

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Radio sebagai Media Komunikasi

##### 1. Pengertian Radio

*Radio is the birth of broadcasting* (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kedepannya. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemasam auditif. Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.<sup>1</sup>

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengar dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiarnya.<sup>2</sup> Radio menciptakan imajinasi (*theatre of mind*) dan mudah akrab dengan audiens. Karakteristik radio siaran, antara lain: auditori (untuk

---

<sup>1</sup> Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKis, 2004), hlm. 15

<sup>2</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 9

didengar), isi siaran sepiintas lalu dan tidak bisa diulang, identik dengan musik, mengandung gangguan timbul-tenggelam (*fading*) dan teknis, akrab dan hangat, suara penyiar hadir di rumah atau didekat pendengar. Sifat radio antara lain: heterogen, pribadi, aktif, berpikir, interpretasi, menilai dan selektif dalam memilih gelombang siaran sesuai selera.<sup>3</sup>

Menurut Max Well, radio adalah suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik.<sup>4</sup>

Radio sebagai alat untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Gelombang radio adalah suatu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik dimodulasi (dinaikkan frekuesinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam suatu spektrum elektromagnetik.<sup>5</sup> Gelombang radio ini berada pada jangkauan frekuensi 10 hertz (Hz) sampai berada pada gigahertz (GHz), dan radiasi elektromagnetiknya bergerak dengan cara osilasi elektrik maupun magnetik.

---

<sup>3</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), hlm 108

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1990), hlm. 15

<sup>5</sup> Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm 38.

Gelombang elektromagnetik lainnya yang memiliki frekuensi diatas gelombang radio meliputi sinar gamma, sinar-x, inframerah, ultraviolet, dan cahaya terlihat. Ketika gelombang radio dipancarkan melalui kabel, osilasi dari medan listrik dan magnetik tersebut dinyatakan dalam bentuk arus bolak balik dan voltase didalam kabel. Hal ini kemudian dapat diubah menghadioltase didalam kabel. Kemudian diubah menjadi signal radio atau lainnya yang membawa informasi.<sup>6</sup> Meskipun kata "Radio" digunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan alat menerima gelombang suara, namun transmisi gelombangnya dipakai sebagai dasar gelombang pada televisi, radio, radar dan telepon genggam pada umumnya.

## **2. Sejarah Singkat Radio di Indonesia**

Siaran radio yang pertama di Indonesia (waktu itu bernama *Nederlands Indie-Hindia* Belanda), *Bataviase Radio Vereniging* (BRV) di Batavia (Jakarta Tempo dulu), yang resminya didirikan pada tanggal 16 Juni 1925, jadi lima tahun setelah di Amerika Serikat, tiga tahun setelah di Inggris dan Uni Soviet. Stasiun radio di Indonesia semasa penjajahan Belanda dahulu mempunyai status swasta. Karena sejak adanya BRV tadi, maka muncullah badan-badan radio siaran lainnya *Nederlandsch Indiesche Radio Omroep Masstchapyj* (NIROM) di Jakarta, Bandung dan Medan, *Solossche Radio Vereniging* (SRV) di Solo, *Mataramse Verniging Voor Radio Omroep*

---

<sup>6</sup> Effendi Gazali, *Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak*, (Jakarta: Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002), hlm. 24

(MAVRO) di Yogyakarta, *Verniging Oosterse Radio Luisteraashs* (VORL) di Bandung, *Vereniging Voor Oosterse Radio Omroep* (VORO) di Surakarta, *Chineese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java* (CIRVO) di Surabaya, *Eerste Madiunse Radio Omroep* (EMRO) di Madiun dan Radio Semarang di Semarang. Di Medan, selain NIROM, juga terdapat radio swasta *Meyers Omroep Voor Allen* (MOVA), yang di usahakan oleh tuan Meyers, dan *Algemene Vereniging Radio Omroep Medan* (AVROM). Di antara sekian banyak badan radio siaran tersebut, NIROM adalah yang terbesar dan terlengkap, oleh karena mendapat bantuan penuh dari pemerintah Hindia Belanda.<sup>7</sup>

