

BAB II KAJIAN PUSTAKA

1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai pembandingan pada hasil penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi dengan penelitian yang akan dibahas kali ini yaitu :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Gusti Agung Laksmi Swaryputri, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dwijendra
Judul	Strategi Komunikasi Radio Menara FM Bali Dalam Mempertahakan Pendengar Setia Program Acara <i>DiscomusicCollection</i> (DMC)
Teori	Teori strategi, komunikasi massa, radio, dan program acara
Metode Penelitian	Kualitatif
Hasil Penelitian	Strategi komunikasi yang dimanfaatkan oleh Radio Menara FM dalam meningkatkan loyalitas pendengar adalah dengan menerapkan sistem kedekatan lewa lagu yang dimainkan. Lagu yang dimainkan merupakan lagu yang sedang populer dimasyarakat.. Radio Menara FM juga menerapkan promosi lewat media sosial agar jangkauan pendengarnya lebih luas. Radio Menara FM mempunyai program acara seperti DiscoMusic Collection yang mempunyai tujuan agar pendengar mendapatkan hal baru yang beum pernah mereka dengar.
Penulis	Weri Putra Pratama, Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2016.

Judul	Strategi Komunikasi Radio Pada Siaran Manjau Dibingi Di Pro 4RRI Palembang
Teori	Teori Analisis SOSTAC
Metode Penelitian	Kualitatif Deskriptif
Hasil Penelitian	Strategi komunikasi radio akan dianalisa dengan metode SOSTAC. Hasil dari penelitian ini menjelaskan jika teori komunikasi yang diterapkan dapat mendorong proses strategi komunikasi yang ditetapkan pada Siaran Manjau dan memberikan rekomendasi tepat sasaran untuk Siaran Manjau Dibingi di Pro RRI Palembang.

Penulis	Azhar Hutomo, Akademi Komunikasi BSI Jakarta
Judul	Strategi Komunikasi Pemasaran Program Interaktif Di RRI Pro 2FM Jakarta
Teori	Teori Analisis SOSTAC
Metode Penelitian	Kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian kali ini yaitu adanya pembangunan serta pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran lewat program interaktif di Pro 2 FM Jakarta yang perlu ditunjang dari berbagai keterampilan dalam memahami situasi, mempunyai tujuan yang jelas, merumuskan strategi yang tepat, menggunakan taktik yang tepat pula, melaksanakan aksi yang nyata, serta mengendalikan pengawasan dengan efektif. Pengembangan metode SOSTAC pada program interaktif di RRI Pro 2 FM Jakarta diharapkan dapat mengintensifkan strategi pemasaran yang sudah dilakukan seperti iklan, promosi, publisitas, <i>direct selling</i> , serta <i>personal selling</i> yang

	bisa sesuai dengan target pemasaran.
--	--------------------------------------

Pertama penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gusti Agung Laksmi Swaryputri dengan judul Strategi Komunikasi Radio Menara FM Bali Dalam Mempertahakan Pendengar Setiap Program Acara *Discomusic Collection* (DMC), terdapat persamaan yaitu peneliti sama dalam menggunakan metode penelitian kualitatif serta melakukan pembahasan terkait strategi komunikasi.

Perbedaan pada penelitian ini yaitu penulis meneliti mengenai strategi komunikasi RRI Tual sedangkan peneliti tersebut meneliti mengenai Radio Menara FM Bali yang dimana radio tersebut adalah radio lokal.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Weri Putra Pratama dengan judul “Strategi Komunikasi Radio Pada Siaran Manjau Dibingi Di Pro 4 RRI Palembang”, persamaan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif serta melakukan pembahasan mengenai strategi komunikasi.

Perbedaan dari penelitian yaitu lokasi penelitian serta program acara yang jadi objek penelitian, program acara yang dibahas yaitu program acara hiburan dan budaya, sedangkan yang program acara yang menjadi bahas peneliti penulis yaitu program acara informasi berita daerah.

Ketiga penelitian yang dilaksanakan oleh Azhar Hutomo dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Program Interaktif Di RRI Pro 2 FM Jakarta”, persamaan penelitian yaitu penggunaan metode penelitian serta lokasi penelitian di RRI serta program yang menjadi acuan penelitian sama-sama meneliti mengenai program interaktif.

Perbedaan penelitian yaitu penulis meneliti mengenai Strategi Komunikasi RRI Pro 1 Tual, sedangkan Azhar Hutomo meneliti strategi komunikasi pemasaran Pro 2 dan lokasi penelitiannya di RRI Jakarta.

2.1.1 Kelebihan dan Kekurangan Radio

Radio mempunyai beberapa fungsi layaknya media lain seperti menyampaikan pesan, memberikan didikan, membujuk, serta sebagai sarana penghibur. Radio juga mempunyai beberapa ciri khas khusus yang membedakannya dari media pengantar pesan lainnya. Adapun beberapa kelebihan maupun kekurangan radio yaitu:¹

a. Kelebihan Radio

- Radio itu terdapat dimana-mana, radio merupakan alat penyebar informasi yang efektif. Bisa dijangkau oleh semua kalangan dan biaya murah. Jenis-jenis radio kini sudah beraneka-ragam bentuknya. Pernah kita temukan di mainan anak-anak, telepon genggam sudah lama juga dilengkapi radio. Hingga siapa saja bisa mendengarkan radio sebab harganya terjangkau dan mudah dibawa kemana saja.
- Topik-topik yang diperbincangkan oleh berbagai macam stasiun radio juga beraneka-ragam. Seluruh permasalahan dalam kehidupan sehari-hari sering diangkat dan didiskusikan oleh radio. Radio bisa berada di rumah, toko-toko, kantor, mobil, juga radio portable semisal di fitur ponsel.
- Mempunyai sifat partisipasi, kental dengan rasa yang berhabat serta setia karena radio mengajak pendengar untuk berempati serta bersimpati.
- Memiliki kelompok sasaran yang spesifik, stasiun radio punya profil pendengar masing-masing. Radio juga pada sejumlah waktu yang berbeda dapat menjangkau beberapa kelompok yang berbeda, tergantung dari informasi apa yang sedang disampaikan.
- Radio dikenal sebagai media yang personal, dimana radio merupakan media pribadi yang menciptakan hubungan akrab diantara pendengar serta penyiar.

¹ Lina Budiarti, *Asyiknya Jadi Penyiar Radio*, Guepedia:2021 hal. 8

- Radio adalah media hiburan yang sehat, kita tidak perlu membeli kaset untuk mendengarkan lagu-lagu favorit, cukup melalui radio. Jika ingin mendengarkan lagu dari penyanyi tertentu cukup putar gelombang dan bisa mendapatkan lagu favorit di beberapa stasiun radio swasta. Intinya radio sangat membantu para remaja di zaman itu menemukan hiburan tanpa harus keluar rumah.
- Radio adalah teman setia saat belajar, setiap kita mengerjakan PR atau tugas-tugas sekolah, radio selalu berada di samping. Sering kita diingatkan untuk mematikan radio sebab dianggap akan mengganggu konsentrasi belajar. Akan tetapi justru tidak bisa menyelesaikan tugas dan buntu radanya otak ketika itu jika tidak disambi belajar bersamaan dengan mendengarkan radio. Suara-suara dari radio membuat kita semangat dan bisa memecahkan PR yang paling sulit sekalipun.
- Melalui radio juga kita bisa belajar bahasa asing seperti bahasa Inggris secara gratis dan dapat mendengarkan langsung suara yang benar dalam pengucapannya dengan memutar sinyal siaran dan BBC suara Indonesia. Juga berita-berita dari luar negeri yang hangat.
- Belajar sambil mendengarkan radio cukup menyenangkan ketimbang harus belajar sambil menonton televisi. Jika kita menonton televisi sambil belajar tentu konsentrasi tidak sama seperti saat mendengarkan radio. Layar kaca TV mengharuskan mata melihat tampilan gambar-gambar yang disiarkan. Kegiatan hendak menulis dan membaca sebab hanya telinga saja yang mendengarkan radio.
- Penyiaran radio yang mempunyai langsung, arti langsung merupakan pesan yang disampaikan dengan tidak sulit serta sangat mudah menyampaikannya. Hal ini berbeda dengan penyampaian informasi melalui koran, majalah, pamflet maupun media cetak lain yang memerlukan waktu dalam produksinya juga tidak mudah penyebaran informasi. Penyampaian pesan propaganda lebih efektif

dan efisien melalui mikrofon. Bahkan sekarang telah dilengkapi dengan laporan langsung yang berarti reporter di lapangan bisa sewaktu-waktu ketika menjelaskan berita yang penting serta terhubung secara langsung dengan penyiar, sehingga dapat dinikmati oleh khalayak.

