

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 KAJIAN TEORI

2.1.1 Model komunikasi David K. Berlo

Dalam model komunikasi David K. Berlo, Unsur – unsur utama komunikasi terdiri atas SMCR, yakni Source(Sumber atau pengirim),Message(pesan atau informasi), Channel(Saluran dan media),dan Receiver(penerima). Di samping itu, terdapat tiga unsur lain, yaitu Feedback (tanggapan balik), efek, dan lingkungan.



Gambar : Model Komunikasi Berlo

A. SUMBER

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pengirim informasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang atau keompok, misalnya

partai , organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut komunikator, Source, sender atau encoder.

B. PESAN

Pesan adalah sesuatu (pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau Sumber Pesan Saluran dan media Penerima Efek Saluran dan media propaganda) yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui komunikasi. Pesan sering disebut Message, content, atau information.

C. SALURAN DAN MEDIA

Saluran komunikasi terdiri atas komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik. Media yang dimaksud disini adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima.

D. PENERIMA

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh pengirim. penerima bisa terdiri dari satu orang atau kelompok. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena menjadi sasaran dalam suatu komunikasi.

E. UMPAN BALIK

Umpan atau tanggapan balik merupakan respon atau reaksi yang diberikan oleh penerima. Dalam hal pesan belum sampai kepada

penerima, tanggapan balik dapat berasal dari media. Umpan balik bisa berupa data, pendapat, komentar atau saran.

F. PENGARUH/EFEK

Pengaruh/efek merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku.

G. LINGKUNGAN

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat berupa:

Lingkungan fisik (misalnya letak geografis dan jarak)

- Lingkungan sosial budaya (misalnya bahasa, adat-istiadat dan status sosial).
- Lingkungan psikologi (pertimbangan jiwa)
- Dimensi waktu (misalnya musim, pagi/ siang/ malam)

Setiap unsur tersebut saling bergantung satu sama lain dan memiliki peranan penting dalam membangun proses komunikasi. (Hafied Cangara, 2004:44)

2.1.2 MEDIA ONLINE

Media online merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media online terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer. Keunggulan media online adalah informasi bersifat *up to date*, *real time* dan *prakti*. *Up to date* karena media online melakukan upgrade informasi dari waktu ke waktu. *Real time* karena media online dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Praktis, karena media online dapat di akses dimana saja dan kapan saja sejauh di dukung teknologi internet (yunus, 2004 : 32).

Menurut Romeltea dalam www.romelteamedia.com menjabarkan definisi media online sebagai berikut:

1. Pengertian Umum Media Online

Pengertian Media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online.

2. Pengertian Khusus Media Online

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa—dalam bidang keilmuan komunikasi

massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media online sebagai berikut, “Media Online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet”.

Menurut Romli dalam buku tersebut, media online adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (printed media) – koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video. Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online–disebut juga cyber journalism didefinisikan wikipedia sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

Karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang

2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

2.1.3 BERITA LOKAL

jurnalisme radio dicirikan oleh kerja jurnalisme pada umumnya. Ada proses pengumpulan berita, produksi berita atau pengolahan fakta menjadi

bentuk bentuk berita dan penyiaran berita. Yang membedakan hanyalah medianya sehingga cara kerja pun menjadi spesifik dan khas.

J.B. wahyudi membagi karya produk radio menjadi dua pokok besar, yang masing masing memiliki kekhasan tersendiri dalam memperlakukan ide :

1. karya artistik, diproduksi dengan pendekatan artistik, berlandaskan fiksi atau fakta, yang dalam hal ini boleh di perlakukan sebagai fiksi. Contoh : sandiwara radio, berita, iklan.
2. Karya jurnalistik, diproduksi dengan pendekatan jurnalistik di ikat oleh kaidah, standar, hukum, dan kode etik jurnalistik bertitik tolak dari fakta, dramatisasi – demi objektivitas dan kesakralan fakta dijaga sebisa mungkin agar tidak membiaskan karyanya. Contoh berita, dokumenter, feature.