Perkembangan NIROM yang pesat itu disebabkan pula keuntungannya yang besar dalam bidang keuangan yakni dari “Pajak Radio”. Semakin banyak pesawat radio dikalangan masyarakat, semakin banyak uang yang diterima oleh NIROM. Dengan demikian, NIROM dapat meningkatkan daya pancarnya, mengadakan stasiun-stasiun relay, mengadakan sambungan telepon khusus dengan kota-kota besar lain. Pada waktu itu terdapat saluran telepon khusus antara Batavia, Bogor, Sukabumi, Bandung, Cirebon, Tegal, Pekalongan, Semarang, Solo Yogyakarta, Magelang, Surabaya, Tangerang, Depok, Bekasi, dan Malang yang jumlahnya kira-kira 1,2 juta meter saluran telepon untuk memberi modulasi kepada pemancar-pemancar di kota-kota itu.

---

<sup>7</sup> Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hlm. 4.

Dengan demikian NIROM dapat mengadakan siaran sentral dari Semarang, Bandung, Suarabaya, Yogyakarta ataupun Solo. Hal itu beda sekali dengan badan-badan radio siaran lainnya yang berbentuk perkumpulan swasta, terutama yang diusahakan bangsa pribumi, yang hidupnya dari iuran para anggota.<sup>8</sup> Munculnya perkumpulan-perkumpulan stasiun di kalangan bangsa Indonesia disebabkan kenyataan, bahwa NIROM memang dapat bantuan dari pemerintah Hindia Belanda itu lebih bersifat perusahaan yang mencari keuntungan finansial dan membantu kukuhnya penjajahan Belanda menghadapi semangat kebangsaan di kalangan penduduk pribumi yang berkobar sejak 1908, lebih-lebih setelah tahun 1928. Sebagai pelopor timbulnya radio siaran usaha bangsa Indonesia ialah Solosche Radio Vereniging (SRV) yang didirikan pada tanggal 1 April 1933. Dalam hubungan dengan itu patut di catat nama Mangunkusumo yang berhasil mewujudkan SRV itu.

Sejak tahun 1933 itulah berdirinya badan-badan radio siaran lainnya, usaha bangsa Indonesia di berbagai kota besar seperti disebutkan di atas, berdirinya SRV, MARVO, VORL, CIRVO, EMRO, dan Radio Semarang itu pada mulanya dibantu oleh NIROM, oleh karena NIROM mendapat bahan siaran yang bersifat ketimuran dari berbagai perkumpulan tadi. Tetapi kemudian ternyata NIROM merasa khawatir perkumpulan-perkumpulan radio ketimuran tadi membahayakan baginya. Pada tahun 1936 terbentuk berita,

---

<sup>8</sup> Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 25.

bahwa mulai tahun 1937 “Siaran Ketimuran seluruhnya akan dikuasai oleh NIROM sendiri”.<sup>9</sup> Ini berarti bahwa mulai tahun 1973 subsidi dari NIROM akan dicabut, setidaknya-tidaknya akan dikurangi, karena NIROM tidak akan lagi merelay siaran-siaran radio milik pribumi, setidaknya-tidaknya kalau terpaksa merelay hanya sedikit sekali.

Seperti diketahui subsidi NIROM itu semula diberikan berdasarkan perhitungan jam-merelay. Berita itu cukup menggemparkan orang-orang-orang radio di luar NIROM, karena pencabutan subsidi itu akan melemahkan badan-badan radio siaran bersangkutan. Memang adalah maksud NIROM yang bersandarkan kekuatan penjajahan itu untuk mematikan perkumpulan-perkumpulan radio siaran ketimuran. Pada tanggal 29 maret 1937 atas usaha anggota Volksraad M. Sutarjo Kartokusumo dan seorang Insinyur bernama Ir. Sarsito Mangunkusumo diselenggarakan suatu pertemuan antara wakil-wakil radio ketimuran. Bertempat di Bandung wakil-wakil yang mengirim yang mengirimkan utusannya ialah: VORO (Jakarta), VORL (Bandung), MAVRO (Yogyakarta), SRV (Solo) dan CIRVO (Surabaya), pertemuan itu melahirkan suatu badan baru bernama: Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK) sebagai ketuanya adalah Sutarjo Kartohadikusumo. Tujuan PPRK yang non-komersial itu bersifat “*Sosiaal Cultureel*” semata-mata memajukan kesenian