- Penyiaran radio siaran mempunyai daya tarik, sebelum siaran televisi muncul sebagai sebuah media informasi, sekitar tahun limapuluh-an, pada saat itu hanya terdapat dua media massa yaitu koran dan radio. Radio memiliki daya tarik tersendiri. Ada tiga hal yang menyebabkannya, antara lain: (a) Kata-kata lisan (*spoken word*); (b) *music* (musik) dan (c) efek suara (*sound efect*).

b. Kekurangan Radio

Dalam radio tentu saja ada kekurangan yang dimiliki, antara lain:²

- Radio itu hanya suara, walaupun suara merupakan keunggulan radio, namun ini memiliki segi kekurangan yaitu suara tidak mampu menjelaskan gambar, grafik, dan sebagainya. Dalam beberapa penyampaian berita, gambar justru lebih mampu mengkomunikasikan sesuatu secara jelas dari pada penyampaian kata dan kalimat sebanyak apapun.
- Radio tersebut hanya selintas, pada setiap produksi saat disiarkan atau omongan penyiar umumnya tidak didokumentasikan dalam otak pendengar dan tak dapat diulang. Beda dengan media cetak yang bisa dibaca berulang-ulang kapan saja.
- Radio rentan terhadap gangguan, radio hanya berhubungan dengan indra pendengaran. Orang biasanya mendengar radio sambil melakukan pekerjaan lainnya. Mengakibatkan konsentrasi terbagi.
- Radio juga bisa dijelaskan sebagai media massa yang fungsinya untuk memberikan informasi hiburan, serta pendidikan. Radio dikelompokkan sebagai media elektronik, dimana proses

² *Ibid*, hal.10

penyampaian informasinya menggunakan teknologi yang dapat memperdengarkan suara kepada pendengar. Fungsi dari radio ini sendiri merupakan alat komunikasi massa yang bisa dijadikan sebagai komunikator. Sedangkan pihak yang menerima informasi atau komunikasi adalah masyarakat.

Berdasarkan hal ini dapat ditarik kesimpulan jika radio merupakan media massa yang dapat secara efektif menyampaikan informasi secara langsung pada masyarakat. Indonesia adalah negara yang mempunyai stasiun radio yang cukup banyak, seperti RRI (Radio Republik Indonesia) yang mempunyai beberapa cabang di kota-kota di Indonesia.

Peran radio dalam pemberdayaan Masyarakat : siaran radio menyelenggarakan pemberdayaan masyarakat di semua lapisan masyarakat melalui siaran pedesaan, nelayan, siaran lingkungan hidup, kewirausahaan, teknologi tepat guna, kerajinan, perdagangan, pertanian, koperasi, industri kecil dll.³

Siaran radio sebagai Pelestari Budaya Bangsa : Seluruh siaran RRI wajib menyelenggarakan siaran seni dan budaya di seluruh Indonesia secara konsisten dan tidak pernah berhenti contohnya siaran budaya, budaya minang, budaya bugis, dan budaya daerah-daerah lainnya.⁴

Siaran radio sebagai pelestari lingkungan: radio menyelenggarakan siaran untuk mengajak masyarakat melakukan penanaman kembali dengan berbagai format dan variasi bentuk acara.⁵

Siaran radio sebagai media pendidikan: RRI menyelenggarakan siaran pendidikan dari Taman Kanak-Kanak sampai Mahasiswa. RRI menyelenggarakan Pekan Kreatif dengan mengadakan lomba kreatif remaja seperti lomba cipta lagu, lomba cipta design, lomba IT, lomba band indie, bintang radio. Disamping itu juga menyelenggarakan siaran pendidikan sosial masyarakat seperti siaran wanita, siaran KB dll.⁶

³ <https://ppid.rrl.co.id/profil-rrl> di akses pada tanggal 26 Agustus 2022 pkl 18:45.

⁴ *Ibid*

⁵ *Ibid*

⁶ *Ibid*

RRI sebagai Media Diplomasi: RRI menyelenggarakan siaran radio diplomasi melalui siaran luar negeri untuk membangun citra positif bangsa di dunia internasional bekerjasama dengan kedutaan dan radio luar negeri dengan siaran yang bersifat reciprocal. kerjasama siaran dengan ABC, NHK, RTM, RTB, KBS, RTH, SR, BBC, Radio Jedah, Radio Turki, RCI, DW dll.⁷

RRI sebagai media terdepan tanggap bencana: RRI menyelenggarakan siaran langsung dari tenda darurat melalui Radio Based Disaster Management. Setiap ada bencana dalam waktu tidak lebih dari 24 jam RRI harus sudah melaporkan, kemudian diikuti program Pelipur Lara korban bencana dan trauma healing dengan mendirikan studio darurat.⁸

RRI dalam menghubungkan tenaga kerja di Luar Negeri: RRI menyelenggarakan siaran rutin dan terkoneksi dengan 7 negara yaitu Hongkong, Malaysia, Brunei Darusalam, Jepang, Taiwan, Korea dan Arab Saudi untuk mendekatkan TKI dengan kampung halaman. Pendengar RRI di luar negeri khususnya TKI berjumlah puluhan ribu orang yang mendengar melalui audio streaming.⁹

Dalam rangka mewujudkan peran second track diplomacy menyelenggarakan acara Diplomatic Forum. Untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat Indonesia di Luar negeri khususnya tenaga kerja Indonesia antara lain diselenggarakan acara bilik sastra yang diperlombakan dan 2 pemenang dihadirkan oleh SLN untuk menghadiri acara upacara kenegaraan 17 Agustus di Istana Negara dan sidang DPR dan DPD di Senayan.¹⁰

RRI sebagai media hiburan: RRI menyelenggarakan siaran hiburan berupa siaran musik dan kata, pagelaran musik klasik yaitu orkes symphony Jakarta dan orkes symphony yang dimiliki RRI daerah. Pagelaran kesenian dan budaya, lawak, Quiz dll.¹¹

⁷ <https://ppid.rrl.co.id/profil-rrl> di akses pada tanggal 26 Agustus 2022 pkl 18:45

⁸ *Ibid*

⁹ *Ibid*

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

RRI dalam sabuk pengaman informasi (Information Safety Belt): selama tahun 2009 - 2010 RRI telah mendirikan studio di wilayah perbatasan dan daerah terpencil atau blankspot, antara lain: Entikong, Batam, Nunukan, Putusibaou, Malinau, Atambua, Ampana, Boven Digoel, Kaimana, Skow, Oksibil, Takengon, Sabang dan Sampang. Siaran melalui studio-studio produksi ini ditujukan untuk meningkatkan rasa nasionalisme dan memberikan akses informasi yang berimbang bagi masyarakat di daerah perbatasan maupun di daerah-daerah yang sebelumnya tidak dapat menerima siaran RRI atau blankspot.¹²

Radio Republik Indonesia harus dapat menyiarkan berita sesuai dengan kaidah penulisan berita yang baik dan mengedepankan independensi, netralitas serta berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik RRI, berkewajiban menyiarkan berita sebagai bagian dari fungsi yang dimilikinya yaitu menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan, alat kontrol sosial dan pelestari budaya bangsa. Penyiaran berita juga merupakan wujud tanggungjawab memenuhi hal warganegara yang diatur dalam UUD-45.¹³

Dalam melaksanakan fungsinya menyampaikan informasi dalam bentuk penyiaran berita, RRI harus mampu menyiarkan berita yang menjadi sumber informasi terpercaya masyarakat, yang menjadi acuan bagi masyarakat dan para pemangku kepentingan lainnya. Karena itu berita yang disiarkan RRI haruslah berstandar kualitas tinggi (*high quality standard*) dan senantiasa menegakkan prinsip-prinsip penyiaran publik.¹⁴

2.1.1 Kelebihan Radio Republik Indonesia dan Kekurangan Radio Republik Indonesia (RRI)

a. Kelebihan Radio Republik Indonesia

Adapun kelebihan yang dimiliki oleh RRI, sebagai berikut:

- RRI kini telah memiliki siaran yang dapat didengar melalui smartphone dan android melalui aplikasi RRI Play, dengan variasi program siaran yang beragam sesuai dengan segmentasi pendengar.

¹² <https://ppid.rrl.co.id/profil-rrl> di akses pada tanggal 26 Agustus 2022 pkl 18:45.

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid*

b. Kekurangan Radio Republik Indonesia

- Kekurangan RRI sebagai media penyiaran adalah hanya sebatas media yang dapat didengar berbeda dengan televisi yang dapat dilihat.

