

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya arus informasi, media massa memiliki peranan yang sangat vital. Salah satu fungsi dari media massa, yaitu memberikan informasi (pesan) kepada khalayak.

Sebagai sarana komunikasi, efek yang ditimbulkan oleh media massa seringkali mempengaruhi khalayak. Steven H. Chaffe (Rakhmat, 1996 : 220) mengungkapkan efek dari media massa, yaitu efek ekonomis, efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, efek pada penyaluran atau penghilangan perasaan tertentu, dan efek pada perasaan orang terhadap media. Efek dari media massa ini berpengaruh terhadap sikap dan tindakan seseorang. Salah satu media massa yang mampu mempengaruhi khalayak adalah radio, sebagai media massa elektronik.

Menurut Soekarno (Tim Penelitian Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 1999 : 7) radio adalah alat untuk menyampaikan pernyataan umum (informasi) yang auditif melalui gelombang atau gelombang listrik frekuensi tinggi yang bekerja atas dasar prinsip getaran suara. Sebagai media massa elektronika, keberadaan sebuah radio tidak menuntut persyaratan yang kompleks karena hanya menuntut kemampuan mendengar tanpa menuntut kemampuan melihat ataupun membaca, seperti halnya media cetak ataupun televisi. Hal ini disebabkan, komunikasi radio bersifat auditif, yaitu terbatas pada rangkaian suara atau bunyi

yang hanya menerpa indera pendengaran (Munthe, 1996 : 12). Oleh karena itu, penyampaian berbagai macam informasi kepada pendengar hanya melalui suara atau bunyi.

Effendi (1993 : 137 – 144) menyatakan bahwa radio memiliki kekuatan besar yang disebabkan oleh tiga faktor, yaitu (1) radio bersifat langsung. Pendengar dapat mengikuti suatu peristiwa pada saat peristiwa tersebut sedang berlangsung, (2) radio menembus jarak dan rintangan. Siaran radio dapat diterima di berbagai tempat, tergantung dari daya jangkau siar radio tersebut, (3) radio mengandung daya tarik. Daya tarik tersebut dipengaruhi oleh musik, kata – kata, dan efek suara.

Effendi (1993 : 145) menyatakan tulang punggung radio adalah musik. Orang mendengarkan radio terutama untuk mendengarkan musik sebagai hiburan. Tetapi, perkembangan terus berjalan seiring dengan arus informasi. Fungsi radio tidak hanya sebagai sarana hiburan saja, melainkan sebagai sarana informasi.

Radio siaran membutuhkan penyiar dalam menyampaikan informasi kepada khalayak pendengar. Penyiar radio tidak hanya bertugas menyampaikan informasi tetapi juga mampu melakukan ajakan, imbauan, menghibur, membentuk suasana, menimbulkan semangat, dengan mengandalkan kemampuan bicara (Bari, 1995 : 76).

Penyampaian informasi melalui radio haruslah benar – benar dapat disampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh si penerima informasi (khalayak pendengar). Penyampaian informasi di dalam sebuah radio

membutuhkan penyiar yang mampu menyampaikan pesan auditif kepada pendengar. Bari (1995:78) mengatakan bahwa seorang penyiar radio harus mempunyai kemampuan suara simpatik, berpengetahuan luas, kaya imajinasi, pandai memilih kata dan menyusun kalimat secara menarik, serta cepat mengantisipasi situasi. Oleh karena itu, boleh dikatakan juga bahwa penyiar merupakan salah satu tulang punggung sebuah radio yang memiliki tugas untuk mempengaruhi khalayak pendengar melalui informasi yang disampaikan

Pendengar radio adalah orang – orang yang memiliki keanekaragaman latar belakang, baik dari segi ekonomi, sosial, usia, pendidikan, budaya, dan lain – lain. Heterogenitas khalayak pendengar ini menyebabkan perbedaan selera. Perbedaan selera pendengar akan memberikan respon yang berbeda pula terhadap informasi yang disampaikan oleh penyiar. Hal ini disebabkan karena pendengar selektif terhadap informasi yang diterima. Setiap informasi yang diterima disesuaikan dengan karakteristik pribadinya. Dalam pengertian lain, khalayak pendengar akan memberikan perhatian terhadap informasi yang disampaikan, apabila sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan juga selernya. Kenyataan - kenyataan ini seringkali berpengaruh terhadap penilaian pendengar. Semakin baik khalayak pendengar menerima informasi (baik isi dari informasi maupun cara penyampaiannya) maka kemungkinan informasi dapat diterima. Penilaian terhadap informasi yang disampaikan penyiar akan berlanjut terhadap timbulnya rasa suka atau tidak suka pendengar terhadap penyiar.