---

<sup>9</sup> *Ibid*, hlm. 26.

dan kebudayaan nasional guna kemajuan masyarakat Indonesia, rohani dan jasmani.<sup>10</sup>

Pada tanggal 7 Mei 1937, atas nama usaha PPRK diadakan pertemuan dengan pembesar-pembesar pemerintahan untuk membicarakan hubungan antara PPRK dengan NIROM. Pertemuan itu menghasilkan suatu persetujuan bersama, bahwa PPRK menyelenggarakan siaran ketimuran, NIROM menyelenggarakan segi tehniknya. Sejak itu PPRK berusaha keras agar PPRK dapat menyelenggarakan sendiri sepenuhnya tanpa bantuan dari NIROM. Disebabkan situasi semakin panas oleh api perang di Eropa yang menyebabkan Negeri Belanda dalam keadaan sulit yang membutuhkan bantuan rakyat jajahannya, maka pemerintah Hindia Belanda menjadi agak lunak. Seperti diketahui, tanggal 1 september 1939 Jerman di bawah pimpinan Adold Hitler menyerbu Polandia yang menyebabkan timbulnya perang dunia II, dan kemudian pada tahun 1940 Jerman menduduki Denmark, Norwegia, Belgia dan Negeri Belanda. Pada tanggal 1 November 1940 tercapailah tujuan PPRK yakni menyelenggarakan siaran yang pertama dari PPRK.

### **3. Radio Sebagai Media Komunikasi Massa**

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan sesama media penyiaran. Misalnya, radio dan televisi terdapat berbagai perbedaan sifat. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media elektronik,

---

<sup>10</sup> Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2013), hlm. 6.

tetapi mempunyai ciri-ciri dan sifat yang berbeda terlebih lagi dengan media massa cetak seperti koran, surat kabar, dan majalah. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang. Upaya penyampaian informasi melalui media massa cetak maupun elektronik masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.<sup>11</sup>

#### **4. Fungsi Radio**

Sama halnya dengan media massa lainnya, radio juga pada dasarnya mempunyai fungsi. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (1993:137-138), bahwa radio siaran mempunyai 4 fungsi sebagai berikut:

1. Fungsi Penerangan
2. Fungsi Pendidikan
3. Fungsi Hiburan
4. Sarana Propaganda

Sekalipun radio siaran bersifat auditif, yang hanya bisa didengarkan, tapi bukan berarti radio siaran tidak bisa menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Radio dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang memuaskan walau hanya dilengkapi dengan unsur audio. Radio siaran dapat menjalankannya dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, *talk show* dan lain-lain-lain. Sebagai media pendidikan, radio siaran merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan

---

<sup>11</sup> *Op. Cit*, hlm. 25.



khalayak secara meluas dan serempak. Sebagian alokasi waktu siaran juga di isi oleh acara-acara hiburan bisa berupa musik maupun drama radio. Radio siaran merupakan sarana propaganda, bisa terlihat dengan banyaknya pemasang iklan yang memilih radio siaran sebagai sarana pemasangan iklannya.<sup>12</sup>

Penyampaian pesan melalui radio siaran berbeda dengan penyampaian pesan melalui media massa lainnya. Komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan melalui radio siaran harus dapat mengkombinasikan unsur-unsur penting dalam meningkatkan efektivitas pada siaran radio, yaitu *sound effect*, musik, dan kata-kata sehingga dapat diterima dengan baik oleh komunikan yang bersifat heterogen aktif, dan selektif, agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator berjalan efektif dan efisien.

