

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengaruh

Kata *pengaruh* sering kali digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Kamus lengkap Bahasa Indonesia pengaruh adalah timbal balik terhadap sesuatu, orang, benda dan kepercayaan atau perbuatan orang<sup>1</sup>. Jadi, pengaruh dalam penelitian ini merupakan salah satu bagian dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Perbuatan seseorang atau tindakan akan sangat mudah diterima oleh individu, proses pemberian pengaruh tergantung dengan kondisi dan waktu yang ada, semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerima.

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan<sup>2</sup>. Jadi pengaruh merupakan suatu timbal balik yang terjadi terhadap seseorang sehingga dapat mempengaruhi dan ikut membentuk kepercayaan dengan apa-apa yang disekitarnya yang telah didapatkan dari orang lain.

---

<sup>1</sup> Layla, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Palanta, 2010), hal. 479.

<sup>2</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 185.

## **B. *Mind Map***

### 1. Pengertian *Mind Map*

*Mind Map* adalah cara mencatat yang kreatif dan efektif, cara mudah memasukkan dan mengeluarkan informasi dalam otak, *Mind Map* menggunakan warna, simbol, kata, garis lengkung dan gambar yang sesuai dengan cara kerja otak<sup>3</sup>.

*Mind Map* (Sistem Peta Pikirian) dapat pula diartikan sebagai alat pilihan untuk membantu dalam menajamkan ingatan, *Mind Map* dapat bekerja dengan baik karena menggunakan kedua pemain utama dari ingatan yaitu imajinasi dan asosiasi. Selain itu, *Mind Map* adalah alat berfikir yang mengasyikkan, membantu dalam berpikir dua kali lebih baik, dua kali lebih cepat, dua kali lebih jernih, dan dengan lebih menyenangkan<sup>4</sup>. *Mind Map* adalah alat kerja yang ideal dikarenakan *mind mapp* memungkinkan merencana, menyusun, menjadwalkan dan memunculkan ide dengan lebih efisien dan mudah diingat sehingga mampu melejitkan kreativitas yang menakjubkan<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Tony Buzan, *Buku Pintar Mind Map*, cet. 11. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 4.

<sup>4</sup> Maryamah, *Penerapan Teknik Mind Mapping Pada Pembelajaran Sejarah Kebudayaan Islam*, cet. 1, (Yogyakarta: Idea Press, 2014), hal. 8.

<sup>5</sup> Tony Buzan, *Op.Cit*, hal. 178.

Merencana dan menyelenggarakan pertemuan atau rapat, entah rapat bisnis untuk beberapa rekan kerja, pertemuan tahunan kelompok, atau konferensi besar dengan pembicara dan delegasi dari luar, bisa merupakan urusan yang penuh tekanan. Dalam situasi-situasi seperti ini, *Mind Map* akan sangat ideal digunakan untuk merencana semua tahap yang terlihat di dalam penyelenggaraan pertemuan, sehingga bisa dipastikan segala sesuatunya dilaksanakan dalam urutan dan waktu yang tepat dan benar. Menyiapkan dan menghadiri wawancara kerja, dengan menggunakan *Mind Map* alat yang sangat baik untuk memikirkan kemungkinan pertanyaan yang akan diajukan selama wawancara. *Mind Map* juga bisa digunakan sebagai alat yang sangat bagus untuk membatu menulis esai-esai yang berstruktur baik dan terfokus, karena dengan menggunakan *Mind Map* sangat membantu melihat gambar keseluruhan argumen dan menilai secara objektif yakni masuk akal atau tidak.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Gelb dalam Buzan yang berpendapat bahwa *mind map* dapat diartikan sebagai sistem revolusioner dalam perencanaan dan pembuatan catatan yang pembuatannya didasarkan pada cara kerja alamiah otak dan mampu menyalakan percikan-percikan kreativitas dalam otak karena melibatkan kedua belahan otak<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Tony Buzan, *Buku Pintar Mind Map untuk Anak Agar Anak Pintar di Sekolah*, (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2007), hal. 179.

Swadarma juga berpendapat bahwa *Mind Map* merupakan alat organisasional yang bekerja sesuai dengan mekanisme kerja otak sehingga dapat memasukkan dan mengeluarkan informasi dari dan ke dalam otak dengan mudah<sup>7</sup>.

