

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah kegiatan bagi orang untuk satu sama lain berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari atau masyarakat. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia karena juga merupakan sistem sosial yang saling membutuhkan. Selanjutnya, komunikasi dari satu tempat ke tempat lain terjadi melalui penguasaan simbol dan kata. Sementara radio merupakan salah satu media massa yang erat kaitannya dengan kebutuhan masyarakat dan dapat memberikan berbagai informasi, hiburan dan pendidikan. Radio sebagai sarana penyebaran informasi yang efektif tidak dapat dipisahkan dari media dan adat istiadat, sehingga dapat disampaikan dengan suara dan bahasa yang mudah didengar, dipahami oleh masyarakat karena radio memberikan kepuasan tersendiri, memungkinkan orang untuk mendengarkan radio kapan saja, dimana saja.

Komunikasi melalui media massa merupakan media yang diciptakan oleh teknologi modern seperti radio. Kita harus memahami perbedaan komunikasi massa dalam artian secara umum relevan dengan individu yang menjadi sasaran media massa atau penerima pesan media dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan sesuai dengan media yang digunakan yaitu penonton dan pendengar seperti televisi dan radio. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media modern yang mampu menyampaikan pesan untuk diakses oleh khalayak luas.<sup>1</sup>

Media massa sebagai sarana komunikasi yang telah menjadi penghubung hampir sebagian insan diseluruh dunia saat ini juga membawa perkembangan teknologi komunikasi ke dunia yang lebih luas di era perkembangan teknologi komunikasi juga membawa dunia yang luas. Saat ini kebanyakan orang menggunakan media massa atau menerima informasi terkini melalui berita yang disiarkan di radio untuk para pendengar. Salah satu media yang menarik perhatian peneliti adalah radio.

Radio adalah media yang termasuk dalam kategori veteran atau terbilang jadul mengingat usianya yang sudah tua radio juga adalah

---

<sup>1</sup> Ido Prijani Hadi, Megawati Wahjudianata, Inri Inggrit Indrayani, *Komunikasi Massa* ( Pasuruan Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media 2019 ) hlm2-3

media elektronik pertama yang muncul ke peradaban sebelum era media visual atau televisi dimulai walaupun tua namun radio masih tetap beroperasi hingga saat ini dengan hanya mengandalkan suara. Para pendengar membuktikan bahwa masih adanya peminat yang menaruh hati bagi media yang satu ini. Namun semakin hari dunia semakin berkembang dan bergerak maju dan begitu pula dengan dunia penyiaran di era<sup>23</sup> sekarang ini semakin banyak orang untuk kebutuhan masyarakat sebagai pendengar dalam perkembangan zaman. Kurangnya perhatian terhadap masalah tersebut dipersepsikan sebagai kurang diperhatikannya pendengar dalam kepuasan dari segi program yang disampaikan oleh penyiar. Untuk menjaga minat pendengar masyarakat maka radio harus memiliki ciri khas.

Di era penyebaran informasi media massa, tidak terlepas dari faktor persaingan informasi publik, akan tetapi media khususnya media penyiaran memiliki beberapa permasalahan dengan strategi menarik pendengar yang siap menjadi penikmat informasi yang setia sehingga, media ingin selalu menjadi sumber informasi yang terpercaya dan bersifat bawaan karakteristik, dan selalu menarik perhatian pendengar selama proses pengembangan. Menjamurnya informasi saat ini menjadi tantangan bagi radio untuk mengembangkan strategi yang ada dan dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga strategi menjadi perhatian khusus dalam menyampaikan informasi. Mengirim pesan melalui siaran merupakan kegiatan yang efektif, salah satunya adalah Talkshow, alat streaming secara langsung. Strategi komunikasi siaran radio jauh berbeda dengan media massa karena sangat baik untuk upaya sebagai sarana komunikasi telah memebrikan teori untuk meningkatkan efektivitas siaran radio dan menjamin penerimaan yang baik oleh koresponden.<sup>4</sup>

