

BAB II

Tinjauan Komunikasi

1.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Komunikasi

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam “ bahasa “ komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicatee*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi sendiri terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). (Effendy, 2017: 27)

Menurut penulisan hakikat komunikasi adalah proses menyampaikan informasi berdasarkan pemikiran maupun perasaan yang disampaikan antar individu dan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk menyampaikannya.

Komunikasi menurut *Anderson* dalam Sasa (Djuarsa, 2017: 21) adalah suatu proses proses dengan mana kita memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.

Menurut penulis komunikasi ialah suatu proses dimana komunikan dan komunikator melakukan percakapan dan memahami pesan satu sama lain sesuai dengan apa maksud dan situasi yang diharapkan.

Komunikasi dalam psikologi mempunyai makna yang luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi. Jadi psikolog menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat – alat ke otak,

pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. (Rakhmat, 2013: 3 - 4)

Menurut peneliti komunikasi memiliki makna yang luas untuk manusia karena meliputi segala aspek. Kata komunikasi juga dipergunakan untuk menyampaikan pesan, informasi dan sebagai pengaruh ke dalam psikoterapi.

Lingkup komunikasi merupakan yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup (*scope*) nya dan banyak dimensinya. Para mahasiswa acapkali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. Tujuan komunikasi menurut Effendy diantaranya, yaitu mengubah sikap (*to change the attitude*), mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*), mengubah perilaku (*to change the behavior*), mengubah masyarakat (*to change the society*). Sementara Fungsi komunikasi menurut Effendy diantaranya, yaitu menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), mempengaruhi (*to influence*). (Effendy, 2017: 53)

Menurut penulis lingkup komunikasi adalah lingkup yang menelaah, mempelajari, dan kegiatan – kegiatan komunikasi antar sesama individu dan diklasifikasikan dalam berbagai aspek.

2.1.2 Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:
(Effendy, 2017: 53)

1. Komunikasi verbal (*Verbal Communication*)
 - a. Komunikasi Lisan (*Oral Communication*)
 - b. Komunikasi Tulisan (*Written Communication*)
2. Komunikasi nonverbal (*Non Verbal communication*)
 - a. Komunikasi Kias (*gestural/body communication*)
 - b. Komunikasi gambar (*Pictorial Communication*)
3. Komunikasi tatap Muka (*face to face communication*)
4. Komunikasi bermedia (*mediated communication*)

Dapat disimpulkan peneliti sifat komunikasi yaitu, ada komunikasi verbal, (*Verbal Communication*), komunikasi nirverbal (*Non Verbal communication*), komunikasi tatap muka (*face to face communication*) dan komunikasi bermedia (*mediated communication*).

2.1.3 Proses komunikasi

Proses komunikasi dalam perspektif psikologis ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan.. Proses “mengemas” atau “membungkus” pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan “*encoding*”. Hasil encoding berupa pesan itu kemudian ia transmisikan atau operkan atau kirimkan kepada komunikan. Proses dalam diri komunikan disebut decoding seolah – olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Apabila komunikan megerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi. Sementara Proses Komunikasi dalam perspektif mekanistik adalah proses berlangsung ketika komunikator menoperkan atau “melemparkan” dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. (Effendy, 2017: 33)

Menurut penulis proses komunikasi suatu pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dan terjadi proses dalam berkomunikasi didalamnya.

Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga tau indera mata, indera – indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Untuk jelas proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat dikasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan sekunder (Effendy, 2017 : 33)

Menurut penulis penangkapan pesan yang terjadi dalam melakukan proses komunikasi ialah dengan menggunakan indera karena bersifat situasional atau bergantung pada situasi yang terjadi pada saat itu.

1. Proses komunikasi secara primer (*primary process*), adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi

tertentu, lambang – lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna dan lain sebagainya. Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang nirverbal (*nonverbal symbol*). (Effendy, 2017 : 37)

Dapat penulis simpulkan bahwa proses komunikasi primer adalah proses komunikasi yang menggunakan lambang tertentu salah satunya seperti bahasa, gerak tubuh, dll.

