

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Massa

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakan. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan media elektronik). Apapun bentuknya, komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan manusia karena komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Komunikasi massa memberi masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk lebih memahami diri mereka sendiri (Severin dan Tankard, 2011:4)

Menurut Fajriah (2020 :7) Komunikasi Massa Adalah Komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar,majalah) atau elektronik (radio,televisi). Salah satu teori efek komunikasi massa adalah teori agenda setting. Dari beberapa asumsi mengenai efek komunikasi massa, satu yang bertahan dan berkembang dewasa ini menganggap bahwa media massa dengan memeberikan perhatian pada issue tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum.

Menurut Tambunan, Nurhalimah (2018 :29) Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Laju perkembangan komunikasi massa begitu cepat dan memiliki bobot nilai tersendiri pada setiap sisi kehidupan sosial budaya yang sarat dengan perubahan perilaku masyarakat. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan pada gilirannya komunikasipun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Pengaruh media komunikasi massa melalui model satu tahap menganggap khalayak mengalami perubahan sikap setelah melihat pesan media secara langsung tanpa melalui perantara yaitu *opinion leader* (pemimpin pendapat)

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media massa dengan tujuan untuk menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat luas. Dalam buku Komunikasi Suatu Pengantar menurut Bittner dalam Ardianto dkk. (2014:3) “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number a people*). Definisi yang paling umum dari komunikasi massa adalah transmisi penyampaian pesan yang sama, kepada sejumlah besar orang dan secara bersamaan melalui komunikasi massa. Komunikasi massa memegang peranan penting di tengah pandemi Covid-19 yang telah

ditetapkan sebagai pandemi global oleh *World Health Organization*, khususnya *World Health Organization* (WHO).

Komunikasi massa berlangsung dalam suatu konteks sosial tertentu. Hal ini menimbulkan terjadinya hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara media massa dan masyarakat. Media massa dipandang membawa pengaruh tertentu bagi masyarakatnya, seperti membawa kesadaran dan ide-ide baru, mengajarkan keterampilan, demikian pula masyarakat membawa pengaruh bagi media

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa.

2.1.1.1 Karakteristik Komunikasi massa

Menurut Suprpto (2006: 13) tentang keempat tanda pokok tersebut adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi massa memiliki sifat komunikan

Hal ini karena sasaran komunikasi massa adalah masyarakat yang relatif besar serta memiliki sifat yang heterogen dan anonim. Masyarakat ini tidak dapat diukur berapa banyak jumlahnya, bagaimana latar belakang pendidikan, usia, agama, suku, jenis pekerjaan, dan lain sebagainya. Hal yang dapat menjadikan semua perbedaan ini melebur adalah kesamaan minat dan kepentingan yang sama.

2. Komunikasi massa memiliki sifat cepat dan serentak

Penyampaian pesan secara serempak ini dilakukan secara bersamaan oleh komunikator kepada komunikan yang memiliki jumlah yang besar. Jika disampaikan secara serentak, maka perhatian komunikan akan berfokus pada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sifat penyampaian pesan yang cepat akan memungkinkan pesan tersebut dapat tersampaikan dalam waktu yang relatif singkat.

3. Komunikasi massa memiliki sifat publik

Sudah jelas bahwa pesan yang ingin disampaikan tersebut ditujukan kepada masyarakat luas, bukan kepada golongan tertentu saja. Sehingga isi pesan yang disampaikan harus lebih umum. Karena mencakup lingkungan yang umum dan universal.

4. Komunikator yang terkoordinir

Karena media massa merupakan sebuah lembaga organisasi, maka komunikasi massa pasti memiliki komunikator yang telah terorganisasi dengan baik dan profesional seperti jurnalis, sutradara, penyiar atau 20 pembawa acara, dan lain sebagainya. Pesan yang akan disampaikan tersebut merupakan hasil kerjasama tim, sehingga keberhasilan sebuah komunikasi massa juga tergantung berdasarkan berbagai faktor di dalam organisasi media massa tersebut. Selain keempat tanda pokok tersebut, komunikasi massa memiliki karakteristik komunikasi massa konsep klasik. Konsep-konsep

tersebut diantaranya adalah ditujukan kepada masyarakat luas, yang heterogen, tersebar, serta tidak terbatas pada batas geografis dan kultural.

