

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio sebagai media massa terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimulai dari zaman Belanda, zaman Jepang, zaman kemerdekaan, dan zaman orde baru. Mulai dari radio yang segmentasinya luas, sampai yang mempersempit diri dalam segmentasi. Sehingga radio yang dulunya bersifat umum, sekarang dikenal dengan radio wanita, radio untuk anak muda, radio untuk remaja, radio khusus berita, radio budaya dan lain sebagainya.

Radio merupakan salah satu media massa yang berkaitan erat dengan kebutuhan masyarakat yang dapat memberikan berbagai macam informasi, hiburan, dan pendidikan (Winda Kustiawan A. P.-G., 2022). Radio sebagai media massa yang efektif dalam penyebaran informasi, berbagai macam informasi bisa disampaikan dengan audio yang jelas dan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Didalam radio sangat diperhatikan bagaimana cara berkomunikasi terhadap masyarakat, maka beberapa stasiun radio memiliki khas sendiri-sendiri dalam bersiaran atau berkomunikasi agar dapat menarik minat dengar masyarakat sebanyak mungkin dalam pencarian sumber berita yang dibutuhkan.

Demi keberhasilan sebuah radio, manajemen harus bekerja keras dalam menarik minat pendengarnya. Minat dengar sendiri diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan yang dimiliki setiap seseorang dalam memenuhi kebutuhan yang timbul dari dorongan dalam diri dari proses kegiatan mendengarkan dengan sengaja penuh perhatian terhadap apa yang didengar yang mempengaruhi pikiran dan kehendak terhadap sesuatu dalam mencapai tujuan yang diinginkan (Morissan, 2019:220). Seseorang yang mempunyai minat pada suatu obyek, dia akan tertarik dengan obyek tersebut. Biasanya orang tersebut akan selalu mengikuti perkembangan informasi tentang obyek tersebut.

Dalam menarik minat pendengar radio merupakan tantangan yang cukup besar. Industri penyiaran menghadapi tantangan untuk bersaing dengan media-media baru yang memanfaatkan teknologi canggih dan menyediakan fitur-fitur

seperti fleksibilitas dan keleluasaan. Daya tarik yang melekat pada dimensi pribadi yang diberikan oleh bentuk komunikasi yang sedang berkembang ini tidak dapat disangkal menarik perhatian khalayak. Namun demikian, industri penyiaran secara keseluruhan masih belum mampu memenuhi kriteria tersebut. Menarik perhatian pendengar menimbulkan kesulitan yang signifikan dalam bidang penyiaran radio (Ricky, 2019). Tentunya untuk menarik minat pendengar untuk mendengarkan siaran program sebuah radio salah satunya tergantung pada penyiar/komunikator siaran radio.

Penyiar memiliki peran penting dalam menunjang berhasilnya sebuah stasiun radio. Menurut Vini (2021) Dengan bakat dan kreativitas yang dimiliki, penyiar atau komunikator harus bisa menghidupkan eksistensi radio bagi para audiensi. Hal ini nantinya bisa memengaruhi rating dan citra stasiun radio. Kemampuan penyiar dalam penyampaian pesan secara baik dan efektif akan menarik minat pendengar sehingga menguntungkan stasiun yang menyiarkan program acara tersebut. Kontribusi penyiar dalam menyajikan informasi atau membawakan program di radio atau televisi juga perlu dipadukan dengan audio dan visual agar bisa menciptakan acara yang interaktif dan menarik.

Menurut Zahroh (2020) penyiar bertindak sebagai komunikator atau juru bicara dalam stasiun radio. Kinerja baik penyiar akan turut berpengaruh pada pihak manajemen. Kedua pihak bisa saling bekerja sama dalam membuat standarisasi program siaran yang ada pada sebuah stasiun radio. Selanjutnya dalam upaya menarik minat dengar audiens, penyiar sebagai ujung tombak sebuah program siaran, di mana mereka dituntut untuk dapat menarik minat pendengar dengan siaran yang disiarkan (Soleha, 2023). Inilah mengapa seorang penyiar perlu memiliki *air personality* di mana seorang penyiar dituntut untuk menampilkan keunikan, orisinalitas, sekaligus menawarkan persahabatan, dan ketulusan. Mereka juga harus bisa membuat pendengar nyaman dan terhibur sehingga perlu adanya kemampuan mengolah kata-kata dan penerapan gaya komunikasi penyiar yang baik serta berkualitas dalam memberikan informasi dan berinteraksi dengan pendengar.