## **5. Dinamika Penyampaian Informasi atau Berita melalui Radio**

Radio sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa yang memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan antara lain sebagai berikut:

### **a. Keunggulan Radio**

1. Dalam hal penyampaian informasi atau berita lebih cepat bahkan bisa saat itu juga.
2. Biasanya media ini bisa dinikmati sambil melakukan aktifitas yang lainnya. Jadi pendengar tidak harus memantau di depan radio, tetapi bisa menemani aktifitas pendengarnya dimana pun.

---

<sup>12</sup> Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio*, (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2013), hlm. 42-43

3. Biaya produksi ataupun biasa yang diperlukan khalayak untuk mendengarkan radio relatif murah, bahkan bisa didengar tanpa menggunakan baterai. Hal inilah mengapa sampai sekarang radio masih digemari oleh khalayak apalagi yang ada di pedesaan.
4. Pendengar yang buta huruf pun bisa memahami apa yang disampaikan oleh siaran radio. Jadi khalayak yang tidak berpendidikan pun bisa menikmati media ini, berbeda dengan koran yang memang khalayaknya harus bisa membaca.
5. Bahasa yang digunakan bersifat bahasa tutur, jadi mudah dimengerti oleh pendengarnya.
6. Pendengar tidak terbatas baik dari segi umur, pendidikan, wilayah dan sebagainya. Meskipun sekarang sudah banyak radio yang tersegmentasi.

**b. Keterbasan Radio**

1. Informasi yang disampaikan hanya sekilas dan tidak bisa diulang, jadi pendengar tidak bisa mengerti secara detail tentang berita yang disampaikan, karena memang bahasanya sederhana dan tidak didukung oleh visualisasi. Pendengarnya hanya bisa membayangkan saja.
2. Jumlah berita yang disampaikan oleh radio terbatas tidak sebanyak media cetak (koran). Dalam waktu satu jam mungkin hanya tersaji 2 atau 3 berita, itu pun berita yang paling penting dan sensasi.

3. Radio penyebarannya melalui alat pemancar, maka khalayak pun juga hanya bisa menikmati radio selama terjangkau oleh daya pancar radio tersebut. Apalagi kalau cuaca yang kurang baik biasanya radio agak melemah daya pancarnya. Sehingga khalayak yang jauh pun bisa menikmati siaran radio.

## **6. Program Siaran Radio**

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyaknya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio, hal ini pada akhirnya menentukan format stasiun penyiar yang harus dipilih.

Pringe Stra Mc Cavitt menjelaskan “*the programming of most stations is dominated by one principal content element or sound, known as format*” (program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh suatu elemen isi atau suara utama yang dikenal dengan format).” Dengan kalimat lain dapat dikatakan bahwa format adalah penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio. Secara lebih sederhana dapat dikatakan

format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.<sup>13</sup>

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersemennya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengelolaan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*).

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesepian berkompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, misalnya aspek demografis. Audien seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografis. Berdasarkan pembagian tersebut maka stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok tersebut.

Pada stasiun penyiaran radio terdapat beberapa format misalnya radio anak-anak, remaja, dewasa, dan tua. Berdasarkan profesi, perilaku, berformat atau gaya hidup. Ada radio berformat: profesional dan intelektual. Petani, buruh, mahasiswa, nelayan, dan sebagainya. Menurut Joseph Dominick format

---

<sup>13</sup> Morissan, Manajemen Media Penyiaran, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 230.

stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah, yaitu:

- a. Kepribadian (*personality*) penyiaran dan reporter.
- b. Pilihan musik dan lagu.
- c. Pilihan musik dan gaya bertutur (*talk*).
- d. Sport atau kemasan iklan, *jingle*, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan produk program yang menarik didengar. Program radio sebenarnya tidak terlalu banyak jenisnya. Secara umum program radio terdiri atas dua jenis yaitu, musik dan informasi. Kedua jenis ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audien dalam hal musik dan informasi. Program yang dibahas pada bagian ini adalah:

1. Produksi berita radio.
2. Berbincang (*talk show*).
3. Info hiburan.
4. *Jingle*.

Tabel: 1

## Format Radio

No.	Format Radio	
1.	Musik	<i>Adult contemporary, album oriented rock, beautiful music, classical, contemporary bit radio, classic, urban contemporary.</i>
2.	Informasi	<i>All new, all talk/talk news.</i>
3.	Khusus	Etnik, agama, campuran.