Menanggapi hal tersebut Olivia mengemukakan bahwa *Mind Map* merupakan bentuk catatan yang tidak monoton karena *Mind Map* memadukan fungsi kerja otak secara bersamaan dan saling berkaitan satu sama lain. Dengan begitu, akan terjadi keseimbangan kerja kedua belahan otak. Otak dapat menerima informasi berupa gambar, simbol, citra, musik, dan lain-lain yang berhubungan dengan fungsi kerja otak kanan. Sedangkan, informasi yang berupa tulisan, urutan penulisan, dan hubungan antarkata berhubungan dengan fungsi otak kiri<sup>8</sup>.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adanya *mind mapping* ialah imajinasi dan asosiasi<sup>9</sup>. Dikarenakan bagian terpenting dari proses pemikiran kreatif dalam penerapan metode *mind mapping* ialah dua hal tersebut. Einstein menyatakan: “imajinasi lebih penting dari pada pengetahuan karena imajinasi tidak terbatas<sup>10</sup>”.

Berdasarkan pernyataan di atas *Mind Map* merupakan cara mudah untuk menempatkan informasi ke dalam otak dan mengambil informasi ke luar dari otak sehingga dapat menghasilkan cara untuk mencatat yang kreatif dan efektif sesuai dengan peta pikiran yang ada dalam diri setiap masing-masing individu. *Mind Map*

---

<sup>7</sup> Doni Swadarma, *Penerapan Mind Mapping dalam Kurikulum Pembelajaran*, (Jakarta: Elex Komputindo, 2013), hal. 3.

<sup>8</sup> Femi Olivia, *Visual Mapping*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), hal. 13.

<sup>9</sup> Tony Buzan, *Buku Pintar Mind Map*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 10.

<sup>10</sup> *Ibid*, hal. 11.

juga dapat menunjang keberhasilan sehari-hari, yakni untuk pekerjaan, menyelenggarakan rapat, wawancara kerja, menulis esai dan lain sebagainya.

## 2. Karakteristik Metode *Mind Mapping*

*Mind Mapping* merupakan suatu metode yang dalam prosesnya menggunakan gambar-gambar atau simbol-simbol serta berbagai warna. Hal tersebut dapat melibatkan kerja otak kanan dan kiri akibatnya muncul sebuah emosi, kesenangan dan kreativitas seseorang.

Oleh karena itu, dalam metode *mind mapping* terdapat beberapa karakteristik pokok dari *mind mapping*, sebagai berikut<sup>11</sup>:

- a. Kertas, menggunakan kertas putih polos berorientasi *landscape*
- b. Warna, menggunakan spidol warna-warni dengan jumlah warna sekitar 2-7 warna, sehingga di setiap cabang berbeda warna
- c. Garis, menggunakan garis lengkung yang bentuknya mengecil dari pangkal
- d. Huruf, pada cabang utama yang dimulai dari *central image* menggunakan huruf kapital, sedangkan pada cabang menggunakan huruf kecil. Posisi antara garis dan huruf sama panjang
- e. *Keyword*, menggunakan kata kunci yang dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan
- f. *Key Image*, menggunakan kata bergambar yang memudahkan untuk mengingat
- g. Struktur, tema besar di tempatkan di tengah kertas kemudian beri garis memencar ke segala arah untuk sub tema dan keterangan lainnya.

---

<sup>11</sup> Femi Olivia, *Op.Cit*, hal. 10.

### 3. Kegunaan *Mind Mapping*

*Mind Map* tidak hanya dapat digunakan untuk kepentingan pendidikan saja akan tetapi juga digunakan untuk kepentingan bisnis ataupun berkaitan dengan penggunaan pikiran *mind map* juga dapat digunakan untuk aspek kehidupan dan dapat meningkatkan kemampuan kreatif dalam berfikir.

Kegunaan *mind map* hampir sama seperti peta jalan yaitu sebagai berikut: (a) memberikan pandangan menyeluruh pokok masalah atau area yang luas, (b) memungkinkan dalam merencanakan rute atau membuat pilihan-pilihan dan mengetahui ke mana akan pergi dan dimana berada, (c) mengumpulkan sejumlah besar data di suatu tempat, (d) mendorong pemecahan masalah dengan membiarkan individu melihat jalan-jalan terobosan kreatif baru, dan (e) menyenangkan untuk dilihat, dibaca, dicerna, dan diingat<sup>12</sup>.

