

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini berkembang pesat hal ini mempermudah masyarakat dalam mencari informasi dan hiburan. Televisi dan radio adalah salah satu media massa yang sering digunakan di masyarakat dalam kebutuhan akan informasi dan hiburan. Ketika televisi dan radio menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat hal inilah dimanfaatkan oleh pihak swasta dalam mendirikan suatu lembaga penyiaran. Saat ini banyak lembaga penyiaran yang berdiri di Jawa Tengah hal ini sesuai yang dikemukakan oleh roca salah satu karyawan KPID Provinsi Jawa Tengah bahwa jumlah lembaga penyiaran yang berijin adalah 8 televisi lokal sedangkan sisanya adalah radio 339.

Dengan semakin banyaknya lembaga penyiaran ini menjadikan persaingan. Sebelumnya lembaga penyiaran itu sendiri ialah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku (P3 dan SPS Tahun 2012).

Persaingan lembaga penyiaran ini terjadi dalam program isi siaran yang bersifat faktual maupun nonfaktual. Maksud dari faktual adalah program siaran yang berisi fakta, contoh dari program faktual adalah dalam program

berita lembaga penyiaran beradu cepat dalam menampilkan pemberitaan yang baru terjadi. Prinsip yang digunakan, setiap peristiwa harus dapat ditayangkan atau disiarkan secara cepat agar segera diketahui masyarakat. Sering kali lembaga penyiaran melupakan-melupakan Undang-Undang tentang penyiaran dalam menampilkan suatu pemberitaan.

Kebanyakan pelanggaran isi siaran tak hanya terjadi pada program faktual, namun juga dalam tayangan nonfaktual. Padahal, program nonfaktual mestinya sudah melalui proses sensor, namun berdasarkan pengawasan KPID Provinsi Jawa Tengah, masih banyak ditemukan pelanggaran yang terkait dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standarisasi Perilaku Penyiaran (P3SPS). Seperti contoh siaran PT. Radio Kebenaran Insan Semesta (KIS FM) Semarang tanggal 11 Agustus 2014 sekitar pada pukul 06:57 WIB merupakan pemutaran lagu cabul atau mengesankan hubungan seks diantaranya “tadi malam aw aw, kubuai aw aw, sayang-sayangan aw aw, mesra-mesra aw aw, ku dimanja aw aw, dicumbu aw aw, basah hatiku aw aw betapa indahny aw aw”. Hal ini sesuai dengan peraturan KPI No 2 /P/KPI/03/2012 tentang standar program siaran (SPS) pasal 20 ayat 1, bahwa program siaran dilarang berisi lagu dan atau video klip yang menampilkan judul dan atau lirik yang bermuatan seks, cabul, dan atau mengesankan aktivitas seks. (Sumber : Rekap Berita Klarifikasi Lembaga Penyiaran KPID Provinsi Jawa Tengah 2014)

Melihat pelanggaran-pelanggaran seperti diatas akan berdampak negatif bagi para penonton maupun pendengar. Seperti contoh anak-anak kecil mereka memiliki daya peniru yang baik, dikhawatirkan mereka akan

mengikuti perilaku atau kata-kata dalam acara yang ada di televisi maupun radio tersebut, hal ini akan berdampak buruk terhadap perkembangan perilaku mereka.

Sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 22 tahun 2007 maka dibentuklah Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) berkedudukan di tingkat Provinsi. Dengan adanya Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) dapat membantu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pusat dalam mengawasi isi siaran yang ada di daerahnya. Jadi KPID Provinsi Jawa Tengah itu sendiri adalah lembaga independen yang mengatur bidang penyiaran khususnya di wilayah Provinsi Jawa Tengah yang memiliki tugas dan wewenang.

Untuk tugasnya yaitu menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak azasi manusia, ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran, ikut membangun iklim persaingan yang sehat antara lembaga penyiaran dan industri terkait, memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata dan seimbang, menampung meneliti dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran, menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Sedangkan untuk wewenangnya menetapkan standar program siaran dan pedoman perilaku penyiaran (P3 dan SPS), Mengawasi pelaksanaan peraturan, Menyusun peraturan, Memberikan sanksi terhadap pelanggaran,

Melakukan koordinasi dan atau kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat. (Sumber : Profil KPID Provinsi Jawa Tengah)

Untuk meminimalisasi pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan lembaga penyiaran. Sesuai dengan tugas dan wewenang yang dimiliki KPID Provinsi Jawa Tengah tersebut peneliti ingin meneliti “Strategi Komunikasi KPID Provinsi Jawa Tengah dalam Meminimalisasi Pelanggaran Isi Siaran Lembaga Penyiaran di Jawa Tengah Agustus 2014”.

