

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Perkembangan teknologi informasi membuat masyarakat makin kreatif dalam menciptakan media baru sebagai alternatif. Salah satu media alternatif yang muncul adalah podcast. Podcast adalah sebuah program yang berepisode, biasanya di sajikan dalam bentuk rekaman audio atau video yang di sajikan melalui saluran internet.

##### **2.1.1 Komunikasi Massa**

Istilah komunikasi massa mengacu pada jenis komunikasi, dimana media berperan penting dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan (Pramiswara, 2020:47-48). Definisi paling mendasar dari komunikasi massa adalah pesan yang di sampaikan kepada sebagian besar orang (*massa communication is message communicated through mass medium to a large number of people*), menurut Bitter dalam (Romli, 2016:1). Komunikasi secara alternative dapat di definisikan sebagai kegiatan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan melalui media, menurut Laswell (Nida, 2014:79). Menurutnya aktivitas komunikasi terdiri dari lima unsur, yaitu komunikator, komunikan, media, pesan dan efek komunikasi.

Berdasarkan menurut para ahli diatas, komunikasi massa merupakan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media massa dengan audiens yang luas.

##### **2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Sebelumnya telah dibahas tentang pengertian komunikasi massa melalui definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi. Kita juga sudah mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi lainnya dapat

dianggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa.

#### 1. Komunikasi Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, mari kita banyakan secara kronologis proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan itu diterima oleh komunikan. Apabila pesan itu akan disampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya sebagai berikut: komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya, pesan tersebut diperiksa oleh penanggung jawab rubrik. Dari penanggung jawab rubrik di serahkan kepada redaksi untuk diperiksa baik tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah baik, pesan dibuat setting-nya, lalu diperiksa oleh korektor, disusun oleh lay-out man agar komposisinya bagus, dibuat plate, kemudian masuk mesin cetak. Tahap akhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacanya.

#### 2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta dan peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam

media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekalipun menarik, bagi sebagian besar komunikan. Ada peristiwa yang mempunyai kategori penting, tetapi hanya penting bagi sekelompok orang. Peristiwa tersebut tentu saja tidak disampaikan melalui media massa. Misalnya berita pemilihan lurah dikelurahan sukapada kota madya bandung, jawa barat. Dengan demikian, peristiwa pemilihan lurah itu tidak baik bagi media massa yang ada di bandung. Lain halnya apabila pemilihan lurah sukapada itu mengandung sesuatu yang khas, unik, dan dapat menarik perhatian orang banyak, maka peristiwa itu dapat dimuat dalam surat kabar atau di tayangkan melalui televisi atau disiarkan melalui radio siaran.

### 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikannya pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antar persona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti: Nama, Pendidikan, Pekerjaan, Tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal Sifat dan Perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan-komunikan komunikasi massa adalah heteroge, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

### 4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa di bandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai nya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari

itu, komunikasi yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

Effendi (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan jumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikasi dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

Sekarang mari kita perhatikan contoh berikut ini: acara “indoniseia idol” yang ditayangkan stasiun televisi RCTI ditonton oleh jutaan pemirsa. Mereka secara serempak pada waktu yang sama menonton acara tersebut selama hampir 120 menit, padahal mereka berada diberbagai tempat di seluruh Indonesia. Contoh lain, berita-berita yang memenuhi kolom surat kabar atau yang disiarkan radio dan televisi secara serempak dapat diterima oleh pembaca dan pendengar/pemirsa diberbagai tempat. Bayangkan bila berita tersebut tidak disampaikan melalui media massa, tetapi dilakukan secara antarpersona, mungkin pada saat menyampaikan berita pertama, sudah muncul lagi berita-berita lainnya yang terbaru. Inilah salah satu ciri komunikasi massa yang sekaligus juga merupakan kelebihan komunikasi massa dari komunikasi antarpersona dan kelompok.

##### 5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (mulyana, 2000:99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur dan unsur hubungan. Dalam komunikasi antarpersona yang diutamakan adalah unsur hubungan. Semakin saling mengenal antar pelaku komunikasi, maka komunikasinya semakin efektif. Sebagai

contoh, pembicaraan sepasang suami istri di atas meja makan tentu tidak harus menggunakan sistematika tertentu seperti pendahuluan, isi, dan kesimpulan. Seorang istri akan memulai pembicaraan di atas meja makan dengan topik pengalaman atau kegiatannya pada hari itu. Pembicaraan mereka mengalir begitu saja, tidak diatur oleh waktu dan cara penyampain. Sedangkan dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

#### 6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

Untuk memahami lebih jelas tentang sifat komunikasi massa yang satu arah, penulis mengutip penjelasan rakhmat (1996) dalam buku psikologi komunikasi yang membandingkan sistem komunikasi massa dengan komunikasi antarpersona. Dalam hal pengendalian arus informasi.