2. Proses komunikasi secara sekunder (*secondary process*), adalah proses penyampaian pesan oleh komuniator kepada komunikan dengan menggunakan alat sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan karena komunikan ang dijadikan sasaran komunikasinya jauh dan banyak. Kalau komunikannya jauh, dipergunakanlah surat atau telepon ; jika banyak pakailah perangkat pengeras suara; apabila jauh dan banyak; dipergunakanlah surat kabar, radio atau televisi. Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi –teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi. Faktor internal dan eksternal ini merupakan jenis – jenis atribusi yang dibuat karyawan memiliki sejumlah akibat psikologis dan berdasarkan kepada tindakan. Seseorang karyawan yang menganggap kinerjanya baik berasal dari faktor-faktor internal seperti kemampuan atau upaya, diduga orang tersebut akan mengalami lebih banyak perasaan positif tentang kinerjanya dibandingkan dengan jika ia menghubungkan kinerjanya yang baik dengan faktor eksternal . (Effendy, 2017 : 38)

Dapat penulis simpulkan bahwa proses komunikasi sekunder adalah proses komunikasi yang menggunakan sarana sebagai alat dalam media kedua setelah memakai lambang ketika berkomunikasi.

2.1.4 Hambatan Komunikasi

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang sebenar- benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasinya sukses. (Effendy, 2017 : 45)

Dapat penulis simpulkan bahwa hambatan dalam berkomunikasi bisa merusak pesan dari komunikator kepada komunikan dan cenderung merusak pesan komunikasi.

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut dua sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik. Gangguan mekanik (*mechanical, channel noise*) ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik, bunyi mengaung pada pengeras suara. Gangguan semantik (*semantic noise*) ialah jenis gangguan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik pada pesannya. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian. (Effendy, 2017: 46)

Dapat penulis simpulkan bahwa hambatan gangguan, adalah gangguan yang mengganggu jalannya komunikasi dan merusak pengertian.

2. Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang hanya akan memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sifat reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan. (Effendy, 2017 : 47)

Dapat penulis simpulkan bahwa hambatan komunikasi kepentingan, adalah hambatan yang mempengaruhi perhatian dan juga daya tanggap, perasaan dan tingkah laku.

3. Motivasi Terpendam

Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu yang benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda dengan orang lainnya, dari waktu ke waktu dan dari tempat ketempat, sehingga karenanya motivasi itu berbeda intensitasnya. (Effendy, 2017 : 48)

Dapat penulis simpulkan bahwa hambatan komunikasi motivasi adalah hambatan yang mendorong individu untuk melakukan sesuatu sesuai keinginan atau kebutuhan tergantung intensitasnya.

4. Prasangka

Prejudice atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa – apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melakukan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syakwasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata bagaimanapun, oleh karena sekali prasangka itu sudah mencekam, maka seseorang tak akan dapat berpikir secara objektif dan segala apa yang dilihatnya selalu akan dinilai negatif. (Effendy, 2017 : 49)

Dapat penulis simpulkan bahwa hambatan komunikasi prasangka ialah hambatan yang menimbulkan curiga ketika terjadinya komunikasi antar komunikator dan komunikan.

1.2 Pola Komunikasi

Pertama – tama kita kategorikan pola komunikasi ini dari dua perspektif. Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Pola juga dapat dikatakan model, yaitu cara untuk menunjukan sebuah objek yang mengandung kompleksitas proses didalamnya dan hubungan antara unsur-unsur pendukungnya (Djamarah, 2014: 9). Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (Djamarah, 2014: 9).

Dapat penulis simpulkan bahwa pola komunikasi ialah pola dalam berkomunikasi antara dua orang atau lebih yang cara dalam penerimaan dan pengirimannya tepat sehingga pesan dapat dipahami satu sama lain.

Pola komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautan unsur – unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. (Effendy, 2017:86)

Dapat penulis simpulkan bahwa pola komunikasi ialah proses yang dibuat mewakili keterpautan unsur – unsur agar komunikasi dapat dikatakan logis.

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga akan muncul beberapa pilihan pola dalam berkomunikasi. Dalam pola komunikasi akan didapatkan *feedback* dari penerima pesan yang dilakukan dari serangkaian aktivitas menyampaikan pesan dari proses komunikasi, hal inilah yang menjadikan pola komunikasi tersebut identik dengan proses komunikasi. (Ngalimun, 2018: 46).