*Mind Map* juga merupakan peta rute yang hebat bagi ingatan, memungkinkan dalam menyusun fakta dan pikiran sedemikian rupa sehingga cara kerja alami otak dilibatkan sejak awal. Ini berarti mengingat informasi akan lebih mudah dan lebih diandalkan dari pada menggunakan teknik pencatatan tradisional.

Semua *Mind Map* mempunyai kesamaan, menggunakan warna. Semuanya memiliki struktur alami yang memancar dari pusat. Semuanya menggunakan garis lengkung, simbol, kata dan gambar yang sesuai dengan cara kerja otak. Dengan *Mind Map*, daftar informasi panjang bisa dialihkan menjadi diagram warna-warni, sangat

---

<sup>12</sup> Tony Buzan, *Buku Pintar Mind Map*, Cet. 11, (Jakarta: Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 5.

teratur, dan mudah diingat yang bekerja selaras dengan cara kerja alami otak dalam melakukan berbagai hal.

*Mind Map* dapat digunakan pada: (a) ketika ingin menemukan ide yang inovatif dan jalan keluar yang kreatif, (b) ketika ingin mengingat informasi secara efektif dan efisien artinya, sekalipun dalam tekanan, tetap saja dapat mengingat informasi itu dengan baik, (c) ketika ingin menetapkan sebuah tujuan, dan langkah-langkah untuk mencapainya, (d) ketika sedang berpikir untuk mengubah karier atau memulai usaha baru, dan (e) ketika ingin mengadakan rapat yang efisien dan lancar.

#### 4. Prinsip Dasar *Mind Map*

*Mind Map* merupakan metode yang menggabungkan kerja otak kanan dan otak kiri yang masing-masing memiliki kelebihan dan tingkat kecerdasan yang berbeda-beda untuk setiap bagian otak. Lazaer dalam Tony Buzan berpendapat kecerdasan jamak (*multi intelligences*) merupakan perkembangan mutakhir dalam bidang inteligensi yang menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan jalur-jalur yang digunakan oleh manusia untuk menjadi kreatif<sup>13</sup>.

Menurut Bobbi DePorter, peta pikiran (*mind map*) dibuat agar sesuai dengan lompatan yang terjadi dalam pikiran, sebab peta pikiran (*mind map*) bekerja seperti otak, benar-benar mendorong wawasan dan gagasan cemerlang<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 13.

<sup>14</sup> Booby DePorter, *Quantum Teaching. Mempraktikan Quantum Learning di Ruang-ruang Kelas*, Ed. 1, Cet. 1, Penerjemah: Ary Nilandari, (Bandung: Kaifa, 2000), hal. 177.

## 5. Bahan *Mind Map*

Kegiatan dalam melaksanakan *Mind Map* tergolong mudah dan alami, maka bahab-bahan yang diperlukan dalam pembuatan *Mind Map* cukup sederhana, antara lain: (1) kertas kosong tak bergaris, (2) pena dan pensil warna, (3) otak, dan (4) imajinasi<sup>15</sup>.

## 6. Langkah-langkah Membuat *Mind Map*

Berdasarkan Buku Pintar *Mind Map* Tony Buzan ada tujuh langkah dalam pembuatan *Mind Map*, antara lain sebagai berikut<sup>16</sup>:

- a. mulailah dari bagaian tengah kertas kosong yang sisi panjangnya diletakkan mendatar, karena mulai dari tengah memberi kebebasan kepada otak untuk menyebar kesegala arah.
- b. gunakan gambar atau simbol untuk ide sentral, karena sebuah gambar bermakna seribu kata dan membantu kita menggunakan imajinasi.
- c. gunakan warna, karena bagi otak warna sama menariknya dengan gambar. Warna membuat *Mind Map* lebih hidup, menambah energi kepada pemikiran kreatif dan menyenangkan.
- d. hubungkan cabang-cabang utama ke gambar pusat (ide pokok) dan hubungkan cabang ketingkat dua dan tiga ketingkat satu dan dua, seterusnya. Karena otak bekerja menurut asosiasi, otak senang mengaitkan dua atau (tiga, atau empat) hal

---

<sup>15</sup> Tony Buzan, *Op.Cit*, hal. 14.

<sup>16</sup> *Ibid*, hal. 15.



sekaligus. Bila kita menghubungkan cabang-cabang akan lebih mengerti dan mengingat.

