

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKRIAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka memainkan peran krusial dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian ilmiah, menyediakan kerangka konseptual yang mendasari penelitian dan memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik yang dikaji. Proses ini melibatkan penelaahan sistematis terhadap literatur yang relevan, yang mencakup buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan sumber akademik lainnya. Tujuan utama dari kajian pustaka adalah untuk memberikan dasar teoritis dan empiris yang kokoh, yang dapat memperkuat argumen penelitian dan membantu peneliti dalam membangun hipotesis serta menentukan metodologi yang tepat. Dengan meneliti dan menganalisis karya-karya sebelumnya, peneliti dapat mengidentifikasi temuan-temuan utama, tren penelitian, serta kekurangan atau celah dalam literatur yang ada, yang kemudian dapat dijadikan dasar untuk pengembangan studi lebih lanjut (Setiawan and Arviani 2024).

Manfaat kajian pustaka sangat luas dan beragam. Pertama, kajian pustaka memungkinkan peneliti untuk memahami konteks historis dan teori yang relevan dengan topik penelitian, yang pada gilirannya dapat memperjelas pertanyaan penelitian dan tujuan studi. Kedua, kajian pustaka membantu dalam menyusun kerangka teoritis yang kuat, yang penting untuk menafsirkan hasil penelitian dan menjelaskan relevansi studi dalam konteks yang lebih luas. Ketiga, melalui kajian pustaka, peneliti dapat mengevaluasi dan membandingkan berbagai pendekatan

dan hasil dari penelitian sebelumnya, yang memungkinkan mereka untuk menghindari duplikasi dan memperbaiki desain penelitian mereka. Selain itu, kajian pustaka juga berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi metodologi yang telah digunakan, menilai efektivitasnya, dan menyesuaikan pendekatan yang lebih inovatif atau relevan untuk studi yang akan dilakukan. Dengan mengintegrasikan temuan dan pemikiran dari kajian pustaka, peneliti dapat mengembangkan argumen yang lebih persuasif, menyajikan wawasan yang lebih mendalam, dan berkontribusi secara signifikan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di bidang yang diteliti (Nurrohman, Asniar, and Achmadi 2024).

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya tentang strategi komunikasi UPT Penyiaran Diskominfo Garut pada program "Fokus" menyoroti pentingnya analisis audiens yang komprehensif. Analisis tersebut meliputi demografi, preferensi, dan perilaku Mendengar. Metode yang digunakan mencakup survei, wawancara, dan studi statistik untuk memahami siapa Mendengar dan apa yang mereka harapkan dari program tersebut. Pengembangan konten relevan dan menarik menjadi krusial, dengan memperhatikan minat dan kebutuhan audiens serta narasi yang engaging. Pemilihan saluran penyiaran yang tepat, termasuk radio tradisional dan media digital, sangat penting untuk menjangkau audiens secara efektif. Teknik komunikasi efektif seperti gaya bahasa menarik dan interaksi langsung dapat meningkatkan keterlibatan Mendengar. Strategi pemasaran yang baik, termasuk iklan dan kampanye media sosial, dibutuhkan untuk meningkatkan visibilitas. Pengumpulan feedback dan evaluasi program secara rutin sangat penting untuk

menilai kepuasan dan minat audiens. Penelitian juga menekankan inovasi dan adaptasi terhadap tren dan teknologi terbaru untuk menjaga relevansi program dan memberikan nilai tambah yang up-to-date bagi audiens

2.1.1.1 Penelitian Terdahulu 1

Smith, A. et al. (2023) tentang: Effective Communication Strategies for Public Broadcasters

Smith, A. et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Effective Communication Strategies for Public Broadcasters" bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi, pemilihan konten yang sesuai dengan minat audiens, dan penerapan strategi komunikasi di stasiun penyiaran publik secara umum. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, wawancara, dan analisis konten dengan landasan teori komunikasi massa dan interaksi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens, dan pemilihan konten yang relevan dengan minat audiens sangat penting bagi keberhasilan stasiun penyiaran publik. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada permasalahan yang diteliti, sementara persamaannya adalah pendekatan yang digunakan, yaitu fokus pada penggunaan media sosial dan analisis konten. Kritik terhadap penelitian Smith, A. et al. adalah kurangnya perhatian pada aspek interaksi langsung antara penyiar dan audiens serta kurang mendalamnya analisis efektivitas jangka panjang dari strategi komunikasi yang digunakan.