Menurut Mc. Quail (2011) ciri khusus institusi media, Yakni:

1. Lembaga media massa memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan berupa informasi, pandangan, gagasan, dan budaya.
2. Media massa juga menyediakan saluran untuk hubungan orang tertentu dengan orang lain, dari pengirim ke penerima, dari *audience* ke *audience* lain, dari seseorang ke masyarakat, dan dari institusi masyarakat terkait.
3. Partisipasi khalayak media bersifat sukarela, tanpa ada keharusan atau kewajiban sosial. Media tidak dapat mengandalkan otoritas sendiri dalam masyarakat.
4. Lembaga media selalu berkaitan dengan kekuasaan negara. Kesenambungan pemakaian media, mekanisme hukum, dan pandangan-pandangan berbagai hal seperti kebebasan, tanggung jawab, dan etika media massa berbeda dalam penerapannya di setiap negara.
5. Operasi sebagian besar kegiatan lembaga media dalam lingkungan publik, terbuka bagi semua orang untuk peran serta sebagai penerima (atau pengirim), mewakili kondisi publik. Media massa berperan dalam bentuk opini publik.

2.1.2 Penyiaran

2.1.2.1 Pengertian Penyiaran

Menurut (Morissan, 2015: 3) Media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang menantang dipadankan dengan jenis industri lainnya. Pengelolaan media penyiaran pada dasarnya yaitu mengelola manusia. Bentuk keberhasilan media penyiaran didasari oleh ditopangnya kreativitas manusia yang berfokus pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi penting yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, program, dan pemasaran.

Menurut Djamal dan Fachruddin (2013 :43) Penyiaran bersifat tersebar ke semua arah atau biasa dikenal sebagai *omnidirectional*. Dari definisi sifat penyiaran tersebut bisa diketahui bahwa semua sistem penyiaran harus dilengkapi dengan satu *unit decoder* sebagai alat penerima siaran, hal ini membuat kurang sejalanannya dengan definisi *broadcasting*. Oleh karena itu, pada nama sistemnya harus ditambahkan kata “terbatas” sehingga menjadi sistem penyiaran terbatas.

Menurut Pasal 1 angka 1 dan 2 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat siaran

Menurut Rachman (2016 :15) penyiaran adalah suatu kegiatan penyelenggaraan radio maupun televisi, yang diselenggarakan oleh organisasi radio maupun televisi tersebut.

2.1.2.2 Sejarah Penyiaran

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran penentu teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemu teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik di Eropa dan Amerika.

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi (1874 – 1973) dari Italia yang sukses mengirim sinyal Morse berupa titik dan garis-garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirimkan Marconi berhasil menyeberangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.

Menurut Rachman (2016 :2-3) Peran radio dalam penyampaian pesan mulai diakui tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga semua orang mulai melirik media

ini. Stasiun radio pertama kali muncul pada tahun 1920 oleh seorang ahli Teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS, yang berawal dari hobi dan secara tidak sengaja membangun sebuah pemancar radio di garasi rumahnya. Stasiun Conrad itu kemudian dinamakan KDKA dan masih mengudara hingga saat ini serta menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin dunia.

2.1.2.3 Tujuan Penyiaran

Adapun tujuan penyiaran yang sudah diatur dalam undang-undang. Berikut beberapa tujuan penyiaran dalam Undang-Undang No. 32 tahun 2002 :

1. Memperkukuh integritas nasional.
2. Mencerdaskan kehidupan bangsa.
3. Terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa.
4. Menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.
5. Memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera

2.1.2.4 Fungsi Penyiaran

Selain adanya tujuan penyiaran, fungsi penyiaran mempunyai peran penting bagi masyarakat sebagai :

1. Media informasi
2. Pendidikan
3. Hiburan yang sehat
4. Kontrol dan perekat sosial
5. Ekonomi
6. Kebudayaan

2.1.2.5 Jenis – jenis Penyiaran

Ilmu penyiaran adalah sebuah proses dari terbentuknya ide yang tercipta hingga ide itu terealisasikan. Kemudian di dalam proses tersebut terdapat gagasan-gagasan ide yang berasal dari komunikator, membentuk sebuah pesan yang akan disampaikan, baik secara verbal ataupun non verbal. Pesan tersebut disampaikan melalui sarana komunikasi yang mampu menjangkau luas atau biasa disebut komunikasi.