- e. buatlah garis melengkung, bukan lurus, karena garis lurus akan membosankan otak.
- f. gunakan satu kata kunci untuk setiap garis, karena kata kunci tunggal memberi banyak daya dan fleksibilitas kepada *Mind Map*. Setiap kata tunggal atau gambar adalah seperti pengganda, menghasilkan sederet asosiasi, lebih bebas dan bisa memicu ide dan pikiran baru.
- g. gunakan gambar, karena seperti gambar sentral setiap gambar bermakna seribu kata.

### 7. Indikator *Mind Mapping*

Menurut Tony Buzan dalam bukunya *Mind Map at Work*, Indikator dalam melakukan pendekatan yang kreatif terhadap ingatan akan memberi manfaat di tempat kerja. Sehingga akan memiliki informasi yang selalu tersedia kapan saja dan akan menjadi orang pertama yang dihubungi para klien dan rekan. Ini dikarenakan *Mind Map* menggunakan sintesis yang sangat kuat antara imajinasi dan asosiasi untuk: (a) perencanaan, (b) pemikiran kreatif, (c) pemecahan masalah, (d) manajemen proyek, (e) manajemen diri sendiri, dan (f) ingatan<sup>17</sup>.

Dengan menggunakan metode *mind map* dapat memudahkan otak untuk merencana informasi dan menumbuhkan semangat bagi karyawan dalam bekerja

---

<sup>17</sup> Tony Buzan, *Mind Maps at Work*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 61.

dengan visualisasi berupa simbol dan gambar yang dibuat sedemikian rupa membentuk suatu bagian yang kreatif.

### **C. Kreativitas Karyawan**

#### **1. Pengertian Kreativitas Karyawan**

Kreativitas adalah menciptakan atau menghadirkan sesuatu gagasan baru<sup>18</sup>. Conny Semiawan menyatakan kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak seluruh produknya baru, tetapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja<sup>19</sup>. Jadi dapat disimpulkan kreativitas ialah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan baru antara unsur-unsur yang telah ada sebelumnya.

Karyawan adalah orang yang asing dalam perusahaan. Mereka masuk ke perusahaan dengan tujuan untuk bekerja, tidak mengetahui sama sekali maksud dan tujuan perusahaan yang mendirikan usaha itu<sup>20</sup>, dalam melaksanakan tugas-tugas dan tanggung jawabnya karyawan diberi upah atau gaji. Semakin penting kedudukannya dilingkungan perusahaan maka semakin besar pula gaji atau upah yang akan didapatkannya. Karyawan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya mensyaratkan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi<sup>21</sup>. Dengan kata lain semakin tinggi kualitas keterampilan atau keahlian tenaga kerja dalam mewujudkan bisnis

---

<sup>18</sup> Yuyus dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, cet. 2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 204.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Bintoro dan Daryanto, *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*, cet. 1, (Yogyakarta: Gaya Media, 2017), hal. 47.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hal. 10.

perusahaan, maka semakin penting kedudukannya dan semakin besar gaji atau upah yang harus dibayar.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas karyawan ialah faktor lingkungan, pimpinan, budaya organisasi, struktur organisasi dan kemampuan perusahaan.

Berdasarkan pernyataan di atas kreativitas karyawan merupakan suatu aset besar bagi setiap perusahaan. Setiap perusahaan pasti sangat mengharapkan memiliki para karyawan yang kreatif. Dikarenakan kreativitas itu sendiri memiliki peran yang besar untuk kemajuan bisnis, karena tanpa kreativitas suatu usaha atau bisnis takkan sulit untuk bisa bersaing. Tingginya persaingan bisnis saat ini, terlebih lagi bila perusahaan tersebut bergerak pada bidang informasi seperti radio yang mau tidak mau perusahaan harus memiliki inovasi yang tinggi yang pastinya inovasi tersebut akan lahir dari para karyawan yang kreatif.