Tabel 1.1 Segmentasi Pendengar

Programa 1	Khalayak Utama	21 – 49 tahun
	Khalayak Kesatu	50 tahun ke atas
	Khalayak Kedua	5 – 25 tahun
Programa 2		12 – 25 tahun

Tabel 1.2 Genre Musik

Programa 1	Pop	45%
	Musik Lokal	15%
	Lagu Daerah	20%
	Keroncong	10%
	Religi	10%
	Musik luar negeri	0%
Programa 2	Indonesia	70%
	Barat/Mancanegara	30%

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh LPP Radio Republik Indonesia dalam memberikan informasi, yaitu: (a) RRI sebagai media publik yang berbasis multiplatform (radio publik modern) yang berkualitas belum tersosialisasikan dengan baik; (b) luas jangkauan siaran RRI belum dimanfaatkan secara optimal oleh stakeholder sebagai media penybarluasan informasi/media partner (*bridging information*); (c) populasi pendengar RRI yang belum sebanding dengan luas jangkauan siaran; (d) layanan siaran RRI yang berbasis multiplatform belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat; (e) belum optimalnya sasaran Siaran Luar Negeri (*voice of indonesian*) sebagai media diplomasi bangsa (*secondtrack diplomacy*); (d) teknologi RRI yang belum selaras dengan perkembangan teknologi

digital di dunia internasional.

Radio harus membentuk suatu program yang dikemas semenarik mungkin agar bisa mengundang banyak pendengar, persaingan dalam dunia penyiaran membuat sebuah media atau pusat informasi harus bisa membuat program yang banyak diminati oleh pendengar, sebuah program yang diciptakan mengacu kepada kebutuhan para pendengar yang dimana bisa menjadi target oleh stasiun radio, sehingga pada akhirnya membuat pendengar bisa memilih stasiun mana yang dia pilih.

2.2.1 Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi komunikasi

Effendy menyatakan bahwa, strategi komunikasi dasarnya ialah proses untuk merencanakan serta mengatur sesuatu agar dapat selaras dengan tujuan yang ditentukan. Namun untuk melakukan pencapaian tujuan yang dimaksud, tidak hanya ada petunjuk untuk menjalankannya, namun juga memerlukan taktis yang bisa mengoperasikan arah tersebut.¹⁵

Menurut Middleton, strategi komunikasi merupakan gabungan atas beberapa jenis komunikasi seperti pesan, penerimaan pengaruh, serta saluran atau media yang direncanakan untuk melakukan pencapaian tujuan komunikasi dengan optimal.¹⁶

Rogers mendefinisikan strategi komunikasi adalah bentuk perencanaan yang dibentuk agar manusia dapat mengubah perilakunya dengan skala yang lebih luas dengan mentransmisikan ide baru yang dimilikinya.¹⁷

Berdasarkan pemaparan diatas penulis dapat memahami bahwa strategi komunikasi bisa dijelaskan menjadi cara yang digunakan untuk melakukan pengaturan serta melakukan perencanaan terhadap proses komunikasi. Strategi komunikasi bisa dijelaskan sebagai proses untuk merencanakan serta mengatur tujuan yang ada. Terdapat hal wajib yang diperlukan pada strategi

¹⁵ H. Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2013, hal. 64

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ *Ibid*

komunikasi seperti pesan, komunikator, serta media.

Menurut Oemi Abdurrachman, strategi tidak hanya mempunyai fungsi menjadi peta jalan untuk menggambarkan taktis operasionalnya, namun dikombinasikan dengan beberapa elemen seperti fakta, kepekaan, pengalaman, serta keilmuan yang juga didukung oleh teknologi dalam memberikan prediksi maupun melakukan pengolahan data.¹⁸

Menurut Effendy Strategi komunikasi ialah perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan cara operasional secara taktis harus dilakukan, yang artinya arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya.¹⁹

Strategi komunikasi ialah sebuah perencanaan sangat penting dan diperlukan oleh komunikator agar dapat memahami apa yang diperlukan dan perlu disampaikan agar dapat mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan. Mempertahankan ketetapan khalayak pada sebuah media sangatlah sulit di era sekarang ini, karena begitu banyak saluran informasi yang tersedia sehingga strategi yang digunakan merupakan akhir dari kesetiaan khalayak kepada perusahaan tersebut.

Beberapa teori komunikasi yang sudah dikatakan oleh para ahli, tapi untuk strategi komunikasi teori yang memadai sebaiknya untuk dijadikan pendukung. strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell yaitu cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*" bagian komunikasi yang bergabung secara fungsional pada paradigma Lasswell itu

¹⁸ Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001

¹⁹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 1993

merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan.²⁰

a. *Who* (Komunikator)

Orang yang menyampaikan pesan serta dijadikan narasumber atas keadaan apapun. Proses menyampaikan informasi bisa dilaksanakan dalam keadaan sengaja ataupun tidak.

b. *Says What* (Pesan)

Pesan ialah isi dari apa yang disampaikan melalui media massa, pesan tersebut bisa berupa ataupun tidak, dengan verbal ataupun tidak.

c. *In Which Channel* (Media yang digunakan)

Pemilihan media sangatlah penting jika kita ingin mendengarkan informasi, komunikator dalam penggunaan media massa harus sesuai dengan situasi dan pesan yang ingin disampaikan. Media merupakan wadah untuk digunakan dalam penyampaian pesan oleh komunikator terhadap komunikan.

d. *To Whom* (Komunikan)

Seseorang atau bagian dari orang yang dijadikan target bagi pengirim pesan, seseorang yang berada pada posisi ini berarti dia adalah komunikan yaitu sebagai penerima pesan. Komunikator perlu memahami betul komunikan yang menjadi sasarannya agar nantinya pesan yang disampaikan bisa sesuai sasaran yang diinginkannya.

e. *With What Effect* (Efek)

Respon yang berupa hasil untuk menanggapi komunikasi saat komunikan sudah menerima pesan yang sudah diberikan oleh komunikator, sehingga respon sebagai bagian dari proses penyampaian pesan.

²⁰ H. Cecep Suryana, *Komunikasi Kebijakan Pendidikan*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021, hal. 46

2. Tujuan Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet menjelaskan tujuan strategi komunikasi seperti:²¹

1. *to secure understanding*
2. *to establish acceptance*
3. *to motivate action to secure understanding*

Tujuan pertama strategi komunikasi adalah menegaskan jika komunikan paham terhadap pesan yang ia terima. Saat komunikan sudah paham maka penerimanya itu mesti dibina agar pesan bukan hanya dipahami tapi juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik (*to establish acceptance*).

Setelah itu aktifitas komunikasi bertujuan untuk memberikan motivasi untuk mengubah perilaku (*ti motivate action*). Oleh karena itu, strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan dari membangun kepehaman, sikap, dan perubahan perilaku secara holistik dan sistematis.²²

Pada kegiatan penyusunan taktik komunikasi, komunikator perlu memberikan perhitungan yang lebih pada beberapa hal yang bisa mendukung maupun memberikan hambatan terhadap pencapaian tiga tujuan tadi (pehaman, penerimaan, dan perubahan perilaku). Lebih baik apabila komunikator mengamati secara cermat terkait dengan unsur komunikasi serta faktor yang dapat mendukung maupun menghalangi sejumlah komponen.²³

Menurut Anwar Arifin ada dua langkah penting yang diperlukan dalam melakukan penyusunan strategi komunikasi seperti:²⁴

1. Melakukan pengenalan khalayak penerima pesan

Hal ini adalah tahap awal komunikator supaya komunikasi yang diperlukan berjalan dengan. Pengenalan terhadap karakteristik khalayak penerima pesan membuat komunikator dapat mengemas pesan sesuai hal-hal yang disukai segmen khalayak tertentu.

2. Pesan yang dapat menarik minat pendengar

²¹ Asriwari, *Strategi Komunikasi Yang Efektif*, Aceh: Syiah Kuala Universiti Press, 2021, hal. 5

²² *Ibid*

²³ *Ibid*, hal. 6

²⁴ *Ibid*

Munculnya minat dari khalayak mengenai pesan yang telah dijelaskan amatlah penting agar apa yang disampaikan mencapai tujuan- tujuannya. Perhatian adalah pengamatan yang terpusat. Jika pesan mendapatkan perhatian khalayak, maka pesan telah memenuhi syarat primer dalam mensugesti khalayak.