Andrew boyd (1994) dalam buku broadcast journalism: techniques of radio and tv news menyebutkan beberapa poin:

1. Proximity

Kedekatan adalah factor yang sangat penting. Pertanyaannya adalah sejauhmana berita itu bermakna bagi (pendengar) kita? Boyd menyatakan dengan baik *“huge problems for them are less important than small problem for us”* (“berkonsentrasi lah pada berita kecil, lokal dan penting bagi pendengar”)

2. Relevance

Kedekatan dan relevan itu satu paket. Berita yang tidak relevan dengan pendengar, tidak akan terpengaruh dalam kehidupan mereka, maka tidak penting bagi mereka.

3. Immediacy

news is only news while it is news. Tidak ada gunanya menyajikan berita basi, karena nyawa radio yang menyebabkan dirinya lebih unggul dibanding media komunikasi massa lainnya adalah factor kesegaran (immediacy).

4. Interest

Disesuaikan dengan kepentingan pendengar, lagi lagi masih satu paket dengan proximity dan relevan. Jika pendengar merasa beritanya tidak penting bagi dirinya, dengan segera mereka akan pindah saluran.

5. Drama

Berita yang mengandung unsur drama akan lebih disukai pendengar ketimbang informasi yang datar datar saja.

6. Entertainment

Unsur hiburan atau entertainment dalam dunia jurnalistik kerap di sisihkan, atau di bincangkan sembunyi - sembunyi karena dianggap mencemari sakralisme jurnalisme. Jangan sampai

berlebihan karena bisa menurunkan nilai beritanya. Atau, yang lebih gawat lagi merusak image radionya.

secara umum terdapat berbagai jenis format radio. Yang berikut ini adalah ekstrasi format berita radio dari Vivian (2006 :162-163)

1. Breaking news

Jenis berita yang paling tinggi beritanya, intinya adalah melaporkan sesuatu secepat cepatnya. Singkat, padat, akurat. Radio sebagai media elektronik mengalahkan media cetak dalam hal ini.

2. Headline service

Radio menjadi penyedia berita-berita pendek dalam format headline. Ini sesuai dengan karakteristik pendengar radio yang memang menginginkan segala sesuatu yang ringan dan tidak berat diserap oleh telinga.

3. All news

Segala macam berita disiarkan di stasiun radio.

4. News packages

Berita dalam format yang lebih panjang, disebut dengan feature radio. Isu yang diangkat lazimnya adalah berita-berita kategori soft news. Berita semacam ini, biarpun isu penting, memang tidak mengejar aktualisasi.

Boyd merinci sejumlah topik yang kerap diangkat dalam pemberitaan radio di sekitar kita (lokal) yaitu:

1. Gawat darurat (emergency)

Kecelakaan, tragedi, musibah, dan upaya penyelamatan sandera merupakan topik-topik hangat pemberitaan yang tergolong dalam emergency (gawat darurat).

2. Kriminalisasi

Dimanapun orang menyukai berita seputar kriminalitas. Mulai dari pencurian hingga tabrak lari dan pemerkosaan. Berita kriminalitas terdiri dari sejumlah kategori fase misalnya kecelakaan penangkapan, dan penampilan terdakwa di pengadilan.

3. Pemerintahan lokal dan internasional

Apapun kebijakan pemerintah pasti akan berdampak dalam kehidupan khalayak. Karena itu, pemerintah merupakan sumber berita yang penting.

4. Perencanaan dan pembangunan

Buka mata, dan lihat sekeliling kita. Adakah sesuatu baru yang tengah di upayakan oleh yang lain? Mal, sekolah, komplek perumahan, jalan – jalan, dan lain –lain merupakan contoh yang sering di tampilkan.

5. Konflik dan kontroversi

Berita berisi berupa perubahan peristiwa – peristiwa yang membentuk masyarakat kita dan mengubah cara hidup kita. Konflik adalah inti drama, ada pun drama kerap menimbulkan berita.

6. Pressure group

Kelompok pemekan, atau pressure group adalah orang-orang yang mengorganisasikan dirinya untuk memicu kontroversi. Tujuan utama kelompok semacam ini adalah menuntut perubahan, lewat provokasi maupun dengan cara berposisi.