Mengendalikan arus informasi berarti mengatur jalannya pembicaraan yang di sampaikan dan yang di terima (rakhmat, 2003:190). “misalnya, ketika saudara mendengar berita radio siaran atau menonton siaran berita di televisi, kemudian ada

bagian yang tidak dapat saudara pahami, pasti saudara tidak dapat meminta penyiar untuk mengulang membacakan bagian yang tidak saudara pahami itu; dengan kata lain, pesan itu harus di terima apa adanya. Karena kesal, akhirnya saudara mematikan pesawat radio siaran atau televisinya, dan sudah tentu penyiar tidak akan merasa tersinggung, atau memarahi saudara karena tidak melihat perbuatan saudara. Lain halnya apabila saudara mendengar materi kuliah dari seorang dosen dan ternyata saudara tidak dapat menangkap materi itu dengan baik, tentu saudara dapat bertanya atau meminta penjelasan lebih lanjut, saudara juga dapat berbagi informasi dengan dosen. Sebaliknya, apabila di saat dosen sedang menyampaikan kuliah lalu saudara tidak memperhatikan, ngobrol misalnya, maka dosen dapat mengatur saudara. Dari ilustrasi di atas nampak komunikasi saling mengendalikan arus informasi, sedangkan pada komunikasi massa tidak terjadi pengendalian arus informasi.

#### 7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat di anggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat di gunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengarkan secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman audutiv, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

#### 8. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan tidak Langsung (Indirect)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antar persona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering kali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikannya. Umpan balik sebagai respon mempunyai volume yang tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Bila penulis memberikan kuliah kepada anda secara tatap muka, penulis akan memperhatikan bukan saja ucapan anda, tetapi juga kedipan mata, gerakan bibir, posisi tubuh, intonasi suara, dan gerakan lainnya yang dapat penulis artikan.

### 2.1.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi Massa

#### 1. Surat Kabar

Surat kabar memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utama media adalah *to inform* (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia), *to comment* (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita), *to provide* (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media).

Fungsi sekunder media adalah untuk mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi-kondisi tertentu, memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun dan cerita-cerita khusus, melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

#### 2. Majalah

Majalah dibagi menjadi lima kategori utama yakni, *general consumer magazine* (majalah konsumen umum), *business publication* (majalah bisnis), *literary reviews and academic journal*

(kritik sastra dan majalah ilmiah), *newsletter* (majalah khusus terbitan berkala), *public relations magazine* (majalah humas).

### 3. Radio

Merupakan media elektronik tertua dan sangat luwes. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya. Keunggulan radio adalah berada dimana saja, di tempat tidur, di dapur, di dalam mobil, di kantor dan berbagai tempat lainnya.

### 4. Televisi

Dari semua media massa, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi di jejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari. Televisi mengalami perkembangan secara dramatis terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Sistem penyampaian program lebih berkembang lagi, kini sedikitnya terdapat lima metode penyampaian program televisi yang telah di kembangkan.

### 5. Film

Gambar bergerak adalah bentuk dominan dari komunikasi massa. film lebih dulu menjadi media hiburan di banding radio siaran dan televisi. Menonton televisi menjadi aktivitas populer bagi orang amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an. Film adalah industry bisnis yang di produksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika.

### 6. Komputer dan Internet

Situs juga menjadikan sumber informasi untuk hiburan dan informasi perjalanan wisata. Pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk mendapatkan berita setiap minggunya. Industri media komputer memiliki beberapa bidang utama antara lain, perangkat keras komputer, perangkat lunak komputer. Content

provider adalah yang mengembangkan isi dan database yang di distribusikan melalui jaringan komputer. Bagian dari perangkat lunak komputer terdapat pula *Internet Service Provider* (ISPs) yakni perusahaan yang menjual akses internet.

#### **2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa tidak hanya hadir untuk meraih satu tujuan saja, terutama dengan beragam evolusi yang terjadi, komunikasi massa menjadi memiliki peran yang meningkat dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Wright, ada tujuh fungsi dari komunikasi massa yang salah satunya adalah untuk menawarkan wawasan mengenai peran manusia atau masyarakat dalam kehidupan. Berikut adalah fungsi komunikasi dan penjelasannya.