Tercapainya suatu penyiaran ditentukan oleh tiga unsur yaitu studio, transmitter, dan pesawat penerima. Ketiga unsur ini kemudian disebut sebagai trilogi penyiaran. Paduan ketiganya ini

yang kemudian akan menghasilkan siaran yang dapat diterima oleh pesawat penerima radio maupun televisi. Di dalam teknik penyiaran, terdapat 4 jenis penyiaran yang dibagi sesuai kategori media dan perantaranya. Berikut ini adalah 4 jenis penyiaran yang perlu kita ketahui :

1. Penyiaran Analoga dan Penyiaran Digital

Penyiaran jenis analog adalah penyiaran yang pernah ada pada televisi . Nah, penyiaran jenis televisi ini dibedakan menjadi dua yaitu digital dan analog. Berikut penjelasan dari TV Digital dan TV Analoga :

a. Televisi Digital

Jenis penyiaran yang menggunakan metode digital ini disebut sebagai televisi digital atau biasa disebut DTV. Jenis Teknik penyiaran merupakan perkembangan dari jenis penyiaran TV Analog. Televisi digital merupakan jenis televisi yang menggunakan sistem digital dan kompresi dalam menyiarkan sinyal, gambar, suara, dan juga data ke pesawat televisi.

b. Televisi Analog

Televisi Analog merupakan jenis penyiaran pada televisi yang menggunakan gelombang radio yang berbentuk tube atau tabung CRT (*Cathode Ray Tube*)

2. Penyiaran Network (*IP Based*)

Untuk jenis teknik penyiaran ini merupakan jenis penyiaran yang menggunakan media atau perantara internet. Salah satunya adalah radio. Radio yang menggunakan media internet biasa disebut sebagai internet radio. Ada juga yang menyebutnya sebagai web radio, net radio, e-radio, dan *streaming radio*. Layanan berupa suara atau audio ini yang ditransmisikan melalui internet disebut sebagai internet radio.

3. Penyiaran Komersil dan Penyiaran Komunitas

Berdasarkan sifatnya, jenis penyiaran ini dibedakan menjadi dua kategori yang di antaranya adalah penyiaran komersial dan penyiaran komunitas.

a. Penyiaran Komersil

penyiaran yang bersifat komersial ini, hanya mengandalkan kehidupan dan pendapatan dari pemasukan iklan. Dan penyiaran yang bersifat komersial ini pada umumnya merupakan penyiaran dari pihak swasta bukan negeri.

b. Penyiaran Komunitas

Penyiaran komunitas ini pada umumnya di bawah suatu lembaga pemerintahan, itu sebabnya banyak yang menyebutnya sebagai Lembaga Penyiaran Komunitas. Jika didefinisikan bahwa Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan suatu lembaga penyiaran yang mampu

memberikan pengakuan secara signifikan dan akurat terhadap peran supervisi dan evaluasi kepada anggota komunitasnya.

4. Penyiaran Nasional (*Government Operator*)

Penyiaran Nasional sebenarnya hampir serupa dengan penyiaran komunitas. Hanya saja, komunitas di bawah naungan lembaga, sedangkan penyiaran nasional di bawah naungan pemerintahan. Itu sebabnya penyiaran nasional merupakan penyiaran yang dimiliki atau dibawah oleh pemerintah dan akses siaran hanya mencakup dalam negeri saja tidak sampai ke luar negeri.

2.1.2.6 *Programming* Penyiaran

Programming atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan, atau dalam periode satu bulanan. *Programming* dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi sinonim *programming* adalah *scheduling*.