### **B. Analisis isi**

#### **1. Pengertian Analisis**

Analisis berasal dari kata Yunani Kuno “*analisis*” yang berarti melepaskan. Analisis terbentuk dari dua suku kata yaitu “*ana*” yang berarti kembali dan “*luen*” yang berarti melepas. Sehingga pengertian analisis yaitu suatu usaha dalam mengamati secara detail pada suatu hal atau benda dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.<sup>14</sup>

#### **a. Analisis Isi**

---

<sup>14</sup> Eriyanto, *Analisis isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.) Hlm. 32

Analisis Isi adalah sebuah teknik yang digunakan untuk menganalisis dan memahami teks. Analisis isi juga dapat diartikan sebagai teknik penyelidikan yang berusaha menguraikan secara objektif.<sup>15</sup> Secara kualitatif, analisis isi berupaya mengungkap makna di balik teks, simbol, atau materi tekstual lainnya dengan menganalisis secara kritis berbagai kepentingan atau muatan nilai-nilai tertentu yang mendasari pembentukan teks atau simbol-simbol tersebut.<sup>16</sup>

Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi, bahkan analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak ataupun elektronik. Diluar itu analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi. Baik komunikasi antar pribadi, kelompok ataupun organisasi. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan.

Seperti yang telah disinggung di depan analisis isi juga banyak dipakai oleh bidang studi lain. Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Pada titik inilah, analisis isi kemudian banyak dipakai oleh disiplin ilmu lain. Karena banyak bidang studi yang memanfaatkan dan menggunakan

---

<sup>15</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), hlm. 223

<sup>16</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 24

dokumen sebagai bahan penelitian. Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. Kedua, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Peneliti menggunakan banyak metode (*survey, eksperimen*) dan analisis isi menjadi salah satu metode. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain. Peneliti telah memperoleh data yang diperoleh dari metode lain (*survey, eksperimen* dan sebagainya). Dan menggunakan analisis isi untuk mengecek apakah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti sah atau tidak dalam hal ini didukung oleh temuan dalam analisis ini.

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Peneliti yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film dan televisi) menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi. Salah satu ilustrasi penelitian komunikasi yang menggunakan metode analisis isi ini adalah studi yang dilakukan oleh Benoit, Stein, dan Hansen (2005). Mereka melakukan penelitian mengenai bagaimana surat kabar *New York Times* memberitakan mengenai pemilu Presiden di Amerika. Apakah surat kabar lebih banyak memberitakan peristiwa mengenai perterungan kejar-mengejar suara (*horse race*), karakter kandidat, kebijakan, skandal, ataukah informasi pemilih. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Benoit, Stein, and Hansen (2005),



menunjukkan dari tahun ke tahun berita mengenai pertarungan suara (*horse race*) lebih banyak dominan dalam pemberitaan *Now York Times*.<sup>17</sup>

## **2. Teori Analisis Isi**

Analisis isi mempunyai banyak pengertian menurut para ahli diantaranya adalah:

1. Menurut Holsti “Analisis isi adalah suatu teknik untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan.”.
2. Menurut Krippendorff (1980:21 & 1986:8), “Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memerhatikan konteksnya.”.
3. Menurut Weber (1994:9), “analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks”.

Tujuan analisis isi harus menentukan apakah analisis isi hanya ingin menggambarkan karakteristik dari suatu pesan ataukah analisis isi lebih jauh ingin menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan tertentu.<sup>18</sup>

## **C. Berita Sosial**

---

<sup>17</sup> Eriyanto, *Analisis Isi*, (Jakarta: Prenada Group, 2011), hlm. 10-11.

<sup>18</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 35.

Berita telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Setiap hari ribuan berita menghampiri kehidupan kita. Pagi hari, koran memuat berita yang terjadi pada hari sebelumnya. Radio dan televisi menyiarkan berita yang bukan berasal dari kejadian hari kemarin, namun juga berita yang sedang terjadi secara langsung (*live*).<sup>19</sup> Secara garis besar, berita dapat digolongkan dalam dua jenis, yaitu *hardnews* dan *softnews*.