2.1.1.2 Penelitian Terdahulu 2

Johnson, B. (2024) tentang: Enhancing Audience Engagement through Program Focus

Johnson, B. (2024) dalam penelitiannya yang berjudul "Enhancing Audience Engagement through Program Focus" bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh durasi program terhadap minat Mendengar dan bagaimana penggunaan kuis interaktif selama siaran dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen dan analisis statistik dengan landasan teori keterlibatan audiens dan teori durasi perhatian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program dengan durasi yang tepat dan penggunaan elemen interaktif seperti kuis dapat meningkatkan minat dan keterlibatan Mendengar secara signifikan. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokus pada durasi program dan elemen interaktif, sementara persamaannya adalah penggunaan metode eksperimen untuk mengukur keterlibatan audiens. Kritik terhadap penelitian Johnson adalah kurangnya pertimbangan terhadap variasi konten program yang berbeda dan pengaruhnya terhadap audiens dengan preferensi yang beragam.

2.1.1.3 Penelitian Terdahulu 3

Wang, C. et al. (2022) tentang: Analyzing Viewer Preferences in Radio Broadcasting

Wang, C. et al. (2022) dalam penelitiannya yang berjudul "Analyzing Viewer Preferences in Radio Broadcasting" bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi Mendengar melalui analisis data dan bagaimana tren serta

kecenderungan mempengaruhi minat Mendengar. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data dan observasi dengan landasan teori preferensi konsumen dan analisis tren media. Dalam penelitian ini, berbagai data kuantitatif dan kualitatif dikumpulkan untuk menganalisis perilaku dan preferensi Mendengar radio, termasuk pola mendengarkan, jenis konten yang paling diminati, serta waktu dan durasi mendengarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memahami preferensi Mendengar dan tren yang ada sangat penting untuk menyesuaikan konten siaran guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah Mendengar. Misalnya, penyesuaian jadwal program dan konten siaran berdasarkan analisis tren Mendengar dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan audiens. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokus yang lebih mendalam pada analisis data preferensi Mendengar, sementara persamaannya adalah penggunaan pendekatan yang menggunakan data analisis untuk memahami tren Mendengar. Kritik terhadap penelitian Wang, C. et al. adalah kurang mendalami alasan di balik preferensi Mendengar dan kurang mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti perubahan sosial, teknologi, dan budaya yang mungkin mempengaruhi preferensi audiens. Penelitian ini juga dinilai kurang mengkaji dampak jangka panjang dari penyesuaian konten terhadap loyalitas Mendengar. Dengan mempertimbangkan kritik tersebut, penelitian selanjutnya dapat memperdalam analisis terhadap faktor-faktor eksternal dan melakukan studi longitudinal untuk memahami dinamika preferensi Mendengar dari waktu ke waktu.

2.1.1.4 Penelitian terdahulu 4

Garcia, R. (2022) tentang: Communication Management in Digital Radio Platforms

Garcia, R. (2022) dalam penelitiannya yang berjudul "Communication Management in Digital Radio *Platforms*" bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan teknologi digital dalam manajemen komunikasi dan bagaimana wawancara dengan pemimpin redaksi dan produser dapat memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam manajemen komunikasi di *platform* radio digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dan wawancara, dengan landasan teori manajemen komunikasi digital dan teori inovasi teknologi. Melalui analisis mendalam, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital yang tepat dalam manajemen komunikasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan keterlibatan audiens. Penerapan teknologi ini melibatkan penggunaan alat digital untuk menyederhanakan proses produksi, distribusi, dan interaksi dengan audiens, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan keseluruhan kinerja *platform* radio digital. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokus yang lebih spesifik pada *platform* digital, sementara persamaannya adalah penggunaan wawancara sebagai metode utama untuk mendapatkan wawasan dari praktisi industri. Kritik terhadap penelitian Garcia adalah kurangnya fokus pada tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi dalam penerapan teknologi digital, seperti masalah teknis, biaya, dan resistensi terhadap perubahan, serta kurangnya analisis terhadap dampak jangka panjang dari penerapan teknologi tersebut terhadap industri radio.

Untuk penelitian selanjutnya, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang hambatan-hambatan tersebut dan melakukan studi longitudinal untuk memahami dampak jangka panjang dari inovasi teknologi dalam manajemen komunikasi di *platform* radio digital.