1. Pengawasan, komunikasi massa memiliki fungsi pengawasan yang menjadi mata maupun telinga untuk masyarakat yang mencari informasi tentang suatu hal. Contohnya adalah internet dan surat kabar yang kini menjadi salah satu sarana untuk setiap individu mencari informasi penting, mulai dari informasi mengenai cuaca, isu terkini dan bahkan gosip. Kini, masyarakat lebih mengandalkan komunikasi massa untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat.
2. Korelasi, fungsi korelasi dalam komunikasi massa artinya bahwa media menyajikan fakta yang digunakan oleh masyarakat untuk bergerak ke seluruh dunia. Informasi yang disebarkan melalui komunikasi massa tidak bersifat objektif dan tanpa bias.
3. Sensasionalisasi, fungsi sensasionalisasi pada komunikasi massa, artinya bahwa media lebih mengedepankan pesan yang paling sensasional untuk meraih gairah dari konsumen.
4. Hiburan, komunikasi massa juga memiliki fungsi sebagai hiburan, contohnya adalah komunikasi massa yang disebarkan melalui majalah, televisi, berita online dan lainnya yang menyajikan

beragam informasi atau pesan menghibur untuk khalayak ramai. Fungsi dari komunikasi massa yang keempat ini, lebih terasa dibandingkan fungsi komunikasi massa yang lainnya. Terutama ketika internet mulai berkembang dan banyak komunikan menyebarkan pesan menghibur melalui beragam media massa yang mudah diakses khalayak umum.

5. Penularan atau penyebaran, komunikasi massa yang menggunakan media massa memiliki fungsi menjadi ‘wahana’ atau sarana penularan yang membantu menyampaikan norma, aturan, nilai hingga kebiasaan budaya. Media massa memiliki peran penting dalam proses sosialisasi serta penyebaran informasi.
6. Mobilisasi, fungsi dari komunikasi massa yang keenam adalah untuk memobilisasi masyarakat yang selama ini berada dalam masa krisis. Contohnya adalah ketika terjadi suatu peristiwa yang menimpa sebuah kota di negara. Dalam hal tersebut, media massa memiliki peran untuk memobilisasi khalayak umum agar ikut merasakan pengalaman atau peristiwa tersebut hingga memunculkan perasaan bahwa peristiwa tersebut ikut terjadi padanya karena terjadi di negara yang ia tinggali.
7. Validasi, fungsi terakhir dari komunikasi massa adalah sebagai validasi atas status maupun norma individu, organisasi, gerakan serta produk tertentu. Validasi orang maupun kelompok tertentu memiliki fungsi untuk dapat menegakan norma sosial. Media massa dalam komunikasi massa dapat melakukan validasi atas norma budaya tertentu sambil menghilangkan perbedaan, serta variasi dari norma yang ada.

### **2.1.5 Media Massa**

Media massa memiliki peran yang sangat besar bagi masyarakat dalam penyampaian informasi. Menurut Bungin (2011:8) media massa adalah media komunikasi dan informasi yang penyebarannya dilakukan secara massal. Media massa secara tidak langsung memiliki

peranan penting dalam kehidupan manusia, karena selain sebagai penyalur informasi, media massa dapat menghilangkan stress penontonnya dengan cara menonton hiburan yang terdapat di televisi.

Media massa terbagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak terdiri dari koran, tabloid, majalah dan lain sebagainya. Media elektronik terdiri dari radio dan televisi (Nurudin, 2007:4). Media cetak digunakan sebagai pengirim pesan yang berupa teks dan gambar yang meliputi koran, tabloid, majalah dan lain sebagainya. Media elektronik pesannya dapat berupa audio dan visual yang meliputi radio dan televisi.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah media massa, karena media massa dapat menjembatani pesan atau informasi yang masyarakat tidak ketahui.

#### **2.1.6 Karakteristik Media Massa**

1. **Publisitas**  
di sebarluaskan oleh masyarakat atau dapat diakses dan di konsumsi umum (orang banyak).
2. **Kontinuitas**  
terbit berkesinambungan atau terus-menerus, sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbitnya harian, mingguan, atau bulanan.
3. **Periodisitas**  
terbit atau di publikasikan secara konsisten atau berkala, contohnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari. Surat kabar koran biasanya terbit harian, tabloid mingguan, majalah bulanan.
4. **Aktualitas**  
berisi hal-hal baru seperti info atau laporan momen ter-update berita, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian info terhadap publik.

#### 5. Universalitas

pesan atau isinya bersifat umum, perihal seluruh aspek kehidupan dan seluruh momen di beragam tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).

### 2.1.7 Jenis-Jenis Media Massa

Terbagi menjadi tiga, yakni :

1. Media massa elektronik, jenis media massa yang isinya di sebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.
2. Media massa cetak, media massa di cetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media cetak secara detail mencakup koran atau surat kabar, tabloid, majalah dan buku.
3. Media massa online, media massa yang bisa kita dapatkan di internet (situs web).

### 2.1.8 Isi Media Massa

Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian yang merupakan produk jurnalistik atau jenis-jenis tulisan jurnalistik, yakni :

1. Berita (*News*), berita adalah tulisan, gambar, audio atau video yang berisi informasi atau laporan peristiwa terbaru.
2. Opini (*Views*), opini adalah tulisan berisi pendapat, analisis, ulasan atau pemikiran tentang masalah atau isu aktual.
3. Karangan Khas (*Features*), tulisan gabungan fakta dan opini yang ditulis dengan gaya Bahasa sastra layaknya cerpen atau novel, foto dan video bernilai *human interest* termasuk kategori feature.