## 2. Cara Meningkatkan Kreativitas Karyawan

Berikut ini cara-cara dalam meningkatkan kreativitas karyawan:

- a. *Brainstorming* merupakan cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk mengumpulkan ide atau pendapat dari para karyawan. Langkah ini akan memancing kreativitas karyawan untuk mencurahkan berbagai ide kreatif mereka. Cara ini biasanya dilakukan dalam rangka pengembangan produk baru atau menciptakan inovasi baru.
- b. Memanfaatkan beragam ide dari para karyawan juga merupakan cara meningkatkan kreativitas yang bisa dilakukan oleh perusahaan. Ketika perusahaan

sedang menjalani rapat, pastinya akan ada berbagai ide kreatif yang muncul dari para anggota rapat. Melalui beragam ide yang masuk, perusahaan bisa memanfaatkan beragam ide yang pastinya ide tersebut bisa berdampak pada kemajuan perusahaan. Beragam ide tersebut juga bertujuan untuk mendapatkan perspektif baru.

- c. Pelatihan merupakan salah satu pendukung dari tahapan *brainstorming*. Pelatihan yang diberikan bisa memasukkan unsur permainan dan juga pemberian motivasi. Cara ini sangat penting untuk membantu meningkatkan rasa percaya diri dari setiap karyawan. Selain itu, cara ini juga sangat efektif untuk melatih karyawan ketika bekerja dalam tim. Selain itu melalui pelatihan dan berbagai kegiatan yang ada di dalamnya sangat diharapkan mampu menghilangkan rasa takut ketika mereka akan menyampaikan ide kreatif mereka. Rasa takut dan ragu yang seringkali dimiliki oleh mereka bisa menjadi hambatan terbesar dalam memajukan sesuatu perusahaan.
- d. Memberikan dukungan kepada karyawan juga merupakan salah satu cara meningkatkan kreativitas. Dukungan yang diberikan bisa dimulai dari hubungan yang baik antara atasan perusahaan dan karyawan. Ketika hubungan yang baik terjalin maka akan memberikan semangat dan rasa percaya diri kepada karyawan. Dengan begitu mereka akan lebih terbuka dalam mengungkapkan ide yang dimiliki.

- e. Memberikan fasilitas yang diperlukan oleh karyawan juga sudah sepatasnya diberikan. Beberapa fasilitas tersebut bisa meliputi media yang berupa teknologi, aneka buku referensi dan inspirasi, atau mungkin berbagai media lainnya.

Berdasarkan pernyataan di atas dengan mengetahui cara meningkatkan kreativitas karyawan, seharusnya perusahaan bisa segera meningkatkan kreativitas karyawan melalui peningkatan kreativitas yang ada dalam diri karyawan itu sendiri. Hal ini sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk terus meningkatkan kualitas perusahaan. Angka persaingan dalam dunia bisnis yang terus meningkat memang hanya bisa diimbangi dengan ide kreatif dan mewujudkannya menjadi suatu produk unggulan dari perusahaan itu sendiri.

### 3. Hambatan-Hambatan Kreativitas

Roger von Oech dalam bukunya *Whack on the side of the Head*, mengidentifikasi 10 kunci mental dari kreativitas (*“mental tock” of creativity*) atau hambatan-hambatan kreativitas, yang meliputi<sup>22</sup>:

- a. *Searching for the one “right” answer* yaitu berusaha untuk menemukan suatu asumsi hanya satu jawaban yang benar atau satu pemecahan yang benar dalam memecahkan suatu masalah. Ia tidak terbiasa dengan beberapa jawaban atau pandangan yang berbeda.
- b. *Focusing on “being logical”*, yaitu terfokus pada berpikir logika tidak bebas menggunakan berpikir non logika khususnya dalam berimajinasi berpikir kreatif, padahal dalam berkreasi (intuisi dari Von Oech) kita dapat berpikir bebas tentang

---

<sup>22</sup> *Ibid*, hal. 200.

segala sesuatu yang berbeda dan bebas pula menggunakan berpikir non logika khususnya dalam fase berpikir kreatif.

- c. *Blindly following the rules*, yaitu berlandung pada aturan yang berlaku (kaku). Kreativitas sangat tergantung pada kemampuan untuk selalu tidak kaku pada aturan, sehingga dapat melihat cara-cara baru untuk mengerjakan sesuatu.
- d. *Constantly being practical*, yaitu terikat pada kehidupan praktis semata yang membatasi ide-ide kreatif.
- e. *Viewing play as frivolous*. Memandang bermain sebagai sesuatu yang tidak karuan. Padahal, anak-anak dapat belajar dari bermain, yaitu dengan cara menciptakan cara-cara baru dalam memandang sesuatu yang lama dan belajar tentang apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Wirausaha dapat belajar dengan mencoba pendekatan baru dan penemuan baru. Kreativitas dapat diciptakan apabila wirausaha mau belajar dari bermain. Seseorang yang memandang permainan sebagai hal yang sia-sia cenderung membatasi berpikir kreatif.
- f. *Becoming early specialized*, yaitu terlalu spesialisasi. Spesialisasi membatasi kemampuan untuk melihat masalah lain. Adapun orang yang berpikir kreatif cenderung bersifat eksploratif dan selalu mencari ide-ide di luar bidang spesialisasi.
- g. *Avoiding ambiguity*. Menghindari pengulangan merupakan hambatan untuk berfikir kreatif. Padahal kemenduaan dapat menjadi kekuatan yang mendorong