B. Rumusan Masalah

Dengan masih banyak lembaga penyiaran yang melanggar isi siaran maka peneliti menitik fokuskan permasalahan pada “Bagaimanakah Strategi Komunikasi yang Dilakukan Komisi KPID Provinsi Jawa Tengah dalam Meminimalisasi Pelanggaran Isi Siaran Lembaga Penyiaran yang di Jawa Tengah Agustus 2014”?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan peneliti ini adalah ingin mengetahui bagaimana aktivitas kegiatan strategi komunikasi KPID Provinsi Jawa Tengah dalam meminimaisasi pelanggaran isi siaran lembaga penyiaran di Jawa Tengah Agustus 2014.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini, baik manfaat secara praktis maupun secara teoretis.

1. Manfaat Akademis

Beberapa manfaat secara praktis dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi komunikasi, Undang-Undang penyiaran.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai strategi komunikasi KPID Provinsi Jawa Tengah dalam meminimalisasi pelanggaran isi siaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran kota di Jawa Tengah.

2. Manfaat Praktis

Beberapa manfaat secara teoretis dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

- a. Bagi program studi Ilmu Komunikasi FKI-UMS, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan sumbangan pemikiran bagi studi atau kajian ilmu komunikasi, tetapi juga dapat sebagai pertimbangan dari evaluasi belajar mengajar program studi Ilmu Komunikasi.
- b. Bagi kajian ilmu komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih maupun rujukan referensi bagi para peneliti kajian ilmu komunikasi.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama adalah Devi rahayu, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah 2010. Meneliti tentang Peran komisi penyiaran Indonesia (KPI) pusat terhadap tayangan infotaimen di televisi. Dalam penelitiannya Devi rahayu menggunakan metode penelitian deskriptif

Penyiaran Indonesia (KPI) terhadap tayangan infotainment di televisi. Dari analisis tersebut di peroleh, bahwa Peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pusat terhadap tayangan infotainment di televisi adalah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) telah melakukan penerimaan aduan dari masyarakat khususnya program infotainment dan mengkaji lebih dalam dengan menganalisis tayangan infotainment di televisi. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) juga telah memberikan sanksi terhadap pelanggaran infotainment berupa teguran dan peringatan. KPI bersama Komisi I DPR dan Dewan Pers telah menyepakati infotainment sebagai program non faktual. Terkait hal tersebut maka dilakukan revisi terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) yang telah ditetapkan.

Penelitian terdahulu kedua adalah Siti Nurjiatun, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009. Meneliti tentang pengawasan sistem penyiaran radio oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta. Dalam penelitian yang dilakukan Siti Nurjiatun bersifat kualitatif, jadi penulis berusaha mendiskripsikan artinya menggambarkan data kemudian melakukan analisis dari data yang telah diperoleh agar tergambar secara jelas peran Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta dalam mengatur sistem penyiaran radio di Yogyakarta. Dari analisis tersebut di peroleh hasil penelitian yaitu Pengawasan radio komersil dan komunitas oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta, sesuai UU No. 32 tahun 2002 mempunyai tugas untuk mengawasi sistem penyiaran radio sesuai

dengan peraturan KPI No. 02 dan 03 tentang Pedoman Perilaku penyiaran dan Standar program siaran (P3 SPS). Frekuensi siaran yang tidak terjangkau oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta terdapat lebih dari 50 lembaga penyiaran radio baik komersil dan komunitas. Ketidak efektifan pengawasan sistem penyiaran radio oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta juga disebabkan karena faktor frekuensi pada masing-masing radio. Belum adanya Ijin Penyelenggaraan Penyiaran yang pasti pada setiap lembaga penyiaran radio di Yogyakarta yang akhirnya juga menyebabkan pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) tidak efektif. Ketidak efektifan pengawasan sistem penyiaran radio bukan semata-mata kesalahan Undang-Undang penyiaran ataupun Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID), karena untuk sekarang ini dari jumlah radio yang ada di Yogyakarta belum semua radio mempunyai ijin untuk menyelenggarakan penyiaran.

Perbedaan dari dua dari penelitian terdahulu diatas dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada objek penelitian, permasalahan penelitian, tujuan penelitian dan sedangkan untuk persamaan dari dua penelitian di atas terletak pada metode penelitian yang sama.

F. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi

Komunikasi mendengar kata ini pasti kita langsung berfikir suatu alat yang digunakan seseorang atau masyarakat untuk berinteraksi dengan tetangganya atau masyarakat lain. Komunikasi digunakan seseorang atau

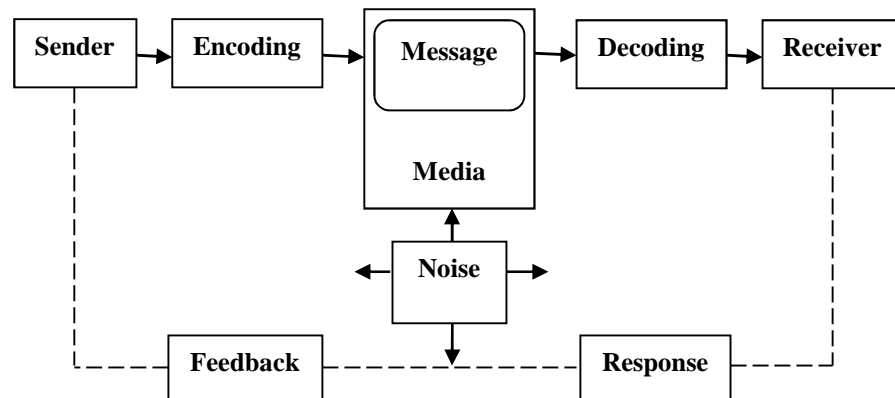
masyarakat untuk menjalin hubungan yang baik satu sama lain, hal inilah yang menjadi titik poin mengenai kegunaan komunikasi. Dalam perkembangannya komunikasi saat ini tidak hanya digunakan seseorang untuk berinteraksi dengan lingkungannya saja, melainkan komunikasi digunakan untuk mempengaruhi orang lain.

Istilah komunikasi secara umum memiliki bermacam-macam definisi, menurut para pakarnya Everett M. Rogers mengatakan komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Changara,2002:19). dari gambaran komunikasi di atas peneliti mengerucutkan lagi sesuai dengan penelitian

“Menurut Harold Laswell komunikasi pada dasarnya suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” dengan saluran “apa” kepada “siapa” “dengan akibatnya apa” atau “hasilnya apa” (Riswandi, 2009:2).

Jadi kesimpulan dari pakar-pakar diatas komunikasi adalah suatu proses dimana komunikator dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan dengan menggunakan media, dengan maksud setelah komunikan menerima pesan ini akan mengubah perilakunya sesuai dengan keinginan oleh komunikator.

Agar komunikasi yang komunikator lakukan itu berhasil dimengerti atau dipahami oleh komunikan perlu mempertimbangkan unsur-unsur dalam proses komunikasi. Disini akan digambarkan bagan proses komunikasi yang dikemukakan Kotler berdasarkan paradigma Harold Lasswell



Gambar 1.1 proses komunikasi

Unsur-unsur dalam proses komunikasi diantaranya adalah: *Sender*: komunikator yang membuat pesan. *Encoding*: penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang maupun kata-kata. *Message*: maksud-maksud yang ingin disampaikan kepada komunikan. *Media*: tempat komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan. *Decoding*: komunikan memaknai lambang maupun kata-kata yang disampaikan oleh komunikator. *Receiver*: komunikan yang menerima pesan dari komunikator. *Response*: tanggapan komunikan setelah menerima pesan. *Feedback*: umpan balik maksudnya adalah tanggapan atas pesan yang mereka terima dari komunikator, kemudian disampaikan kepada komunikator. *Noise*: gangguan yang tidak terencana dalam proses komunikasi ini, karena ada kesalah pahaman makna antara pesan yang ingin disampaikan komunikator dengan komunikan (Effendy, 2009:18).

Model komunikasi diatas menunjukkan faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus mengetahui khalayak mana yang ingin mereka tuju dan tanggapan apa yang diinginkan olehnya.

Komunikator harus trampil dalam pembuatan pesan sehingga saat komunikasi menerima pesannya mereka mengerti makna yang ingin disampaikan oleh komunikator. dalam mengirimkan pesan komunikator menggunakan media-media yang efektif sehingga pesannya mudah diterima oleh khalayak yang mereka inginkan.

2. **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah salah satu jenis komunikasi dalam menyampaikan pesannya kepada komunikannya menggunakan alat atau media, alat atau media disini bisa menggunakan koran, televisi, radio, internet dan lain-lain, dengan adanya alat atau media ini mempermudah komunikator dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan.

Komunikasi massa menurut para pakar komunikasi itu banyak, akan tetapi yang peneliti tulis disini adalah sebagian gambaran komunikasi massa secara umum seperti contoh menurut Defleur dan Dennis McQuain komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara (Riswadi, 2009:103). Sedangkan penelitian ini melihat komunikasi massa dari media penyiaran khususnya radio dan televisi dapat disimpulkan bahwa

“komunikasi massa Menurut Joseph A.Devito merumuskan komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ia juga mengatakan bahwa komunikasi massa

adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar berupa audio atau visual” (Effendy, 2009 : 21).

Jadi kesimpulannya adalah komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator dalam menyampaikan pesannya secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak. Bentuk pesan ini *audio* (suara) dan *visual* (gambar) yang ditransmisikan melalui pemancar.