### 2.1.9 Fungsi Media Massa

Adapun fungsi media massa yang diantaranya yaitu:

1. Sebagai pengambilan keputusan dan berperan dalam menghantarkan informasi untuk mengambil keputusan.
2. Sebagai bahan untuk diskusi, memperjelas permasalahan yang dihadapi serta menyajikan pesan-pesan para masyarakat.
3. Sebagai pemberi informasi kepada masyarakat umum secara tepat waktu.
4. Sebagai pemberi pendidikan kepada masyarakat melewati beragam macam informasi.

#### **2.1.10 Efek Media Massa**

Media massa merupakan satu komponen yang penting dalam rangkaian komunikasi massa. audience merupakan salah satu persoalan yang berkaitan dengan efek media massa. berikut efek yang ditimbulkan media massa yang berkaitan dengan isi media massa yang mempengaruhi audience atau penonton.

##### **1. Efek media yang bersifat *low-taste content***

Menurut Djalil dalam (Hasim, 2012:5) *low-taste content* adalah perilaku negative yang berupa rusaknya perilaku dan moral dikalangan individu khalayak. Perilaku tersebut dapat terjadi karena jenis tayangan pada media, salah satu tayangan *low-taste content* adalah acara *smeckdown* yang ditayangkan disalah satu televisi dan banyak ditonton semua kalangan dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal itu menimbulkan banyak kekhawatiran karena banyak menimbulkan efek kekerasan dan korban tewas pada anak-anak. Banyak pihak yang menilai demikian oleh karena itu tayangan tersebut dihentikan. Menurut Nugroho (dalam Hasyim, 2012:5) mengatakan bahwa efek kekerasan pada media massa juga berasal dari sinetron, iklan, dan berita yang ditayangkan di televisi. Menurut hasil penelitian KPI 50% berasal dari sinetron, 30% berasal dari berita kriminal

pada acara busur, sergap, sidik dan brutal, sedangkan 20% berasal dari iklan.

## 2. Efek media yang bersifat *High-taste content*

*Hight taste content* adalah tayangan yang bersifat positif, artinya tayangan dapat memberikan pengaruh yang baik bagi penontonnya. Contoh tayangan yang high contest adalah tayangan musik, drama canggih dan diskusi politik yang dapat memberikan edukasi dan informasi.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa efek media massa memiliki pengaruh yang sangat besar bagi audience atau penontonnya. Efek media massa disini berasal dari isi atau content yang ditayangkan oleh media, sehingga penonton harus pintar memilih tayangan yang *high-taste content* agar tidak terkena dampak negative dari efek media massa.

### 2.1.11 **Penyiaran**

Penyiaran atau broadcasting adalah keseluruhan proses penyampaian transmisi di satu lokasi, dimulai dengan penyiapan bahan-bahan produksi, kemudian proses produksi, materi siaran, penyiaran dan penerimaan sebuah siaran tersebut oleh pendengar atau pemirsa (Fachruddin, 2016).

Pada pasal 1 ayat 2 dalam ketentuan umum Undang-Undang No 32 tahun 2002 tentang penyiaran, memberikan definisi khusus penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar/media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. (Hidajanto Jamal & Andi Fachruddin, 2013:44).

Berdasarkan menurut para ahli diatas, penyiaran merupakan kegiatan penyelenggara siaran dalam bentuk audio atau visual gambar, baik melalui udara maupun kabel yang dapat diterima oleh pesawat penerima di rumah-rumah.

### **2.1.12 Lembaga Penyiaran**

Dalam UU No.32 Tahun 2002, Lembaga Penyiaran adalah 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-peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **1. Lembaga Penyiaran Publik**

Berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara, bersifat independent, tidak komersil, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Lembaga Penyiaran Publik terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun pusatnya berada di ibukota Negara. Di daerah provinsi, kabupaten atau kota dapat didirikan stasiun penyiaran public local.

#### **2. Lembaga Penyiaran Swasta**

Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa Lembaga penyiaran swasta adalah Lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Bersifat komersial berarti stasiun swasta didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha sah lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

#### **3. Lembaga Penyiaran Komunitas**

Berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independent dan tidak komersial dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Komunitas adalah sekumpulan orang yang bertempat tinggal atau berdomisili dan berinteraksi di wilayah tertentu.

Lembaga penyiaran Komunitas merupakan Lembaga nonpartisan yang didirikan oleh warga negara Indonesia dan berbentuk badan hukum koperasi atau perkumpulan dengan seluruh modal usahanya berasal dari anggota komunitas. Stasiun komunitas didirikan dengan modal awal yang diperoleh dari kontribusi komunitasnya yang berasal dari tiga orang atau lebih, selanjutnya menjadi milik komunitas. Stasiun ini dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lainnya yang sah dan tidak mengikat.

