakan lagi jika suatu saat dibutuhkan. Penggunaan kembali materi acara tersebut ditemani dengan gaya dan kemasan yang berbeda agar ada perbedaan dengan program sebelumnya.

5. Mass Appeal

Daya penarik massa diperlukan untuk memperluas jumlah pendengar baik secara teknis maupun sosial. Minat dan kesukaan audiens berbeda-beda sehingga perlu diakomodir oleh pihak manajemen. Dibutuhkan keahlian dalam merancang ide, tulisan naskah, format acara semenarik mungkin demi keberhasilan suatu penyiaran. Dengan adanya strategi penyiaran yang tepat dan didukung oleh sumber daya manusia yang memadai dapat membantu lembaga penyiaran untuk mempertahankan eksistensinya di tengah kemajuan teknologi informasi dan persaingan industri penyiaran yang semakin ketat.

2.1.4 *Teori uses and gratification*

Ada lima asumsi dasar teori uses and gratifications yaitu: (1) Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan; (2) Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak; (3) Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan; (4) Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti. (5) Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak (Richard & Turner, 2008).

2.1.5 Teori Radio Dalam Era Revolusi Industri 4.0

Kajian Anderson (2004) mendapati bahwa di awal pengenalan radio digital, ia menerima tindak balas positif dari semua pihak. Tetapi dalam kajian Anderson pustakatar (2012), setelah 10 tahun teknologi komunikasi baru diperkenalkan kepada global, penyiaran radio digital diibaratkan seperti sebuah ilusi. Anderson mengadaptasi Teori Difusi Inovasi dalam mengkaji penggunaan teknologi radio digital di Amerika Serikat.

Rentetan daripada kajian Anderson (2012), Halbert (2015) meneliti isu pelaksanaan radio digital HD di Amerika Serikat dari berbagai perpektif yaitu teknologi, ekonomi, peraturan dan undang-undang serta disintesiskan dengan Teori Difusi Inovasi. Hasil sintesis tersebut, Halbert mendapati bahwa elemen sistem sosial yang disebut oleh Rogers (Rogers, 2003) wujud dalam industri radio terutamanya apabila berhujah dari aspek peraturan dan undang-undang, serta keuntungan yang diperolehi daripada difusi radio adalah rendah. Ini antara penyumbang kepada kemajuan transformasi radio yang perlahan.

Berger (2010) menjalankan kajian mengenai migrasi digital dalam industri radio dengan menggunakan pendekatan politikal ekonomi dalam memahami perkembangan industri radio dari awal radio diperkenalkan sehingga kepada pengimplementasian teknologi digital terhadap industri radio di Afrika. Kajian Berger mencadangkan pemain-pemain industri negara tersebut tidak seharusnya terburu-buru dalam proses migrasi digital, sebaliknya, Berger (2010) mencadangkan pembentukan pelan tindakan radio digital dan penyelidikan mengenai pasaran radio yang baru diutamakan dalam memastikan transformasi industri radio berjalan dengan lancar. Teori yang diadaptasi oleh Berger adalah teori Difusi Inovasi.

Hendy (2009) mengadaptasi pendekatan politikal ekonomi dalam mengkaji penerbitan dan pengeluaran radio dalam era digital. Namun, Hendy dalam penulisannya ada menyatakan bahawa kemungkinan radio terdedah kepada subordinasi struktur media massa yang lain seperti Facebook dan Instagram akibat kawalan ke atas pasaran radio adalah longgar. Hendy berpendapat bahwa dalam era digital, pilihan stesen dan peningkatan jumlah stesen tidak semestinya berlaku.

Maka dari itu Tacchi (2000) menggalakkan penyelidik memberi perhatian dan memperbanyakkan kajian mengenai radio terutamanya keadaan radio setelah kemunculan teknologi komunikasi baru yaitu Internet. Penyelidik mendapati setelah penciptaan teknologi komunikasi baru diperkenal dan digunakan oleh semua stasiun radio dunia, kemajuan teknologi komunikasi baru telah merubah takrifan dan gambaran mengenai radio.