Menurut Severin dan Tankard, Jr dalam bukunya (Effendy,2009:21) menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah ketrampilan, seni, ilmu, dikaitkan dengan berbagai pendapat DeVito dimana komunikasi ini ditujukan kepada massa dengan melalui media massa. Di banding dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh jenis komunikasi-komunikasi yang lainnya yaitu:

a. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Maksud dari satu arah disini adalah komunikator yang disini diperankan oleh penyiar radio atau penyiar televisi. Dimana dalam komunikasi satu arah disini penyiar radio ataupun televisi tidak mengetahui tanggapan dari para pembaca maupun para penonton yang menjadi sasarannya, karena komunikator dan komunikan tidak bertatap muka secara langsung. Akan tetapi tanggapan ini bisa diketahui komunikator dengan cara sebagai berikut kalau di media surat kabar kita dapat melihatnya melalui rubrik “surat pembaca” sedangkan untuk media radio kita dapat mendengarkan tanggapan

melalui “suara pendengar”. Akan tetapi itu semua terjadi setelah komunikasi sudah terjadi. Jadi kesimpulannya dalam komunikasi massa dalam melakukan komunikasi, komunikator dituntut *komunikatif* maksudnya adalah komunikasi yang dilakukan dapat di mengerti oleh khalayaknya dalam satu kali siaran, sehingga miss komunikasi bisa terhindarkan oleh komunikan (Effendy,2009:22).

b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi merupakan lembaga, yaitu suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga, karena media massa dalam menyebarluaskan pesannya atas nama lembaganya, sejalan dengan kebijakan surat kabar dan stasiun televisi yang diwakilnya, ia tidak memiliki kebebasan individu dalam menyampaikan pesan kepada khalayak.

Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga itu, perannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh seluruh karyawan yang bekerja dalam lembaga ini, seperti contoh wajah dan suara penyiar televisi tidak mungkin dapat dilihat dan di dengar jika tidak ditunjang oleh pekerjaan pengarah acara, juru kamera, juru suara, dan sebagainya. Dari berbagai informasi diatas dapat disimpulkan komunikator pada komunikasi massa dinamakan komunikator *kolektif* maksudnya adalah karena tersebarnya komunikasi massa disini terjadi dari hasil kerja sama sejumlah berbagai karyawan yang mana

karyawan ini memiliki ketrampilan yang tinggi dalam bidangnya masing-masing sehingga dapat menghasilkan penyiaran seperti yang kita nikmati di televisi maupun di radio (Effendy,2009:22-23).

c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disampaikan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan untuk kepentingan umum. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum. Seperti contoh media akan menyiarkan berita mengenai seorang bupati sedang umroh ke tanah suci, yang menjadi pemberitaan disini karena bupati ini tidak ada ditempat sehingga merupakan informasi bagi masyarakat yang akan menghadap atau bertemu dengan bupati. Terkadang media memberitakan hobi-hobi pada petinggi pemerintah yang terkenal seperti contoh menteri BUMN Dahlan iskan yang memakai spatu saat dinas, hal ini sebenarnya tidak memiliki kepentingan bagi khalayak akan tetapi ini dalam dunia jurnalistik termasuk *human interest* yang dianggap media massa menarik untuk diketahui oleh khalayak. Jadi kesimpulannya adalah komunikasi massa bersifat umum dan untuk kepentingan umum (Effendy,2009:23-24).

d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari komunikasi massa adalah keserempakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Seperti

contoh radio siaran dalam bentuk pidato, misalnya pidato presiden akan diterima khalayak dalam jumlah yang banyak serempak bersama-sama pada saat presiden berbicara, oleh karena itulah pada umumnya yang termasuk ke dalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi karena mengandung ciri keserempakan itu (Effendy,2009:24).

e. *Komunikasi komunikasi massa bersifat heterogen*

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan berbagai macam golongan masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa yang dituju komunikator bersifat heterogen. Maksud dari heterogen disini masing-masing individu keberadaannya terpecah-pecah, dimana satu sama yang lainnya tidak saling mengenal, tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal seperti jenis kelamin, usia, ideologi, pekerjaan pendidikan, kebudayaan dan sebagainya. Heterogenitas khalayak inilah yang menyulitkan para komunikator dalam menyebarkan pesan melalui media massa karena setiap individu-individu dari khalayak menginginkan kebutuhannya untuk memperoleh informasi dapat terpenuhi. Untuk mengatasi permasalahan median massa dalam menampilkan suatu berita membuat pengelompokan, pengelompokan tersebut telah dilaksanakan oleh berbagai media massa dengan membuat rubik atau acara tertentu untuk kelompok pembaca, pendengar, penonton tertentu (Effendy,2009:25).