7. Industry ketenaga kerjaan

Bukan perkembangan industrinya yang menarik, tapi isu ketenaga kerjaan yang menyertainya. Ketenaga kerjaan adalah bidang yang pelik, tapi menarik bagi siapa saja.

8. Kesehatan

Kesehatan adalah isu yang menarik bagi siapa saja. Kesehatan sebagai informasi penting bagi individu maupun masyarakat.

9. Human interest

Menurut Boyd a human interest story may be defined as an extraordinary thing that has happened to an ordinary person. (human interest adalah sebuah peristiwa “tak biasa” yang menimpa orang

orang “biasa”). Misalnya bagaimana seorang gelandangan jadi jutawan setelah memenangkan lotere.

10. Personalities

Personalities bisa berupa cerita tentang orang-orang yang istimewa : tamu Negara, atlet prestasi, kepala pemerintah, atau selebritas. pendek kata penting yang terkenal. Misalnya penting juga dilihat dan dianalisis sosoknya.

11. Sport

Olah raga termasuk topik yang sangat penting. Bukan hanya prestasi saja yang dapat dibicarakan, masih banyak yang lainnya seperti hasil pertandingan.

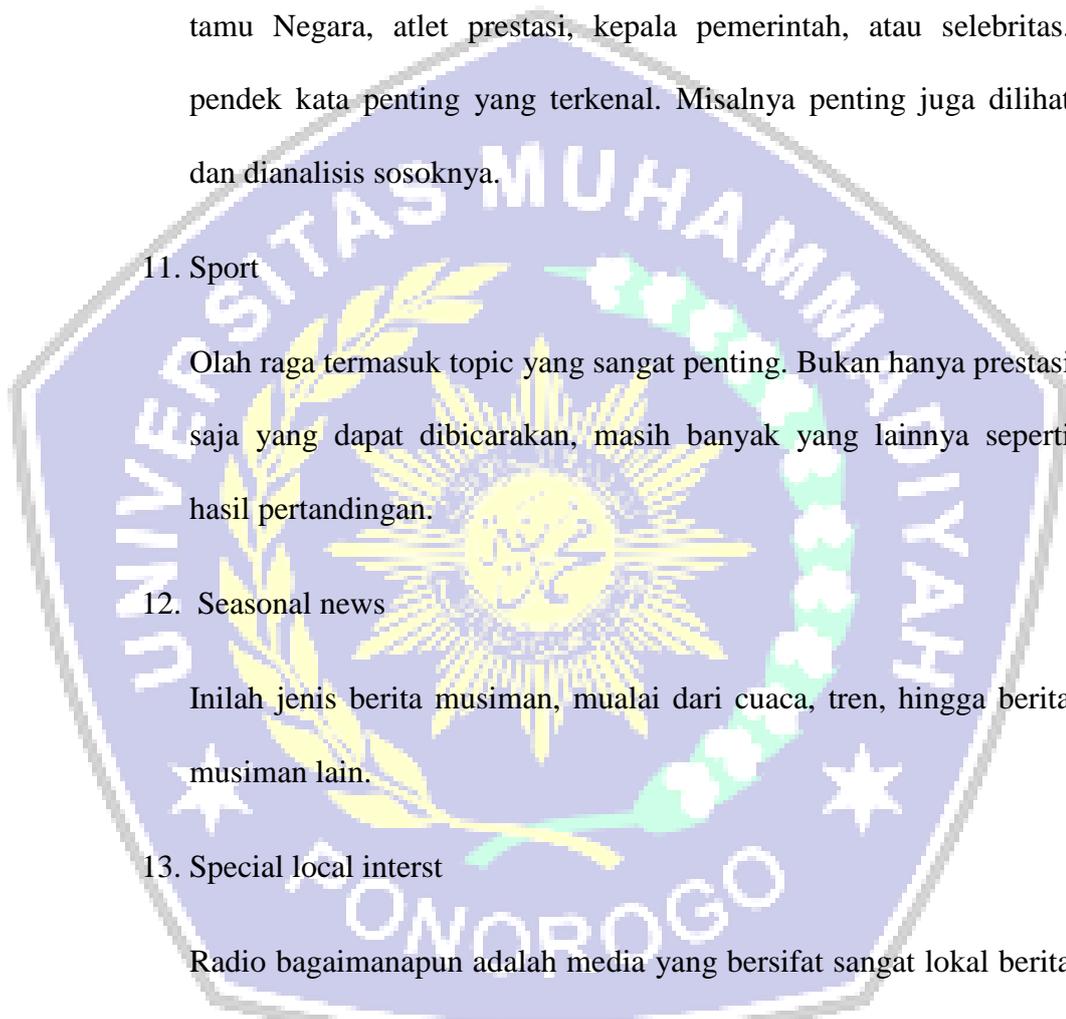
12. Seasonal news

Inilah jenis berita musiman, mulai dari cuaca, tren, hingga berita musiman lain.

13. Special local interest

Radio bagaimanapun adalah media yang bersifat sangat lokal berita - berita yang khas di wilayah tempat radio beroperasi layak mendapat porsi khusus.

14. Cuaca



Walaupun cuaca di Indonesia tak se ekstrem di eropa, amerika, atau Australia, namun kian hari semakin banyak saja orang yang membutuhkan ramalan cuaca.

15. Lalu lintas

