

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesesuaian dari segi isi, objek, subjek, dan metodologi, penulis jadikan referensi sebagai tinjauan pustaka sekaligus gambaran dalam melaksanakan penelitian. Penelitian yang pernah diteliti sebelumnya antara lain sebagai berikut:

1. “Penerapan *Citizen Journalism* di Radio Siaran (Studi Kasus Penerapan *Citizen Journalism* pada Program *Berita dari Anda* di Radio PR FM 107.5 *News Channel* Bandung.”

Penelitian ini dilakukan Nevi Ervina, mahasisiwi Telkom University Bandung jurusan *Broadcasting* pada 2013 lalu. Penelitiannya bertujuan mengetahui latar belakang, proses penerapan, dan partisipasi masyarakat atau pendengar sebagai jurnalis warga di radio PR FM *News Channel* Bandung. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Hasil penelitiannya yaitu *Citizen Journalist* atau jurnalis warga kebanyakan tidak memiliki keahlian seperti seorang jurnalis. Warga hanya melaporkan suatu peristiwa ke radio PR FM, yang kemudian dicek ulang oleh tim redaksi dan disampaikan kembali ke pendengar lainnya melalui siaran *on air*.

2. “*Citizen Journalism* dalam Radio PR FM 107.5 Bandung (Studi Kasus *Citizen Journalism* pada Program *Berita dari Anda* di Radio PR FM 107.5 *News Channel* Bandung.”

Penelitian ini dilakukan Diki Purnama, mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (Unikom) Bandung. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengungkap model dan kategori proses komunikasi *Citizen Journalism* di radio PR FM 107.5 *News Channel* melalui program *Berita dari Anda*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitiannya yaitu laporan-laporan dari warga dalam program *Berita dari Anda* di radio PR FM sangat bermanfaat bagi para pendengar, khususnya yang berada di wilayah Kota Bandung.

3. “Literasi Media dalam Program *Berita dari Anda* di Radio PR FM 107.5 Bandung (Studi Kasus tentang Strategi Literasi Media dalam Bentuk *Citizen Journalism* pada Program *Berita dari Anda* di Radio PR FM 107.5 Bandung.”

Penelitian ini dilakukan Achmad Abdul Basith, mahasiswa Universitas Padjajaran pada 2012. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui latar belakang, konsep, implementasi, dan model dari literasi media pada program *Berita dari Anda* di radio PR FM 107.5 Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi

kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa untuk mewujudkan literasi media melalui program *Berita dari Anda*, PR FM melakukan beberapa tahapan mulai dari rapat redaksi, pemilihan dan penentuan *topic sharing*, *brain storming* kepada penyiar, proses siaran, membuka kesempatan interaksi, distribusi konten ke media *online*, dan evaluasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi media di radio PR FM diwujudkan dalam program *Berita dari Anda* yang menerapkan konsep *Citizen Journalism*, sehingga pendengar dapat memilih informasi yang dibutuhkan serta mengkritisi hal yang bertentangan dengan aturan.

## **2.2 Tinjauan Teoritis**

### **2.2.1 Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat komunikasi maka komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbincangkan.

Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa

percakapan dua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila keduanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang diperbincangkan.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media (Effendy, 2009: 11).

### **2.2.2 Komunikasi Massa**

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan Bittner, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi massa disampaikan kepada khalayak yang banyak, namun jika tidak menggunakan media massa maka itu bukanlah komunikasi massa.

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi (keduanya dikenal sebagai media elektronik), surat kabar dan majalah (keduanya dikenal sebagai media cetak), serta film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop (Ardianto, dkk, 2014: 3).

Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner (1967, dalam Ardianto, dkk, 2014: 3). Menurutnya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang

berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jangka waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

### **2.2.3 Media Massa**

Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan publik dalam merferensi tempat dipublikasikannya suatu berita. Hasil kerja jurnalistik para wartawan dipublikasikan melalui media massa.