Untuk menimbulkan rasa suka pendengar, penyiar radio harus mampu menempatkan diri sesuai dengan yang diinginkan oleh pendengar. Kesesuaian

penyiar dengan pendengar, akan berdampak positif terhadap hubungan diantara keduanya. Kesesuaian itu bisa berupa kesamaan sikap dengan pendengar. Sears dan kawan – kawan (1992 : 223) menyatakan bahwa kesamaan sikap akan menimbulkan rasa suka. Orang yang mempunyai kesamaan sikap dengan kita cenderung menyetujui gagasan kita dan mendukung keyakinan kita tentang kebenaran pandangan kita. Orang akan cenderung tidak menyukai orang lain yang berbeda dengannya ataupun yang menantang keyakinan – keyakinannya ataupun pandangan – pandangannya. Kesamaan ini merupakan modal dasar bagi individu untuk menciptakan hubungan yang lebih dalam.

Kesamaan yang dimiliki oleh penyiar dan pendengar radio, memungkinkan mereka menciptakan komunikasi dua arah yang intim. Komunikasi ini tidak hanya berisi hal – hal yang sifatnya umum saja, tetapi juga hal – hal yang sifatnya pribadi. Sehingga, terbentuk sikap saling percaya, terbuka dan ketergantungan diantara keduanya. Hubungan antara penyiar dan pendengar radio, akan berkembang menjadi hubungan yang mampu melibatkan emosi masing – masing. Hubungan seperti ini dapat dikatakan juga sebagai keintiman

Menurut Levinger dan Snoek (Breinstein, dkk, 1988 : 651) di dalam keintiman, masing – masing individu saling berbagi pengalaman dan informasi, bukan saja pada hal – hal yang sifatnya umum tetapi juga, hal – hal pribadi lainnya, seperti berbagi pengalaman hidup, keyakinan – keyakinan, pilihan – pilihan, tujuan dan filosofi hidup.

Dalam keintiman terdapat sikap empati, yaitu kemampuan untuk saling merasakan apa yang dirasakan oleh individu lain serta kemampuan untuk saling

memahami apa saja yang diharapkan dan apa saja yang tidak disukai oleh individu lain. Dalam keintiman, terdapat ketergantungan emosi yang kuat antara kedua belah pihak, layaknya hubungan saudara kandung (Tubbs dan Moss, 1994 : 225)

Ketergantungan emosi yang kuat di dalam keintiman dapat saja terjadi pada individu yang tidak memiliki hubungan saudara. Bahkan, keintiman dapat terjadi pada individu yang berbeda jenis kelaminnya, misalnya laki – laki dan perempuan, ataupun sebaliknya, yang berjenis kelamin sama. Kenyataan juga seringkali memperlihatkan bahwa keintiman terjadi pada individu – individu yang berbeda. Perbedaan itu dapat berupa perbedaan usia, suku ataupun yang lainnya. Hal ini jelas memperlihatkan bahwa keintiman dapat terjadi pada siapa saja, termasuk antara penyiar dengan pendengar yang lawan jenisnya berbeda sekalipun.

Hartfield (Tubbs dan Moss, 1994 : 225) menyatakan bahwa setiap orang dapat menciptakan keintiman. Untuk itu mereka harus mampu menerima diri mereka sendiri, mengetahui keintiman mereka untuk siapa dan juga untuk mengekspresikan diri mereka sendiri. Di samping itu, keintiman dapat juga dibentuk dengan mempelajari respon – respon dari orang lain, pada saat mereka bereaksi negatif terhadap apa yang kita katakan. Dengan mempelajari reaksi – reaksi negatif orang lain dari apa yang kita katakan, maka kita belajar mengenai perasaan dan emosi kita.

Keintiman tidak dapat terjadi begitu saja, melainkan suatu proses produksi yang harus dilakukan oleh kedua belah pihak yang saling berhubungan. Masing – masing pihak harus dapat menumbuhkan perasaan ikhlas dan menyenangkan, agar

keintiman dapat berjalan seperti yang diharapkan oleh kedua pihak, yaitu penyiar dan pendengar.