1. Perencanaan Komunikasi

Menurut Keufinan perencanaan ialah sebuah proses dalam penentuan tujuan perusahaan dengan mengidentifikasi ketentuan apa yang harus dilakukan untuk sampai pada tujuannya dengan cara yang baik dan benar, kata lainnya perencanaan ialah menetapkan spesifikasi dari tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan dalam penyampaian tujuannya.²⁵

Perencanaan (*planning*) merupakan sebuah proses yang dilakukan secara sesungguhnya dan diperhatikan melalui beberapa hal yang bisa dialami kedepannya dalam pencapaian tujuan.

Menurut Waterson *planning* merupakan usaha yang terorganisas serta berkelanjutan supaya dapat melakukan pemilihan alternatif yang sesuai dengan tujuan yang ada.²⁶

Diperlukan perencanaan karena manusia harus memiliki keyakinan dalam dirinya bahwa kita tidak boleh menyerah dalam situasi yang dihadapinya, baik dari lingkungan sosial maupun fisik. Kemauan manusia agar dapat memberikan perubahan atas dasar perencanaannya, sehingga dapat mengubah proses untuk menyesuaikan aktivitas jika terdapat hambatan ketika melakukan pencapaian tujuan.²⁷

Berdasarkan pemaparan diatas penulis dapat memahami bahwa *planning* ialah sebuah usaha yang dilaksanakan secara rutin serta diproses guna memilih acara yang baik berdasarkan sejumlah alternatif yang ada dalam melakukan pencapaian terhadap tujuan yang sudah ditentukan.

²⁵ H. Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2013, hal.

24

²⁶ *Ibid*

²⁷ *Ibid*

2. Fungsi Perencanaan Komunikasi

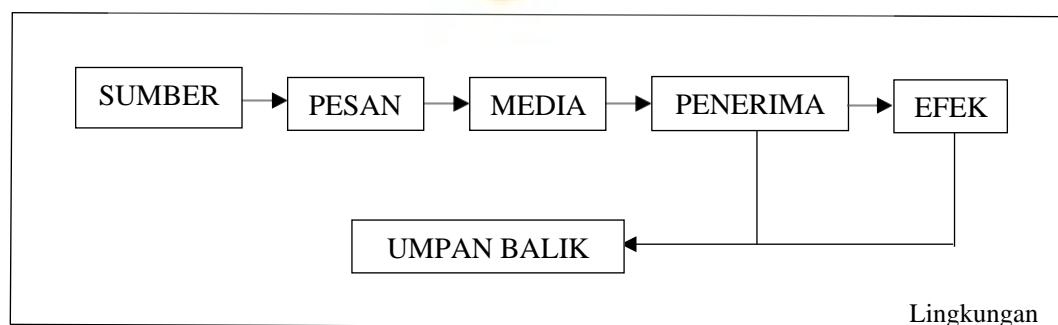
Perencanaan ialah bagian yang krusial sesudah unsur perusahaan. Perencanaan sendiri dijadikan sebagai awal dari kegiatan organisasi. Sehingga fungsi dari perencanaan yaitu:²⁸

- a. Melakukan identifikasi serta menentukan permasalahan
- b. Mengarahkan atau berfokus pada tujuan yang sudah ditentukan ketika saat keadaan yang tidak pasti sehingga dapat memilih jalan yang baik, perencanaan selalu dibutuhkan dalam keadaan apapun.
- c. Melaksanakan (*forecasting*) kepada kendala yang bisa terjadi hasil mengurangi terjadinya pengeluaran sumber daya yang banyak guna mencapai tujuan yang baik.
- d. Pengendalian yang dilakukan guna pelaksana tetap berada pada bagian yang sudah direncanakan.
- e. Pemilihan alternatif yang baik untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- f. Menghindari hal yang sulit dengan menciptakan solusi dari masalah yang dihadapi.
- g. Mengutamakan apa yang ingin didahulukan terlebih dahulu.
- h. *Monitoring* atau pemantauan dalam keperluan evaluasi atau tahap akhir.

1. Komunikasi

- a. Proses komunikasi dapat dilihat melalui bagan dibawah ini:

Tabel 2.2 unsur-unsur komunikasi²⁹



²⁸ *Ibid*, hal. 25

²⁹ *Ibid*, hal. 36

Sumber merupakan orang yang melakukan pengiriman pesan pada khalayak, sumber juga biasanya dikenal sebagai pengirim ataupun yang menyampaikan pesan.

Message adalah pertanyaan yang di sampaikan dari *sumber* kepada penerima. Penyampaian pesan yang dalam bentuk tulisan maupun lisan, verbal atau non verbal sehingga dapat dimengerti oleh penerima.

Media ialah tempat dalam penyampaian pesan kepada penerima. Media yang dalam artinya media massa yang menjadi sumber dalam informasi tersebut.

Penerima, pihak yang menerima pesan dan menjadi objek dalam pesan yang disampaikan.

Pengaruh ialah berbeda atas yang berada dipemikiran serta yang dilakukan pada penerima ketika sebelum maupun setelah mendapatkan pesan. Maka dari itu, pengaruh dikenal sebagai proses untuk menguatkan kepercayaan terhadap sikap, keilmuan, maupun aktivitas individu dalam mendapatkan pesan. Pengaruh juga dikenal dengan akibat maupun dampak.

Umpan balik merupakan bentuk respon yang diberikan penerima karena mendapatkan sebuah pesan. Umpan balik juga merupakan efek atau dampak yang dikenal juga dengan *reaction*, *feedback*, serta yang lainnya.

Lingkungan merupakan keadaan yang dapat memberikan pengaruh terhadap komunikasi. Lingkungan terdiri atas beberapa bentuk, seperti psikologis, budaya, fisik, sosial, serta dimensi waktu. Informasi tidak bisa dikirimkan karena terdapat keterlambatan fisik, yang berakibat informasi tidak dapat diterima. Contohnya ketika informasi disampaikan ke daerah pegunungan, dimana lingkungan tersebut tidak mendukung dalam menyampaikan informasi dikarenakan terdapat trauma atas bencana alam yang pernah terjadi.

b. Gangguan (Rintangan) Komunikasi

Dalam komunikasi adapun gangguan yang bisa saja ditemui pada beberapa unsur, seperti gangguan dari lingkungan saat komunikasi sedang berlangsung.

Shannon dan Weaver menyatakan apabila gangguan komunikasi bisa terbentuk saat adanya intervensi dalam komponen komunikasi yang menyebabkan proses komunikasi tidak berlangsung dengan efisien.³⁰

Gangguan maupun rintangan pada komunikasi terdiri atas:

- a. Gangguan teknis
- b. Gangguan sematik
- c. Gangguan psikologis
- d. Rintangan fisik dan organik
- e. Rintangan status
- f. Rintangan kerangan berpikir
- g. Rintangan budaya
- h. Rintangan birokrasi

Adapun teknis bisa terbentuk apabila alat yang dimanfaatkan saat komunikasi sedang gangguan. Hal ini kemudian menyebabkan adanya kerusakan saluran (*channel noise*) yang berdampak pada penurunan kualitas informasi. Contohnya ketika gangguan di radio maupun TV yang berdampak pada keterlambatan penyampaian informasi.

Menurut Blake *Gangguan semantik* merupakan gangguan yang terjadi dikarenakan terdapat kesalahan bahasa yang dimanfaatkan. Misalnya:

- Kata-kata yang dipakai memakai bahasa asing yang tidak bisa dipahamipada beberapa masyarakat.
- Bahasa yang dipakai tidak menyesuaikan dengan bahasa dari target masyarakat.
- Gaya bahasa yang dipakai tidak sesuai dengan etika dan norma darimasyarakat yang ditargetan.
- Lingkungan budaya bisa berdampak pada kesalahan persepsi mengenaissymbol bahasa yang dipakai.

Gangguan psikologi merupakan gangguan yang disebabkan dari diri

³⁰ *Ibid*, hal. 40

seseorang. Contohnya terdapat kecurigaan dari simbol informasi, keadaan berduka, maupun kejiwaan yang tidak sehatserta berdampak pada informasi yang tidak sempurna untuk disampaikan dan diterima.

Rintangan fisik merupakan rintangan yang terjadi karena adanya geografis yang tidak mendukung. Contohnya lokasi yang terlalu jauh dari fasilitas umum yang menyebabkan kehilangan sinyal, jalur transportasi putus, jaringan komunikasi macet, serta yang lainnya. Selain itu terdapat adanya gangguan fisik pada seseorang yang tidak seperti masyarakat normal lainnya, misalnya buta, tuli, ataupun bisu.

Rintangan status merupakan rintangan yang ada karena jarak diantara komunikator serta komunikan yang jauh. Contohnya ketika terdapat perbedaan status diantara kakak kelas maupun adek kelas serta bawahan dan atasan. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan perubahan perilaku komunikasi yang terfokus pada etika maupun norma dalam masyarakat. Contohnya karyawan yang harus berbicara dengan sopan terhadap atasan, dan seterusnya.