Sehingga penulis menarik kesimpulan bahwa pola komunikasi merupakan suatu bentuk aktifitas berkomunikasi antara penyampai pesan dan penerima pesan yang mana mencari cara terbaik dalam proses menyampaikan pesan dan penerima menerima *feedback* sehingga keduanya dapat mengerti satu sama lain.

Menurut Effendy Komunikasi yang terjadi didalam komunitas pada umumnya akan membentuk pola komunikasi tertentu. Antara satu komunitas dengan komunitas lainnya biasanya memiliki pola komunikasi yang berbeda – beda. Hal ini yang menjadikan suatu komunitas memiliki karakteristik tersendiri. Berikut ini merupakan proses komunikasi dalam kategori pola komunikasi yaitu sebagai berikut :

1. Pola komunikasi primer, pola komunikasi ini menggunakan simbol ataupun media dalam proses penyampaian pesannya. Adapun simbol atau lambang yang digunakan dalam pola komunikasi ini ada dua. Yaitu bahasa sebagai lambang verbal dan isyarat seperti gambar dan warna sebagai lambang nonverbal. (Effendy, 2017: 30)

Dapat penulis simpulkan pola komunikasi primer ialah pola dalam berkomunikasi yang menggunakan simbol ataupun media, lambang yakni ada dua yaitu verbal (bahasa) dan nonverbal (gerakan tubuh).

2. Pola Komunikasi Sekunder, pola komunikasi ini menggunakan media sebagai sarannya oleh komunikator kepada komunikan. Penggunaan media seperti alat oleh komunikator karena jarak yang jauh atau jumlah yang banyak. (Mulyana, 2015: 261)

Dapat penulis simpulkan pola komunikasi sekunder ialah pola dalam berkomunikasi menggunakan media sebagai sarannya antara komunikator dan komunikan.

3. Pola Komunikasi Linear, pola komunikasi ini yaitu komunikan menerima pesan sebagi titik terminal dari penyampaian pesan oleh komunikan, yang berarti komunikator dan komunikan saling bertatap muka atua ada kalanya menggunakan media dalam berkomunikasi. Proses komunikasi akan lebih efektif menggunakan pola komunikasi ini jika ada perencanaan terlebih dahulu. (Effendy, 2017: 31)

Dapat penulis simpulkan pola komunikasi linear adalah penyampaian pesan antara komunikan dan komunikator yang terjadi secara tatap muka ataupun sesekali menggunakan media sebagai alat berkomunikasi namun terjadi perencanaan terlebih dahulu sebelum melakukan komunikasi.

4. Pola Komunikasi Sirkular, Proses penyampaian pesan pada pola komunikasi sirkular yaitu pesan disampaikan secara terus menerus antara komunikator dan komunikan, arena munculnya *feedback* atau timbal balik yang menjadi penentu utama keberhasilan komunikasi. (Effendy, 2017: 39)

Dapat penulis simpulkan pola komunikasi sirkular ialah proses penyampaian pesan yang terjadi antara komunikator dan komunikan dan memunculkan umpan balik antar satu sama lain.

1.3 Kinerja

Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Secara lebih tegas menurut Amstron dan Baron dalam Fahmi i mengatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Lebih jauh Indra Bastian dalam Fahmi menyatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi. (Fahmi,2019: 2)

Dapat penulis simpulkan kinerja ialah hasil yang didapat oleh suatu organisasi atau lembaga yang bersifat untung dan tidak untung yang dihasilkan selama satu periode waktu yang mana dan juga adanya gambaran tingkat pencapaian suatu perusahaan, lembaga ataupun organisasi.

Menurut Rivai & Basri dalam Masram (2017:138) menyatakan: “Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran maupun kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu telah disepakati bersama”. Sedangkan menurut Mathis dan Jackson dalam Masram (2017:138) juga menyebutkan “Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan pegawai. Manajemen kinerja adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja masing-masing individu dan kelompok kerja di perusahaan tersebut”.

Dapat penulis simpulkan kinerja ialah hasil yang diperoleh atas pencapaian seseorang didalam suatu perusahaan atau organisasi yang mengikuti standar kinerja suatu perusahaan dan organisasi.