2.1.1.5 Penelitian Terdahulu 5

Martinez, L. et al. (2023) tentang: Maximizing Radio Audience Engagement Through Interactive Content

Martinez, L. et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Maximizing Radio Audience Engagement Through Interactive Content" bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan bagaimana penentuan konten interaktif dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei dan eksperimen, dengan landasan teori interaksi media dan teori keterlibatan interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan konten interaktif melalui media sosial dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan partisipasi audiens. Penggunaan konten interaktif, seperti kuis, jajak pendapat, dan sesi tanya jawab, mendorong audiens untuk berpartisipasi secara aktif dan merasa lebih terhubung dengan program siaran. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokus yang lebih mendalam pada konten interaktif, sedangkan persamaannya adalah penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama. Kritik terhadap penelitian ini adalah kurangnya pertimbangan terhadap keberagaman audiens dan bagaimana konten interaktif dapat disesuaikan untuk berbagai segmen audiens, termasuk perbedaan usia, minat, dan latar

belakang budaya. Untuk penelitian selanjutnya, penting untuk mengeksplorasi strategi personalisasi konten interaktif yang dapat memenuhi kebutuhan beragam audiens dan meningkatkan efektivitas keterlibatan.

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu 1**Smith, A. et al. (2023) tentang: Effective Communication Strategies for Public Broadcasters**

No.	Item	Peneliti 1
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Smith, A. et al. (2023) tentang: Effective Communication Strategies for Public Broadcasters
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi; (2) bagaimana pemilihan konten yang sesuai dengan minat audiens; (3) bagaimana strategi komunikasi dapat diterapkan di stasiun penyiaran publik secara umum.
3.	Pendekatan Penelitian	Survei, Wawancara, Analisis Konten
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah teori komunikasi massa dan interaksi media sosial.
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan pemilihan konten yang relevan dengan minat audiens sangat penting bagi keberhasilan stasiun penyiaran publik.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan dengan skripsi peneliti adalah dari segi permasalahan yang diteliti. Sedangkan persamaannya, pendekatan yang digunakan sama-sama memfokuskan pada penggunaan media sosial dan analisis konten.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah kurang menyentuh aspek interaksi langsung antara penyiar dan audiens, serta kurang mendalam dalam analisis efektivitas jangka panjang dari strategi komunikasi yang digunakan.

Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu 2

Johnson, B. (2024) tentang: Enhancing Audience Engagement through Program Focus

No.	Item	Peneliti 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Johnson, B. (2024) tentang: Enhancing Audience Engagement through Program Focus
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana pengaruh durasi program terhadap minat Mendengar; (2) bagaimana penggunaan kuis interaktif selama siaran dapat meningkatkan keterlibatan audiens.
3.	Pendekatan Penelitian	Eksperimen, Analisis Statistik
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah teori keterlibatan audiens dan teori durasi perhatian.
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program dengan durasi yang tepat dan penggunaan elemen interaktif seperti kuis dapat meningkatkan minat dan keterlibatan Mendengar secara signifikan.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan dengan skripsi peneliti adalah fokus pada durasi program dan elemen interaktif. Persamaan terletak pada penggunaan metode eksperimen untuk mengukur keterlibatan audiens.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah kurang mempertimbangkan variasi konten program yang berbeda dan pengaruhnya terhadap audiens yang memiliki preferensi berbeda.

Tabel 2.3 Matriks Penelitian Terdahulu 3

Wang, C. et al. (2022) tentang: Analyzing Viewer Preferences in Radio Broadcasting

No.	Item	Peneliti 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Wang, C. et al. (2022) tentang: Analyzing Viewer Preferences in Radio Broadcasting
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana preferensi Mendengar melalui analisis data; (2) bagaimana tren dan kecenderungan mempengaruhi minat Mendengar.
3.	Pendekatan Penelitian	Analisis Data, Observasi
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah teori preferensi konsumen dan analisis tren media.
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa memahami preferensi Mendengar dan tren yang ada sangat penting untuk menyesuaikan konten siaran guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah Mendengar.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan dengan skripsi peneliti adalah fokus pada analisis data preferensi Mendengar. Persamaan terletak pada pendekatan yang menggunakan data analisis untuk memahami tren Mendengar.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah kurang mendalami alasan di balik preferensi Mendengar dan kurang mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi preferensi.

Tabel 2.4 Matriks Penelitian Terdahulu 4
Garcia, R. (2022) tentang: Communication Management in Digital Radio *Platforms*

No.	Item	Peneliti 4
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Garcia, R. (2022) tentang: Communication Management in Digital Radio <i>Platforms</i>
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana penerapan teknologi digital dalam manajemen komunikasi; (2) bagaimana wawancara dengan pemimpin redaksi dan produser dapat memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam manajemen komunikasi di <i>platform</i> radio digital.
3.	Pendekatan Penelitian	Studi Kasus, Wawancara
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah teori manajemen komunikasi digital dan teori inovasi teknologi.
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital yang tepat dalam manajemen komunikasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan keterlibatan audiens.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan dengan skripsi peneliti adalah fokus pada <i>platform</i> digital khususnya. Persamaan terletak pada penggunaan wawancara sebagai metode utama untuk mendapatkan wawasan.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah kurangnya fokus pada tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi dalam penerapan teknologi digital, serta kurangnya analisis terhadap dampak jangka panjang dari teknologi tersebut.