Tidak ada yang bisa mengalahkan radio dalam hal menginformasikan info lalu lintas dengan cepat dan murah. Dan inilah jenis informasi yang kian banyak dibutuhkan di kota kota besar.

16. Hewan

Isunya bisa bermacam – macam. Mulai dari binatang pemeliharaan, satwa buas, hingga satwa langka. Topiknya juga beragam. Info kesehatan satwa, hingga binatang peliharaan, merupakan bagian dari gaya hidup.

Masih banyak topik lainnya. Namun, jika ada topik - topik lain yang tidak sempat tercakup disini, maka pertanyaannya adalah apakah berita tersebut memenuhi salah satu criteria berikut :

1. Relevan
2. Tragis
3. Tak lazim
4. Yang terakhir

5. Yang paling mahal
6. Segera
7. Menarik
8. Kontroversial
9. Yang pertama
10. Yang terbesar
11. Lucu dan ironi
12. Plus, berita ini mempengaruhi khalayak?
13. Plus, apakah berita ini berita lokal?

Produk jurnalisme radio sendiri cukup beragam. Sama halnya dengan media cetak, radio juga punya format soft news, feature, dokumentery, hingga chronicles.

2.1.4 SABA KOTA

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara di transmisikan secara serempak melalui gelombang radio udara. Tujuan awal mendirikan stasiun radio adalah untuk menjual pesawat radio sebanyak banyaknya.

Radio berformat alternatif kemudian beralih pada mpdern rock untuk meraih audiens yang lebih mudah, atau mengubah diri menjadi format hot

adult contemporary untuk meraih khalayak yang lebih dewasa (staubhaar & larose,2006:147)

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Di bandingkan dengan media massa lain, media radio memiliki karakteristik khas sebagai berikut :