Agar seorang penyiar program di radio dapat sukses membawakan sebuah program siaran, penyiar sebagai komunikator harus mampu membuat suasana

menjadi “hidup” dan menarik pendengar untuk berinteraksi, untuk itu seorang penyiar harus menentukan gaya komunikasi penyiar yang akan digunakan selama siaran. Gaya komunikasi penyiar merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik (Widjaja, 2002: 57). Bayu Nitin Pratiwi (2017) menyebutkan bahwa gaya komunikasi penyiar berperan penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Gaya komunikasi penyiar yang dimaksud ini dapat berbentuk verbal yakni kata-kata ataupun non verbal dalam bentuk berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak. Widjaja (2002) mengemukakan bahwa gaya komunikasi penyiar dipengaruhi situasi, bukan tipe seseorang, gaya komunikasi penyiar bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Dalam konteks penyiar radio, seorang penyiar radio harus mampu menguasai program siaran yang dibawakannya dan membawakan program tersebut sesuai dengan gaya atau konsep yang telah ditentukan. Dalam bentuk penguasaannya terhadap suatu program, penyiar mampu mengekspresikan gaya komunikasi penyiar dengan program yang dibawakan. Tentunya hal tersebut mampu membuat nyaman serta menarik minat pendengar radio.

Dewasa ini, fenomena tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiensnya. Salah satu usaha yang dilakukan yakni dengan membawakan acara yang sesuai dengan segmentasi yang ditujutrate sesuai dengan visi dan misi radio itu sendiri dengan pola penyiaran yang menarik (Lievrouw, 2023). Sehingga banyak diminati oleh audiens untuk mendengarkan siaran dari stasiun radio tersebut. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli menarik minat pendengarnya.

Di Surabaya terdapat lima puluh tujuh stasiun radio, terdiri dari radio pemerintah, komersil atau swasta dan komunitas. Radio pemerintah seperti radio Pro 1 RRI Surabaya, Pro 2 RRI Surabaya, Pro 3 RRI Surabaya, dan Pro 4 RRI

Surabaya. Radio komersil atau swasta yang ada di Surabaya seperti radio SAS FM, Suara Surabaya FM, Prambors Surabaya FM, Gen FM, Sham FM, dan El Victor FM. Sedangkan radio komunitas di Surabaya seperti radio Sufada FM, Suara an-Nida FM dan Gelora FM. Format dan segmentasinya pun juga memiliki pembeda satu radio dengan radio yang lainnya. Banyaknya stasiun radio yang ada di Surabaya mengakibatkan adanya persaingan antar media. (<http://www.asiawaves.net/indonesia/surabaya-radio.htm>; diakses tanggal 27 Maret 2024)

Dalam penelitian memfokuskan pada salah satu stasiun radio, yaitu radio Suara Surabaya. Radio Suara Surabaya merupakan stasiun pertama di Surabaya yang menerapkan format radio news interaktif solutif atau informasi jalan raya yaitu Suara Surabaya FM (SS FM). Suara Surabaya FM adalah sebuah stasiun radio di Surabaya yang mengudara pertama kali bersamaan dengan gerhana matahari total pada tanggal 11 Juni 1983. Suara Surabaya merupakan stasiun radio swasta pertama di Surabaya yang mengusung konsep interaktif sebagai format utama dalam inti program berita informasi seputar wilayah Kota Surabaya. Salah satu program unggulan yang dimiliki oleh Suara Surabaya FM adalah program Semanggi Suroboyo.

Program Semanggi Suroboyo merupakan salah satu program acara dalam kemasan *talkshow* yang hadir satu minggu sekali, jadi rata-rata sebulan ada empat kali mengudara/siaran dalam setiap hari jumat yaitu pada pukul 07.30-09.00 WIB serta format berita yang diangkat adalah berita-berita aktual seputar wilayah di Kota Surabaya dan sekitarnya. Berdasarkan hasil observasi peneliti, siaran Semanggi Suroboyo memiliki ciri khas dalam segmentasi siarannya yang mengarah pada penyebaran informasi aktual yang viral diperbincangkan masyarakat Surabaya. Dalam proses operasionalnya siaran Semanggi Suroboyo melakukan kolaborasi dengan beberapa instansi pemerintahan seperti BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) serta lintas OPD (Organisasi Perangkat Daerah) dalam memantau kejadian-kejadian dan kondisi di Kota Surabaya. Kolaborasi ini disebut “Command Center 112 & Kolaborasi Jaga Kota”, seperti ditunjukkan pada gambar pamflet di bawah ini:

Gambar 1.1 Pamflet Kolaborasi Command Center 112 & Kolaborasi Jaga Kota



Sumber: Instagram Suara Surabaya, 2024

Dari proses kolaborasi tersebut tentu memperoleh ribuan berita-berita melalui laporan via telepon dari masyarakat. Informasi berita yang didapat berupa kejadian kedaruratan di sekitar wilayah Kota Surabaya seperti, kecelakaan, informasi cuaca, kebakaran, darurat medis, penemuan jenazah, genangan, orang hilang dan lain sebagainya. Data tersebut dapat ditunjukkan pada hasil riset yang pernah dipublikasikan pada konsten Instagram Suara Surabaya di bawah ini:

Gambar 1.2 Riset Kejadian Kedaruratan di Surabaya



Sumber: Instagram Suara Surabaya, 2024

Banyaknya informasi yang didapat kemudian akan dikerucutkan pada satu topik yang dianggap urgent oleh tim program Semanggi Suroboyo yang kemudian akan diangkat pada talkshow siaran Semanggi Suroboyo dengan

mengundang narasumber yang berkompeten sesuai bidangnya. Dengan disiarkan topik-topik pilihan dengan narasumber yang kompatibel tentunya manajemen radio harus menempatkan penyiar yang tepat juga. Gaya komunikasi penyiar oleh penyiar juga faktor yang vital dalam proses siaran. Hal tersebut dikarenakan hasil siaran yang akan didengarkan oleh para audiens, dengan cara berkomunikasi yang dinamis serta penggunaan bahasa yang baik akan menarik minat audiens untuk mendengarkan siaran Semanggi Suroboyo setiap minggunya. Kemudian di bawah ini adalah contoh salah satu poster siaran *talkshow* Semanggi Suroboyo yang disiarkan pada 17 Mei 2024 dengan topik “Antisipasi Dampak Cuaca Panas Di Surabaya”:

Gambar 1.3 Poster Siaran Semanggi Suroboyo



Sumber: Instagram Suara Surabaya, 2024

Selanjutnya berdasarkan survey yang dilakukan peneliti terhadap beberapa sampel masyarakat Kota Surabaya, 8 dari 10 (80%) audience radio mengatakan bahwa mereka selalu aktif mendengarkan program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya. Mereka menyatakan sangat terbantu dalam mendapatkan informasi berita yang mereka butuhkan, yaitu fenomena yang terjadi di sekitar Kota Surabaya. Selain itu para audiens program Semanggi Suroboyo berpendapat bahwa program Semanggi Suroboyo Suara Surabaya menjadi rujukan utama/sumber berita bagi mereka lantaran menganggap berita yang dipublikasi dapat diandalkan dan cepat. Selain itu pembawaan gaya komunikasi penyiar oleh penyiar program dianggap enak dengan tata bahasa yang mudah dicerna. Setiap *talkshow* dengan narasumber, penyiar Semanggi Suroboyo

dinilai menguasai jalannya proses siaran sehingga audiens nyaman untuk mengikuti alur siaran hingga selesai. Rata-rata mereka yang memanfaatkan siaran Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya sebagai rujukan mendapatkan informasi terkini dan bahan pertimbangan atas adanya fenomena yang terjadi di lingkungan kotanya. Tentunya hal ini menandakan adanya minat yang tinggi dari masyarakat Kota Surabaya untuk mendengarkan siaran Semanggi Suroboyo oleh Stasiun Radio Suara Surabaya.

Berdasarkan uraian fenomena tersebut peneliti merasa tertarik melakukan penelitian terkait “Pengaruh Gaya komunikasi penyiar Terhadap Minat Dengar (Studi Pada Pendengar Program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya).”

1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti telah merumuskan masalah dan membatasi fokus penelitian terkait pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar pada pendengar program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah gaya komunikasi penyiar berpengaruh terhadap minat dengar pada pendengar program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar pada pendengar program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya.

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi, khususnya dalam mengetahui pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar pada pendengar program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga bagi perkembangan manajemen komunikasi massa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam bagi peneliti tentang pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar pada pendengar program Semanggi Suroboyo Radio Suara Surabaya, serta menjadi bahan evaluasi bagi manajemen Radio Suara Surabaya dalam pengembangan program Semanggi Suroboyo, sehingga mampu mencapai tujuan manajemen/perusahaan stasiun Radio Suara Surabaya.