kreativitas, dan mendorong berpikir sesuatu yang berbeda. Karena itu, menghindari kenetralan merupakan hambatan berpikir kreatif.

- h. *Fearing looking foolish*. Berfikir kreatif bukan tempatnya bagi orang kompromistis (berpikir kompromi). Ide-ide baru jarang muncul dalam lingkungan yang kompromistis. Orang yang cenderung kompromistis tidak senang melihat orang yang nekad (*foolish*). Takut untuk berbuat nekad merupakan hambatan untuk berpikir kreatif.
- i. *Fearing mistakes and failure* (takut salah dan gagal). Orang kreatif menyadari bahwa mencoba sesuatu yang baru pasti membawa kegagalan. Namun demikian, mereka melihat kegagalan bukan sesuatu yang terakhir, tetapi merupakan pengalaman belajar bagaimana cara untuk meraih sukses.
- j. *Believing that "i'm not creative"*. Setiap orang berpotensi untuk kreatif. Takut pada ketidakmampuan untuk berbuat kreatif merupakan hambatan berpikir kreatif.

#### 4. Indikator Kreativitas

Menurut Uno Hamzah indikator kreativitas sebagai berikut<sup>23</sup>:

- a. memiliki rasa ingin tau besar
- b. sering mengajukan pertanyaan yang berbobot
- c. memberikan banyak gagasan dan usul terhadap suatu masalah
- d. mampu menyatakan pendapat secara seponatan dan tidak malu

---

<sup>23</sup> Hamzah Uno, Kuadrat, dan Masri, *Mengelola Kecerdasan dalam Pembelajaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 7.

- e. mempunyai atau menghargai keindahan
- f. mempunyai pendapat sendiri dan dapat mengungkapkannya, tidak terpengaruh orang lain
- g. memiliki rasa humor tinggi
- h. mempunyai daya imajinasi yang kuat
- i. mampu mengajukan pemikiran, gagasan pemecahan masalah yang berbeda dari orang lain
- j. dapat bekerja sendiri
- k. senang mencoba hal-hal baru
- l. mampu mengembangkan atau merinci suatu gagasan

#### **D. Radio**

##### 1. Sejarah Perkembangan Radio

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik Eropa dan Amerika. Sejarah media penyiaran sebagai suatu industri dimulai dari Amerika. Dengan demikian, mempelajari sejarah media penyiaran dunia, baik sebagai penemuan teknologi maupun industri nyaris hampir sama dengan mempelajari sejarah penyiaran di Amerika Serikat.



Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika German bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz diteruskan oleh Guglielmo Marconi (1847-1973) dari Italia dan sukses mengirimkan sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirim itu berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik<sup>24</sup>.

Radio awalnya dianggap remeh dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat teknologi transmisi. Radio lebih banyak digunakan oleh militer untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita.

Peran radio dalam menyampaikan informasi mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini.

Pesawat radio yang pertama kali diciptakan, memiliki bentuk yang besar dan tidak menarik serta sulit digunakan karena menggunakan tenaga listrik dari baterai yang berukuran besar.

Tahun 1962, perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas produknya. Pesawat radio sudah menggunakan tenaga listrik yang ada dirumah

---

<sup>24</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, cet. 1, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 1.

sehingga lebih praktis, menggunakan dua konsep untuk mencari sinyal, antena dan penampilannya yang lebih baik menyerupai peralatan furniture.

Stasiun radio pertama muncul ketika seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS, pada tahun 1920 secara iseng-iseng sebagai bagian dari hobi, membangun sebuah pemancar di garasi rumahnya. Conrad menyiarkan lagu-lagu mengumumkan hasil pertandingan dan menyiarkan *instrument* musik yang dimainkan oleh anaknya sendiri. Dalam waktu singkat, Conrad berhasil mendapatkan pendengar yang banyak seiring dengan meningkatnya penjualan pesawat radio ketika itu. Stasiun radio yang dibangun Conrad itu kemudian diberi nama KDKA dan masih tetap mengudara hingga saat ini, menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin di dunia.

