

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media komunikasi telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Media adalah *channel* atau saluran yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan (Morissan, 2018:13). Komunikasi adalah proses yang menyangkut hubungan manusia satu dengan manusia lain di lingkungan sekitarnya. Tanpa adanya komunikasi, manusia terpisah dari lingkungan. Tanpa lingkungan, komunikasi menjadi kegiatan yang tidak relevan. Manusia berkomunikasi karena perlu mengadakan hubungan dengan lingkungan sosialnya. Seseorang yang berkomunikasi memerlukan media komunikasi untuk bisa menyambungkan antara manusia satu dan lainnya. Media komunikasi ialah sebuah sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, mendistribusikan, atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat (Suryanto, 2015:185).

Salah satu media massa yang tetap bertahan di tengah kemajuan teknologi saat ini ialah radio. Radio adalah alat elektronik yang digunakan sebagai media komunikasi dan informasi. Radio hanya dapat memberikan rangsangan audio (pendengaran). Melalui radio, orang dapat mendengar siaran tentang peristiwa, kejadian penting dan baru, masalah dalam kehidupan serta acara hiburan yang menyenangkan.

Secara sederhana, bentuk radio dibagi dalam dua bagian besar yaitu sebagai alat penerima informasi dan pemberi informasi (Suryanto, 2015:189). Radio juga mempunyai keistimewaannya sendiri dibanding dengan media massa lainnya. Sampai saat ini, radio masih dikonsumsi oleh khalayak karena karakteristiknya yang bersifat *mobile, flexible, personal, murah dan theater of mind* (Astuti, 2013:39).

Selain membutuhkan hiburan, pendengar juga membutuhkan informasi aktual. Karenanya akan sulit menemukan radio anti berita. Setidaknya acara pagi, lazimnya antara jam 6-8 pagi setiap radio menyajikan acara bernuansa *news* selain sajian lagu-lagu penyemangat. Penyiaran berita di radio tidak saja harus memperhatikan kode etik penyiaran tetapi juga harus menaati kode etik jurnalistik, seperti berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini, akurasi data, cek dan ricek, sumber berita, menghindari pornografi dan sara, dan penyampaian berita dengan nada netral, formal dan tidak tendesius (Romli, 2017:114).

Radio yang mampu menjalankan fungsi dan keunggulan merupakan radio yang bisa terus beroperasi dan sukses. Radio yang banyak menyiarkan informasi ialah radio yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Format informasi terbagi menjadi beberapa bagian yaitu dominasi berita dan dominasi perbincangan. Format yang ketiga ialah campuran dari dua format yang pertama yang dinamakan dengan *news talk* atau *talk news*. Dominasi berita terdiri dari berita lokal, regional, nasional dan internasional, laporan *feature*, analisis, komentar, dan editorial. Target pendengar dalam format dominasi berita ini adalah pendengar yang sudah berusia antara 25 hingga 54 tahun dan mempunyai jenjang pendidikan yang bagus. Berita radio

merupakan laporan informasi atas sebuah kejadian atau peristiwa yang penting dan menarik. Berita radio sepatutnya merupakan informasi yang bisa menarik sebanyak mungkin pendengar radio bersangkutan. Bila pendengar radio merupakan para eksekutif muda, tentu berita yang disiarkan terkait dengan informasi yang mereka inginkan seperti informasi seputar bisnis, peraturan ekonomi terbaru dan lainnya (Morissan, 2018:235).

Seperti salah satu radio yang berada di Bekasi yaitu radio Dakta 107 FM yang sampai saat ini diminati oleh masyarakat atau pendengar di Bekasi karena memberikan perhatian dan pelayanan terkait apa yang dibutuhkan oleh para pendengar.

Berawal dari kompetitifnya persaingan dalam merebut *audience* tetap dan menjadi sumber informasi yang praktis dan terjangkau. Setiap stasiun radio mempunyai ciri khasnya tersendiri, seperti radio Dakta yang mempunyai ciri khas menyiarkan berita yang sesuai dengan mottonya yaitu bijak berdialog, cerdas berinformasi. Walaupun radio Dakta Bekasi dianggap menguasai segmentasi namun dalam realisasinya belum tentu bisa sepenuhnya memenuhi informasi kepada pendengar, hal tersebut karena faktor persaingan antar radio lainnya di Bekasi yaitu radio Elangga Bekasi di frekuensi 100.3 FM yang mempunyai jumlah total pendengar 2 jutaan. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi radio Dakta untuk memenuhi informasi kepada para pendengar, melihat dari jumlah pendengar yang sangat berbeda tipis. Namun, dari persaingan ketiga radio di Bekasi tersebut radio Dakta merupakan radio yang presentasinya paling tinggi dalam menyiarkan jenis informasi sebanyak 60%. Radio

Dakta merupakan radio yang turut berperan aktif dalam bekerjasama dengan Pemerintah serta instansi lainnya untuk menyajikan berbagai informasi penting dan *ter-uptodate*.

Terciptanya manajemen penyiaran berita yang baik dalam suatu organisasi tidak terlepas dari bagaimana manajemen dan para karyawan saling berinteraksi dalam menjalankan roda organisasi, sehingga mampu mempertahankan apa yang sudah menjadi tujuan utama dalam pencapaian kejayaan dalam perusahaan atau organisasi itu sendiri (Dalem, Lay, 2019). Proses penyiaran berita di radio tidak terlepas dari pelaksanaan manajemen media yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Karena pada dasarnya, manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan semakin sulit (Morissan, 2018:127). Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar, sebagai berikut :
 - a. Perencanaan dalam pencarian berita, penyusunan berita, pembagian berita, pelaksana penyiaran berita dan tujuan penyiaran berita di radio Dakta.
 - b. Pengorganisasian yang bertujuan dalam pengelompokkan kegiatan kerja dan perincian tugas pekerjaan di radio Dakta.
 - c. Pengarahan dan memberikan pengaruh dalam motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan di radio Dakta.
 - d. Pengawasan dalam evaluasi di radio Dakta.
2. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam manajemen penyiaran berita di radio Dakta Bekasi dalam pemenuhan informasi pendengar.

1.4 Signifikansi Penelitian

a. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi pengayaan khasanah ilmu komunikasi khususnya manajemen penyiaran berita di radio. Dalam konteks yang spesifik ialah mendapatkan pengetahuan bagaimana radio melaksanakan manajemen penyiaran berita dalam pemenuhan informasi.

b. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan dan program yang telah dilaksanakan, menjadi bahan masukkan kepada media massa (radio), khususnya pada instansi radio Dakta Bekasi dalam melaksanakan manajemen penyiaran berita dalam pemenuhan informasi.