

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah suatu kegiatan atau proses penyampaian pesan, informasi, berita dari komunikator kepada komunikan. Seiring dengan peradaban manusia, kegiatan komunikasi akan terus berlangsung dalam kehidupan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain. Dengan kata lain hakikat komunikasi adalah proses pernyataan manusia yang dinyatakan, yaitu perasaan atau pikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya (Effendy,2003 :8).

Tindakan komunikasi dapat digunakan secara langsung melalui media. Pada dasarnya, media terdiri dari berbagai macam yang salah satunya adalah media massa. Sesuai dengan perkembangan teknologi, manfaat media massa saat ini bisa dirasakan oleh masyarakat luas. Pertumbuhan media massa diwarnai dengan persaingan yang ketat, dimana media massa berlomba-lomba untuk saling menambah program-program unggulan dalam penyampaian informasi

Peradaban manusia yang semakin maju telah menuntut manusia untuk berkomunikasi tanpa hambatan lagi, seperti jarak dan waktu. Hal ini hanya mungkin dilakukan melalui komunikasi dengan menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan

kepada sejumlah besar orang tersebar di banyak tempat, anonym, dan heterogen, pesan-pesanya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan sekilas

Hal tersebut juga dialami oleh radio sebagai salah satu media massa selain televise, surat kabar, majalah dan film. Sesuai dengan perkembangan teknologi saat radio harus mulai menajamkan format siaran dan selalu menampung aspirasi pendengar pada segmen yang dipilihnya.

Radio sebagai salah satu media dari komunikasi selain televisi, surat kabar, majalah dan film merasa ikut membantu memenuhi kebutuhan akan informasi bagi pendengarnya. Pendengar khusus radio, di mana suatu pesan yang disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit. Radio juga memiliki kelemahan yaitu tidak dapat memberikan informasi secara terperinci, sebab para pendengarnya segera lupa dan informasi itu tidak dapat mengulang seperti kalau sedang membaca, kalau ia tidak mengerti dan tidak ingat informasi itu akan hilang. Selain itu radio merupakan komunikasi satu arah, karena penyiar tidak pernah tahu bagaimana reaksi pendengarnya ( Sastraatmadja,1993 :158).

Dalam sejarah perkembangan media, radio meruapak media massa yang muncul pada mulanya hanya merupakan teknologi dalam penuamanya. Kemudian berkembang dan berperan sebagai alat media informasi yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial. Berdasarkan perkembangan media massa sebelum kemunculan televisi, radio merupakan sistem komunikasi yang dominan. Kendatipun peran media televisi begitu menonjol di tengah masyarakat, tidak dapat dipungkiri bahwa sampai sekarang keberadaan radio masih tetap relevan.

Kehadiran media massa, khususnya radio yang tanpa memandang waktu dan jarak, membuat media elektronik yang paling tua ini tidak ditinggalkan pendengarannya. Apabila dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, kita tidak bisa melepaskan diri dan interaksi yang pesat dan luas. Proses komunikasi antar manusia dengan menggunakan teknologi elektronik dan bersifat *point to point* (penyiar dengan pendengar aktif), seperti saat ini kita sedang menelpon seseorang, dan *point to audience* (pendengar dengan pendengar secara umum

Sebagai sarana informasi, radio sebagai media massa mempunyai kemampuan dalam pembentukan opini pendengar melalui pesan yang disampaikan atau hanya informatif kepada pendengarnya. Adanya informasi baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut. Pesan-pesan sugestif dalam menilai sesuatu sehingga terbentuklah sikap tertentu.