3. Isi Siaran

a. Penyiaran

Penyiaran kita sering mengkaitkannya dengan dunia televisi dan radio. Akan tetapi ini merupakan gambaran orang pada umumnya, sebenarnya penyiaran itu sendiri adalah kegiatan penyelenggaraan siaran, yaitu rangkaian mata acara dalam bentuk audio, suara atau *visual* gambar yang ditransmisikan dalam bentuk signal suara atau gambar (rahmawati&rusnandar,2011:2). Dari pendapat diatas saya kerucutkan sesuai yang peneliti teliti yaitu

“Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran” (P3SPS Tahun 2002).

Dari definisi penyiaran diatas dapat diartikan bahwa penyiaran adalah suatu proses penyampain suatu acara baik itu berupa *audio* atau suara, *visual* atau gambar, atau bahkan kedua-duanya yang di salurkan kedalam signal maupun kabel.

1) Penyiaran Radio

Radio suatu alat komunikasi yang populer ditelinga para pendengar Indonesia, akan tetapi dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi membuat radio mengalami penurunan dalam urusan peminatnya. Hal ini dikarenakan munculnya media-media baru seperti televisi, televisi lebih menarik karena bisa

menampilkan gambar disertai dengan suara. Dalam penelitian ini peneliti terlebih dahulu membahas mengenai radio.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim signal dengan cara modulasi dan radiasi elektro magnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut. Dari definisi secara umum mengenai radio diatas, peneliti mengerucutkan lagi sesuai dengan yang peneliti teliti. Jadi penyiaran radio adalah

“Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan” (P3SPS Tahun 2012).

Jadi kesimpulannya radio itu sendiri adalah suatu alat komunikasi massa yang dalam menyebarkan pesan kepada audien menggunakan suara, berupa program-program yang teratur dan berkesinambungan.

Kelebihan radio di banding alat komunikasi massa lainnya adalah jarak jangkauan audiennya jauh meskipun audien berapada pada daerah terpencil bisa menerima pesan, menimbulkan pendengarnya imajinatif, maksud imajinatif disini adalah karena dalam menyampaikan pesannya menggunakan suara, hal ini menimbulkan daya imajinasi pendengarnya karena seakan-akan pendengar mengalami kejadian yang diceritakan di radio. Akan

tetapi semua media massa memang memiliki kelebihan masing-masing sesuai dengan audien yang ingin kita tuju.

2) **Penyiaran Televisi**

Televisi salah satu media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat, baik itu dalam mencari informasi, mencari hiburan dan pendidikan. Sebelumnya kita bahas terlebih dahulu mengenai arti dari televisi itu sendiri, televisi adalah suatu media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik yang monokrom (hitam putih) maupun warna. Kata televisi merupakan gabungan dari bahasa Yunani yang dibagi menjadi dua arti antara lain, kata *tele* yang berarti yaitu jauh dan *visio* yang berarti penglihatan, sehingga dapat disimpulkan bahwa televisi adalah telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh (rahmawati&rusnandar,2011:3). Sesuai dengan penelitian peneliti menjelaskan definisikan penyiaran televisi peneliti kerucutkan sesuai dengan objek yang diteliti.

“Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengan pandangan yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan” (P3SPS Tahun 2002).

Jadi kesimpulannya dari penyiaran televisi itu sendiri adalah media komunikasi massa dalam menyampaikan pesannya menggunakan suara yang disertai dengan gambar. Selain itu televisi dalam mempengaruhi audiennya lebih kuat hal ini dapat dilihat dari pesannya berupa suara yang disertai gambar gerak yang

membuat audiennya itu tertarik untuk melihatnya. Dengan disertainya gambar bergerak hal ini mempermudah audien dalam memahami pesan yang disampaikan oleh televisi.

Televisi memiliki memiliki keunggulan dibanding dengan media-media komunikasi yang lain diantaranya televisi lebih kuat dalam mempengaruhi para audiennya karena dapat memberikan kombinasi antara suara dan gambar yang bergerak, sehingga setiap pesan yang disampaikan oleh televisi dapat lebih menarik, mudah dipahami dengan melihat suara dan gambar yang ada di tayangan.

b. **P3 (Pedoman Perilaku Penyiaran)**

Setiap hari kita dengan mudah menikmati acara yang ada di televisi. Tanpa kita sadari sebelum menampilkan suatu program acara lembaga penyiaran ini terlebih dahulu melalui proses diantaranya adalah dalam membuat program acara ada pedoman-pedomannya sehingga ketika program acara sudah jadi dan di siarkan akan berdampak positif bagi masyarakat yang menonton. Hal ini sesuai dengan produk yang dibuat Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yaitu. Disini peneliti akan menjelaskan pengertian Pedoman Perilaku Penyiaran yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

“Pedoman Perilaku Penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia sebagai panduan tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional” (P3SPS Tahun 2002).