2.1.6 Teori Pemaknaan Individu & Motif Tindakan

Setiap individu mempunyai visi misi tersendiri dalam menjalankan tugasnya di perusahaan. Hal tersebut menjadi dasar pemaknaan bekerja setiap individu berbeda. Schlegel (dalam Rusdiana & Affandi, 2013) mengemukakan aspek-aspek pokok perilaku individu yaitu, (1) individu selalu bertindak sesuai dengan makna (yang dimiliki dan dialami). Mereka akan memiliki makna terperinci dan mendalam tentang objek yang beragam (fisik maupun non fisik), sehingga menjadikan dirinya cenderung lebih bersifat personal. (2) Makna tersebut muncul ketika dalam proses interaksi sosial antar individu. (3) Individu harus selalu menafsirkan makna dari suatu hal yang diterima dan bertindak sesuai dengan makna tersebut. Jadi, setiap individu dalam bertindak dipengaruhi oleh aspek-aspek yang terbentuk sebagai makna dalam proses berinteraksi, untuk melakukan penafsiran makna yang diterima.

Makna individu dalam bertindak atau mengambil keputusan dalam menjalankan tugas di perusahaan erat hubungannya antara keinginan/harapan dan kebutuhan. Menurut Maslow (dalam Rusdiana & Affandi, 2013) membedakan kebutuhan menjadi 5 macam, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial (kebutuhan akan cinta dan memiliki), kebutuhan penghargaan (rasa harga diri) serta kebutuhan untuk merealisasikan dirinya sendiri (aktualisasi). Jika informan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bakat (*passion*) dan keinginannya, rutinitas yang dilakukan lebih mudah. Sementara untuk para informan yang memaknai pekerjaannya berdasarkan kebutuhan, rutinitas tersebut tidak mudah dilakukan.

Motif tindakan individu menurut Alfred Schutz terdapat 2 motif; (1) *In order to motive*, yaitu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat dan berorientasi ke masa depan. (2) *Because motive*, yaitu merujuk pada pengalaman masa lalu yang dialami oleh individu dan tersimpan dalam ingatannya (Mulyana, 2003). Motif tujuan berdasarkan kondisi para informan pada suatu masa di masa depan, dimana informan tersebut mempunyai harapan untuk mencapai keinginannya tersebut melalui suatu tindakan. Sedangkan motif menjadi suatu sebab berdasarkan pengalaman masa lampau yang mempengaruhi para informan dalam mengambil suatu tindakan atau keputusan. Motif tersebut adalah berupa motif sebab (*because motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*) yang digunakan untuk mengungkap permasalahan mengenai motif-motif yang mendasari makna pengelolaan radio di era perkembangan teknologi pada Star FM Pandaan, Pasuruan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pencarian dari penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya untuk menjelaskan tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

- 1) Dhamayanti (2019) dalam JRK (Jurnal Ranah Komunikasi) meneliti tentang Pemanfaatan Media Radio di Era Digital. Narasumber yang diwawancara sebanyak 4 (empat) informan dari masyarakat pada umumnya, yang dirasa bisa mewakili dari generasi Y, X, dan milenial, dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa radio masih disukai sejumlah kalangan termasuk generasi milenial. Pemanfaatan radio dengan berbagai alasan seperti hiburan dan informasi.
- 2) Saputro (2020) dalam At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus, meneliti tentang Strategi Penyiaran Radio Komunitas di Era Internet (Studi Radio Komunitas Purwokerto). Metode yang digunakan, yaitu kualitatif dengan analisis data menggunakan teknik *filling system* yang dikembangkan oleh Wimmer dan Dominick. Sementara situs yang dipilih adalah radio Amikom dan radio Star (area lain). Hasil penelitian ini menemukan bahwa Radio Amikom FM dan Star FM (area lain) menerapkan lima strategi dalam penyiaran: (1) *Compatibility*, yaitu strategi kesesuaian antara tipe pendengar, program acara, dan ketepatan dalam memilih jadwal acara; (2) *Habit Formation*, agar pendengar tetap setia dengan program acara radio, maka penyajian acara dilakukan secara rutin dan sesuai jadwal; (3) *Control of Audience Flow*, menjaga agar pendengar tidak berpindah ke saluran lain; (4) *Conservation of Program Resources*, strategi ini berupaya untuk melindungi sumber-sumber program acara agar tersimpan rapi dan bisa digunakan lagi jika suatu saat dibutuhkan; (5) *Mass Appeal*, Daya

penarik massa diperlukan untuk memperluas jumlah pendengar baik secara teknis maupun sosial.