Pertengahan tahun 1930-an, Edwin Howard Amstrong, berhasil menemukan radio yang menggunakan *frekuensi modulasi* (FM). Radio Amstrong berbeda dengan radio yang banyak dipasaran yang menggunakan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi). Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih dan bebas dari gangguan siaran<sup>25</sup>. Di Indonesia perjalanan radio dimulai pada tahun 1925, pada masa pemerintahan Hindia-Belanda Prof. Komans dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malbar, Jawa Barat. Kejadian ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM.

Tahun 1930 amatir radio di Indonesia telah membentuk organisasi yang menamakan dirinya NIVERA (*Netherland Indische Vereniging Radio Amateur*) yang

---

<sup>25</sup> *Ibid*, hal. 4.

merupakan organisasi amatir radio pertama di Indonesia. Berdirinya organisasi ini disahkan oleh pemerintah Hindia-Belanda<sup>26</sup>.

Masa pemerintahan Jepang, tidak banyak aktivitas amatir radio yang dapat dihimpun karena pelarangan oleh pemerintah Jepang. Namun, banyak diantaranya yang melakukan kegiatannya sembunyi-sembunyi. Hingga tahun 1945 tercatat seorang amatir radio bernama Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan pemancar radio sederhana buatan sendiri. Radio milik Gunawan menjadi benda yang tidak ternilai harganya bagi sejarah Indonesia dan sekarang disimpan di Museum Nasional Indonesia.

Akhir tahun 1945 sudah ada sebuah organisasi yang dinamakan PRAI (Persatoean Radio Amatir Indonesia). Namun, pada tahun 1952, pemerintah mulai represif mengeluarkan ketentuan bahwa pemancar radio amatir dilarang mengudara kecuali radio milik pemerintah dan bagi radio yang melanggar akan diberikan tindakan *subversive*. Kegiatan amatir radio tersebut dibekukan pada kurun waktu 1952-1965. Pembekuan tersebut berdasarkan UU No. 5 Tahun 1964 yang mengenakan sanksi terhadap mereka yang memiliki pemancar tanpa seizin pihak yang berwenang. Namun di tahun 1966, seiring dengan runtuhnya orde lama, antusias amatir radio untuk mulai mengudara kembali tidak terbendung lagi<sup>27</sup>.

Tahun 1966 mengudara radio Ampera yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan orde baru. Dan akhirnya muncul pula

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 7.

<sup>27</sup> Muhamad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, cet. 3, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 34.

beberapa radio amatir lainnya yang melakukan kegiatan penyiaran dan terbentuklah ORARI (Organisasi Radio Amatir Indonesia) pada 9 Juli 1968<sup>28</sup>.

Maraknya stasiun radio dikelola seadanya maupun secara komersial menjadi ukuran bahwa media radio semakin digandrungi. Sifatnya yang bisa dinikmati dalam keadaan apapun atau sambil mengerjakan sesuatu menjadi kekuatan lebih yang tak tertandingi oleh jenis media lainnya. Sehingga pertumbuhan industri televisi, internet, media cetak dan teknologi informasi lainnya tidak serta merta membuat radio terpuruk. Justru radio tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan tumbuh bersama kedahsyatan informasi teknologi.

## 2. Pengertian Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat luar angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Menurut Onong Uchjana Effendy pengertian siaran radio adalah penyebaran secara elektronik berbagai acara dalam bentuk kata-kata, musik, dan lain-lain yang sifatnya audial (untuk didengarkan) kepada khalayak yang tersebar<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Morissan, *Op.Cit*, hal. 9.

<sup>29</sup> Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: PT. Mandar Maju, 1989), hal. 301.

Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampaian berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga propaganda politik dan ideologi. Bagi pendengarnya radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi dan pemberi informasi<sup>30</sup>. Radio mudah beradaptasi dan sering dengan kehebatannya menyajikan bentuk siaran “*live*” (secara langsung), tidak memerlukan pemrosesan film, tidak perlu menunggu proses percetakan. Bahkan pada saat ini radio digunakan sebagai media pendidikan yang menggunakan konsep dan juga fakta.