- a) *Hardnews* adalah jenis berita langsung yang memiliki sifat *timely* atau terikat waktu. Berita jenis ini sangat tergantung pada aktualitas waktu, sehingga keterlambatan berita akan menyebabkan berita menjadi basi. Beberapa peristiwa yang bisa digolongkan sebagai *hardnews* antara lain: rapat kabinet, peristiwa olahraga, kecelakaan, bencana alam, dan meninggalnya orang terkenal.
- b) *Softnews* adalah berita tidak langsung yang tidak memiliki sifat *timeless* atau tidak terikat waktu. Berita jenis ini tidak tergantung pada waktu, sehingga selalu bisa dibaca, didengar, dan dilihat kapan pun tanpa terikat pada aktualitas. Beberapa peristiwa yang bisa diklasifikasi dalam berita jenis ini antara lain: penemuan ilmiah, kisah sukses, dan kisah tragis.<sup>20</sup>

## **D. Feature**

### **1. Pengertian Feature**

---

<sup>19</sup> Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 20.

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm. 6-7.

Sampai saat ini belum ada definisi yang baku tentang *feature*. Para ahli mendefinisikan dengan definisi yang berbeda-beda. Bahkan dalam kamus kewartawanan, kata *feature* merupakan kata yang paling banyak mengandung arti. Menurut Daniel R. Williamson, mendefinisikan *feature* adalah artikel yang kreatif, kadang-kadang subjektif, yang dirancang terutama untuk menghibur dan memberitahu pembaca tentang suatu peristiwa atau kejadian, situasi atau aspek kehidupan seseorang.

## **2. Ciri-ciri Feature**

Berikut ini beberapa ciri tulisan *feature* yang dapat membedakannya dengan tulisan-tulisan lain di media massa, yaitu sebagai berikut.

1. Kreatif
2. Subjektif
3. Informatif
4. Mendidik
5. Menghibur
6. Awet
7. Ditulis tidak tentu panjangnya
8. Ditulis dengan gaya penulisan yang hidup

## **3. Fungsi Feature**

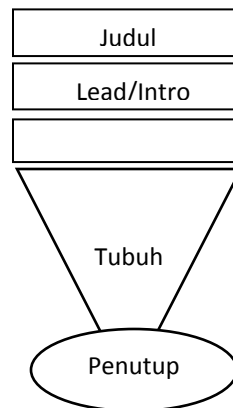
Sebagai sarana tulisan yang bersifat informatif, feature memiliki beberapa fungsi, yaitu sebagai berikut.

1. Pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung (*straight news*).
2. Pemberi informasi yang menarik tentang situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi.
3. Penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan.
4. Wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa.
5. Sarana ekspresi paling efektif dalam mempengaruhi khalayak (Sumadiria: 2005: 157-161).<sup>21</sup>

#### 4. Sistem Penulisan Feature

##### 1. Sistem Piramida

Terbalik

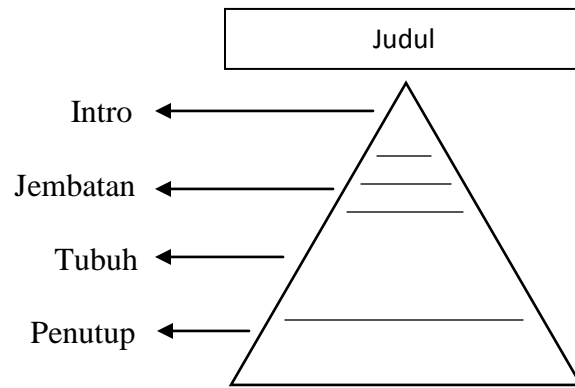


Gambar: 1

---

<sup>21</sup> Araska, *Pengantar Jurnalistik, Panduan Awal Penulis dan Jurnalis* (Yogyakarta: Araska Publisher, 2015), hlm. 98-112.

## 2. Piramida



Gambar: 2

## 3. Struktur

## Bangun Segi Empat



Gambar: 3