Lembaga penyiaran pada umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap “merebut” perhatian pendengar dan pemirsanya (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru. Terdapat 3 macam strategi dalam merancang program yang digunakan oleh hampir

semua stasiun penyiaran di dunia, yaitu: (Hidajanto Djamil dan Andi Fachrudin, 2013 :135).

1. *Dayparting*

Dayparting adalah satu langkah dalam perencanaan yang membagi setiap hari dalam beberapa slot waktu yang dinilai cocok dan pas untuk diudarkan. Program ini sangat mempertimbangkan target audiensi tertentu pada slot waktu tersebut, misalnya pagi, siang, sore, atau malam hari.

2. *Counterprogramming*

Counterprogramming adalah langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audiensi dari stasiun pesaing tersebut.

3. *Bridging*

Bridging digunakan bila satu stasiun penyiaran mencoba mencegah audiensi untuk berpindah kanal dalam satu jeda waktu (*the main evening breaks*- waktu jeda pada malam hari yang digunakan untuk melepas lelah sambil minum teh. Merupakan kebiasaan budaya orang barat). Dimana semua stasiun penyiaran berhenti dengan programnya.

Menurut Vane-Gross dalam bukunya *Programming For Tv, Radio and Cable*, tidak peduli dengan tujuannya (mendapatkan

audien, prestise, penghargaan dan sebagainya) atau daya tariknya (informasi atau hiburan), maka setiap program yang ditayangkan stasiun televisi memiliki dua bentuk, yaitu dominasi format dan dominasi bintang (Morissan, 2015 :321).

2.1.3 Radio

Radio penyiaran merupakan sebagai media lokal. Selain itu lembaga penyiaran radio tidak hanya sebagai media massa, akan tetapi bisa menjadi bisnis. Kondisi saat ini penyiaran radio tetap menjadi alternatif untuk berpromosi. Melalui layanan nirkabel inilah penyiaran radio berupaya untuk meningkatkan sektor penjualan program dan kreatif radio dalam lingkungan penyiaran yang kompetitif. Dengan adanya layanan internet memberikan peluang bagi penyiaran radio memiliki nilai lebih bagi pemasang iklan selain disiarkan melalui spektrum frekuensi juga bisa dipromosikan pada *website radio, live streaming, podcast* dan *viral marketing* melalui *facebook* atau *twitter*. Dengan adanya penyiaran radio internet, seluruh informasi dapat disebarluaskan melalui medium internet secara bersamaan dan dapat menjangkau khalayak secara lokal dan global. (Harliantara, 2019: 99)

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik. Cara modulasi merupakan proses perubahan suatu gelombang periodik, biasanya berfrekuensi rendah, sehingga menjadikan suatu sinyal mampu membawa suatu informasi. Radiasi elektromagnetik adalah kombinasi medan listrik

dan medan magnet yang merambat lewat ruang udara dan membawa energi.

Berikut beberapa macam radio:

1. Radio AM

Radio AM (modulasi amplitudo) bekerja dengan prinsip memodulasikan gelombang radio dan gelombang audio. Kedua gelombang ini sama-sama memiliki amplitudo yang konstan. Namun proses modulasi ini kemudian mengubah amplitudo gelombang penghantar (radio) sesuai dengan amplitudo gelombang audio.

2. Radio FM

Radio FM (modulasi frekuensi) bekerja dengan prinsip yang serupa dengan radio AM, yaitu dengan memodulasi gelombang radio (penghantar) dengan gelombang audio. Hanya saja, pada radio FM proses modulasi ini menyebabkan perubahan pada frekuensi.

3. Radio Internet

Penemuan internet mulai mengubah transmisi sinyal analog yang digunakan oleh radio konvensional. Radio internet (dikenal juga sebagai *web radio*, *radio streaming* dan *e-radio*) bekerja dengan cara mentransmisikan gelombang suara lewat internet. Prinsip kerjanya hampir sama dengan radio konvensional yang gelombang pendek (*short wave*), yaitu dengan menggunakan

medium streaming berupa gelombang yang kontinyu. Sistem kerja ini memungkinkan siaran radio terdengar ke seluruh dunia asalkan pendengar memiliki perangkat internet.

