

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar belakang

Ponorogo adalah salah satu Kabupaten yang masyarakatnya selalu mengikuti informasi yang disiarkan pada media apapun termasuk elektronik salah satunya adalah radio. Radio sebagai salah satu media informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, informasi tersebut berupa hiburan, berita seputar pendidikan, kesehatan, kerohanian dsb. Perkembangan radio khususnya di daerah Ponorogo cukup pesat, masyarakatnya masih menggunakan media radio untuk digunakan sebagai salah satu media informasi dan hiburan setiap harinya. Karena radio saat ini tidak hanya menyuguhkan hiburan lagu-lagu saja tapi juga menyampaikan informasi seputar kesehatan, berita seputar Ponorogo, hiburan, keagamaan, pendidikan, ekonomi, membahas tentang masalah apa saja yang sedang menjadi topik pembicaraan khalayak, dll. Boleh dibilang radio saat ini memiliki jangkauan yang lebih luas sarannya yaitu untuk semua kalangan, sehingga pendengarnya menjadi lebih cerdas dan tidak merasa bosan karena informasi yang disampaikan selalu update.

Periklanan merupakan sebuah komunikasi komersial dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk yang ditransmisikan kesuatu khalayak dimana targetnya sendiri melalui media yang bersifat missal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (surat langsung), reklame luar ruangan ataupun kendaraan umum. Dalam komunitas global, pesan-pesan periklanan dapat ditransmisikan

melalui media baru, khususnya internet. Saat ini suatu organisasi ataupun individu menggunakan iklan sebagai media untuk mempromosikan barang ataupun jasa, karena dirasa bila mana iklan tersebut menarik para pendengar ataupun khalayak pasti akan berminat untuk membeli serta menggunakan jasa yang ditawarkan dari iklan.

Radio Yasmaga Fm adalah salah satu radio yang ada di Ponorogo, radio tersebut tidak hanya menyuguhkan hiburan tapi juga menyuguhkan informasi seputar kesehatan. Radio Yasmaga sendiri juga merupakan salah satu distributor SoMan, dimana SoMan merupakan obat tetes yang mengandung 39 bahan alam seperti buah, rempah serta sayur. Karena mengandung bahan-bahan alami sehingga SoMan baik untuk tubuh apalagi bagi seseorang yang menderita penyakit, SoMan bisa membantu dalam proses penyembuhan penyakit yang diderita seseorang tersebut. Obat tetes SoMan dipercaya dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit seperti diabetes, asam urat, hipertensi, kolesterol dsb.

Masyarakat Ponorogo mulai tertarik untuk mengonsumsi obat tetes tersebut, dan seperti apa yang diiklankan setelah minum obat tetes SoMan habis 1-2 botol sudah terlihat perubahannya. SoMan memiliki slogan untuk menyakinkan konsumennya yaitu “SoMan, Sejatinya teman”, dimana SoMan merupakan pendamping obat yang dapat mempercepat membantu proses penyembuhan penyakit. Dalam penelitian kali ini penulis menganalisa iklan SoMan, karena jamu tetes SoMan dapat mempengaruhi para pendengarnya untuk membeli serta mengonsumsi SoMan itu sendiri.

Analisis framing juga mencermati strategi seleksi, penonjolan dan hubungan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah suatu pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif ataupun sudut pandang apa yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagaimana cerita ditonjolkan dan dihilangkan,serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Nugroho,Eriyanto,surdiasis, 1999: 21).

Dalam kesempatan kali ini penulis mengambil judul “**Analisis Framing Iklan Jamu Tetes Soman di Radio Yasmaga Fm Ponorogo Tahun 2017 (Model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki**”, dimana iklan SoMan sendiri akan di analisis dengan analisis framing model Zhongdang Pan dan Kosicki. Zhongdang Pan & Gerald M.Kosicki mendefinisikan framing sebagai sebuah ide yang berhubungan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata ataupun kalimat dalam teks secara keseluruhan. Framing berhubungan dengan makna, bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa sehingga dapat dilihat tanda yang muncul pada suatu teks (Alex Sobur, 2001:175).

Adapun iklan SoMan yang berisikan dialog akan di analisis pengemasan iklannya dengan model analisis framing menurut Zhongdang Pan dan Kosicki terbagi menjadi 4 (empat) yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Dalam iklan dialog tersebut diceritakan ada seorang ibu yang menuju sebuah apotik untuk membeli obat serta vitamin untuk daya tubuh, dengan

sigapnya seorang perempuan yang bernama Diana Rossa adalah seorang ahli gizi yang juga bertugas sebagai SPA (*SoMan Product Advaiser*) jamu tetes SoMan, Diana Rossa menjelaskan kepada ibu tersebut bawasanya SoMan itu bukanlah obat namun jamu yang berbentuk tetes yang bekerja dengan cara menyetatkan serta meregenerasi sel yang telah rusak sehingga membantu dalam pemulihan berbagai keluhan kesehatan. Contohnya, diabetes, hipertensi, kolesterol, dan penyakit lainnya. Diana Rossa juga menjelaskan SoMan bukanlah produk sembarangan, karena SoMan telah teruji klinis di Universitas Gajah Mada dan Labolatorium Saraswanti, sehingga ibu tersebut berkenan untuk mencoba jamu tetes SoMan. SoMan merupakan obat tetes yang mengandung berbagai macam buah, sayur, serta rempah yang baik untuk kesehatan manusia, serta baik untuk merangsang kembali sel-sel yang telah mati pada manusia.

Seperti kesaksian dari Yusuf Rudianto, yang dulunya merupakan penderita diabetes sekarang sudah bebas dari suntik insulin. Dua tahun lalu Yusuf merupakan seorang yang hidupnya tergantung dengan suntik insulin karena penyakit diabetes yang dideritanya. Sehari tiga kali suntikan setiap sebelum mengonsumsi makanan suntik insulin wajib dijalaninya. Kegiatan tersebut cukup mengganggu aktifitas sehari-harinya. Namun setelah setelah mengonsumsi SoMan tiga kali sehari masing-masing lima tetes yang dia peroleh dari atasannya, setelah sebulan kemudian dengan alat tester pribadi, Pak Yusuf memeriksa kadar gulanya hasilnya normal dan stabil. Seperti ungkapannya “ kondisi saya tetap sehat dan gula darah saya tetap normal dan stabil, sekarang gula darah saya tetap pada

kisaran 151-153 mg/dl” (<http://agen-soman.blogspot.co.id>, 16 Januari 2018, 17:09).

B. Rumusan masalah

- a. Bagaimana radio Yasmaga Fm membingkai iklan SoMan sehingga dapat menarik para pendengar?

C. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui radio Yasmaga Fm dalam membingkai iklan SoMan agar menarik minat para pendengar.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi perkembangan komunikasi media massa, serta dapat memberikan pandangan baru tentang analisis framing sebagai sebuah metode penelitian dalam analisis teks media.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi mahasiswa, dengan mengerjakan penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu pengalaman baru bagi penulis dalam menganalisis iklan dengan analisis framing model Zhongdang Pan dan Kosicki.
- b. Bagi Universitas, dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran untuk penelitian selanjutnya dalam menganalisis suatu iklan pada radio dengan menggunakan analisis framing.