Rintangan kerangka berpikir merupakan rintangan yang disebabkan karena terdapat perbedaan persepsi diantara komunikator maupun komunikan karena adanya pengalaman maupun pendidikan yang berbeda. Studi yang dilaksanakan William (1974) menjelaskan jika mahasiswa KKN mempunyai kecenderungan memakai kerangka berpikir teoritis, sedangkan masyarakat desa memiliki kecenderungan memakai kerangka berpikir praktis. Hal ini seringkali sulit untuk diatasi karena pemikiran yang berbeda dari beberapa orang tidak bisa dirubah begitu saja.

Rintangan budaya merupakan rintangan yang terbentuk karena terdapat perbedaan terhadap norma, etika, nilai, serta kebiasaan pada beberapa masyarakat. Seringkali di negara berkembang masyarakatnya memiliki kecenderungan mendapatkan informasi dari sumber yang sesuai dengan bahasa, kebiasaan, budaya, dan sebagainya.

Rintangan birokrasi merupakan rintangan yang diakibatkan adanya keterhambatan komunikasi karena adanya struktur organisasi. Pada organisasi pemerintahan, biasanya beberapa komunikasi harus dilakukans sesuai dengan struktur vertikalnya, sehingga setiap bagian akan saling berhubungan. Namun hal ini

dapat menyebabkan proses komunikasi yang terlalu lama karena alur birokrasi yang panjang serta lama.

c. Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Fungsi merupakan potensi yang harus dicapai guna melakukan pemenuhan beberapa tujuan khusus:

- a. Menyampaikan informasi
- b. Hiburan
- c. Edukasi dan
- d. Menciptakan opini publik.

David K. Berlo menuturkan jika komunikasi mempunyai peran dalam aliran interaksi agar beberapa orang memahami sikap orang lain. Komunikasi berkaitan secara langsung dengan bidang kehidupan manusia, tidak terbatas dari jenis pekerjaannya. Komunikasi yang baik dapat menyebabkan pengaruh baik pula didalam masyarakat. Sehingga kegagalan maupun keberhasilan suatu individu untuk melakukan pencapaian yang ingin dilakukannya, sangat bergantung dair kemampuannya dalam melakukan komunikasi.³¹

Goran Hadebro mengembangkan kegunaan media komunikasi manjadi seperti berikut:³²

- a. Melakukan penciptaan untuk mengubah nilai lama yang ada sehinggasikap maupun perilaku masyarakat menjadi lebih modern.
- b. Memberikan informasi terkait keterampilan baru pada masyarakat
- c. Mempunyai peran dalam memberikan ilmu pengetahuan dengan caramenyebarnya lewat media komunikasi
- d. Meningkatkan efektivitas serta efisiensi dari biaya

³¹ *Ibid*, hal. 42

³² *Ibid*

- maupun tenaga kerjayang tidak perlu
- e. Mempeluas aspirasi suatu individu terkait sebuah kejadian, sehingga dapat menarik massa untuk mendengarkannya
 - f. Mengembangkan partisipasi untuk mengambil keputusan terkait sejumlah hal yang berkaitan dengan masyarakat
 - g. Memberi bantuan pada masyarakat agar dapat menciptakan nilai baru atas sebuah kejadian
 - h. Meningkatkan rasa nasionalisme dengan menyajikan informasi yang terkait dengan negara
 - i. Menaikkan partisipasi politik masyarakat agar dapat aktif pada penetapan kebijakan publik
 - j. Melakukan perubahan terhadap struktur organisasi publik agar tidak ada sikap tirani dalam organisasi publik
 - k. Dijadikan sebagai media pembelajaran yang efisien
 - l. Memberikan dukungan untuk melaksanakan program pembangunan nasional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.2.2 Radio

1. Pengertian Radio

Menurut Romli, radio bisa dijelaskan menjadi media yang memberikan pesan *the fifth estate* sudah lembaga pemerintahan, parlementer, yudikatif, serta surat kabar. Hal ini dikarenakan sifat penyampaian radio yang tidak mengikat jarak maupun waktu, sehingga bisa menjadi media penyaluran informasi yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi.³³

Menurut Ardianto, radio sendiri merupakan media komunikasi yang telah ada di Indonesia sejak dulu. Siaran radio yang dibuat juga mempunyai ciri khusus

³³ Richard West & Lynn H. Turner, *Teori Komunikasi dan analisis aplikasi* Bab 25, hal. 147

berbentuk audi yang layak diperdengarkan untuk masyarakat.³⁴

Masduki menyatakan pendapatnya jika radio merupakan institusi yang sangat kompleks. Hal ini dikarenakan radio berkaitan pada beberapa hal yang dapat memberikan pengaruh pada seseorang saat melaksanakan siaran. Radio bukanlah ruang hampa, tetapi radio merupakan ruang masyarakat yang heterogen untuk saling bertukar kabar maupun informasi mengenai suatu kejadian.

Radio adalah media *auditif* yang dikenal menggunakan indera pendengar, tidak memakan biaya, serta dapat diperdengarkan diberbagai tempat dan waktu. Radio mempunyai fungsi sebagai media yang ekspresif, komunikatif, informatif, mendidik, serta menghibur masyarakat. Radio mempunyai kekuatan paling besar untuk menjadi media imajinatif, dikarenakan media dapat memberikan stimulan pada masyarakat untuk membayangkan informasi apa yang sedang disampaikan oleh penyiar.³⁵

Berdasarkan pemaparan diatas penulis dapat memahami bahwa radio merupakan signal penghubung dalam penyampaian informasi, radio juga merupakan media komunikasi massa yang tidak memiliki batas ruang artinya di setiap lokasi anda bisa mengakses radio.

Radio yang dijelaskan pada penelitian ini merupakan Radio Republik Indonesia (RRI) Tual, yang dimana RRI Tual merupakan salah satunya media massa elektronik yang ada di kota Tual. Sehingga peran informasi RRI Tual sangatlah penting bagi masyarakat, mengetahui informasi-informasi daerah terkini, hiburan, budaya dan ilmu agama.

2.2.3 Sosialisasi

1. Pengertian Sosialisasi

Charlotte Buchler menyatakan jika sosialisasi merupakan proses yang dapat memberikan bantuan pada seseorang agar beradaptasi dengan masyarakat sehingga

³⁴ *Ibid*, hal. 147

³⁵ *Ibid*

ia dapat mempunyai peran maupun status didalam masyarakat.³⁶

Menurut Lawang Robert M.Z, sosialisasi dikenal sebagai proses dalam memahami nilai, norma, serta status yang menyebabkan individu dapat memberikan partisipasinya dengan aktif pada kehidupan sosialnya.³⁷

Menurut Laurence, sosialisasi adalah proses untuk mendidik maupun melatih suatu individu agar dapat paham dan memiliki penguasaan terhadap perilaku yang dimilikinya.³⁸

Sosialisasi bertujuan memberikan pendidikan politik, Joko. J. Prihatmoko menyatakan apabila sosialisasi mempunyai tujuan dalam mendirikan serta mengembangkan kepribadian politik dari masyarakat.³⁹

Melihat dari pemaparan tersebut, penulis bisa memahami bahwa pengertian sosialisasi adalah suatu proses pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak lahir, serta menanamkan aturan, norma, maupun kebiasaan dalam berperilaku didalam lingkungannya. Dalam proses sosialisasi manusia dapat disesuaikan dengan peran seseorang didalam kelompoknya.

Pada setiap kelompok masyarakat memiliki standar dan nilai yang berbeda seperti standar apakah seseorang itu baik atau tidak di lingkungannya. Ada dua tipe sosialisasi yang dijabarkan: pertama, tipe sosialisasi formal, tipe ini akan terjadi melalui lembaga-lembaga yang memiliki wewenang menurut ketentuan yang sudah berlaku dalam negara dan kedua, tipe sosialisasi informal ialah tipe yang terdapat dalam masyarakat atau lingkungan yang bersifat kekeluargaan seperti teman, sahabat, sesama anggota organisasi dan kelompok-kelompok sosial ada dalam masyarakat.