Apalagi dalam rangka memenangkan kompetisi antar radio yang jumlahnya semakin besar. Oleh karena itu, dalam usaha memenangkan persaingan, setiap radio siaran menyajikan program-program acara yang disiarkan untuk menarik minat pendengarnya. Pendengar radio adalah pendengar yang tidak hanya pasif menerima pesan informasi yang disampaikan komunikator atau penyiar. Tetapi radio saat ini digunakan untuk berkomunikasi yaitu dengan bercakap-cakap dengan bahasa yang sama-sama dimengerti oleh peserta komunikasi

Sebuah *station* radio dapat mengetahui dengan tepat jenis acara mereka dengan melihat sejauh mana suatu kelompok pendengar dapat menerima berbagai

jenis music. Dengan mempertimbangkan kualitas, cara memberiksn informasi, pengaturan waktu dalam satu hari, kelompok sasaran yang tepat , juga sesuai dengan kepribadian penyiar sehingga menghasilkan suatu paket program yang menarik bagi pendengar (Stokkink,1997:119)

Berkaitan dengan informasi yang disampaikan berdasarkan UU Pers tahun 1999 bab II 3 ayat 1 dan 2, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang radio siaran non – pemerintah harus berfungsi sosial, yaitu alat pendidikan, alat perorangan dan alat hiburan. Di Indonesia itu sendiri, kemunculan radio-radio swasta di jalur FM (*Frequency Modulation*) semakin memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat Surabaya.

Dalam merancang suatu program acara, Hardrock FM mengindari kesamaan-kesamaan dengan radio lain. Ssuai dengan moto radio Hardrock FM yaitu *Life And Entertainment Station*. Radio Hardrock FM disini mencoba memberi sesuatu yang lain bagi pendengarnya, khususnya bagi pendengar-pendengarnya melalui program “*Good Morning Hardrockers*” lebih lengkapnya isi dari program acara “*Good Morning Hardrockers*” adalah sajian edukatif yang menghadirkan berita terkini baik mengenai kebijakan pemerintah, olahraga, dan hal yang menarik lainnya. acara obrolan yang dikemas dan gaya bahasa santai tapi serius, kritik tetap dengan wawasan olahraga yang sehat dan mendidik. “*Good Morning Hardrockers*” adalah sub program bagi pengagum olahraga yang sedang berada di jalan dan diberi kesempatan untuk olahraga apa saja yang disukainya. “*Good Morning Hardrockers*” membahas topik olahraga yang sangat hangat.

Program “*Good Morning Hardrockers*” disiarkan setiap Senin sampai Jumat pukul 06.00 sampai pukul 10.00 diproduksi oleh Aries dengan pembawa acara Agustian Pratama dan Dono Pradana yang selalu menyapa pendengarnya dengan “Hardrockers”. Untuk segmentasi usia pendengar “*Good Morning Hardrockers*” ini berkisar 21 tahun sampai 30 tahun yakni dengan maksud untuk menemani pendengar perjalanan berangkat untuk berkegiatan di pagi hari. Sehingga dapat disimpulkan disini adalah radio Hardrock FM ingin memberikan segala informasi dengan cara yang berbeda dan unik dalam satu wadah yakni melalui program “*Good Morning Hardrockers*”

Alasan peneliti memilih radio Hardrock FM sebagai tempat penelitian dikarenakan program acara ini telah berusia lima tahun tanpa ada penggantian program baru. Dapat dikatakan “*Good Morning Hardrockers*” adalah karena disiarkan setiap pukul 06.00 sampai pukul 10.00 dan banyak masyarakat yang terhibur, karena disiarkan setiap pagi hari sehingga “*Good Morning Hardrockers*” mendapat tempat di hati pendengar. Masalahnya adalah program “*Good Morning Hardrockers*” ini tidak melayani request lagu, tapi hanya menyajikan info-info terbaru yang terkini. Meskipun begitu, program “*Good Morning Hardrockers*” ini menarik karena sering mendatangkan narasumber-narasumber orang yang berpengaruh, berprestasi di kota Surabaya dan program “*Good Morning Hardrockers*” selalu mengadakan interaksi lewat telepon dengan pendengarnya.

Motif informasi adalah untuk mengetahui permasalahan di kehidupan sehari-hari yang sedang dihadapi oleh pendengar “*Good Morning Hardrockers*”, untuk mengetahui info terkini seputar *event* atau produk terbaru yang disajikan

melalui *adlibs* yang dibacakan oleh penyiar, adanya kebutuhan akan saran dan tanggapan terhadap permasalahan yang sedang dialami oleh pendengar “*Good Morning Hardrockers*”.