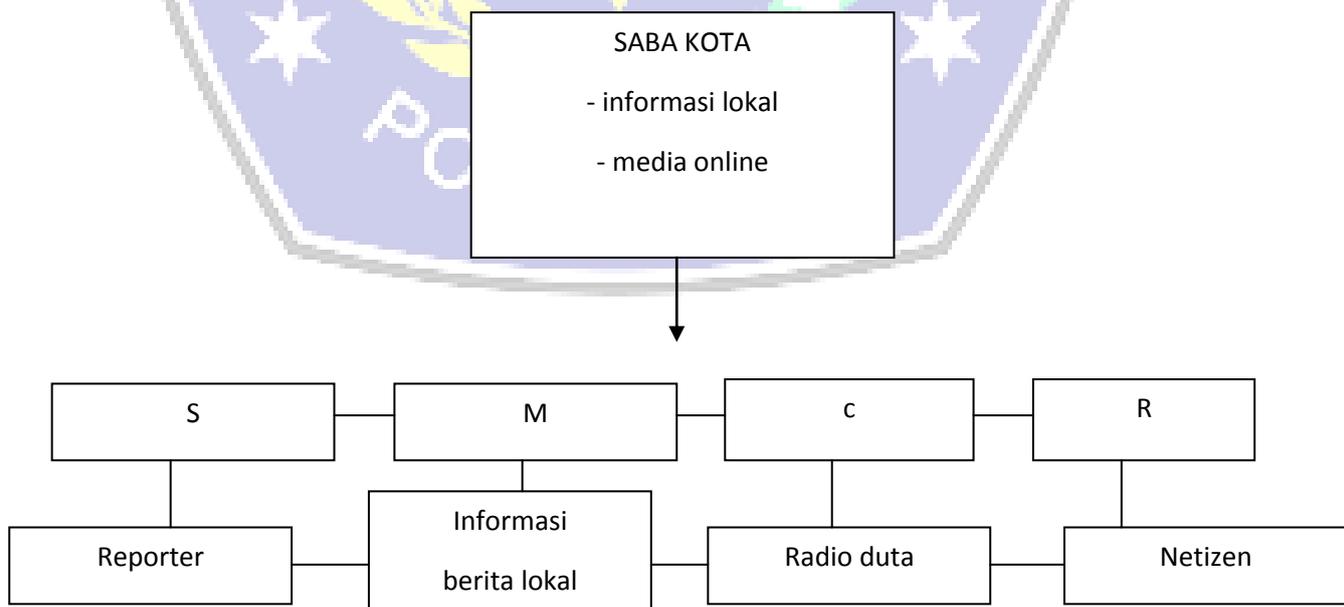
1. Auditori. Radio adalah “suara” untuk di dengar, karena isi siaran “bersifat sepiintas lalu” dan tidak dapat di ulang.
2. Transmisi. proses penyebaran atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancar (tranmisi)
3. Mengandung gangguan. Seperti timbul tenggelam (fading) dan gangguan teknis “chanel noise factor”
4. Thatre of mind. Radio mencipta gambar (makes pictures) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata suara.
5. Identik dengan music. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. (m. romli 2004 : 22-23)

Saba kota sendiri adalah progam berita yang memanfaatkan media online sebagai sarana informasi kepada masyarakat. Progam saba kota adalah progam berita lokal sekitar ponorogo. saba kota sendiri adalah progam yang dimiliki oleh salah satu radio di ponorogo 92,1 fm. Progam saba kota menginformasikan berita kecelakaan, bunuh diri, event dll.

Sasaran utama dari saba kota adalah semua kalangan dengan memberitakan dengan cepat program saba kota di inginkan kedepannya menjadi sarana informasi berita sekitar ponorogo dengan cepat dengan memanfaatkan fans/netizen dari radio duta nusantara sendiri. Walaupun baru dibuat 4 bulan tetapi sudah banyak respon dari masyarakat baik netizen di media online maupun informasi dari masyarakat yang pasif menjadi aktif melaporkan berita sekitar ponorogo dalam catatan setiap berita sebelum di publikasikan baik di radio maupun media online selalu dikonfirmasi dulu dengan saksi ataupun pihak berwenang di sekitar tempat kejadian.

2.2 KERANGKA PIKIR

Kerangka pikir merupakan bagian dalam menjelaskan bagaimana alur suatu penelitian. Sehingga kerangka pikir dapat digambarkan oleh peneliti sebagai berikut :



Gambar 1.2 : kerangka teori

Dari bagan di atas program saba kota terdapat dibagian atas karena bagian yang terpenting dengan tambahan informasi lokal dan media online sehingga peneliti menguraikan sebagai berikut :

1. Sumber (S) : bagaimana program saba kota mendapatkan berita.
2. Pesan (M) : bagaimana penyajian berita tersebut.
3. Saluran dan media (C) : apa media yang digunakan oleh program saba kota
4. Penerima (R) : bagaimana respon netizen dengan adanya program masyarakat.
5. Reporter : reporter yang mengirim pesan kepada penerima (netizen).
6. Informasi berita lokal : salah satu pesan yang di kirim oleh pihak informasi
7. Radio duta : sebagai pihak penyalur atau menginformasikan ke masyarakat
8. Netizen : sebagai penerima informasi lokal.