Berdasarkan kedua tipe sosialisasi diatas, sosialisasi tetap mengarah kepada perkembangan kepribadian seseorang agar sesuai dengan nilai dan norma yang

³⁶ Muhammad Yusri, Dedi Amrizal, & Yusriati, *Pendidikan Politik Pemerintah*, Medan: LPPI AQLI, 2019, hal. 22

³⁷ Sugiharyanto, *Geografi & Sosiologi*, Perpustakaan Nasional: Yudhistira, 2007, hal. 61

³⁸ *Ibid*

³⁹ Muhammad Yusri, Dedi Amrizal, & Yusriati, *Pendidikan Politik Pemerintah*, Medan: LPPI AQLI, 2019, hal. 23

berlaku di lingkungannya. Dalam lingkungan formal bagaimana seseorang mampu mengikuti aturan yang ada pada lingkungannya seperti lingkungan sekolah, dengan adanya proses sosialisasi ini maka siswa disadarkan tentang peranan yang harus ia lakukan.

Pada penekanan utama dalam konsep ini bahwa meskipun proses sosialisasi yang dipisahkan menjadi dua yaitu formal dan informal, namun hasilnya sangat sulit untuk dipisahkan karena individu biasanya mendapat sosialisasi formal dan informal secara bersamaan.

2. Agen Sosialisasi

Agen sosialisasi merupakan faktor penentu berhasil atau tidaknya terhadap apa yang telah disampaikan kepada yang disosialisasikan oleh sebab itu agen sosialisasi ialah pihak-pihak yang melakukan sosialisasi.⁴⁰

Menurut Fuller dan Jacob yang termasuk sebagai agen sosialisasi adalah keluarga, kelompok bermain, media massa dan lembaga pendidikan sekolah.⁴¹

Agen sosialisasi sebagai jalur dalam proses sosialisasi itu berjalan dalam pengenalan norma-norma, pola-pola tingkah laku, dan nilai-nilai budaya yang disosialisasikan secara langsung lewat proses pendidikan dan pengajaran dengan menggunakan simbol-simbol *arbitrair* atau yang disosialisasikan tidakn langsung lewat penyampainnya yang tidak konkret, didalam bentuk interaksi kelompok kesemuanya diterima dan dilihat oleh masing-masing orang yang sedang terbentuk kepribadiannya, dan kemudian diinternalisasikan ke dalam mentalnya.⁴²

Pesan yang disampaikan agen sosialisasi berlawanan dan tidak selamanya sejalan satu sama lain. Apa yang telah dianjurkan dalam lingkungan keluarga mungkin saja berbeda dan bisa jadi bertentangan dengan apa yang diajarkan oleh agen sosialisasi lainnya.

Kepribadian seseorang hanya akan berkembang apabila ada pengenalan

⁴⁰ Rustina, Sosialisasi Anak Pada Keluarga Single Parents, Indramayu:CV.Adanu Abimata, 2020, hal. 15

⁴¹ *Ibid*

⁴² *Ibid*

organisasi kepribadian lewat proses-proses sosialisasi dan internalisasi norma-norma, dan proses-proses ini hanya bisa berjalan dengan baik apabila mampu bertolak pangkal dari karakter struktur yang telah ada pada awal permulaan proses.

Agen-agen sosialisasi antara lain:⁴³

a. Keluarga

Menurut Jaegar bahwa peran agen sosialisasi dalam sistem keluarga pada tahap awal sangat besar karena anak sepenuhnya berada dalam lingkungan keluarganya terutama orang tuanya sendiri.

Narwoko dan Suyanto keluarga merupakan lingkungan pertama sejak individu dilahirkan, pembentukan sikap dan kepribadian anak sangat dipengaruhi oleh bagaimana corak orang tua dalam memberikan pendidikan anak-anaknya baik melalui kebiasaan teguran, nasihat, perintah atau larangan.

Agen sosialisasi dalam keluarga meliputi ayah, ibu, saudara kandung, dan saudara angkat yang belum menikah atau memiliki keluarga sendiri, sedangkan bagi masyarakat menganut cara kedekatan yang diperluas, agen sosialisasi menjadi lebih luas karena di dalam rumah terdapat beberapa anggota keluarga yang meliputi nenek, kakek, paman, dan bibi. Sosialisasi juga dilakukan oleh diluar dari anggota keluarga atau keluarga biologis anak.

b. Teman pergaulan atau teman sebaya

Teman pergaulan atau biasa disebut teman bermain pada kelompok bermain seseorang mempelajari norma, nilai, budaya, peran dan semua aturan lainnya yang dibutuhkan seseorang untuk dapat memungkinkan perannya yang efektif di dalam kelompok bermainnya. Pola sosialisasi kelompok bermain yang bersifat ekualitas karena kedudukan para pelaku sosialisasinya relatif sederajat.

Agen sosialisasi ini adalah awal atau pertama kali didapatkan manusia ketika dia mampu keluar rumah. Pada dasarnya teman bermain sebagai kelompok yang bersifat rekreatif, namun bisa juga memberikan pengaruh dalam proses

⁴³ *Ibid*, hal. 15

sosialisasi setelah keluarga. Puncak pengaruh teman bermain ialah pada masa seseorang dewasa, yakni kelompok bermain yang rentan lebih banyak berperan dalam pembentukan kepribadian seseorang.

Pada proses sosialisasi ini berbeda dengan sosialisasi dalam keluarga yang bisa melibatkan suatu hubungan yang tidak sederajat (berbeda usia, pengalaman, dan peran). Sosialisasi pada kelompok bermain yang dilakukan dengan cara mempelajari pola interaksi dengan orang-orang sederajat dengan dirinya.

c. Lembaga pendidikan formal (sekolah)

Narwoko dan Suyanto mengatakan bahwa dalam lembaga pendidikan formal ada beberapa hal yang didapatkan anak sekolah diantaranya aturan mengenal kemandirian (*independence*), prestasi (*achievement*), universalisme, dan kekhasan (*specificity*).

Sekolah memiliki potensi yang pengaruhnya bisa cukup besar dalam pembentukan sikap serta perilaku seorang anak, dan juga mempersiapkannya untuk pengetahuan serta penguasaan peranan baru di kemudian hari disaat anak atau orang tidak lagi hidupnya bergantung pada orang tua atau keluarganya.

d. Media massa

Proses sosialisasi akan berjalan dengan baik jika pesan-pesan yang disampaikan oleh agen sosialisasi tidak bertentangan atau saling mendukung. Akan tetapi sosialisasi yang terjalin di masyarakat sosialisasi yang dijalani individu dalam situasi konflik pribadi karena telah disampaikan oleh agen sosialisasi lainnya sehingga bisa terciptanya kekacauan. Salah satunya yaitu media merupakan tempat dimana sosialisasi itu bisa berjalan atau disebut sebagai agen sosialisasi, merupakan pihak-pihak yang membantu seseorang untuk menerima nilai-nilai atau tempat dimana seseorang belajar terhadap segala sesuatu yang menjadi lebih dewasa. Salah satu agen sosialisasi yang paling berpengaruh besar adalah media massa.

Menurut Light, Keller dan Calhoun bahwa media massa yang terdiri atas media cetak (surat kabar, majalah) maupun elektronik (radio, televisi, film, internet) merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau sejumlah besar orang.

Media massa kerap digunakan sebagai jembatan sosialisasi yang sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku khalayak. Perkembangan teknologi mampu meningkatkan kualitas pesan sehingga memberikan peluang bagi media massa untuk berperan sebagai jembatan sosialisasi. Pesan yang disampaikan melalui media massa dapat mengarahkan khalayak kearah perilaku prosial maupun antisosial. Kesadaran akan pentingnya media massa bagi sosialisasi mendorong para pengajar untuk dapat memanfaatkan media massa.

Sosialisasi yang dijelaskan pada penelitian ini merupakan bagaimana mengimplementasikan atau menyampaikan secara langsung melalui media massa yaitu RRI Tual apa saja yang perlu diketahui oleh masyarakat, seperti ada kebijakan-kebijakan baru yang perlu diketahui masyarakat sehingga informasi-informasi tersebut disampaikan melalui RRI Tual.