Melihat definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pedoman perilaku penyiaran adalah suatu aturan yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang berisi tentang ketentuan-ketentuan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dalam proses pembuatan program siaran.

c. **SPS (Standar Program Siaran)**

Dalam menampilkan suatu isi siaran lembaga penyiaran baik itu televisi maupun radio ada aturan-aturannya, lembaga penyiaran tidak seenak-enaknya dalam menampilkan isi siaran kepada masyarakat, karena isi siaran yang di tampilkan ini akan berpengaruh terhadap masyarakat yang menonton isi siaran mereka. Agar isi siarannya ini berdampak positif bagi masyarakat yang menonton Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) membuat suatu aturan mengenai isi siaran yaitu SPS (Standar Program Siaran).Dibawah ini peneliti akan menjelaskan pengertian Standarisasi Program Siaran yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

“Standari Program Siaran adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelanggaran, kewajiban dan pengaturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan pedoman perilaku penyiaran yang ditetapkan oleh KPI” (P3SPS Tahun 2002).

Melihat definisi diatas dapat disimpulkan bahwa standar program siaran adalah suatu batasan-batasan yang buat Komisi Penyiaran Indonesia yang berisi mengenai apa yang boleh dan tidak boleh tersaji dalam isi siaran.

4. Strategi komunikasi

Bicara mengenai strategi sangat erat kaitannya dengan perencanaan. Perencanaan ini berisi tentang gambaran terhadap sesuatu yang ingin dicapai. Seperti contoh suatu instansi pemerintah mendapatkan informasi dari atasan untuk melakukan sosialisasi mengenai keluarga berencana. Dalam menjalankan tugas dari atasannya ini instansi pemerintah ini mereka membuat perencanaan agar sosialisasi yang dilakukan berhasil. Perencanaan ini berisi mengenai komunikatornya siapa, mengatakan apa, kepada siapa pesan itu disampaikan, melalui media apa, efek diinginkan seperti apa. Disini peneliti akan dijelaskan definisi-definisi strategi komunikasi secara umum menurut pakar komunikasi diantaranya adalah strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik pelaksanaan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi (Effendy,2008:32). Dari definisi strategi komunikasi diatas peneliti mengerucutkan sesuai dengan penelitian yaitu

“Strategi komunikasi adalah suatu rencana yang disusun sedemikian rupa agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima, dimengerti, diikuti oleh komunikan. Strategi merupakan bagian dari manajemen komunikasi dan bisa dijelaskan sebagai berikut: dapat diuraikan bahwa kelompok *input* terdiri dari variabel-variabel komunikator, pesan, saluran, dan penerima di dalam model strategi komunikasi. Sedangkan unsur-unsur atau variable efek dan feedback merupakan kelompok *output*” (Olii, 2013:22-23).

Jadi kesimpulan dari strategi komunikasi adalah suatu bentuk perencanaan yang dibuat oleh komunikator dengan maksud agar komunikan itu mengerti dan menjalankan sesuai keinginan oleh komunikator, strategi ini tidak hanya sebagai peta saja dalam menjalankan rencananya, tetapi strategi juga memberikan pratek dilapangan sesuai dengan situasi dan kondisi disana.

Semua perencanaan dalam strategi komunikasi perlu didukung adanya teori. Para pakar humas juga kadang mempraktekan teori yang didasarkan pada pengalaman mereka. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for affective communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama (Effendy,2008:32).

a. *To Secure Understanding*

Pertama adalah memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya artinya dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan, komunikator menggunakan bahasa-bahasa, atau kegiatan yang mudah di mengerti komunikan, sehingga komunikan mengerti maksud yang dilakukan komunikator.

b. *To Establish Acceptance*

Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina. Pembinaan ini bertujuan agar komunikan lebih mendalami maksud dan keinginan dari pesan yang diterimanya.

c. *To Motivate action*

Pada akhirnya kegiatan itu dimotivasikan, maksud dari dimotivasikan ini bertujuan agar komunikan menjalankan apa yang diinginkan sesuai dengan pesan yang diterima oleh komunikan. Dalam menentukan strategi komunikasi kita perlu memper-hitungkan faktor-faktor penghambat maupun faktor penunjang, hal ini akan mempengaruhi hasilnya nanti. Untuk itu dalam menyusun strategi komunikasi kita perlu memperhatikan komponen-komponen penunjang dan penghambat menurut Effendy (2008:35-39) yaitu:

1) Mengenai sasaran komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita. Apakah agar komunikan sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu. Apapun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan

2) Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau menggabungkan berbagai media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan digunakan. Mana media yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat dijelaskan dengan pasti karena masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangan. Seperti

contoh orang mendengarkan radio hanya dapat di tangkap melalui indra pendengaran kita.