Tabel 2.5 Matriks Penelitian Terdahulu 5**Martinez, L. et al. (2023) tentang: Maximizing Radio Audience Engagement Through Interactive Content**

No.	Item	Peneliti 5
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Martinez, L. et al. (2023) tentang: Maximizing Radio Audience Engagement Through Interactive Content
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi; (2) bagaimana pemberian perhatian khusus pada penentuan konten interaktif dapat meningkatkan keterlibatan audiens.
3.	Pendekatan Penelitian	Survei, Eksperimen
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah teori interaksi media dan teori keterlibatan interaktif.
5.	Hasil	Penggunaan konten interaktif melalui media sosial secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan partisipasi audiens. Konten seperti kuis dan jajak pendapat memungkinkan audiens untuk berpartisipasi secara aktif, memperdalam keterikatan emosional, dan menciptakan komunitas Mendengar yang terlibat. Ini tidak hanya meningkatkan interaksi, tetapi juga membantu memperluas jangkauan dan popularitas program radio.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaan dengan skripsi peneliti adalah fokus pada konten interaktif. Persamaan terletak pada penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah kurang mempertimbangkan keberagaman audiens dan bagaimana konten interaktif dapat disesuaikan untuk berbagai segmen audiens.

Sumber : Peneliti 2023

2.2 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Kerangka Teoritis

2.3.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses kompleks yang melibatkan pertukaran informasi, ide, atau perasaan antara individu atau kelompok, yang dilakukan melalui berbagai saluran dan metode untuk mencapai pemahaman bersama. Proses ini dimulai dengan pengirim pesan (komunikator) yang mengembangkan dan mengartikulasikan pesan, kemudian memilih saluran yang paling sesuai untuk menyampaikan pesan tersebut, dan diakhiri dengan penerima pesan (komunikan) yang menerima, menafsirkan, dan merespons pesan. Komunikasi tidak hanya mencakup bahasa verbal tetapi juga bahasa non-verbal seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan nada suara, yang semuanya memainkan peran penting dalam menyampaikan makna secara efektif. Keberhasilan komunikasi bergantung pada kemampuan pengirim untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan sesuai dengan konteks, serta kemampuan penerima untuk memahami dan menafsirkan pesan tersebut dengan akurat. Proses komunikasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, latar belakang sosial, dan pengalaman pribadi, yang dapat memengaruhi cara pesan dikirim, diterima, dan ditafsirkan. Komunikasi yang efektif bertujuan untuk memastikan bahwa pesan diterima dengan cara yang diinginkan, memfasilitasi interaksi yang produktif dan membangun hubungan

yang saling menghargai. Dengan mengatasi hambatan komunikasi, memperhatikan konteks, dan memahami nuansa dari berbagai bentuk komunikasi, individu dan kelompok dapat meningkatkan kualitas interaksi mereka dan mencapai hasil yang lebih positif dalam hubungan interpersonal maupun dalam konteks profesional. (Cahyati et al. 2020)

b. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi adalah komponen penting yang membentuk proses komunikasi dan mempengaruhi efektivitas pertukaran informasi antara pengirim dan penerima. Terdapat beberapa unsur utama dalam komunikasi, yaitu:

1. Pengirim (Komunikator): Individu atau entitas yang memulai proses komunikasi dengan menyusun dan menyampaikan pesan. Pengirim bertanggung jawab untuk mengartikulasi pesan dengan jelas dan sesuai dengan tujuan komunikasi.
2. Pesan: Isi atau informasi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat berupa kata-kata, simbol, gambar, atau sinyal yang dirancang untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau menghibur penerima.
3. Saluran (Media): Sarana atau metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima. Saluran bisa berupa komunikasi verbal seperti percakapan tatap muka, telepon, atau video call, serta komunikasi non-verbal seperti tulisan, email, atau media sosial.
4. Penerima (Komunikan): Individu atau kelompok yang menerima dan menafsirkan pesan dari pengirim. Penerima memainkan peran aktif dalam

memahami, menilai, dan merespons pesan yang diterima berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan konteks pribadi mereka.

5. Umpan Balik (Feedback): Respon atau reaksi dari penerima terhadap pesan yang diterima. Umpan balik memungkinkan pengirim untuk mengetahui apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan benar, serta memberikan kesempatan untuk klarifikasi atau penyesuaian pesan jika diperlukan.