2.2.4 Kebijakan Publik

1. Pengertian Kebijakan Publik

Irfan Islamy menyatakan jika kebijakan publik adalah rangkaian aktivitas yang ditentukan oleh pemerintah serta bertujuan agar masyarakat mendapatkan kesejahteraannya masing-masing.⁴⁴

Mengacu kepada berbagai pandangan diatas, menurut George C. Edwards III & Ira Sharkansky memberikan penjelasan jika kebijakan publik merupakan yang seharusnya dilaksanakan oleh pemerintah. Kebijakan publik ini berbentuk tujuan maupun target atas beberapa program yang ditentukan oleh pemerintah.⁴⁵

W.I Jenkis memberikan penjelasan jika kebijakan publik merupakan rangkaian kebijakan yang berkaitan dengan penetapan aktor politik yang berkenan dengan tujuan yang sudah ditentukan dan juga cara dalam pencapaian keadaan. Keadaan ini juga sebatas dalam kewenangan dair kekuasaan sejumlah aktor politik

⁴⁴ Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*, Jakarta:LP FE UI, 2004, hal. 26

⁴⁵ Uddin B. Sore & Sobirin, *Kebijakan Publik*. Makassar:CV Sah Media, 2017, hal. 34

⁴⁵ *Ibid*

yang ada.⁴⁶

Berdasarkan pemaparan sejumlah ahli diatas, maka bisa dijelaskan jika kebijakan publik memiliki hakikat sebagai bentuk aktivitas yang dilaksanakan pemerintah yang bertujuan agar dapat melakukan pengaturan terhadap kehidupan masyarakat supaya menyesuaikan dengan ekspektasi dari pemerintah.

Menurut Anderson terdapat elemen dalam kebijakan publik, yaitu:⁴⁷

- a. Kebijakan selalu mempunyai tujuan atau berorientasi pada tujuan tertentu.
- b. Kebijakan berisi tindakan atau pola tindakan pejabat-pejabat pemerintah.
- c. Kebijakan adalah apa yang benar-benar dilakukan oleh pemerintah dan bukan apa yang bermaksud akan dilakukan pemerintah.
- d. Kebijakan publik bersifat positif (mengenai tindakan pemerintah mengenai suatu masalah tertentu) dan bersifat negatif (keputusan pejabat pemerintah untuk tidak melakukan sesuatu).
- e. Kebijakan publik (positif) selalu berdasarkan pada peraturan perundangan tertentu yang bersifat memaksa.

Menurut Howlet dan M. Ramesh mengatakan proses kebijakan publik terdiri dari lima tahapan sebagai berikut:⁴⁸

- a. Penyusunan agenda (*agenda setting*), yakni suatu proses agar suatu masalah bisa mendapat perhatian dari pemerintah.
- b. Formulasi kebijakan (*policy formulation*), yakni proses ketika pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu tindakan.
- c. Pembuatan kebijakan (*decision making*), yakni proses ketika pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu tindakan.
- d. Implementasi kebijakan (*policy implementation*), yaitu proses untuk

⁴⁶ Dr. Syahrudin, *Implementasi Kebijakan Publik*, Bandung: Penerbit Nusa Media, 2008, hal. 18

⁴⁷ *Ibid*

⁴⁸ *Ibid*

melaksanakan kebijakan supaya mencapai hasil.

- e. Evaluasi kebijakan (*policy evaluation*), yakni proses untuk memonitor dan menilai hasil kinerja kebijakan.

Menurut James Anderson menetapkan proses kebijakan publik sebagai berikut:⁴⁹

- a. Formulasi masalah (*problem formulation*):

Apa masalahnya? Apa yang membuat hal tersebut menjadi masalah kebijakan? Bagaimana masalah tersebut dapat masuk ke dalam agenda pemerintah?.

- b. Formula kebijakan (*formulation*):

Bagaimana mengembangkan pilihan-pilihan atau alternatif-alternatif untuk memecahkan masalah tersebut? Siapa saja yang berpartisipasi dalam formulasi kebijakan?.

- c. Penentuan kebijakan (*adoption*):

Bagaimana alternatif ditetapkan? Persyaratan atau kriteria seperti apa yang harus dipenuhi? Siapa yang akan melaksanakan kebijakan? Bagaimana proses atau strategi untuk melaksanakan kebijakan? Apa isi kebijakan yang telah ditetapkan?.

- d. Implementasi (*implementation*):

Siapa yang terlibat dalam mengimplementasikan kebijakan? Apa yang mereka kerjakan? Apa yang dampak dari isi kebijakan?.

- e. Evaluasi (*evaluation*):

Bagaimana tingkat keberhasilan atau dampak kebijakan diukur? Siapa yang mengevaluasi kebijakan? Apa konsekuensi dari adanya evaluasi kebijakan? Adakah tuntunan untuk melakukan perubahan atau pembatalan.

Kebijakan publik ini yaitu bagaimana program Evav Membangun berisikan topik mengenai permasalahan yang tengah terjadi di masyarakat sehingga

⁴⁹ *Ibid*, hal. 18

dibutuhkan perhatian penuh dari pihak-pihak terkait agar mereka mampu menyampaikan atau memberikan informasi melalui RRI Tual kepada masyarakat.

2.2.5 Program Acara

1. Pengertian Program Acara

Menurut Pringle Starr -McCavitt memberikan penjelasan jika program acara kebanyakan merupakan elemen dari isi maupun suara yang dijelaskan dalam format pada stasiun radio. Berdasarkan hal tersebut, maka bisa dinyatakan jika format merupakan bentuk sajian program serta musik yang mempunyai ciri khas yang dimiliki stasiun radio. Format stasiun penyiaran radio bisa dijelaskan menjadi usaha yang dikelola oleh stasiun radio agar dapat melakukan proses produksi terhadap program siarannya yang melakukan pemenuhan atas kebutuhan dari pendengarnya.⁵⁰

Prayuda juga memberikan penjelasan jika stasiun penyiaran radio maupun tv merupakan program ataupun acara yang membutuhkan *programming* ataupun penata acara dalam melakukan pencapaian target pendengar.⁵¹

Programme berasal dari bahasa Inggris yang mempunyai arti acara ataupun rencana. UU Penyiaran Indonesia tidak memakai kata program namun memakai kata siaran yang dijelaskan menjadi pesan maupun rangkaian pesan yang tersaji pada sejumlah bentuk. Tetapi kata “program acara” seringkali dipakai pada dunia penyiaran Indonesia. Program acara merupakan keseluruhan dari yang disajikan stasiun penyiaran agar dapat melakukan pemenuhan kebutuhan pendengarnya. Sehingga program bisa diartikan dengan luas. Program acara yang disajikan adalah faktor yang menyebabkan pada konsumen mempunyai ketertarikan dalam mengikuti siaran dari radio ataupun tv dibanding “siaran” yang memiliki acuan pada penjelasan acara.⁵²

Berdasarkan pemaparan di atas penulis dapat memahami bahwa

⁵⁰ Morissan *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Media Grafika, 2008, hal. 230

⁵¹ *Ibid*

⁵² Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih, *Komunikasi Penyiaran Radio Genta Berbasis Budaya Bali*, Bali: NILACAKRA, 2021, hal. 46

Programming atau program merupakan pengaturan terkait program yang ada di radio maupun tv setiap harinya, tiap minggunya, maupun bulanan. *Programming* bisa dijelaskan menjadi usaha untuk menjadwalkan program yang akan disiarkan. Lembaga penyiaran seringkali memakai beberapa strategi, misalnya secara rutin merevisi jadwal agar pendengar dapat menyesuaikan dan menjadi tertarik dengan beberapa program terbaru yang dihadirkan. Strategi merupakan proses untuk merencanakan maupun mengarahkan operasi secara luas.

Operasi pada proses *programming* dikenal sebagai seluruh jadwal yang ada pada stasiun penyiaran maupun *cable system*. Konsep *programming* secara sederhana juga bisa ditarik kesimpulan menjadi proses dalam melakukan pemilihan, penyeleksian, penjadwalan program, serta proses melakukan evaluasinya. Konsep ini merupakan konsep yang krusial dikarenakan dapat menentukan bagaimana keberhasilan suatu program untuk meraih target audiens. Program acara merupakan faktor yang dapat mendorong keberhasilan keuangan dari stasiun penyiaran tv maupun radio. Program acara ini pula yang dapat membawa audiens untuk mengenali stasiun penyiarannya.⁵³

Program radio perlu untuk ditindaklanjuti dengan lebih baik supaya mendapatkan perhatian lebih banyak dari konsumen. program siaran ini berpacu terhadap pemilihan format siaran dan semakin banyaknya segem audiens. Format siaran terwujud pada prinsip dasar dari audiens. Ruang lingkup format siaran terkait bagaimana cara melakukan pengelolaan terhadap siaran serta cara untuk melakukan pemasarannya.⁵⁴

Tujuan penentuan format siaran ialah agar dapat menetapkan pemenuhan sasaran yang layak dengan spesifik bagi kesiapan untuk bersaing dengan media siaranlainnya. Format siaran sendiri terlahir serta berkembang dengan beriringan adanya spesialisasi dari siaran karena maraknya stasiun radio di Indonesia.⁵⁵

⁵³ *Ibid*, hal. 47

⁵⁴ *Ibid*

⁵⁵ *Ibid*

Joseph Diminick menuturkan jika format siapran diharuskan mempunyai 4 wilayah dasar seperti kepribadian, musik serta lagu, musik serta gaya bertutur, serta kemasan iklan, jingle, maupun promosi lain yang dibentuk oleh radio.⁵⁶

Format siaran yang ada di Indonesia wajib dipunyai oleh stasiun penyiaran yang ada di Indonesia. Biasanya stasiun radio ini melakukan produksi secara mandiri terkait program siaran yang dimilikinya. Program acara pada pro 1 RRI Tual berbasis budaya, agama, dan *hard news*. Program acara ini disiarkan secara langsung dari penyiar serta pengasuh acara program yang diketuai oleh kepala studio. Sejumlah program unggulan dapat terbentuk karena terdapat saran dari masyarakat atau pemerhati RRI Tual yang masuk ke studio RRI Tual sehingga program acara tersebut menduduki rating yang bagus.