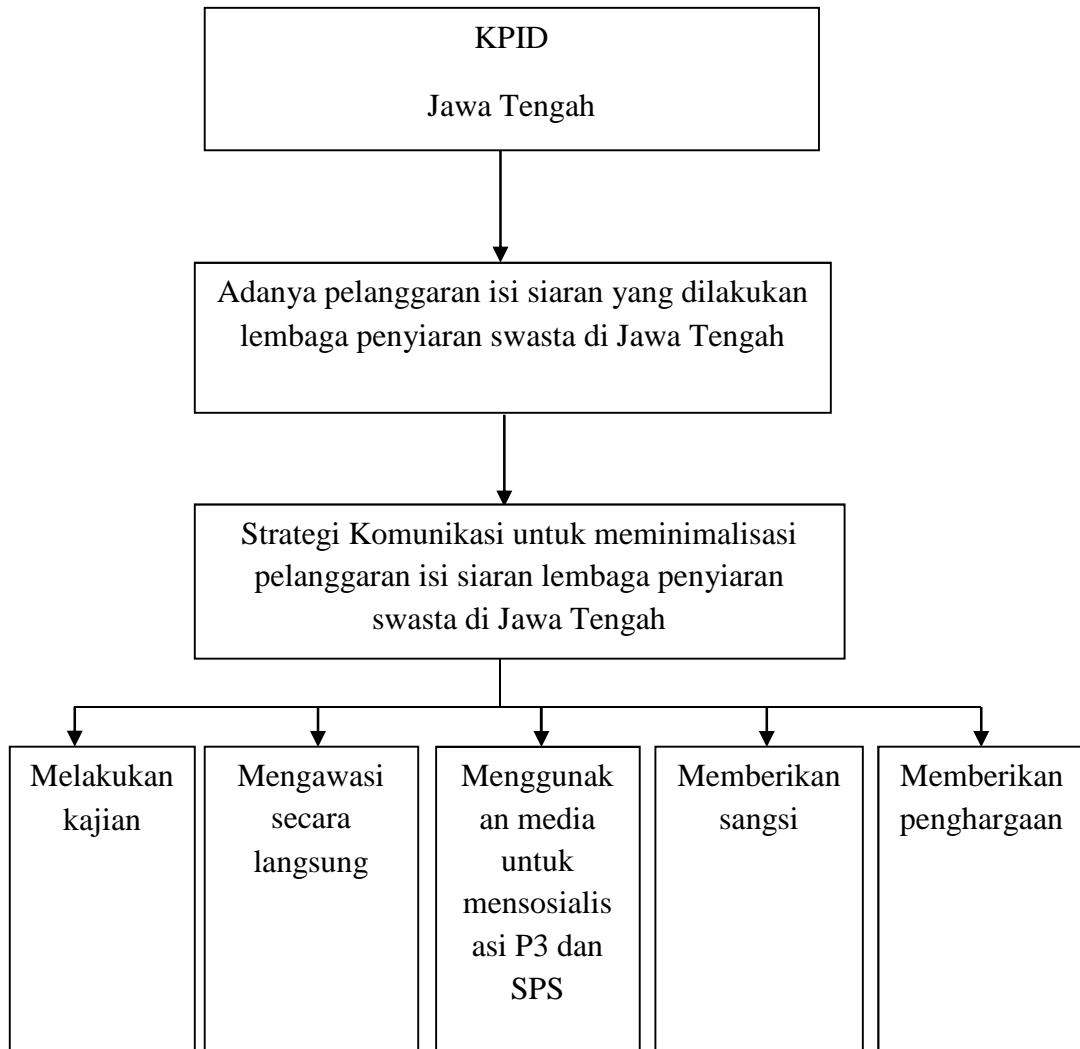
3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi memiliki tujuan tertentu, hal ini akan menentukan teknik yang akan digunakan apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi dalam melancarkan komunikasi. Disamping menggunakan teknik kita harus menghindari dengan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif karena kata-kata seperti ini akan mengakibatkan perbedaan pemahaman terhadap komunikan kita, hal ini akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

4) Peranan komunikator dalam melancarkan komunikasi

Daya tarik sumber seorang komunikator akan berhasil dalam berkomunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan apa yang mereka rasakan dengan kata lain ada kesamaan komunikan dengan komunikator, sehingga pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan.

G. Kerangka Berfikir



Gambar 1.2 Kerangka Berfikir

H. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi dan *samplingnya*. Jika data yang dikumpulkan sudah bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Dalam penelitian ini yang lebih ditekankan adalah persoalan kualitas datanya bukan banyaknya datanya. Dalam penelitian ini periset ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, periset terjun langsung ke kantor KPID Provinsi Jawa Tengah dalam mencari data yang diinginkan (Rachmat kriyantono, 2006:59).

2. Objek Data

Objek data penelitian ini berlokasi di Kantor KPID Provinsi Jawa Tengah yang berlokasi di jalan Tri Lomba Juang No. 6 Semarang.