1.3.1 Hambatan Kinerja

Dalam menerapkan suatu model kinerja yang profesional maka sering ditemui beberapa hambatan. (Fahmi, 2019: 9) Adapun bentuk – bentuk hambatan tersebut adalah :

1. Masih kurangnya pemahaman pihak manajemen perusahaan dalam mengenal secara lebih komprehensif tentang manajemen kinerja.

2. Sarana dan prasarana yang terdapat di organisasi tersebut baik organisasi yang bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* belum mendukung ke arah penegakan konsep manajemen kinerja yang baik.
3. *Research*, pelatihan, jurnal, dan buku teks yang mendukung pemahaman serta percepatan berbagai pihak dalam memahami dan menafsirkan tentang manajemen kinerja belum tersedia dengan lengkap, bahkan dianggap masih kurang
4. Keberadaan berbagai buku referensi baik yang ditulis oleh penulis asing dan domestik masih bersifat umum dan belum bersifat kasuistik atau khusus.
5. Dukungan pihak terkait seperti pemerintah dan lembaga terkait lainnya yang belum begitu maksimal dalam fungsinya sebagai kontrol sosial. (Fahmi, 2019:9-10)

Dapat penulis simpulkan bahwa hambatan kinerja dapat terjadi seperti kurangnya pemahaman, sarana prasarana yang tersebut belum mendukung, pelatihan yang kurang, keberadaan buku referensi yang kurang baik, belum maksimalnya dukungan pihak terkait.

1.3.2 Upaya Peningkatan Kinerja

Kinerja dapat dioptimumkan melalui penetapan deskripsi jabatan yang jelas dan terukur bagi setiap pejabat (pegawai), sehingga mereka mengerti apa fungsi dan tanggung jawabnya. (Sinambela, 2019: 26) .

Stoner dalam Sutrisno (Sutrisno, 2016: 184) mengemukakan adanya beberapa cara untuk meningkatkan kinerja karyawan, yaitu :

- a. Diskriminasi, Seorang manajer harus mampu membedakan secara objektif antara mereka yang dapat memberi sumbangan berarti dalam pencapaian tujuan organisasi dengan mereka yang tidak. Dalam konteks penilaian kerja memang harus ada perbedaan antara karyawan yang berprestasi dengan karyawan yang tidak berprestasi (Sutrisno, 2016: 184)
- b. Pengharapan, dengan memperhatikan bidang tersebut diharapkan bisa meningkatkan kinerja karyawan. Karyawan yang memiliki kinerja tinggi diharapkan pengakuan dalam bentuk berbagai penghargaan yang diterimanya dari organisasi. Untuk memertinggi motivasi dan kinerja, mereka yang tampil mengesankan dalam bekerja harus diidentifikasi

sedemikian rupa sehingga penghargaan memang jatuh pada tangan yang berhak. (Sutrisno, 2016: 184)

- c. Komunikasi, para manajer bertanggung jawab untuk mengevaluasi kinerja para karyawan dan secara akurat, para manajer harus mengetahui kekurangan dan masalah apa saja yang dihadapi karyawan dan bagaimana cara mengatasinya. Disamping itu, para manajer juga harus mengetahui program pelatihan dan pengembangan apa saja yang dibutuhkan. Untuk memastikannya, para manajer perlu berkomunikasi secara *intens* dengan karyawan. (Sutrisno, 2016: 185)

Dapat penulis simpulkan bahwa upaya peningkatan kinerja dapat dioptimalkan dengan beberapa cara yaitu diskriminasi, pengharapan dan komunikasi.

1.4 Media Penyiaran Radio

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan diantara sesama media penyiaran, misal antara radio dan televisi terdapat perbedaan sifat. Radio bersifat dapat didengar bila siaran, dapat didengar kembali bila diputar kembali, daya rangsang rendah, elektrik, relatif murah, daya jangkau besar. (Morissan. 2011: 10). Media penyiaran yang digunakan penulis didalam penelitian ini merupakan Radio FM (Frekuensi Modulasi) dimana media ini hanya menggunakan audio saja. Menurut penulis Radio juga merupakan sarana yang bisa menjadi penyebaran informasi kepada masyarakat yang mana menggunakan dasar ilmu komunikasi didalam praktiknya. (Morissan. 2011: 11).