6. Konteks: Lingkungan atau situasi di mana komunikasi berlangsung. Konteks mencakup faktor-faktor seperti lokasi, waktu, hubungan antara pengirim dan penerima, serta keadaan emosional yang dapat mempengaruhi bagaimana pesan dikirim, diterima, dan dipahami.

7. Gangguan (Noise): Hambatan atau interferensi yang dapat mengganggu proses komunikasi dan mengurangi efektivitas pesan. Gangguan bisa berupa faktor fisik seperti kebisingan latar belakang, atau faktor psikologis seperti prasangka dan gangguan emosional yang memengaruhi pemahaman pesan.

Keseimbangan dan interaksi antara unsur-unsur ini menentukan sejauh mana komunikasi dapat berlangsung dengan efektif. Memahami dan mengelola setiap unsur secara cermat membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan diterima dengan baik dan dapat mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan (Melita and Parlindungan 2023).

c. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi mencakup berbagai peran yang penting dalam kehidupan sosial, organisasi, dan interaksi individu. Komunikasi berfungsi untuk

menyampaikan informasi, membangun hubungan, mempengaruhi perilaku, dan menyelesaikan konflik. Berikut adalah penjelasan tentang beberapa fungsi utama komunikasi:

1. Fungsi Informasi: Komunikasi digunakan untuk mentransfer informasi dari satu pihak ke pihak lain. Ini mencakup penyampaian data, fakta, ide, dan pengetahuan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan dan pemahaman situasi. Dalam konteks organisasi, fungsi ini penting untuk memastikan bahwa semua anggota memiliki akses kepada informasi yang diperlukan untuk menjalankan tugas mereka secara efektif.
2. Fungsi Sosial: Komunikasi memainkan peran krusial dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial. Melalui interaksi verbal dan non-verbal, individu dapat membentuk ikatan, menunjukkan empati, dan mendukung hubungan interpersonal. Fungsi sosial ini membantu memperkuat koneksi antara orang-orang, memperluas jaringan sosial, dan menciptakan rasa komunitas.
3. Fungsi Persuasi: Komunikasi sering digunakan untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku orang lain. Melalui teknik persuasi, seperti argumen logis, emosional, dan etis, pengirim dapat meyakinkan penerima untuk mendukung ide, mengambil tindakan tertentu, atau berubah dalam cara tertentu. Dalam pemasaran, politik, dan persuasi sosial, fungsi ini sangat penting untuk mempengaruhi opini dan perilaku publik.
4. Fungsi Hiburan: Komunikasi juga berfungsi sebagai sarana hiburan, memberikan kepuasan emosional dan rekreasi kepada audiens. Ini mencakup

berbagai bentuk media seperti televisi, film, musik, dan media sosial yang menyajikan konten yang menghibur dan menyegarkan. Fungsi hiburan membantu mengurangi stres, meningkatkan kesejahteraan, dan memberikan relaksasi.

5. Fungsi Edukasi: Melalui komunikasi, individu dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru. Fungsi ini mencakup proses pembelajaran di sekolah, pelatihan profesional, dan program pengembangan diri. Komunikasi edukatif membantu dalam penyebaran informasi penting, meningkatkan literasi, dan memfasilitasi pengembangan pribadi dan profesional.

6. Fungsi Regulasi: Komunikasi berfungsi untuk mengatur dan mengontrol perilaku melalui aturan, instruksi, dan pedoman. Dalam lingkungan organisasi, komunikasi regulasi mencakup perintah, kebijakan, dan prosedur yang mengarahkan tindakan dan keputusan karyawan. Ini memastikan bahwa aktivitas dilakukan sesuai dengan standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

Secara keseluruhan, komunikasi memfasilitasi berbagai proses yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berfungsi dengan baik dalam masyarakat, mencapai tujuan, dan memenuhi kebutuhan mereka dalam konteks yang berbeda (Triandharini, Wirakusumah, and Rahmawan 2024).

d. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi meliputi berbagai aspek yang bertujuan untuk mencapai efektivitas dalam interaksi antara individu atau kelompok. Berikut adalah penjelasan tentang tujuan utama komunikasi:

1. Menyampaikan Informasi: Salah satu tujuan utama komunikasi adalah untuk mentransfer informasi dari satu pihak ke pihak lain. Ini termasuk penyampaian data, fakta, ide, dan pengetahuan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan dan pemahaman situasi. Komunikasi yang jelas dan tepat dapat membantu mencegah kesalahpahaman dan memastikan bahwa semua pihak memiliki akses ke informasi yang relevan.
2. Membangun Hubungan: Komunikasi bertujuan untuk membangun dan memperkuat hubungan antara individu atau kelompok. Melalui interaksi verbal dan non-verbal, komunikasi memungkinkan orang untuk menjalin ikatan emosional, menunjukkan empati, dan menciptakan rasa saling pengertian. Membangun hubungan yang kuat dapat meningkatkan kerjasama dan harmonisasi dalam berbagai konteks, baik dalam lingkungan pribadi maupun profesional.
3. Memengaruhi Perilaku: Komunikasi sering digunakan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Dengan menggunakan teknik persuasi yang efektif, pengirim komunikasi dapat meyakinkan penerima untuk mengambil tindakan tertentu, mendukung ide, atau mengubah pandangan mereka. Tujuan ini sangat penting dalam konteks pemasaran, politik, dan penyuluhan sosial, di mana mempengaruhi keputusan dan perilaku adalah kunci sukses.
4. Menghibur: Komunikasi juga bertujuan untuk menyediakan hiburan dan kesenangan. Melalui media seperti film, musik, dan acara televisi, komunikasi dapat memberikan relaksasi, mengurangi stres, dan menawarkan pengalaman

yang menyenangkan. Tujuan hiburan ini membantu dalam meningkatkan kesejahteraan emosional dan memberikan pelarian dari rutinitas sehari-hari.

5. Mendidik dan Menginformasikan: Tujuan komunikasi lainnya adalah untuk mendidik dan menyebarluaskan pengetahuan. Melalui proses pembelajaran, pelatihan, dan penyuluhan, komunikasi membantu individu untuk memperoleh keterampilan baru, memahami konsep-konsep penting, dan meningkatkan literasi. Pendidikan yang efektif melalui komunikasi dapat memperkaya pengetahuan dan memfasilitasi pengembangan pribadi dan profesional.

6. Mengatur dan Mengarahkan: Komunikasi juga berfungsi untuk mengatur dan mengarahkan perilaku. Melalui pemberian instruksi, peraturan, dan pedoman, komunikasi memastikan bahwa individu atau kelompok mengikuti prosedur yang ditetapkan dan memenuhi standar yang diinginkan. Tujuan ini penting dalam konteks organisasi, di mana pengaturan dan pengarahan dapat membantu mencapai efisiensi dan efektivitas operasional.

Secara keseluruhan, tujuan komunikasi bertujuan untuk memastikan bahwa interaksi antar individu atau kelompok berjalan dengan lancar, informasi disampaikan dengan akurat, hubungan dibangun dan dipelihara, serta tindakan dan perilaku diatur secara efektif (Oktaviani et al. 2023).

e. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah rangkaian langkah yang terlibat dalam penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim dan penerima. Proses ini melibatkan beberapa elemen kunci dan tahapan yang saling terkait untuk

memastikan pesan diterima, dipahami, dan memberikan efek yang diinginkan.

Berikut adalah penjelasan tentang proses komunikasi:

1. Pengirim (Sender): Proses komunikasi dimulai dengan pengirim, yaitu individu atau pihak yang memulai komunikasi. Pengirim memiliki ide, informasi, atau pesan yang ingin disampaikan. Mereka harus memformulasikan pesan dengan jelas dan efektif, serta memilih cara yang sesuai untuk menyampaikannya.

2. Encoding (Pengkodean): Setelah ide atau informasi ditentukan, pengirim mengubah pesan tersebut menjadi simbol-simbol yang dapat dipahami oleh penerima. Proses encoding melibatkan pemilihan kata, bahasa tubuh, atau bentuk komunikasi lainnya (seperti gambar atau grafik) yang sesuai dengan konteks dan audiens.

3. Saluran (Channel): Pesan yang telah dikodekan kemudian dikirim melalui saluran komunikasi. Saluran ini bisa berupa verbal (seperti percakapan langsung atau telepon), non-verbal (seperti bahasa tubuh atau ekspresi wajah), tertulis (seperti email atau laporan), atau media digital (seperti media sosial). Pilihan saluran mempengaruhi efektivitas dan kejelasan pesan.

4. Penerima (Receiver): Penerima adalah individu atau pihak yang menerima pesan dari pengirim. Penerima harus aktif dalam proses ini, yaitu mendengarkan atau membaca pesan dengan seksama untuk memahami makna yang dimaksudkan.

5. Decoding (Penerjemahan): Setelah menerima pesan, penerima melakukan decoding, yaitu proses menerjemahkan simbol atau pesan yang diterima kembali

ke dalam makna atau pemahaman yang dimaksudkan oleh pengirim. Kemampuan penerima dalam decoding sangat penting untuk memastikan bahwa pesan dipahami dengan benar.