Untuk motif identitas pribadi , yaitu dengan adanya permasalahan yang dibahas pada setiap harinya di program “*Good Morning Hardrockers*” dan solusi-solusi yang diberikan dapat dijadikan acuan atau pedoman untuk menyelesaikan permasalahan serupa. Untuk menemukan dan meniru model perilaku yang berkaitan dengan tindakan atau model tertentu, seperti gaya berbicara seseorang atau cara berpikir seseorang. Untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, dan mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain. Untuk mencari perasaan lega/puas setelah menceritakan pada media.

Sedangkan untuk motif integrasi dan interaksi sosial yaitu, dengan mendengarkan program “*Good Morning Hardrockers*” pendengar akan mendapatkan suatu bahan untuk berinteraksi dengan teman kerja maupun anggota keluarga, memperoleh pengetahuan tentang informasi terbaru dan bisa langsung berinteraksi dengan penyiar membahas tema yang lagi dibicarakan di hari tersebut.

Untuk motif hiburan yaitu pendengar membutuhkan program radio yang dapat menghibur dan dapat melepas ketegangan dari permasalahan ataupun rutinitas sehari-hari, untuk menemani waktu kemacetan di jalan, untuk mengisi waktu luang, penyaluran informasi, dan memperoleh kenyamanan jiwa secara estetis.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami sejauh mana kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*) pendengar aktif program “*Good Morning Hardrockers*”. kepuasan tersebut dapat dilihat melalui kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan (*gratification sought*) dengan kepuasan yang nyata didapatkan (*gratification obtained*), seperti yang dikembangkan oleh Palmgreen dan Rayburn. Kepuasan diharapkan di pengaruhi oleh motif atau kebutuhan informasi

Pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Manusia memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media (Nurdin, 2004:181)

Pada penelitian ini, peneliti memilih warga Surabaya yang berusia 21 tahun keatas dan tergolong pendengar “*Good Morning Hardrockers*” . di radio Hardrock FM Surabaya. Disini cara mendapatkan populasi yang dimaksud dengan cara *purposive sampling*.

Peneliti memilih Surabaya Sebagai penelitian karena Surabaya merupakan kota metropolitan dengan jumlah penduduk terpadat setelah Jakarta (BPS,2014:75) dengan sifat masyarakatnya yang heterogen (berbeda asal-usul,agama, suku adat mata pencaharian dan sebagainya) dan heterogenitas masyarakat pasti ikut dengan problema sosial yang cukup kompleks, sehingga secara langsung maupun tidak langsung akan terdapat perbedaan-perbedaan motif dalam memilih media khususnya “*Good Morning Hardrockers*”.

Selain itu acara “*Good Morning Hardrockers*” di radio Hardrock FM ada di Surabaya dan cukup mendapatkan tempat dihati para pendengarnya karena itu juga program acara ini dapat sampai ke umur yang ke lima dengan format acara yang sama

## **1.2 Perumusan Masalah**

berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Apa terdapat kepuasan yang diperoleh pendengar aktif progra“*Good Morning Hardrock*” di radio Hardrock FM Surabaya, yang kemudian dirumuskan sebagai berikut:

1. adakah kepuasan pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif informasi?
2. adakah kepuasan pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif identitas pribadi?
3. adakah kepuasan pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif integrasi sosial?
4. adakah kepuasan pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif hiburan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang dicapai adalah untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” di radio Hardrock FM Surabaya, yang kemudian bertujuan sebagai berikut



1. Untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif informasi?
2. Untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif identitas pribadi?
3. Untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif integrasi sosial?
4. Untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” pada motif hiburan?

#### **1.4 Manfaat Teoritis**

##### **A) Secara Teoritis**

Memberikan sumbangsih ilmu komunikasi mengenai penelitian Uses and Gratification khususnya tentang kepuasan pendengar aktif program acara “*Good Morning Hardrockers*” menggunakan “*Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Sehingga berguna untuk menguji sebagai acuan dalam penerapan teori komunikasi.

##### **B) Secara Praktis**

Memberikan kontribusi masukan atau pertimbangan bagi pihak radio Hardrock FM Surabaya dalam memandang dan menganalisa pendengarnya.