Dapat penulis simpulkan media penyiaran adalah salah satu alat berkomunikasi yang termasuk kedalam media massa, media massa yang diteliti penulis ialah radio yang mana media penyampaian informasi dan komunikasi melalui saluran frekuensi modulasi dengan menggunakan audio.

Radio mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima atau “*The Fifth estate*”, setelah pers (baca surat kabar) dianggap sebagai kekuasaan keempat atau “*the fourth estate*”. Itulah sebabnya maka kalau dalam suatu negara terjadi revolusi atau kudeta atau pemberontakan, maka yang pertama dikuasai adalah radio. Radio siaran dalam arti kata *broadcast* dimulai pada tahun 1920 oleh stasiun radio KDKA *Pittsburg* di Amerika Serikat. Memang pada waktu itu radio dirasakan sebagai hasil penemuan yang penting artinya bagi kehidupan manusia yang pengaruhnya dapat dirasakan dalam berbagai bidang. Tetapi sampai tahun tiga

puluhan belum terlihat gejala yang menjadikan radio mendapatkan julukan kekuasaan kelima. Pada tahun – tahun sesudah ditemukannya radio itu, medium tersebut hanya mempunyai tiga fungsi yaitu, sarana hiburan, sarana pendidikan, sarana propaganda. (Effendy, 2017: 137 -139).

Dapat penulis simpulkan radio merupakan kekuasaan kelima dalam suatu media massa yang memiliki fungsi sebagai sarana hiburan, pendidikan dan propaganda

Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikanlah tidaklah mengaami proses yang kompleks. Dengan medium radio jauh lebih mudah dan cepat. Tinggal menyusun saja secara singkat (baca berta radio harus singkat dan padat), lalu menyerahkannya kepada penyiar untuk dibacakan pada masa siaran berita terdekat.berita radio dibacakan setiap jam. Bahkan kalau beritanya sangatlah penting dapat disiarkan seacara “*stop-press*” di tengah – tengah acara siaran apa saja dan secara erulang kali. Tulang punggung radio siaran adalah musik. Orang menyetel pesawat radio terutama untuk mendengarkan musik, karena musik merupakan hiburan. (Effendy, 2017: 144-145).

Dapat penulis simpulkan medium radio dapat menyampaikan informasi atau pesan secara singkat yang dibacakan oleh penyiar radio dan juga dapat memutarakan musik.

Dalam perkembangannya Radio FM muncul pada petengahan tahun 1930 oleh *Edwin Howard Armstrong* dalam Morissan (Morissan,2011: 4) yang berhasil menemukan frekuensi modulasi (FM). Jumlah stasiun radio FM mulai berkembang pada tahun 1955. Peran Radio selain untuk memutarakan lagu, juga dapat melkukan pemasaran dalam pemasangan iklan dan juga dapat menyiarkan berita yang aktual dan faktual. Station Radio mulai memproduksi acaranya sendiri dan bersentrase dan berkonsentrasi untuk mendapatkan iklan dari pemasangan iklan lokal. Salah satu stasiun radio di Midwest Amerika Serikat bereksperimen dengan mengamati volume penjualan album rekaman dan memutarakan lagu – lagu yang banyak dibeli diststiuin radionya . Hasil eksperimen ini sangat bagus, pendengar sangat menukai lagu – lagu yang disiarkan dan lahirlah format siaran radio pertama yaitu, TOP 40. (Morissan. Manajemen, 2011: 4-6)

Dapat penulis simpulkan perkembangan radio dimulai dari tahun 1930 hingga sekarang yang mana radio dapat memutarakan musik dan juga iklan.

2.4.1 Fungsi Radio

Sama halnya dengan media massa lainnya, Radio juga pada dasarnya mempunyai fungsi. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (Effendy, 2017 : 137) sebagai berikut :

1. Fungsi Penerangan
2. Fungsi Pendidikan
3. Fungsi Hiburan
4. Sarana Propaganda

Dapat penulis simpulkan radio memiliki fungsi sebagai sarana penerangan, pendidikan, hiburan dan propaganda.