4. Radio Satelit

Radio satelit mentransmisikan gelombang audio menggunakan sinyal digital. Berbeda dengan sinyal analog yang menggunakan gelombang kontinyu, gelombang suara ditransmisikan melalui sinyal digital yang terdiri atas kode-kode biner 0 dan 1. Sinyal ini ditransmisikan ke daerah jangkauan yang jauh lebih luas karena menggunakan satelit. Hanya saja siaran radio hanya dapat diterima oleh perangkat khusus yang bisa menerjemahkan sinyal terenkripsi. Siaran radio satelit juga hanya bisa diterima di tempat terbuka dimana antena pada pesawat radio memiliki garis pandang dengan satelit pemancar. Radio satelit hanya bisa bekerja yang tidak memiliki penghalang besar seperti terowongan atau gedung. Oleh karena itu perangkat radio satelit banyak dipromosikan untuk radio mobil. Untuk mendapat transmisi siaran yang baik, perlu dibuat stasiun *repeater* seperti di Amerika agar kualitas layanan prima.

2.1.3.1 Fungsi Radio

Sama halnya dengan media massa lainnya, pada dasarnya radio juga mempunyai fungsi. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (1993: 137-138) bahwa radio siaran mempunyai 4 fungsi sebagai berikut :

1. Fungsi Penerangan
2. Fungsi Pendidikan
3. Fungsi Hiburan
4. Sarana Propaganda

Sekalipun radio siaran bersifat auditif yang hanya bisa didengarkan, tetapi bukan berarti radio siaran tidak bisa menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Radio dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang memuaskan walau hanya dilengkapi dengan unsur audio. Radio siaran dapat menjalankannya dalam bentuk siaran

berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, talkshow dan lain-lain. Sebagai media pendidikan, radio siaran merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan khalayak secara meluas dan serempak. Sebagian waktu siaran juga diisi oleh acara-acara hiburan berupa musik maupun drama radio. Radio siaran juga merupakan sarana propaganda, banyaknya pemasangan iklan yang memilih radio siaran sebagai sarana pemasangan iklannya.

Penyampaian pesan melalui radio siaran berbeda dengan penyampaian pesan melalui media massa lainnya. Komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan melalui radio siaran harus dapat mengkombinasikan unsur-unsur penting dalam meningkatkan efektivitas pada siaran radio, yaitu *sound effect*,

musik, dan kata-kata sehingga dapat diterima dengan baik oleh komunikan yang bersifat heterogen aktif, dan selektif, agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator berjalan efektif dan efisien.

2.1.3.2 Program Radio

Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan produk program yang menarik didengar. Program radio sebenarnya tidak terlalu banyak jenisnya. Secara umum program radio terdiri atas dua jenis yaitu, musik dan informasi. Kedua jenis ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audien dalam hal musik dan informasi. Program yang dibahas pada bagian ini adalah:

1. Produksi berita radio
2. Berbincang (*talk show*)
3. Info hiburan.
4. *Jingle*

2.2 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu untuk menjadi salah satu bahan

acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat mengkaji penelitian dari banyak sumber. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis :

Daftar Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Jurnal	Tujuan Penelitian	Teori	Metode penelitian
Kurniawati Lia (2019). Implikasi Standar Program Siaran Pada Tayangan Edukasi dan Artistik TVRI Jawa Barat.	Pro TVF, Volume 3, No. 2, 2019.	Tujuan penelitian adalah untuk melihat implikasi dan dampak yang ditimbulkan oleh tayangan televisi dua program acara Sapa Mania Legend dan Dunia Anak yang tayang di TVRI Jawa Barat yang terkait dengan kesesuaian P3SPS.	Menurut PPRI Nomor 11 Tahun 2005, dimana TVRI Jawa Barat merupakan lembaga penyiaran publik yaitu lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.	Deskriptif Observasi