Menurut Syarifudin Yunus (2010: 26), setiap berita dalam jurnalistik menjadi tidak bermakna tanpa mendapat dukungan atau dipublikasikan melalui media. Jadi, media massa merupakan tempat untuk mempublikasikan berita. Istilah media massa karena mengacu pada pemanfaatan sebagai bacaan masyarakat atau publik.

Pengertian media massa sangat luas. Media massa dapat diartikan sebagai segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk menyalurkan dan mempublikasikan berita kepada publik atau masyarakat. Bentuk media atau

sarana jurnalistik yang kini dikenal terdiri atas media cetak, media elektronik, dan media *online*.

Dalam dunia jurnalistik, media dikategorikan ke dalam tiga jenis berikut:

- Media cetak, yang terdiri atas surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid, majalah, buletin/jurnal, dan sebagainya.
- Media elektronik, yang terdiri atas radio dan televisi.
- Media *online*, yaitu media internet seperti *website*, blog, dan lain sebagainya.

Keberadaan media massa di Indonesia dalam kurun waktu belakangan ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Secara kuantitas, berbagai jenis media massa baru bermunculan, baik media cetak, media elektronik, maupun media *online*. Secara kualitas, penyajian informasi dan beritanya pun semakin berbobot, sekalipun masih ada sebagian media massa yang tidak memadai. Kondisi ini semakin menegaskan perkembangan media massa di Indonesia telah menjadi industri.

#### **2.2.4 Media Elektronik**

Media elektronik merupakan salah satu jenis media massa yang memiliki kekhususan. Menurut Indah Suryawati (2014: 43), kekhususannya terletak pada dukungan elektronik dan teknologi yang menjadi ciri dan kekuatan dari media berbasis elektronik. Dukungan elektronik ini pula yang membedakannya dengan media cetak. Salah satu kelebihan media elektronik

adalah sifatnya yang *real time*, yakni disiarkan secara langsung saat kejadian berlangsung. Hal ini menyebabkan media elektronik lebih digandrungi publik. Media elektronik lebih instan dibandingkan media cetak

Masih menurut Indah (2014: 43), sifat media elektronik yang *real time* terkadang menjadi kendala bagi pendengar/pemirsa karena berita yang disajikan belum tentu diketahui. Pendengar atau pemirsa yang pada saat berita disiarkan tidak dalam keadaan mendengar radio atau menonton televisi, maka tidak dapat mengikuti perkembangan berita yang disajikan. Kendala ini memberi konsekuensi kepada stasiun radio atau televisi untuk melakukan pengulangan informasi atau siaran.

Seperti yang paparkan Zaenuddin HM dalam bukunya *The Journalist* (2011: 5-6) bahwa dalam beberapa hal, media elektronik telah mengungguli media cetak, terutama karena kekuatan audio-visual-nya. Radio dan televisi mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Radio kian terdesak oleh televisi, namun masih memiliki banyak penggemar. Kecenderungannya adalah jangkauan siaran radio kian menyempit sehingga yang paling mampu bertahan adalah radio-radio yang hanya melayani wilayah kecil saja, sebagian besar juga melakukan spesialisasi, misalnya membidik kalangan tertentu seperti pendengar remaja atau orang tua saja.

### **2.2.5 Radio**

Menurut Hasan Asy'ari Oramahi (2012: 120), radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi

elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Sebelum tahun 1950-an, ketika televisi menyedot banyak perhatian khalayak radio siaran, banyak orang memperkirakan bahwa radio siaran berada diambang kematian. Menurut Dominick (dalam Ardianto, dkk, 2014: 123), radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games*, dan *personal casset players*. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan dunia saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya

Santi Indra Astuti (2008: 40) dalam bukunya *Jurnalisme Radio* memaparkan beberapa keunggulan radio, antara lain:

- Radio dapat membidik khalayak yang spesifik. Artinya, radio yang memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki. Selain itu, untuk mengubah atau mempertajam segmen atau ceruk sasaran yang dituju, radio jauh lebih fleksibel dibandingkan media komunikasi massa lainnya.
- Radio bersifat *mobile* dan *portable*. Orang bisa menjinjing radio ke mana saja. Sumber energinya kecil dan sama *portable*-nya. Radio bisa menyatu dengan fungsi alat penunjang kehidupan lainnya, mulai dari senter, mobil, hingga *handphone*. Harga radio relatif jauh lebih murah dibandingkan media lain.
- Radio bersifat intrusif, yakni memiliki daya tembus yang tinggi. Sulit sekali menghindar dari siaran radio begitu radio dinyalakan. Radio bisa menembus ruang-ruang di mana media lain tidak bisa masuk, misalnya di dalam mobil. Walaupun kini televisi telah menjadi salah satu aksesoris mobil, namun radio tetap menjadi bagian tak terpisahkan dari mobil.

- Radio bersifat fleksibel, dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera, dan dapat secepatnya membuat perubahan.
- Radio itu sederhana: sederhana mengoperasikannya, sederhana mengelolanya (tak serumit media lain), dan sederhana isinya. Tidak diperlukan konsentrasi tinggi untuk menyimak radio. Bahkan, orang bisa mendengarkan radio sambil menggarap pekerjaan lain. Untuk mendengar radio, hanya dibutuhkan pendengaran. Mendengarkan radio tidak diperlukan kemampuan baca dan abstraksi tingkat tinggi.

Sementara itu, Meeske (dalam Astuti, 2008:40) mengemukakan beberapa kelemahan radio, yakni:

- *Radio is aural only.* Satu-satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi. Radio tidak dilengkapi dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar. Untuk membayangkan kejadian sesungguhnya, orang pada dasarnya menggunakan teater imajinasinya sendiri.
- *Radio message are short lived.* Yang namanya pesan radio hidupnya hanya sebentar. Pesan radio bersifat satu arah, sekilas, dan tak dapat ditarik lagi begitu diudarakan. Karena itu, menyampaikan pesan melalui radio bukan pekerjaan main-main. Tetapi harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab.
- *Radio listening is prone to distraction.* Mendengarkan radio itu rentan gangguan. Radio hanya berurusan dengan satu indera saja, yaitu pendengaran. Begitu pendengaran terganggu, maka tak ada lagi cerita radio dalam kehidupan seseorang. Orang juga kerap mendengarkan radio sambil melakukan pekerjaan lain, akibatnya konsentrasi acapkali terpecah.

### 2.2.6 Jurnalistik

Jurnalistik atau jurnalisme (*journalism*) secara etimologis berasal dari kata *journal* (Inggris) atau *du jour* (Prancis) yang berarti catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga diartikan sebagai surat kabar harian. Kata *journal* atau *du jour* itu sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu *diunalis* yang artinya ‘harian’ atau ‘tiap hari’ (Barus, 2010: 2).

Para pakar telah banyak memberikan definisi jurnalistik. Meski muncul perbedaan pendapat, semuanya memiliki maksud dan makna yang sama. Menurut Adinegoro (dalam Baksin, 2006: 47), jurnalistik adalah kepandaian mengarang untuk memberi pekabaran kepada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya.

Dari berbagai literatur dapat dikaji definisi jurnalistik yang jumlahnya begitu banyak, tetapi semuanya berkisar pada pengertian bahwa jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat.

Pada mulanya kegiatan jurnalistik berkisar pada hal-hal yang sifatnya informatif saja. Ini terbukti pada *Acta Diurna* sebagai produk jurnalistik pertama pada zaman Romawi ketika Kaisar Julius Caesar berkuasa. Dalam perkembangan masyarakat selanjutnya, surat kabar sebagai sarana jurnalistik dan dapat mencapai khalayak secara massal itu oleh kaum idealis dipergunakan untuk melakukan kontrol sosial sehingga surat kabar yang tadinya merupakan *journal d'information*, yang hanya menyebarkan informasi, juga menjadi *journal d'opinion*, yang menyebarkan pesan-pesan untuk mempengaruhi masyarakat (Effendy, 2009: 151-152).

