

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Radio merupakan salah satu media informasi sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa. Radio mempunyai sifat khas yang menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Menurut Astuti (2008: 29) radio bersifat auditif terbatas pada suara atau bunyi yang menerpa pada indra. Karenanya tidak menuntut khalayak memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. Begitu sederhananya untuk menikmati sajian radio. Seperti yang dikemukakan Jefkins (1996 : 101) karakteristik media radio yang menguntungkan yaitu: 1) Murah; (2) Waktu transmisi tidak terbatas; (3) Suara manusia dan musik; (4) Tidak memerlukan perhatian terfokus.

Radio adalah salah satu media elektronik yang mempunyai fungsi sebagai media massa. Hal ini sejalan dengan pendapat Prayudha (2004: 15) yang menyatakan bahwa penyiaran radio bisa membuktikan peranannya sebagai media massa dengan mempengaruhi atau membujuk massa sosial untuk berpartisipasi atau terlibat dalam satu kegiatan tertentu, *on air* maupun *off air*. Selain itu, Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dan Pers memberi definisi bahwa penyiaran radio merupakan media komunikasi massa dengar yang dapat menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Salah satu elemen penting dari radio adalah pendengar radio. Keefektifan media penyiaran radio tergantung kepada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program radio yang akan dijadikan sebagai sarana penyampaian pesan iklan produk sesuai dengan target marketnya (Prayudha 2004: 120).

Perbincangan radio (*talk show*) pada dasarnya adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Program perbincangan biasanya diarahkan oleh seorang pemandu acara (*host*) bersama satu atau lebih narasumber untuk membahas sebuah topik yang sudah dirancang sebelumnya. Tiga bentuk program perbincangan yang banyak digunakan stasiun radio yaitu: (1) *One-one show*, yaitu berbentuk perbincangan saat penyiar (pewawancara) dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah studio yang sama; (2) *Panel discussion*, yaitu pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber, *panel discussion* ini digunakan dalam *talk show* interaktif program acara parlemen partikelir dan (3) *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik *call in show* ini ditentukan dulu oleh pemandu di studio kemudian ditawarkan untuk direspon pendengar (Morissan 2008 :227)

Khusus program diskusi interaktif seperti program Parlemen Partikelir yang dimediasi oleh RRI dan tidak terbatas pada studio melainkan di tempat-tempat umum atau ruang publik yaitu warung kopi atau cafe. Warung kopi merupakan tempat santai ataupun ruang bebas berekspresi bagi masyarakat, warung kopi tidak pernah sepi karena ditempat itu obrolan berlangsung dengan hangat, silang pendapat disampaikan secara terbuka. Tidak ada satu pihak yang mendominasi pembicaraan karena pihak

lain pasti akan aktif mengimbanginya dalam arti kata, inilah model diskusi demokratis yang paling ideal inilah *public sphere* (ruang publik). Sebuah situasi yang memungkinkan publik mendiskusikan berbagai hal secara terbuka dari semua kalangan baik birokrasi, organisasi, pemerintah, lembaga formal/non formal untuk memberikan masukan informasi dan memperoleh informasi secara cepat sekaligus sebagai wadah menyampaikan permasalahan atau isu yang menyangkut kepentingan banyak orang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Cangara 2009: 159) bahwa opini publik adalah kompleks preferensi yang dinyatakan sejumlah orang tertentu mengenai isu yang menyangkut kepentingan umum. Pembentukan opini publik tidak berlangsung begitu saja melainkan “berperantara” tidak ada opini yang dibentuk melalui komunikasi *face to face*, tetapi ada media yang menjadi perantara untuk membentuk opini publik salah satunya media radio.

Untuk bisa menarik publik mendiskusikan sebuah isu, maka radio akan mengemas isu itu bisa menarik, menimbulkan simpati atau empati, memainkan kemampuan *kognisi* (pengetahuan) dan *afeksi* (perasaan) publik (Tamburaka 2012 : 100). Layanan informasi tentunya membutuhkan pengelolaan yang tepat guna, untuk mencapai tujuan yang diinginkan sesuai dengan tugas dalam memberikan penyiaran yang maksimal pada masyarakat. Pengelolaan media penyiaran pada dasarnya adalah mengelola sumber daya manusia.

Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik program, pemasaran dan bagaimana kualitas orang-orang yang

bekerja pada ketiga bidang tersebut. Namun demikian, kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media penyiaran bersangkutan mengelola sumber daya manusia yang ada. Karena alasan inilah efektivitas pengelolaan yang baik mutlak diperlukan pada media penyiaran dalam rangka penyampaian informasi pada masyarakat. Begitu juga dengan efektivitas program penyiaran oleh RRI harus dikelola dengan sebaik-baiknya untuk mendapatkan umpan balik serta solusi yang efektif dan efisien bagi masyarakat secara umum.