<p>Siswati Endah, dkk. (2019). Manajemen Program Suara Persada, Radio Persada FM Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi.</p>	<p>Jurnal Translitera, Vol 10, No.1, 2021.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan mendalami manajemen Program Siaran Suara Persada dalam upaya Radio Persada mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi.</p>	<p>Radio dituntut untuk terus <i>update</i> dengan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat (Riswandi, 2009).</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>
<p>Hariyanto Fajar, dkk. (2018). Program Siaran Radio Pemerintah Struda 104.00 FM Dalam Memenuhi Kebutuhan Akan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsika</p>	<p>Jurnal Politikom Indonesiana, Vol.3, No.1, 2018.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa melalui program siaran radio pemerintah sturada 104.00 FM.</p>	<p>Pendekatan Uses and Gratification menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan melalui media. melalui hasil penelitian yang menunjukkan bahwa orang yang berbeda dapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk kegunaan yang berbeda-beda (Effendy, 1993: 289).</p>	<p>Deskriptif</p>

<p>Prasetyo Ahmad, dkk. (2022). Manajemen Media Penyiaran Radio Swaragama Dalam Meningkatkan Kualitas program Siaran Radio di Era Pandemi Covid-19.</p>	<p>Jurnal Audiens, Vol 3, No.4, 2022</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dalam meningkatkan kualitas siaran radio Swaragama FM dan mengkaji bagaimana proses program radio Swaragama FM.</p>	<p>Pada hakikatnya, penyiaran (broadcasting) adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar disuatu tempat (Rizqi et al., 2021).</p>	<p>Studi Kasus</p>
<p>Khansa Lathifah dan Ismandianto (2021). Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19.</p>	<p>JURKOM : Jurnal Riset Komunikasi . Vol. 4 No. 1 (2021)</p>	<p>untuk melihat eksistensi RRI Pekanbaru setelah melakukan Konvergensi media dan melihat dampak Konvergensi media yang dirasakan oleh internal maupun pendengar RRI Pekanbaru</p>	<p>Aspek – aspek konvergensi media :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konvergensi Ekonomi 2. Konvergensi Sosial 3. Teknologi <p>Henry Jenkins, <i>Convergence Culture Where Old and New Collide</i> (2006)</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>

Persamaan dan Perbedaan

1. Jurnal dari Kurniawati Lia (2019) yang berjudul Implikasi Standar Program Siaran Pada Tayangan Edukasi dan Artistik TVRI Jawa Barat.

Persamaan jurnal dengan penelitian ini adalah untuk melihat implikasi dan dampak yang timbulkan program acara.

Perbedaan jurnal dengan penelitian ini adalah jurnal ini membahas program acara televisi.

2. Jurnal dari Siswati Endah (2019) yang berjudul Manajemen Program Suara Persada, Radio Persada FM Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi.

Persamaan jurnal dengan penelitian ini sama sama bertujuan mendalami manajemen Program Siaran Radio.

Perbedaan jurnal dengan penelitian ini yaitu jurnal ini lebih berfokus mempertahankan eksistensi yang sudah ada.

3. Hariyanto Fajar, dkk. (2018) Yang berjudul Program Siaran Radio Pemerintah Struda 104.00 FM Dalam Memenuhi Kebutuhan Akan informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi unsika.

Persamaan jurnal dengan penelitian ini sama sama membahas pada program siaran radio.

Perbedaan jurnal dengan penelitian ini adalah lebih berfokus terhadap penyampaian informasi.

4. Prasetyo Ahmad, dkk. (2022) Manajemen Media Penyiaran Radio Swaragama Dalam Meningkatkan Kualitas program Siaran Radio di Era Pandemi Covid-19.

Persamaan jurnal dengan penelitian ini adalah mengkaji bagaimana proses program radio Swaragama FM.

Perbedaan jurnal dengan penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dalam meningkatkan kualitas siaran radio Swaragama FM.