### 3. Karakteristik Radio

Beberapa karakteristik yang dimiliki radio yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu:

- a. Radio adalah suara (*auditori*) untuk didengar karena isi siaran bersifat sepiintas lalu dan tidak dapat diulang
- b. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (*transmisi*).
- c. Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis (*channel noise factor*).
- d. *Theater od Mind*. Radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi

---

<sup>30</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1983), hal. 43.

pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar.

- e. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya<sup>31</sup>.

#### 4. Sifat Radio

##### a. Auditif

Sifat radio siaran adalah *auditif*, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya sepintas lalu saja, ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah dan media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali. Pendengar yang tidak mengerti terhadap suatu uraian yang disampaikan melalui radio tidak mungkin untuk meminta ulang kepada pembicara.

##### b. Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi yang menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal akan memiliki dua faktor gangguan, gangguan pertama adalah apa yang disebut “*semantic noise factor*” dan yang kedua adalah “*channel noise factor*”. Gangguan

---

<sup>31</sup> Asep Syamsul M. Ramli, *Broadcast Journalism*, cet. 1, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 22.

teknis dapat berupa “*interferensi*”, yakni dua atau lebih gelombang yang berdempetan, sehingga membuat isi siaran sukar dimengerti atau gangguan karena pesawat penerima lainnya dan sebagainya.

### c. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim, seorang penyiar seolah-olah berada dikamar pendengar dengan penuh hormat dan cekatan menghadirkan acara-acara yang menggembirakan kepada penghuni rumah, sifat ini tidak dimiliki oleh media lainnya<sup>32</sup>.

## 5. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Media radio dapat dilihat dari kekuatannya/kelemahannya<sup>33</sup>:

### a. Kelebihan Radio

- 1) Langsung. Radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan menyampaikan isi kandungan program secara langsung. Begitu suara dipancarkan, telinga pendengar langsung menangkap dan mencernanya meski sambil mengerjakan aktivitas apapun.
- 2) Cepat. Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh siaran radio.

---

<sup>32</sup> Onong Uchjana Effendy, *Op.Cit*, hal. 82-84.

<sup>33</sup> Tomy Suptapto, *Berkarir di Dunia Broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hal. 145.

- 3) Menciptkan gambar dalam ruang imajinasi pendengar. Dengan keunggulan suaranya radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaan diruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulannya ini semua kalangan bisa mendengarkan.
- 4) Tanpa batas. Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa menikmati. Dengan kemajuan teknologi satelit atau digital, radio bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.
- 5) Tidak banyak pernik. Dibandingkan media lain, pada peliputan berita radionya cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa *microphone* dan sebuah *hanphone* untuk melaporkan sesuatu secara langsung.
- 6) Hangat dan dekat. Kendati tidak berhadapan langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dekat dan akrab.
- 7) Mendidik. Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebgaiian besar pendengar yang bermukim di wilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya.
- 8) Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat. Dengan karakternya yang intim dan hangat, radio memiliki kemampuan untuk cepat diakrabi oleh khalayak pendengar yang bisa sebagai tempat mencari informasi.



## b. Kelemahan Radio

- 1) Durasi program terbatas. Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu, setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam yang terbagi-bagi dalam segmen acara.
- 2) Sekilas dengar. Sifat radio adalah *audiotori*, untuk didengar. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar, untuk itu pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan. Artinya sifatnya sekilas, pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.
- 3) Mengandung gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tidak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah bunyi atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat *noise*.
- 4) Non visual. Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun narasumber yang akan *on-air* di radio, berbeda sekali dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan *audio*.
- 5) Radio dapat memungkinkan untuk upaya mensukseskan pendidikan di dunia ini dengan menjadikan media radio sebagai media pendidikan bukan dijadikan sebagai media hiburan. Sehingga media radio dapat dimanfaatkan oleh berbagai publik yang haus akan informasi pendidikan dan pengetahuan.

Keuntungan dari radio adalah dapat menjangkau hampir seluruh warga negara dalam masyarakat, setiap waktu, setiap tempat dan melibatkan siapa saja (bahkan onrang buta huruf) serta dimana saja. Pendengar tidak harus tetap berada didepan pesawat radionya, tidak seperti halnya menonton televisi<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran*, (Yogyakarta: LP3Y, 2001), hal. 40.