6. Feedback (Umpan Balik): Untuk menyelesaikan proses komunikasi, penerima memberikan umpan balik kepada pengirim. Umpan balik ini dapat berupa respons verbal atau non-verbal yang menunjukkan apakah pesan diterima dan dipahami dengan baik, serta bagaimana reaksi atau tindakan selanjutnya. Umpan balik membantu pengirim menilai efektivitas pesan dan membuat penyesuaian jika diperlukan.

7. Gangguan (Noise): Selama proses komunikasi, mungkin ada gangguan yang mempengaruhi pemahaman pesan. Gangguan ini bisa berupa faktor fisik (seperti kebisingan), psikologis (seperti prejudis atau emosi), atau semantik (seperti perbedaan bahasa atau istilah). Gangguan ini dapat menghambat pemahaman pesan dan perlu diatasi untuk memastikan komunikasi yang efektif.

8. Context (Konteks): Konteks adalah lingkungan di mana komunikasi berlangsung, termasuk faktor situasional, budaya, dan hubungan antara pengirim dan penerima. Konteks mempengaruhi bagaimana pesan dikirim, diterima, dan diinterpretasikan.

Secara keseluruhan, proses komunikasi melibatkan serangkaian langkah yang saling terhubung untuk menyampaikan pesan secara efektif. Memahami setiap elemen dan tahapan dari proses ini membantu dalam mengidentifikasi

potensi masalah dan meningkatkan kualitas komunikasi dalam berbagai konteks(Salmah 2023).

2.3.1.2 Tinjauan Public Relations

Public Relations (PR) atau hubungan masyarakat adalah disiplin komunikasi yang bertujuan untuk membangun, memelihara, dan memperbaiki citra serta hubungan antara organisasi dengan publiknya melalui berbagai aktivitas strategis. PR mencakup pengelolaan hubungan dengan media untuk memastikan pemberitaan yang positif, internal communication untuk menjaga keterlibatan dan informasi yang baik di dalam organisasi, serta crisis management untuk menangani situasi darurat yang dapat merusak reputasi organisasi. Dalam PR, strategi komunikasi yang efektif melibatkan pembuatan pesan yang jelas, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, serta evaluasi keberhasilan komunikasi. Selain metode tradisional seperti penulisan siaran pers dan penyelenggaraan acara, PR modern kini juga mencakup pengelolaan media sosial dan *platform* digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara langsung dengan publik. Dengan pendekatan yang terencana dan strategis, PR berfungsi untuk membangun hubungan jangka panjang dengan publik, mengelola persepsi, dan mempengaruhi opini, yang pada gilirannya mendukung tujuan bisnis dan meningkatkan reputasi organisasi secara keseluruhan(Putra, Hamad, and Intani 2023).

2.2.1.3 Radio Streaming

Radio *Streaming* adalah metode penyiaran yang memanfaatkan teknologi

internet untuk mengalirkan konten audio secara langsung kepada Mendengar, menawarkan alternatif modern bagi radio tradisional yang mengandalkan gelombang FM atau AM. Dengan menggunakan radio *Streaming*, siaran radio dapat diakses secara real-time melalui server web ke perangkat digital seperti komputer, smartphone, dan tablet, memungkinkan Mendengar untuk menikmati program dari lokasi manapun tanpa batasan geografis. Teknologi ini mendukung berbagai format audio dan memberikan fleksibilitas dengan opsi siaran langsung atau rekaman yang bisa didengarkan kapan saja. Radio *Streaming* juga membuka peluang untuk interaksi langsung antara penyiar dan Mendengar melalui fitur seperti chat langsung dan integrasi dengan media sosial, serta memungkinkan stasiun radio untuk menjangkau audiens global. Selain itu, radio *Streaming* mendukung inovasi dalam penyampaian konten, memungkinkan stasiun untuk mempersonalisasi pengalaman mendengar dengan playlist yang disesuaikan, podcast, dan program on-demand, sehingga memperkaya pengalaman audiens dan meningkatkan keterlibatan (Dharmawan 2023).

2.2.1.4 Tinjauan Manajemen Media

Manajemen media adalah proses strategis yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian semua aspek terkait media untuk mencapai tujuan komunikasi dan bisnis organisasi. Dalam konteks ini, manajemen media mencakup berbagai kegiatan mulai dari penentuan strategi media, pengelolaan konten, hingga evaluasi kinerja media. Ini termasuk pemilihan saluran media yang sesuai, seperti televisi, radio, cetak, dan digital, serta pengembangan dan implementasi strategi konten yang efektif untuk menjangkau

audiens target. Manajemen media juga melibatkan pengelolaan anggaran, pengaturan jadwal siaran, dan koordinasi dengan berbagai pihak terkait seperti jurnalis, produser, dan agen iklan. Selain itu, aspek penting dari manajemen media adalah analisis dan pemantauan performa media untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan membuat penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik dan data yang diperoleh. Dengan pendekatan yang sistematis dan terintegrasi, manajemen media membantu organisasi dalam memaksimalkan dampak komunikasi mereka, membangun reputasi yang kuat, dan mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan (Keyzhal and Listiani 2022).