Keinginan masyarakat yang menginginkan siaran berita yang diangkat dari permasalahan dan kebijakan yang sedang dibuat oleh pemerintah, namun pada prosesnya bisa memberikan keluasan masyarakat untuk membagikan informasi lewat telepon. RRI Tual dapat memasukkan saran dari masyarakat, melakukan diskusi, kemudian melakukan proses uji materi dengan sejumlah program acara yang dibentuk adanya konsep dialog interaktif. Hal inilah yang menjadi acara unggulan dari RRI Tual.

2. Jenis-Jenis Program Acara

Morissan menuturkan jika terdapat beberapa jenis program acara yaitu:⁵⁷

a) Program Informasi

Merupakan siaran yang mempunyai tujuan agar dapat menambah wawasan masyarakat. Contohnya berita keras atau keseluruhan dari informasi penting yang perlu disampaikan langsung kepada masyarakat karena masyarakat perlu memperhatikan informasi ini secepat mungkin. Contoh lainnya adalah berita lunak yang merupakan informasi penting serta menarik bagi masyarakat, namun tidak wajib ditayangkan secara cepat.

⁵⁶ *Ibid*, hal 47

⁵⁷ *Ibid*, ha. 218

b) Program Hiburan

Merupakan keseluruhan siaran yang mempunyai tujuan dalam memberikan hiburan bagi audiens dengan bentuk lagu, musik, cerita, maupun permainan. Program kali ini merupakan program hiburan seperti drama, musik, serta yang lainnya.

Stasiun radio seringkali melakukan produksi mandiri terkait program siarannya. Sehingga dalam produksi penyiarannya stasiun radio jarang bekerjasama dengan pihak eksternal untuk melakukan produksi konten- kontennya.

Berdasarkan jenis-jenis program acara diatas maka program acara *Evav* membangun termasuk dalam jenis program acara yang bersifat informasi. Informasi yang disampaikan berupa berita daerah yang akan dibahas secara langsung bersama dengan narasumber.

Program acara *Evav* Membangun contohnya, program acara ini dikemas dengan konsep siaran berita dialog interaktif serta memberikan waktu dan ruang untuk masyarakat agar dapat membagikan informasi maupun tanggapan mengenai sebuah topik yang disampaikan lewat telepon. Siaran dengan metode seperti ini dikenal dengan dialog interaktif, yang terjadi 2 arah diantara komunikator serta komunikan. Komunikator merupakan penyiar serta narasumber, sedangkan komunikan merupakan audiens atau masyarakat.

Audiens terkategori dalam program acara dialog interaktif menjadi dua yaitu pendengar aktif dan pendengar pasif. Pendengar aktif merupakan masyarakat yang berpartisipasi dalam membagikan tanggapan terkait informasi yang baru saja dibagikan lewat sambungan telepon pada RRI Tual. Sedangkan audiens pasif merupakan masyarakat yang hanya mendengarkan saja, serta tidak berpartisipasi. Saat program acara mulai, maka penyiar serta narasumber yang terliabt memakai bahasa Indonesia yang baik dan benar. Program acara *Evav* Membangun saat ini masih ada serta dijadikan sebagai program unggulan di RRI Tual. Hal ini dikarenakan program ini dapat menarik perhatian perusahaan untuk memasang iklan pada siaran radio ini. perkembangan RRI Tual memiliki lebih dari lima format program acara yang tersiar dengan populer tetapi mengedepankan budaya serta agama yang dianut masyarakat Indonesia.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah segala proses yang digunakan pada penelitian, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi RRI Pro 1 (satu) dalam sosialisasi kebijakan publik melalui program evav membangun. Kerangka penelitian pada penelitian baik dengan teoritis maupun konseptual. Dibawah ini adalah kerangka pemikiran teoritis dan konseptual yaitu:

2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini berdasarkan dari pemikiran teoritis, dimana judul penelitian diambil dari teori strategi komunikasi. Strategi komunikasi adalah faktor yang krusial serta perlu dicapai perusahaan. Supaya komunikasi dapat berjalan dengan efektif, maka tiap perusahaan perlu menerapkan strategi komunikasi.

Menurut Oemi Abdurahman strategi komunikasi merupakan cara yang bisa dilaksanakan dengan melakukan pengaturan terhadap proses komunikasi supaya tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Adapun tujuan dari strategikomunikasi yaitu:⁵⁸

- a. Pesan mudah dipahami secara benar
- b. Penerima pesan dapat dibina dengan baik
- c. Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan

Pemilihan Media Media yang dipilih oleh komunikator serta komunikan bergantung dari pencapaian tujuan, bentuk pesan, serta teknik komunikasi yang sedang digunakan.

Oemi Abdurahman juga menjelaskan jika terdapat sejumlah faktor yang memberikan pengaruh ketika menyusun strategi komunikasi seperti:⁵⁹

1. Pengkajian Tujuan Pesan

Pesan komunikasi bertujuan agar dapat menetapkan teknik komunikasi apa yang perlu diterapkan. Ada beberapa teknik yang bisa dipilih seperti informasi, instruksi, ataupun persuasi. Tujuan dari adanya pesan komunikasi ialah

⁵⁸ Oemi Abdurahman, *Dasar-dasar public relations*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001

⁵⁹ *Ibid*

berhubungan secara erat diantara komunikator serta komunikan. Sehingga komunikasi harus dilakukan pengkajian lebih lanjut supaya pesan yang dibuat dapat diterima sesuai dengan tujuan dari komunikasi.

Pada beberapa keadaan khusus, komunikasi memanfaatkan media khusus yang bisa dicapai oleh target yang lebih luas dengan kuantitas yang lebih banyak. Pada beberapa keadaan pula komunikasi bermaksud untuk mengubah persepsi, sikap, maupun perilaku seseorang untuk berubah sesuai dengan tujuan khusus.

2.3.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran teoritis tersebut bisa diimplementasikan pada kerangka pemikiran konseptual dalam penelitian “Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 1 Tual Dalam Sosialisasi Kebijakan Daerah Melalui Program Siaran Evav Membangun”.

Pada penelitian ini, strategi merupakan fokus yang akan dijelaskan pada beberapa subab sseperti perencanaan, pelaksanaan, tujuan, dan komunikasi. Penetapan sub fokus dalam penelitian ialah berdasarkan dari tujuan pencapaian, lingkup pengkajianserta evaluasi yang ada. Sub fokus yang akan diteliti yaitu:

1. **Perencanaan Komunikasi**

Perencanaan komunikasi yaitu memilih sasaran serta RRI Tual sebelum melakukan siaran Evav Membangun yaitu pertama, penentuan topik kedua, rapat agenda setting yang dilakukan oleh kepala devisi pemberitaan bersama dengan reporter beserta penyiar Evav Membangun ketiga, penentuan narasumber.

2. **Pelaksanaan Komunikasi**

Pelaksanaan komunikasi yaitu ada komunikator, pesan yang akan disampaikan, media yang digunakan, efek atau feedback. Sesudah itu akan melaksanakan atau memulai siaran langsung program Evav Membangun

yang disiarkan secara langsung pada program 1.

3. Evaluasi Komunikasi

Berdasarkan pelaksanaan siaran langsung program Evav Membangun, selanjutnya melaksanakan evaluasi terhadap penilaian kinerja yang telah dilaksanakan, seperti pencapaian kesesuaian serta evaluasi yang berfungsi agar dapat melihat kesalahan yang sudah dilaksanakan selama proses siaran berlangsung agar tidak terjadi pada siaran berikutnya.

Proses pemikiran adalah rangkuman atas pemikiran penulis maupun hal yang diteliti secara garis besar terkait dengan langkah-langkah penelitian. Berikut merupakan alur pemikiran kerangka konseptual yaitu:



Tabel 2. Kerangka Pem