Kini setelah Indonesia merdeka, jurnalistik telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Pers Indonesia modern tidak lagi sebagai alat perjuangan semata, tetapi telah menjadi industri dan lembaga bisnis. Banyak pengusaha yang menginvestasikan modalnya di bidang ini. Jumlah surat kabar, majalah, radio, televisi, media *online* nyaris

tidak bisa lagi dihitung dengan jari. Keberadaan media-media cetak serta *online* berkembang pesat seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat Indonesia. Jurnalistik atau berita menjadi kebutuhan utama rakyat yang pada masa sekarang disajikan secara canggih. Kini Indonesia telah memasuki era jurnalisme global dan modern.

### 2.2.7 Jurnalisme Radio

Jurnalisme radio dicirikan oleh kerja jurnalisme pada umumnya. Ada proses pengumpulan berita, produksi atau pengolahan fakta menjadi bentuk-bentuk berita, dan penyiaran berita. Yang membedakan hanyalah sifat medianya, sehingga cara kerjanya pun menjadi spesifik dan khas.

Pada dasarnya, karya jurnalistik apapun yang dapat ditemukan di media cetak, juga bisa diproduksi di radio dengan pendekatan yang berbeda. Berita, *feature*, opini, reportase, dan lain-lain. Namun dengan karakteristiknya, radio punya kelebihan untuk menyampaikan segala sesuatu menggunakan medium suara. Sebagai media komunikasi massa, radio bersifat sangat interaktif. Ketika bersiaran, radio memiliki ruang yang terbuka untuk berinteraksi dengan pihak lain pada saat yang sama (Astuti, 2008: 56).

Tulang punggung jurnalisme radio adalah berita dalam berbagai bentuk. Mulai dari kronik, *straight news*, siaran tunda, sampai *live reportage*. Di samping *news*, radio dengan ciri jurnalisme radio yang kental biasanya dilengkapi dengan siaran-siaran berbasis *talk*, alias *talk show*. Bentuknya bisa wawancara dengan tokoh tertentu ataupun komentar, dimana satu-dua orang

membincangkan sebuah peristiwa. Yang lebih sering kita dengar belakangan ini adalah *talk show* berbentuk forum diskusi atau siaran interaktif yang melibatkan berbagai pihak (Astuti, 2008: 56).

### 2.2.8 Berita

Berita (*news*) berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *Vrit* (persamaan dalam bahasa Inggris dapat dimaknai dengan *write*) yang artinya ‘ada’ atau ‘terjadi’. Sebagian ada yang menyebutnya dengan *Vritta*, artinya “kejadian” atau ‘peristiwa yang telah terjadi’. *Vritta* dalam bahasa Indonesia berarti ‘berita atau warta’ (Suryawati, 2014: 67).

Kriteria umum nilai berita merupakan acuan yang dapat digunakan para jurnalis, yakni para reporter dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Kriteria mengetahui nilai berita merupakan patokan utama berarti bagi reporter. Dengan kriteria tersebut, seorang reporter dapat dengan mudah mendeteksi mana berita yang harus diliput dan dilaporkan dan mana peristiwa yang tidak perlu diliput. Ada beberapa yang harus diperhatikan dengan seksama oleh para reporter dan editor media massa.

Kriteria nilai umum berita, menurut Zaenuddin H.M. dalam bukunya *The Journalist* (2011: 155-158) adalah:

- Aktual  
Wartawan memilih sesuatu, baik peristiwa maupun pernyataan yang benar-benar baru terjadi sebagai berita. Ini mutlak berlaku bagi media yang terbit setiap hari. Sesuatu yang sudah basi atau kadaluarsa, tidak menarik lagi untuk ditulis atau diberitakan, sebab nilai jurnalistiknya berkurang, bahkan hilang. Akan tetapi, bila terdapat data-data baru,

sesuatu atau peristiwa silam tersebut menjadi hangat lagi dan pantas untuk dijadikan berita.