### 2.1.13 Media Penyiaran

Menurut PP No. 12 tahun 2005 tentang PP RRI dan UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran jenis-jenis media penyiaran terbagi menurut format siaran, sumber pendanaan, wilayah cakupan layanannya, fungsinya dalam jaringan, menurut kelas dalam jaringan nasional.

#### 1. Format Siaran

Berdasarkan jenis program yang disajikan setiap harinya (*rundown*) yang biasanya dirancang dalam satu tahun anggarannya yakni :

- A. Media penyiaran pendidikan, yang mempunyai program tetap intruksional olahraga, tata boga, dan tata busana. Di samping itu, jenis program lainnya, yaitu dengan topik iptek (ilmu pengetahuan dan teknologi), kebudayaan, kewilayahan.
- B. Media penyiaran berita, yang mempunyai format siaran berita dengan beberapa aspeknya, seperti *headline news*, *breaking news*, berita tetap (siang dan malam), wawancara eksklusif, laporan investigasi, ulasan ekonomi/politik.
- C. Media penyiaran hiburan, yang menyiarkan segala bentuk entertaint seperti pagelaran music, sulap pagelaran pemberian award.

D. Media penyiaran umum, yang menyiarkan semua format yang mungkin.

## 2. Sumber Pendanaan

Berdasarkan asal perolehan dana yang digunakan penyelenggaraan penyiar :

- A. Media penyiaran publik, yang mendapatkan seluruh pendanaan atau sebagian operasionalnya dari pemerintah.
- B. Media penyiaran swasta, yang mendapatkan dana secara swadaya melalui pendayagunaan potensi periklanan.
- C. Media penyiaran komunitas, yang memperoleh dana secara swadaya dari kalangan komunitasnya.

## 3. Wilayah cakupan layanan

Berdasarkan luas wilayah yang dapat menangkap siaran stasiun penyiaran tersebut yakni :

- A. Media penyiaran lokal, yang mempunyai wilayah siaran hanya sebatas wilayah perkotaan, misalnya siaran radio FM.
- B. Media penyiaran regional, yang mempunyai wilayah siaran sampai melintasi wilayah satu perkotaan, misalnya siaran radio MW.
- C. Media penyiaran nasional, yang mempunyai wilayah siaran secara nasional, misalnya RRI dengan siaran dari stasiun pusat Jakarta.
- D. Media penyiaran internasional, yang mempunyai wilayah siaran secara internasional seperti RRI siaran luar negeri (VOI, *Voice of Indonesia*), BBC, ABC.

### 2.1.14 Televisi

Dalam Bahasa Yunani “*Tele*” berarti jauh sedangkan “*Vision*” berarti gambar, makna kata “Televisi” diambil dari kalimat tersebut. Sejak didirikan pada 1984, televisi telah berkembang menjadi penemuan yang mengubah dunia. Hal itu ditunjukkan dengan semakin

bertambahnya jumlah penonton televisi, serta semakin majunya teknologi televisi (Ibrahim, 2016:45).

Televisi di definisikan sebagai media massa elektronik yang mampu memancarkan suara dan gambar, serta merupakan replikasi suara dan gambar yang disiarkan oleh gelombang elektronik dan diterima oleh pemirsa di rumah. Inilah sebabnya mengapa televisi sangat populer di kalangan masyarakat umum (Prasetyaningrum, 2013:15).

Di Indonesia pada saat ini, televisi adalah teknologi yang dapat ditemukan di hampir setiap rumah. Televisi adalah ciptaan pasar massal yang berkembang dari tahun ke tahun, istilah “Televisi diciptakan oleh Constatin Perskyl” dari rusia pada tahun 1900, dan teknologinya masih berkembang hingga saat ini. Televisi secara luas dianggap sebagai bentuk komunikasi massa yang paling ideal untuk menyampaikan informasi melalui audio dan video. Selain itu, karena informasi yang disampaikan televisi terdengar jelas dalam bentuk audio dan video, maka sangat mudah untuk dipahami (Karimah, 2012:2).

Berdasarkan menurut para ahli diatas, televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual) yang dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan oleh televisi tetapi juga sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar yang dilihat tersebut.

#### **2.1.15 Program Televisi**

Berbicara soal televisi, tentunya tak luput dari program-program acaranya. Program acara televisi adalah tayangan yang ditayangkan di stasiun televisi. Untuk menghasilkan program acara yang berkualitas tinggi dan disukai oleh pemirsa, format program acara televisi ditentukan terlebih dahulu (Ibrahim, 2016:45).