3. Sumber data

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang merupakan keterangan yang diberikan langsung dari narasumber yang mana data yang diberikan

memiliki kebenaran dan bukan opini seseorang. Data ini diperoleh dari karyawan sekretariat dan komisioner KPID Provinsi Jawa Tengah.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan hasil dari keterangan-keterangan yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Misalnya buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, dokumen kegiatan yang dilakukan KPID Provinsi Jawa Tengah, pemberitaan yang ada di media massa khususnya yang berkaitan dengan KPID Provinsi Jawa Tengah.

4. Teknik pengumpulan data

Dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik-teknik diantaranya sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, jadi dalam kegiatan wawancara ini dilakukan oleh dua orang yaitu peneliti dan narasumber, dengan maksud peneliti mendapatkan data/informasi yang dibutuhkan dari narasumber yang dipilih.

Dalam penelitian ini peneliti memilih karyawan komisioner dan sekretariat KPID Provinsi Jawa Tengah (Moleong, 2004:186).

b. Observasi

Kegiatan observasi itu sendiri sebenarnya kegiatan mengamati interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang

kita teliti. Dalam penelitian ini menggunakan observasi non-partisipan yang mana peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh karyawan komisioner dan sekretariat KPID Provinsi Jawa Tengah (Rachmat kriyantono, 2006:61).

c. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi adalah menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek yang diteliti baik itu dari pemberitaan di surat kabar, arsip kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh objek penelitian dan masih banyak lagi dokumen-dokumen yang berkaitan dengan kegiatan dari KPID Provinsi Jawa Tengah (Rachmat kriyantono, 2006:62).

5. Teknik Kriteria Informan

Penelitian ini dalam menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset selain itu informan yang dipilih adalah orang-orang yang menjadi rekomendasi dari informan sebelumnya. Dalam penelitian ini yang menjadi informannya adalah karyawan sekretariat dan komisioner KPID Provinsi Jawa Tengah (Rachmat kriyantono, 2006:63).

6. Validitas data

Kebenaran data dalam metode penelitian komunikasi penting, karena teori dan makna yang akan disusun dari hasil penelitian harus benar

sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan. sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya maka peneliti menggunakan teknik triangulasi, karena triangulasi adalah teknik pemeriksaan kebenaran dari suatu data itu dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data yang diperoleh dari penelitian.

Menurut Denzin (1978) ada empat jenis triangulasi akan tetapi dalam penelitian ini yang peneliti menggunakan triangulasi sumber, maksud dari triangulasi sumber adalah suatu proses dimana peneliti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif (Patton 1987:331) hal ini dapat dicapai dengan menjalankan perbandingan data hasil dari pengamatan dengan data hasil dari wawancara, membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dikatakan pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi peneliti dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumentasi yang berkaitan (Moleong, 2004:330-331).

7. Teknik analisis data

Dalam teknik analisis data peneliti menggunakan analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman (1994:12) teknik ini menggunakan menggunakan tiga komponen diantaranya adalah reduksi

data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*Conclusions*):

a. Reduksi data

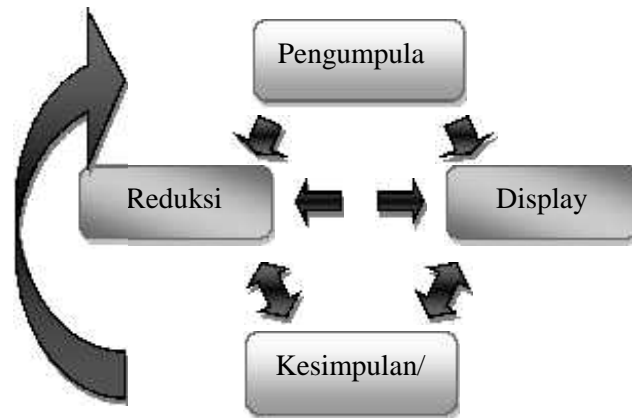
Dalam proses reduksi data ada tiga proses, pertama data yang diperoleh kemudian diringkas, menghubungkan data yang diperoleh dengan teori yang digunakan, langkah terakhir yaitu peneliti mengelompokan data-data yang diperoleh sesuai dengan tema kemudian memberikan penjelasan terkait dengan tema (Sugiyono, 2011: 247).

b. Penyajian data

Dalam penyajian data melibatkan langkah-langkah diantaranya adalah data satu dengan yang lainnya itu saling berurutan dan saling berkaitan (Sugiyono, 2011: 249).

c. Penarikan kesimpulan (*Conclusions*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan didukung oleh bukti-bukti yang sesuai dengan yang ada dilapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2011: 252).



Gambar 1.4 Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman. (Herdiansyah, 2012: 164)