Sekalipun radio siaran bersifat auditif, yang hanya bisa didengarkan, tapi bukan berarti radio siaran tidak bisa menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Radio dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang memuaskan walau hanya dilengkapi dengan unsur audio. Radio siaran dapat menjalankannya dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, *talkshow* dan lain-lain. Sebagai media pendidikan, radio siaran merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan khalayak secara meluas dan serempak. Sebagian alokasi waktu siaran juga di isi oleh acara-acara hiburan bisa berupa musik maupun drama radio. (Effendy, 2017 : 137)

Dapat penulis simpulkan radio bersifat auditif yang hanya bisa didengarkan, namun radio juga dapat menjadi sarana sebagai sarana menyiarkan informasi dengan unsur audio.

Radio siaran merupakan sarana propaganda, bisa terlihat dengan banyaknya pemasangan iklan yang memilih radio siaran sebagai sarana pemasangan iklannya. Penyampaian pesan melalui radio siaran berbeda dengan penyampaian pesan melalui media massa lainnya. Komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan melalui radio siaran harus dapat mengkombinasikan unsur-unsur penting dalam meningkatkan efektivitas pada siaran radio, yaitu *sound effect*, musik, dan kata-kata sehingga dapat diterima dengan baik oleh komunikan yang

bersifat heterogen aktif, dan selektif, agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator berjalan efektif dan efisien. (Effendy, 2017 : 137-138)

Dapat penulis simpulkan radio siaran merupakan sarana propaganda dimana radio juga memutarakan dan menyampaikan iklan yang ditambahkan musik dan *soound effect* sehingga dapat diterima dengan baik oleh pendengar.

2.4.2 Penyiar Radio

Penyiar (*announcer*) adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, misalnya acara berita, pemutaran lagu pilihan, talk show dan sebagainya. Ia menjadi ujung tombak sebuah stasiun radio dalam berkomunikasi dengan pendengar. Keberhasilan sebuah program acara dengan parameter jumlah pendengar dan pemasukan iklan – utamanya ditentukan oleh kepiawaian penyiar dalam membawakan sekaligus menghidupkan acara tersebut (Romli, 2015 :37). Dalam bahasa Inggris, selain *Announcer*, penyiar juga sering disebut “Presenter Radio (*Radio Presenter*)” atau “Presenter Siaran (*Broadcast Presenter*)”, yakni penyaji program siaran, dan *Host* (harfiah: tuan rumah) atau pembawa acara. (Romli, 2015: 38)

Dapat penulis simpulkan penyiar adalah seseorang yang bertugas menyampaikan informasi, membawakan atau memandu suatu acara radio dan juga memutarakan serta menyisipkan iklan dan musik.

Penyiar dikenal pula dengan sebutan Radio DJ – perangkai lagu dalam sebuah siaran radio. Secara bahasa, DJ (*Disk Jokey*) dimaknai orang yang menghidangkan (*present*), memadukan (*mix*) , dan merangkai atau menghubungkan (*link*) lagu-lagu rekaman. *Link* yang disajikan penyiar itu berupa antara lain obrolan, penerimaan telepon pendengar (*phone ish*), iklan, berita, dan wawancara (Romli, 2015:38)

Menurut penulis penyiar radio merupakan seseorang yang menyampaikan informasi dan juga yang menyusun iklan dan lagu didalam suatu program siaran radio yang menyampaikan pesan melalui audio dengan baik kepada penerima pesan atau pendengar. Seiring perjalanannya radio tidak hanya dapat didengarkan di radio biasa dimobil saja, tapi juga bisa didengarkan via digital dengan

menggunakan aplikasi di gawai pintar dimana para pendengar bisa mendengarkannya dimanapun dan kapanpun, juga pendengar dapat berinteraksi dengan penyiar bukan hanya via telepon tapi juga bisa melalui pesan daring pada aplikasi seperti whatsapp dan juga instagram.

Syarat utama penyiar adalah “bersuara emas” (*golden voice*) yang bisa dibentuk dengan teknik pernapasan, teknik vokal, kekuatan berimajinasi tentang sosok pendengar (*visualisasi*), serta pembicaraan yang berisi dan dipahami pendengar. Selain itu penyiar yang baik dan profesional harus memenuhi sejumlah persyaratan lain, utamanya *skill*, berwawasan luas, *sense of music*, *sense of humor* dan sebagainya. (Romli, 2015:38)

Dapat penulis simpulkan syarat utama penyiar radio adalah memiliki suara yang berkualitas yang dapat dibentuk dengan teknik pernapasan, teknik vokal dan dapat berimajinasi (*sense of theater*).