5. Jurnal dari Khansa Lathifah dan Ismandianto yang berjudul Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19.

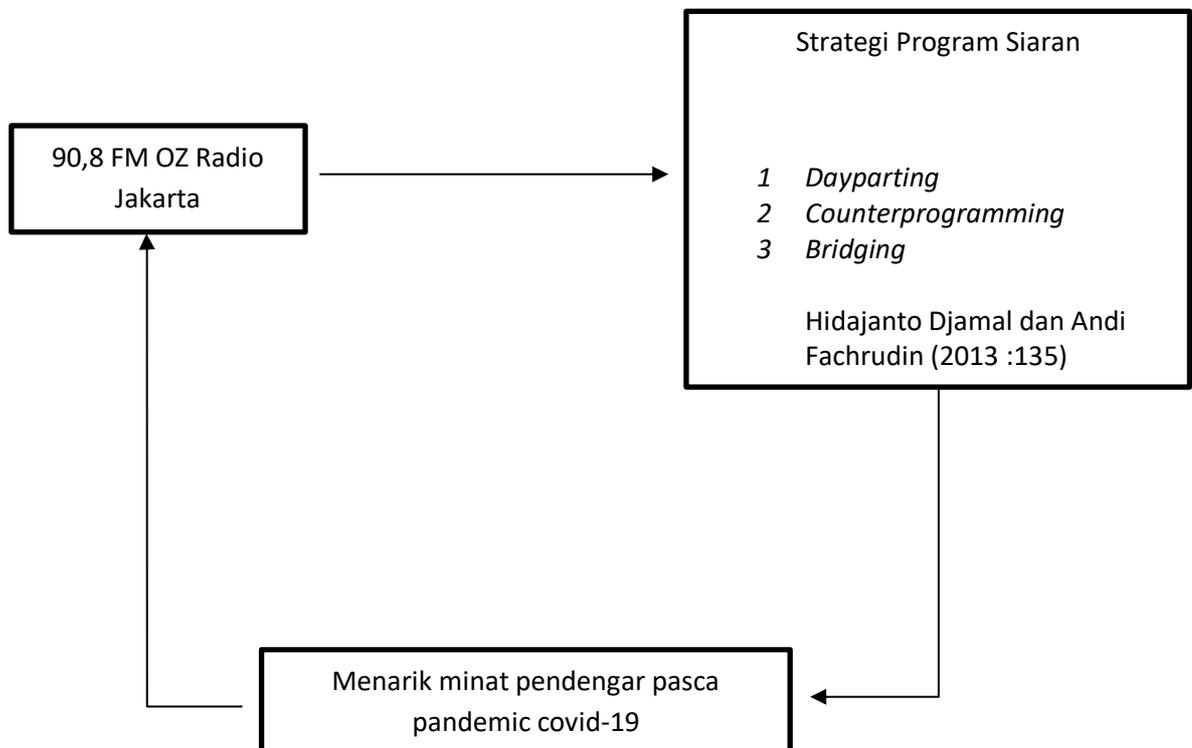
Persamaan jurnal dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil kontrol berbagai macam produk yang akan ditayangkan pada siaran radio guna untuk pemasaran media penyiaran di sebuah program.

Perbedaan jurnal dengan penelitian ini adalah jurnal ini berfokus pada perkembangan teknologi RRI Pekanbaru.

2.3 Kerangka Konsep

Menurut Notoatmodjo (2012) Kerangka konsep ialah suatu uraian dan visualisasi tentang hubungan atau kaitan antara konsep- konsep dan variable-variabel yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konsep memiliki fungsi sebagai alat untuk mencapai suatu pengetahuan yang sistematis dan diharapkan dapat membantu penelitian ini.

Tabel 2.2
Kerangka Konsep



Kerangka konsep di atas mendeskripsikan strategi yang dilakukan 90.8FM OZ Radio Jakarta dalam Program Siaran dengan cara *Dayparting*, *Counterprogramming*, *Bridging*. Penjelasan sebagai berikut :

1. *Dayparting* : Membuat penjadwalan program lebih tertata dan jelas setiap harinya, hal ini sangat penting untuk mengetahui target audiensi yang tepat bagi 90,8 FM OZ Radio Jakarta.
2. *Counterprogramming* : Dengan mempunyai ciri khas tersendiri bagi setiap program di 90,8 FM OZ Radio Jakarta, menjadikan radio tersebut lebih diminati oleh para pendengar.
3. *Bridging* : Penyiar sangat berpengaruh dalam setiap program terutama pada jeda waktu tertentu supaya para pendengar tidak berpindah kanal dan tetap mendengarkan berbagai informasi yang disampaikan oleh para penyiar 90,8 FM OZ Radio Jakarta.