Untuk itulah, LPP RRI dituntut bisa melakukan inovasi salah satunya dengan melakukan pengembangan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan, dan memberdayakan serta mendorong kreatifitas masyarakat dalam kerangka membangun karakter bangsa. Hal ini tidak mengherankan kalau RRI Gorontalo sering digunakan sebagai media komunikasi antara masyarakat. Seperti program acara Parlemen Partikelir (dialog warung kopi) di RRI Gorontalo dengan maksud memberi masukan informasi dan untuk memperoleh informasi secara cepat, sehingga informasi yang berkembang di masyarakat berupa kabar burung tidak direspon dengan tindakan-tindakan yang dapat merugikan individu itu sendiri maupun kelompok masyarakat.

Berdasarkan survei peneliti kegiatan program penyiaran RRI Gorontalo yaitu khususnya acara Parlemen Partikelir (dialog warung kopi) ada beberapa masalah yang terjadi dalam kegiatan yang dapat mengurangi efektivitas program penyiaran tersebut. Hal ini harus dicarikan solusi atau alternatif yang baik agar program ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Gorontalo sekaligus sebagai ajang kreatifitas untuk menyampaikan informasi yang aktual dan alternatif pemecahan masalah yang

berkembang dalam masyarakat. Dalam hal penyajian topik yang perlu diperhatikan yaitu isi atau *content* pesan yang disampaikan dapat di terima dan tersalurkan kepada masyarakat pendengar dimana selaku penerima dan pemakai pesan (*received used*) serta tanggapan atau efek masyarakat sebagai (*audiens*) setelah mengikuti acara pada program Parlemen Partikelir. Berangkat dari permasalahan itulah sehingga peneliti merasa perlu melakukan kajian ilmiah guna mengetahui secara obyektif efektivitas pesan pada program Parlemen Partikelir (dialog warung kopi) di LPP RRI Gorontalo.

Dalam penelitian ini peneliti memilih RRI Gorontalo yang merupakan radio terbesar dan memiliki jangkauan siaran yang luas serta menyajikan berbagai program siaran, seperti siaran berita dan informasi, siaran pendidikan dan budaya, siaran hiburan dan siaran penunjang lainnya. Melalui penelitian diharapkan efektivitas pesan program Parlemen Partikelir oleh RRI Gorontalo sebagai mediasi (perantara) dalam pemecahan opini masyarakat dapat terakomodir oleh pihak-pihak yang berkompeten terutama pemerintah di Gorontalo.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut di atas, permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat diidentifikasi yaitu: (1) Kurang efektifnya program acara parlemen partikelir oleh RRI Gorontalo; (2) Kurang tanggapnya pemerintah terhadap isu yang berkembang dalam masyarakat; (3) Kurangnya solusi riil yang ditawarkan oleh pemateri (birokrasi, organisasi); (4) Kurangnya penguasaan materi oleh narasumber; (5) Kurangnya durasi waktu dalam dialog; (6) Pesan-pesannya

relatif bersifat umum; (7) Materi disampaikan secara serentak dan tidak terstruktur (sistematis); (8) Umpan balik relatif tidak ada atau bersifat tunda; (9) Komunikator sulit mengetahui umpan balik dari komunikan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas, maka peneliti memfokuskan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana isi pesan Program Acara Parlemen Partikelir (dialog warung kopi) yang disampaikan kepada masyarakat (*audiens*)?
2. Bagaimana tanggapan masyarakat (*audiens*) mengikuti acara dialog warung kopi?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Efektivitas Pesan Program Parlemen Partikelir (dialog warung kopi) di LPP RRI Gorontalo yang dilihat dari:

1. Isi pesan yang di sampaikan kepada masyarakat sebagai *audiens*.
2. Tanggapan masyarakat (*audiens*) setelah mengikuti acara Parlemen Partikelir dialog warung kopi.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik dari segi teoretis maupun untuk keperluan praktis, sehingga memungkinkan penelitian ini menjadi

suatu acuan atau pengembangan penelitian selanjutnya agar lebih memperdalam hasil yang ditemukan. Untuk lebih jelasnya manfaat penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

#### 1.5.1 Manfaat teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi suatu pengembangan ilmu komunikasi dalam konteks komunikasi massa, khususnya Radio dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.
2. Sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya.

#### 1.5.2 Manfaat praktis

1. Bagi peneliti
  - a. Sebagai pengalaman yang sangat berharga dalam mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama masa perkuliahan dan diharapkan berguna untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya media massa (Radio)
  - b. Sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Gorontalo.
2. Bagi Universitas

Sebagai literatur maupun referensi bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian pada kajian yang serupa yang berkaitan dengan komunikasi massa (Radio).