Adapun karekteristik dari penyiar dan pendengar radio adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik Penyiar

Semua orang pada dasarnya bisa menjadi penyiar, tetapi untuk menjadi penyiar yang profesional, seseorang harus mempunyai kecakapan diantaranya Menurut Ben G. Henneka dalam bukunya “ *The Radio Announcer’s handbook*” (1954) dalam Romli (Romli,2015 :34) Kecakapan yang harus dimiliki penyiar meliputi :

1. *Announcer Skill*

- a. Komunikasi gagasan (*communication of ideas*) seorang penyiar harus mampu menyampaikan gagasan, pemikiran atau informasi dengan baik dan mudah dipahami pendengar.
- b. Komunikasi kepribadian (*communication personality*)
- c. Proyeksi kepribadian. Penyiar harus memproyeksi dirinya sebagai pribadi yang memiliki hal-hal sebagai berikut : Keaslian (*naturalness*) yakni keaslian suara tidak dibuat-buat, Kelincahan (*vitality*) dalam berbicara sehingga dinamis dan penuh semangat, Pengucapan (*pronounciation*) yang jelas dan benar atas setiap kata atau istilah yang dikemukakan, kontrol suara (*voice control*) meliputi pola titimada (*pitch*), kerasnya

suara (*loudness*), tempo (*time*) dan kadar suara (*quality*). (Romli,2015: 38 - 39)

2. Kesanggupan menyesuaikan diri (*adaptability*), yakni bisa bekerja dalam tim, siap menghadapi resiko pekerjaan sebagai penyiar dan mampu melayani atau mengimbangi ragam karakter pendengarnya. (Romli,2015: 39)
3. Berwawasan luas, penyiar tidak punya wawasan atau pengetahuan yang banyak, siarannya akan “kering”, tidak berisi, Cuma “say hello” dan kirim-kirim salam, bahkan parahnya bisa nge *blank* , tidaktahu harus berbicara apa. Untuk harus berwawasan luas, penyir harus rajin baca-baca berota dalam buku;koran;majalah;artikel atau sering menonton berita televisi dan acara lainnya. (Romli,2015: 39)
4. *Sense of music*, penyiar wajib suka musik atau lagu dan tahu banyak tentang lagu dan penyanyinya. (Romli,2015: 40)
5. *Sense of humor*, penyiar juga harus humoris agar mampu menghibur pendengar dengan candaanya. (Romli,2015: 40)
6. Jiwa *entertainer*, radio identik dengan hiburan (*entertainment*), karena itu penyiar radio mesti memiliki bakat *entertaint*. (Romli,2015: 40)
7. *Good looking*, karena banyaknya fans yang datang ke studio untuk menemui penyiar idolanya, ditambah lagi seringnya ada acara *off air* yang membutuhkan kehadiran penyiar dilapangan, bertemu langsung *audiemce*, maka faktor “penampilan menarik” atau enak dipandang (*good looking*) menjadi penting. (Romli,2015: 40)

Dapat penulis simpulkan karakteristik penyiar meliputi Announcer skill

(keahlian penyiar), kesanggupan menyesuaikan diri (*adaptability*), berwawasan luas, ,memiliki *sense of music*, *sense of humor*, dan *good looking*.

2. Karakteristik Pendegar

Pendengar radio pun memiliki karakteristik tersendiri, yaitu :

- a. Heterogen : massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial-politik-budaya dan kepentingan.
- b. Pribadi : radio is personal. Pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antarprbadi), yakni penyiar dengan pendengar dengan gaya ngobrol. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu oarang saat siaran.
- c. Aktif : pendengar radio siaran tidak pasif tetapi berfikir dapat melakukan interpretasi dan menilai apa yang didengarnya.
- d. Selektif : pendegar dapat memilih gelombang, frekuensi atau siaran radio mana saja sesuai selera. Penyiar tdak bisa memaksa pendengar stay tune di gelombang yang sama setiap saat. (Romli, 2015 : 21-22)

Dapat penulis simpulkan bahwa karakteristik diantaranya heterogen, pribadi, aktif dan juga selektif