Komunikasi massa melalui melalui udara merupakan komunikasi yang berlangsung dengan khalayak berupa penerima informasi yang hanya dapat didengarkan oleh telinga. Radio sebagai media massa merupakan salah satu media yang tersebar luas yang memiliki fungsi transmisi informasi terdapat distasiun-stasiun tertentu berkebutuhan untuk menyakinkan komunikasi yang dapat

---

<sup>2</sup>Deddy mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakrya, 2007) h.46

<sup>3</sup>Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana 2005) 1-2

<sup>4</sup> Onong, Chjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakrya, 2008), 122

memacu perubahan masyarakat seperti sekarang ini. Radio sebagai sarana public yang sangat strategis dalam mengembangkan segala informasi atau berita yang disampaikan oleh penyiar namun dalam persaingan radio dan televisi manajemen yang tepat diperlukan untuk membangun citra di masyarakat yang sekarang ini untuk menarik minat pendengar yang sekarang jarang sekali mendengarkan. Dalam menyampaikan pesan penyiar diukung media penyiaran dalam media massa yang dapat mendukung media penyiaran sebagai upaya agar pendengar yang ingin diraih sesuai dengan memperhatikan target pendengar dan persaingan yang ada didalam masyarakat.

Kini radio berkembang dengan pesatnya yang mana radio tiak hanya terpaku pada frekuensi saja namun sudah dapat menikmati radio dengan streaming dimanapun dan diseluruh dunia. Melihat perkembangannya waktu sekarang ini sudah sewajarnya dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan peristiwa dan kejadian yang memberikan informasi dan menyampaikan pengetahuan kepada<sup>56</sup> masyarakat bahwa internasional dengan mudah informasi ditampilkan di radio yang semakin canggih juga hrus lebih efisien sebab seseorang untuk menampilkan informasi di radio yang semakin canggih disampaikan baik dan jelas ke sasaran agar tidak menimbulkan kesalah pahaman untuk menerima informasi.

Setiap komunikator dan komunikan tentunya memiliki strategi komunikasi, mulai dari komunikator untuk mempertahankan komunikatornya talkshow sangat dipengaruhi oleh pembawa acara. Dalam sebuah acara talkshow harus mengontrol acara yang diselenggarakan dari awal hingga akhir untuk memastikan kelancaran komunikasi antara moderator dan narasumber, maka harus digunakan strategi komunikasi yang tepat.

Dalam menayangkan sebuah program radio dianggap siaran radio ini lebih efektif melalui suara penyiar dapat dipancarkan jarak yang sederhana dan tidak terbatas dengan siaran radio semakin memudahkan dan praktis untuk mencapai komunikasi yang luas. Dari program radio ini dibuat oleh orang yang masih mencari informasi, sehingga perwakilan sumber daya yang dapat menyusun jenis komunikasi untuk situasi kondisi program sudah cukup memberikan dampak di masyarakat dalam program talk show melalui radio.

---

<sup>5</sup> Morisan, *Menejemn Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011) 2

<sup>6</sup> Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio Praktik dan Teori* (Bandung, Sumbiosa Rekatama Media) 5

Sampai saat ini para penyiar radio mencari pengembangan maupun materi siarannya dengan melakukan transformasi teknologi diterbitkan di media tradisional dan melalui internet agar dapat bersaing dan menarik minat pendengar<sup>7</sup>

Keberadaan media radio memiliki hak istimewa yang lebih besar daripada media lain dengan lebih kreatif dalam mengembangkan berbagai siaran sehingga radio dianggap memiliki kekuasaan hebat dalam menarik minat pendengar tidak mengenal jarak dan waktu dengan media radio akan mudah dicapainya dalam dunia radio dan menginginkan sesuatu yang berbeda untuk menyampaikan suatu acara didalam siarannya agar bisa didengar oleh pendengar dan narasumber harus jelas dalam menyampaikan pesan kepada penyiarinya.