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak. Pada dasarnya apa saja yang bisa di

jadikan program untuk tayangan di televisi selama program itu menarik dan disukai audience, dan selama tidak bertentangan dengan kesesuaian, hukum dan peraturan yang berlaku (Morissan, 2013:17).

Berdasarkan menurut para ahli diatas, program televisi adalah bahwa setiap program harus memiliki sisi menarik dari setiap tayangannya, agar khalayak atau penonton tetap mengikuti program yang telah penulis buat. Serta menanamkan pesan moral yang baik, tidak bertentangan dengan hukum dan peraturan bagi khalayak atau penonton.

#### **2.1.16 Jenis Program Televisi**

Program informasi terbagi menjadi Berita keras (*Hard News*), Berita ringan (*Soft News*), Feature, Infotainment, Berita Lunak, Dokumenter dan Talkshow.

1. Berita keras (*Hard News*) adalah segala informasi penting/menarik yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Peran televisi sebagai sumber utama *hard news* bagi masyarakat cenderung untuk terus meningkat. Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja (misalnya *breaking news*) hingga program berita yang berdurasi 30 menit, bahkan satu jam.
2. *Straight News* berarti berita “langsung”, maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H (*Who, What, Where, Why, dan How*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audience.
3. *Feature* adalah berita ringan namun menarik, tidak terikat dengan waktu (*timeless*). *Feature* yang mengangkat *human*

- interest* atau hal-hal yang dianggap menarik, bermanfaat dan mendatangkan rasa simpati dan perlu diketahui masyarakat lain.
4. Berita lunak (*Soft News*) adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (indepth) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk katagori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita. Program yang termasuk ke dalam katagori berita lunak ini adalah *Current affair*, *magazine*, *documenter*, dan *talkshow*.

### 2.1.17 Penyiar

Menurut Boyd (dalam Baksin, 2009:159) seorang penyiar harus memiliki kredibilitas, otoritas, kejernihan dan kejelasan volume suara, berkepribadian kuat, profesionalisme yang tinggi, komunikatif serta penampilan yang prima. Ia juga menyebutkan seorang news anchor sebagai pribadi yang kuat dan berotoritas serta memiliki pengalaman, kharisma, dan kontrol emosi yang baik.

Menurut (Morissan, 2008:47), presenter adalah orang yang tampil di depan kamera dan membacakan berita dari studio atau orang yang membawakan segala jenis program televisi dari studio. Presenter dalam menyajikan berita dengan makna serius, formal, dan pembawaan beribawa.

Pembawa acara (*host*), pembawa berita (presenter) atau sering juga disebut dengan *anchor*, menjadi citra dari stasiun televisi. Banyak orang yang lebih suka memilih program informasi pada stasiun televisi tertentu karena alasan pembawa acaranya. Suatu hasil survey yang pernah penulis terima, menunjukkan alasan penonton memilih suatu program berita karena presenternya memiliki penampilan yang menarik. Salah satu alasan utama mengapa orang lebih suka mengikuti program berita yang satu dibanding berita yang lain ialah karena penyiarinya. Kredibilitas

presenter dapat menjadi asset penting suatu stasiun televisi. Di negara maju, memilih penyiar berita adalah sama pentingnya dengan memilih acara yang akan diproduksi.

Lebih lanjut, Rahman (2016:25) menyebutkan ada tujuh peran penyiar yang harus diterapkan pada media televisi, Pertama *Personality* presenter harus tampil di layar dengan mengesankan dan meyakinkan pemirsanya, menjadi pribadi dengan pekerti yang tegas, berwibawa tapi menyenangkan (*firm, assertive but pleasant personality*).

Kedua, Suara dan Tata Wicara, presenter tv harus memiliki suara (*voice*) yang berkualitas, bulat dengan suara yang jernih dan nada yang rendah, stabil serta meyakinkan.

Ketiga, Penampilan Fisik, seorang penyiar tidak hanya suaranya saja yang harus diperhatikan tetapi dituntut pula penampilan fisik yang layak dipandang. Adapun wajah yang ideal untuk penampilan televisi adalah wajah dengan bentuk dan raut wajah rapih dan proporsional, ramah dan menyenangkan.

Keempat, Edukasi dan Pengalaman, menjadi seorang penyiar setidaknya memiliki intelektualitas yang setara, dilengkapi wawasan dan pengetahuan yang luas.

Kelima, Kesehatan, Kebugaran dan Daya Tahan, dalam menjalankan pekerjaannya sesuai jadwal seorang penyiar harus siap bertugas kapanpun. Pada dini hari maupun tengah malam, distudio ataupun diluar studio serta dalam kondisi cuaca apapun.

Keenam, Penguasaan Teknik Menyiar, seorang penyiar tidak hanya teknik performa televisi yang harus dikuasai, melainkan harus mempunyai pemahan dengan kode etik jurnalistik, undang-undang pers dan 9 elemen jurnalistik.