- 3) Ibrahim (2020) dalam Jurnal Komunikasi Borneo Vol.8, meneliti tentang Membudaya Kembali Kajian Radio: Perspektif Era Revolusi Industri 4.0. Penelitian ini menggunakan bahasa melayu dan berasal dari Malaysia. Metode pendekatan literatur juga digunakan dalam penelitian ini berdasarkan ahli fikir dan sarjana terdahulu dan terkini. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam era digital, radio bersifat *versatile*, yakni ia merupakan sebuah medium audio-visual yang boleh diakses menerusi berbagai medium. Radio dalam era revolusi industri 4.0 adalah simbolik kepada radio era baru yang memerlukan kajian mendalam untuk memahami perkembangan dan pembangunan industri radio dalam era tersebut.
- 4) Rusdiana & Affandi (2013) dalam Jurnal Paradigma Universitas Negeri Surabaya, meneliti tentang Makna Kerja Bagi Buruh Petik Lombok di Pare. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, yang kemudian akan dianalisis dengan menggunakan teori motif tindakan individu Alfred Schutz dan teori makna kerja. Subyek penelitian dipilih dengan menggunakan tehnik *purposive* dengan pertimbangan yang didasarkan pada tingkat pendidikan dan lama bekerja. Makna kerja petik lombok yang dibentuk oleh buruh antara lain sebagai penghasil tambahan keluarga, sebagai pengisi waktu luang, sebagai adaptif dengan lingkungan sosial, sebagai keterpaksaan, sebagai sumber penghasilan utama demi kelangsungan hidup keluarga, sebagai Usaha mengumpulkan modal, sebagai upaya penunjukkan eksistensi diri.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Situs	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Meilani Dhamayanti (2019) Pemanfaatan Media Radio di Era Digital	Masyarakat umum generasi Y, Z, dan Milenial	Kualitatif: wawancara, observasi dokumentasi	Radio masih disukai sejumlah kalangan termasuk generasi milenial. Pemanfaatan radio dengan berbagai alasan seperti hiburan dan informasi.
Dedy Riyadin Saputro (2020) Strategi Penyiaran Radio Komunitas di Era Internet (Studi Radio Komunitas Purwokerto)	Radio Amikom dan radio Star (area lain)	Kualitatif: wawancara, observasi dokumentasi Analisis: Teknik <i>filling system</i>	Radio Amikom FM dan Star FM (area lain) menerapkan lima strategi dalam penyiaran: (1) Compatibility (2) Habit Formation (3) Control of Audience Flow (4) Conservation of Program Resources (5) Mass Appeal
Intan Soliha Ibrahim (2020) Membudaya Kembali Kajian Radio: Perspektif Era Revolusi Industri 4.0. (Malaysia)	Ahli fikir dan sarjana terdahulu juga terkini	Pendekatan literatur dan analisis kandungan artikel dan buku-buku	Dalam era digital, radio bersifat <i>versatile</i> . Radio dalam era revolusi industri 4.0 adalah simbolik kepada radio era baru yang memerlukan kajian mendalam untuk memahami perkembangan dan pembangunan industri radio dalam era tersebut.
Okty Rusdiana & M. Arif Affandi (2013) Makna Kerja Bagi Buruh Petik Lombok di Pare	Buruh Petik Lombok Pare	Kualitatif : fenomenologi Alfred Schutz	Makna kerja petik lombok yang dibentuk oleh buruh antara lain sebagai penghasil tambahan keluarga, sebagai pengisi waktu luang, sebagai adaptif dengan lingkungan sosial, sebagai keterpaksaan, sebagai sumber penghasilan utama demi kelangsungan hidup keluarga, sebagai usaha mengumpulkan modal, sebagai upaya penunjukkan eksistensi diri.