Di era sekarang ini harus memaksimalkan peranannya dalam masyarakat tentang program apa yang ditayangkan oleh penyiar dapat dijangkau oleh masyarakat untuk mendengarkan dengan dipungut biaya tetapi saat ini masyarakat sangat berkurang dalam mendengarkan siaran radio karena seiring berjalannya zaman tetapi hal ini tidak menjadikan program acara talk show di radio tidak ditinggalkan meskipun jangkauannya terbatas talkshow ini disiarkan melalui tayangan youtube cukup memamtu dalam menarik minat masyarakat. Komunikasi ini disesuaikan dengan situasi host dan narasumber setiap komunikator dan komunikan. Di Radio ini talkshownya bisa melalui internet audio dan videonya disampaikan oleh khalayak dapat mengakses dengan benar. Radio Kartini Jepara radio yang sangat terkenal di masyarakat tentunya, tempatnya sangat strategis dan nyaman dari beberapa kelebihan diradio ini menjadikan media yang banyak menarik minat mendengar dengan acara talk shownya yang jelas dan mudah ditangkap oleh para pendengar sehingga masyarakat bisa memahami topic yang dibahas saat siaran sedang berlangsung.<sup>8</sup>

Radio adalah media informasi dan komunikasi karena butuh keahlian oleh seorang penyiar dalam menyampaikan materi yang akan dibahas kepada audien untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan dengan baik dan jelas oleh pendengar sehingga mendengar tidak mudah bosan dalam mendengarkan acara yang disampaikannya. Untuk lebih meningkatkan jumlah pendengar radio ini tentunya perlu berbaikan salah satu yang diperhatikan harus

---

<sup>7</sup> Sudibyo, *Ekonomi politik media penyiaran* (Yogyakarta, 2004) hal 196-180

<sup>8</sup> Morrisan, *Media Penyiaran Strategi Media Mengelola Radio dan Televisi*, (Tangerang: Ramdina Perkasa 2005). 11

strategi penyiar dalam menyampaikan talk show, pengguna juga harus beradaptasi dengan perubahan zaman siaran sangat diperlukan dengan baik oleh naraumber juga program yang disampaikan bisa disampaikan dengan baik.<sup>9</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk mengadakan suatu penelitian.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah fokus pada penulisan masalah yang akan dibahas dan diteliti adalah STRATEGI KOMUNIKASI DALAM TALKSHOW UNTUK MENARIK MINAT PENDENGAR( Studi Kasus Radio Kartini Jepara) , penelitian ini bersifat kualitatif.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan fokus penelitian di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi dalam talkshow di Radio Kartini Jepara untuk menarik minat pendengar ?
2. Apa saja program-program yang ada di Radio Kartini Jepara ?
3. Bagaimana dampak penyiar agar bisa menarik minat pendengar?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui, bagaimana strategi dalam talkshow di Radio Kartini Jepara untuk menarik minat pendengar
2. Untuk mengetahui apa saja program-program yang ada di Radio Kartini Jepara
3. Untuk mengetahui Bagaimana dampak penyiar agar bisa menarik minat pendengar

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian dalam pembahasan ini dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Manfaat teoristis
 

Guna wawasannya dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian dalam bidang komunikasi dan penyiaran islam.
2. Manfaat praktis
  - a. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang diperlukan untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang

---

<sup>9</sup> A.Ius Y. Triartanto, *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*,(Yogyakarta:Pustaka Book Publisher),77

strategi komunikasi karena program siaran disampaikan dengan cara melibatkan pendengar.

- b. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang strategi komunikasi yang digunakan dalam talkshow di Radio Kartini Jepara untuk membangkitkan minat pendengar.

## F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini agar terbentuk sistematika yang terarah pembahasannya menjadi beberapa bagian :

1. Bagian awal meliputi:

Halaman judul, nota persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi.

2. Bagian isi meliputi:

**BAB I** : ,meliputi ruang lingkup penulisan disertai : latar belakang masalah ,fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II** : Didalamnya mencakup, landasan teori , penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

**BAB III** : Didalamnya mencakup, jenis pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian **keabsahan** data dan teknik analisis data.

**BAB IV** : Didalamnya mencakup, analisis data yang berisi gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian

**BAB V** : Didalamnya mencakup, penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran dan penutup

3. Bagian akhir meliputi : daftar pustaka dan lampiran-lampiran.