Ketujuh, Teknik Berkomunikasi, seorang penyiar harus mampu berbicara di depan lensa kamera, yang merupakan representasi pemirsa sebagai lawan bicara.

Dari penjelasan tersebut diketahui presenter orang yang pertama berbicara dalam suatu acara, yang harus mampu menciptakan suasana akrab, tertib, dan semarak. Dalam hal ini presenter adalah unsur terpenting dalam jalannya sebuah program televisi. Berhasil atau tidaknya suatu program tergantung dari bagaimana presenter menguasai dan menyatu dengan program yang dibawakannya terlebih juga dengan pemirsa.

#### **2.1.18 Peran**

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal di atas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang ditetapkan sebelumnya disebut sebagai 30 peranan normatif. Sebagai peran normatif dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total enforcement, yaitu penegakan hukum secara penuh (Soerjono Soekanto, 2012).

Dalam hal ini kepribadian seseorang juga mempengaruhi bagaimana peran itu harus di jalankan. Peran yang di mainkan hakekatnya tidak ada perbedaan, baik yang dimainkan/diperankan oleh pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawah akan mempunyai peran yang sama bila ia menduduki peran tertentu. Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

### 2.1.19 Teori Peran

Teori peran (*role theory*) adalah teori yang merupakan perpaduan dari berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Selain itu, peran atau *role*, Bruce J. Cohen, 2009 (dalam Soerjono Soekanto, 2012) memiliki beberapa bagian, yaitu:

1. Peranan nyata (*anacted role*) adalah suatu cara yang betul-betul di jalankan seseorang dalam menjalankan suatu peranan.
2. Peranan yang di anjurkan (*prescribed role*) adalah cara yang di harapkan masyarakat dari kita dalam menjalankan peranan tertentu.
3. Konflik peranan (*role conflict*) adalah suatu kondisi yang dialami seseorang yang menduduki suatu status atau lebih yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain.
4. Kesenjangan peranan (*role distance*) adalah pelaksanaan peranan secara emosional.
5. Kegagalan peran (*role failure*) adalah kegagalan seseorang dalam menjalankan peranan tertentu.
6. Model peranan (*role model*) adalah seseorang yang tingkah lakunya kita contoh, tiru, ikuti.
7. Rangkaian atau lingkup peranan (*role set*) adalah hubungan seseorang dengan individu lainnya pada saat dia sedang menjalankan perannya.
8. Ketegangan peranan (*role strain*) adalah kondisi yang timbul bila seseorang mengalami kesulitan dalam memenuhi harapan atau tujuan peranan yang dijalankan dikarenakan adanya ketidakserasian yang bertentangan satu sama lain.

### 2.1.20 Podcast

(Efi, Yudhapramesti & Aristi, 2017:153) menyebutkan podcast dapat di dengarkan dengan segala suasana, karena memiliki banyak kriteria dalam isi sebuah rekaman audio yang diunggah dalam podcast. Terdapat beberapa platform yang mendukung tersedianya podcast, seperti:

- A. *iTunes*
- B. *Stitcher*
- C. *Google Play*
- D. *Spotify*

Dari empat ruang tersebut, *Spotify* memiliki ruang paling sering dikunjungi pendengar podcast. *Spotify* memberikan kategori tersendiri untuk menampung berbagai jenis podcast. Hal ini memudahkan pendengar untuk memilih sesuai dengan suasana yang sedang terjadi. Di dalam kategori yang disediakan oleh *Spotify* masih menampilkan detail dari sub-kategorinya seperti, *Stories Podcast*, *True Crime Podcast*, *News & Politics Podcast*, *Comedy Podcast*, *Sports & Recreation Podcast*, *Society & Culture Podcast*, *Educational Podcast*, *Life & Health Podcast*, *Business & Technology Podcast*, *Arts & Entertainment*, *Music Podcast*, *Games Podcast*. Sub-kategori ini sangat menggambarkan jumlah keragaman tipikal dan tema dari konten creator podcast.

Lebih lanjut Philips (2017:7) menyebutkan podcast merupakan file audio digital yang dibuat dan kemudian diunggah ke platform online untuk dibagikan dengan orang lain. Podcast mengacu pada distribusi file audio dalam format digital.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan podcast merupakan sebuah audio digital yang dapat diunggah ke platform online untuk dibagikan ke orang lain secara gratis maupun

berlangganan. Isinya berupa rekaman audio visual yang mampu menarik perhatian orang untuk menikmatinya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