- **Penting**  
Wartawan memilih sesuatu atau peristiwa sebagai berita karena dianggap penting, terutama untuk diketahui khalayak pembaca dan pemirsa. Pemilu misalnya, penting diberitakan agar masyarakat mengetahui hasilnya. Pengumuman daftar kabinet atau menteri juga penting diberitakan karena banyak orang ingin tahu siapa saja para menteri baru itu. Jadi, sesuatu yang penting bagi khalayak tentulah mengandung nilai jurnalistik.
- **Berdampak**  
Wartawan juga memilih sesuatu atau peristiwa sebagai berita karena dianggap mempunyai dampak atau akibat yang ditimbulkannya bagi masyarakat, baik negatif maupun positif. Rencana kenaikan harga BBM misalnya, menjadi berita menarik karena bisa menimbulkan reaksi di masyarakat. Berita ini bisa memancing protes dan amarah rakyat.
- **Kedekatan**  
Wartawan memilih sesuatu sebagai berita karena sesuatu itu secara geografis dekat dengan pembaca atau khalayak. Karena nilai kedekatannya (*proximity*), khalayak merasa tertarik untuk mengetahuinya.
- **Luar biasa**  
Wartawan juga memilih sesuatu sebagai berita karena sesuatu itu luar biasa. Ketika pertama kali manusia berhasil mendarat di luar angkasa, peristiwa ini dianggap sebagai berita.
- **Konflik**  
Wartawan memilih peristiwa sebagai berita karena di dalamnya terdapat konflik, baik fisik maupun emosional. Perang menjadi berita karena ada konflik atau perseteruan di antara pihak yang berperang.
- **Ketegangan atau drama**  
Wartawan juga memilih berita yang mengandung ketegangan sebagai berita. Peristiwa penyanderaan reporter dan juru kamera Metro TV oleh kaum gerilyawan di Irak beberapa waktu lalu misalnya, menjadi berita menarik. Orang mengikuti beritanya karena ingin tahu saat-saat yang menegangkan dalam drama penyanderaan itu.
- **Tragis**  
Tragisme mengandung nilai jurnalistik yang tinggi karena melibatkan emosional dan nurani kemanusiaan. Bunuh diri, mutilasi, dan gempa bumi dahsyat selalu dikonsumsi sebagai berita.
- **Ketokohan**  
Wartawan juga memilih sesuatu atau peristiwa karena terkat dengan tokoh atau orang terkenal. Para politikus, olahragawan, ilmuwan, pengusaha sukses, pengacara, ulama, seniman, dan selebritis selalu menjadi bahan berita. *Name make news*, begitulah prinsipnya. Oleh karena itu, para orang terkenal selalu diberitakan, baik karena

ucapannya maupun aktivitasnya. Terutama kalangan selebritis, kii menjadi konsumsi utama berita di media-media hiburan.

- Seks

Wartawan juga sangat tertarik memberitakan peristiwa yang mengandung seks karena nilai jurnalistiknya sangat tinggi. Peristiwa pemerkosaan misalnya, menjadi konsumsi utama utama di koran-koran kriminal. Kisah kehidupan wanita-wanita selebritis beserta foto-foto seksinya juga menjadi suguhan majalah-majalah hiburan. Dalam pemahaman yang lebih luas, kasus perselingkuhan juga merupakan berita yang bernilai seks.

- Humor

Suatu atau peristiwa yang mengandung humor juga dianggap layak sebagai berita. Secara umum, orang suka tertawa. Orang juga suka membaca atau mendengar berita yang lucu dan jenaka.