Penyiar selalu berusaha keras untuk dapat menciptakan keintiman dengan pendengar. Hal ini dipacu oleh siaran radio yang sifatnya personal dan akrab, sehingga keakraban antara penyiar dan pendengar seringkali terjadi. Oleh karena itu, cara atau teknik berkomunikasi penyiar kepada pendengarnya memiliki peranan yang sangat penting untuk menciptakan keintiman. Pada umumnya, cara berkomunikasi yang diterapkan dalam dunia radio adalah komunikasi persuasif. Apabila seorang penyiar tidak mampu menciptakan keintiman dengan pendengar, dapat saja disebabkan oleh teknik komunikasi persuasif penyiar yang kurang baik. Baik tidaknya komunikasi persuasif penyiar radio tergantung pada penilaian pendengar. Semakin baik penilaian pendengar terhadap komunikasi persuasif penyiar radio, maka penyiar tersebut memiliki kemampuan untuk menciptakan keintiman dengan pendengar.

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dirancang untuk meyakinkan orang bahwa pendapat kita tepat dan berusaha membujuk mereka agar mengubah pendapat mereka sendiri searah dengan pendapat kita (Sears, dkk, 1992 : 172). Seorang penyiar dengan komunikasi persuasif yang baik, akan mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada pendengar. Mereka akan mampu meyakinkan orang lain, bahwa sesuatu itu baik, buruk, salah, benar dan sebagainya. Hal terpenting dari komunikasi persuasif adalah perubahan sikap.

Penyiar diharapkan mampu membuat pendengar mengikuti pesan yang disampaikan. Untuk itu, penyiar sebagai seorang komunikator diharapkan mampu

menunjukkan alasan – alasan yang meyakinkan seorang pendengar (komunikan), bahwa pesan tersebut benar. Penyiar harus mampu meyakinkan pendengar, bahwa perubahan sikap itu perlu. Dari sini akan muncul pro dan kontra terhadap pesan yang disampaikan, tetapi, komunikator dituntut untuk dapat menunjukkan bahwa pesan yang disampaikannya benar dan mendapat dukungan banyak orang.

Untuk dapat menciptakan perubahan sikap dari pendengar, penyiar sebagai seorang komunikator juga dituntut dapat merancang pesan – pesan persuasif yang sulit untuk ditolak secara logika oleh komunikan. Komunikator juga harus mampu menyediakan alternatif lain apabila komunikan memutuskan untuk merubah sikap (Sears dkk, 1992 : 176). Hal ini kemungkinan dapat menyebabkan hubungan antara penyiar dan pendengar dapat berkembang lebih dalam lagi, karena pendengar memiliki kepercayaan terhadap penyiar. Kepercayaan dari pendengar dapat menjadi dasar bagi penyiar untuk menciptakan hubungan yang lebih dalam, yaitu keintiman dengan pendengar.

Pada penelitian ini, keintiman dilihat sebagai kecenderungan dan bukan keintiman sebagai perilaku sesungguhnya, ataupun sebagai tingkah laku itu sendiri. Kartono (1990 : 103) menyatakan kecenderungan sebagai sifat watak yang disposisional (ketetapan, takdir, bakat) yaitu bukan merupakan tingkah laku itu sendiri akan tetapi merupakan sesuatu yang memungkinkan timbulnya tingkah laku yang mengarah pada obyek tertentu. Hal ini lebih diperjelas oleh pendapat Fishbein dan Azjen (Ancok, 1987 : 2 - 3) sewaktu mengajukan teori pembentukan perilaku berdasarkan hubungan timbal balik antara keyakinan, sikap, dan kecenderungan individu, yaitu bahwa kecenderungan dikategorikan

dalam aspek konatif yang menunjukkan disposisi individu dalam berperilaku dan bertindak ketika berhadapan langsung dengan obyek.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **HUBUNGAN KOMUNIKASI PERSUASIF PENYIAR RADIO TERHADAP KECENDERUNGAN KEINTIMAN PENDENGAR.**

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan komunikasi persuasif penyiar radio dengan kecenderungan keintiman pendengar radio.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis, yaitu :

1. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah dapat memberikan sumbangan hasil penelitian bagi bidang psikologi komunikasi.
2. Manfaat praktis penelitian ini, diharapkan mampu memberikan masukan kepada praktisi – praktisi komunikasi dan para penyiar radio untuk kelancaran dalam menjalankan tugas.