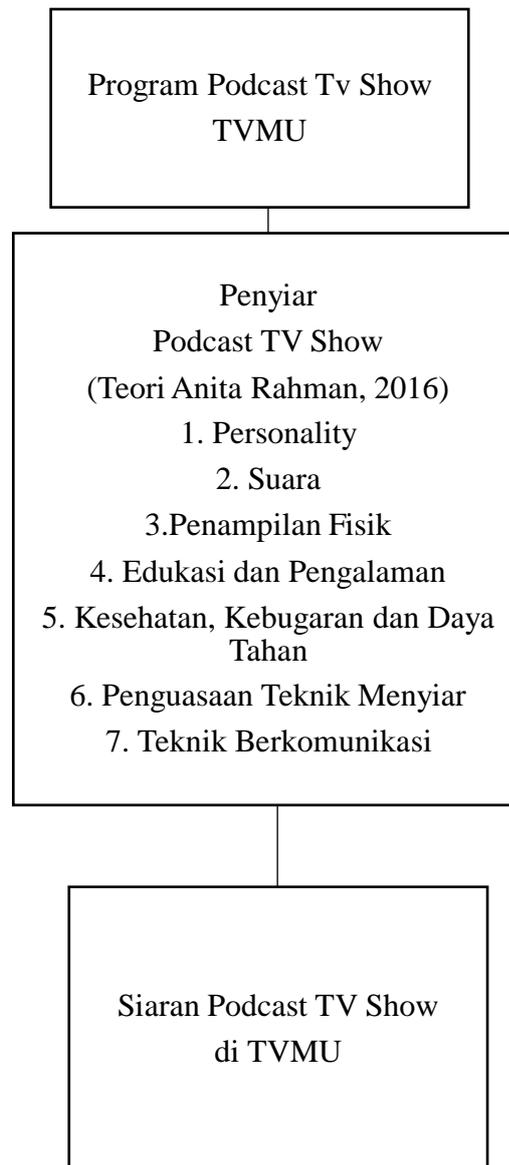
Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun & Judul	Persamaan	Terdahulu	Sekarang
1.	Yogi Arya Fardhani (2017), Strategi Radio Muara AM dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar	Menggunakan teori POAC, dengan metode penelitian Kualitatif Deskriptif	Strategi Radio Muara AM dalam meningkatkan kualitas penyiar	Peran penyiar dalam program podcast tv show di TV Muhammadiyah
2.	Mardhiyah Gina (2017), Strategi Komunikasi Persuasif acara “Berpacu Dalam Melodi” di Net TV	Menggunakan teori komunikasi, strategi komunikasi persuasive, retorika dan pembawa acara	Mengetahui teknik komunikasi persuasif yang digunakan pembawa acara David Bayu dalam acara “Berpacu dalam Melodi” di Net TV	Peran penyiar dalam program podcast tv show di TV Muhammadiyah
3.	Septi Ingrid Wulandari (2019), Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kompetensi Penyiar Radio FM Makassar	Menggunakan teori S-O-R dengan metode penelitian Kualitatif Deskriptif	Strategi komunikasi dalam meningkatkan kompetensi penyiar radio venus yaitu, dengan menentukan sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, peran komunikator dalam komunikasi	Peran penyiar dalam program podcast tv show di TV Muhammadiyah

4.	Novita Sari Devi (2016), Teknik Komunikasi Najwa Shihab dalam acara Mata Najwa di Metro TV	Metode penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif komunikatif Kualitatif	Melakukan wawancara menggunakan teknik komunikasi persuasif, namun teknik komunikasi yang lain seperti instruktif	Peran penyiar dalam program podcast tv show di TV Muhammadiyah
----	--	--	---	--

Pada penelitian pertama membahas tentang ‘Strategi Radio Muara AM dalam meningkatkan Kualitas Penyiar’, penelitian kedua membahas tentang ‘Strategi Komunikasi Persuasif acara Berpacu Dalam Melodi di Net TV’, pada penelitian ketiga ‘Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kompetensi Penyiar Radio FM Makassar’, penelitian keempat membahas tentang ‘Teknik Komunikasi Najwa Shihab dalam acara Mata Najwa di Metro TV’. Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu bertujuan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi penyiar di TV Muhammadiyah dan TV lain. Dengan demikian juga peneliti agar bisa membedakan penyiar televisi satu dengan televisi lainnya, sebagaimana yang kita ketahui bahwa gaya penyampaian berita, Bahasa tubuh, dan pakaian sangat mencerminkan gaya komunikasi penyiar.

### 2.3 Kerangka Konsep



Bagan 2.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian ini mengenai tujuh konsep yang akan memberikan penjelasan teori dari Anita Rahman yang dilakukan oleh tv Muhammadiyah pada program Podcast tv show di tvMu. Untuk memahami lebih jauh peran penyiar dalam program podcast tv show di tvMu, peneliti menjabarkan beberapa kerangka konsep agar terfokus pada tema penelitian yang dilakukan. Fungsi dari kerangka konsep disini untuk menjadi pengarah dan pembanding dalam menganalisis masalah penelitian.