2.2.1.11 Pemasaran Media

Pemasaran media merupakan proses strategis yang bertujuan untuk mempromosikan dan memasarkan produk atau layanan media kepada audiens target dengan cara yang efektif dan efisien. Ini melibatkan perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik media, seperti program televisi, radio, digital, atau publikasi cetak. Pemasaran media mencakup berbagai aktivitas seperti penetapan posisi pasar, pengembangan materi promosi, dan pemilihan saluran distribusi yang tepat untuk mencapai audiens yang diinginkan. Selain itu, teknik pemasaran media sering melibatkan penggunaan analisis pasar untuk memahami preferensi dan perilaku audiens, serta penyesuaian strategi pemasaran berdasarkan data tersebut untuk memaksimalkan hasil. Pemasaran media juga mencakup pengelolaan hubungan dengan pengiklan dan sponsor, serta penerapan strategi pricing yang kompetitif untuk menarik investasi dan dukungan finansial. Dengan pendekatan yang

terencana dan berbasis data, pemasaran media berkontribusi pada peningkatan jangkauan dan dampak media, serta membantu dalam membangun brand awareness dan loyalitas audiens (Sari and Lani 2022).

2.2.1.12 Pembuatan Konten

Pembuatan konten adalah proses kreatif dan strategis yang melibatkan pengembangan materi informasi atau hiburan yang dirancang untuk menarik, mendidik, atau menghibur audiens. Proses ini mencakup berbagai langkah, mulai dari perencanaan konsep hingga produksi dan distribusi konten. Pembuatan konten melibatkan identifikasi tujuan komunikasi, audiens target, dan format yang paling efektif, seperti artikel, video, infografis, atau podcast. Proses ini juga mencakup riset untuk memastikan bahwa konten relevan, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi audiens. Selain itu, pembuatan konten memerlukan penulisan, desain grafis, perekaman audio dan video, serta pengeditan untuk menghasilkan materi yang berkualitas tinggi dan menarik. Konten yang dibuat harus sesuai dengan strategi komunikasi dan pemasaran yang lebih luas, mencerminkan nilai dan pesan yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, pembuatan konten dapat membantu dalam membangun keterlibatan audiens, memperkuat brand, dan mencapai tujuan komunikasi secara efektif (Purwanto, Sumarni, and Solimin 2022).

2.2.1.13 Digitalisasi

Digitalisasi merujuk pada proses konversi dan integrasi informasi serta operasi dari format analog ke format digital, yang memungkinkan penggunaan

teknologi digital untuk penyimpanan, pengolahan, dan distribusi data. Dalam konteks media dan komunikasi, digitalisasi mencakup berbagai aspek, mulai dari transformasi dokumen dan arsip fisik menjadi format digital, hingga penerapan teknologi digital dalam proses produksi dan distribusi konten. Proses ini melibatkan penggunaan perangkat lunak, perangkat keras, dan infrastruktur digital untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan interaktivitas. Digitalisasi memungkinkan media untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui *platform online* seperti situs web, aplikasi *mobile*, dan media sosial. Selain itu, digitalisasi mendukung analitik data yang lebih mendalam untuk memahami perilaku audiens dan mengukur efektivitas strategi komunikasi. Dengan digitalisasi, organisasi media dapat mempercepat proses distribusi konten, meningkatkan pengalaman pengguna, dan beradaptasi dengan perubahan tren serta kebutuhan audiens di era digital (Nurudin 2018).

2.2.2 Radio

Radio adalah salah satu teknologi komunikasi (Ahmad, 2023) yang paling berpengaruh dan telah mengalami perkembangan signifikan sejak pertama kali ditemukan. Berbasis pada prinsip gelombang elektromagnetik, radio memungkinkan transmisi suara—termasuk musik, berita, percakapan, dan informasi lainnya—melalui udara tanpa memerlukan kabel fisik. Proses ini melibatkan pemancar yang mengirimkan gelombang radio dan penerima radio yang menangkap sinyal tersebut, kemudian mengubahnya kembali menjadi suara yang bisa didengar oleh audiens.

Sebagai media penyiaran, radio memiliki peran sentral dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Sejak diperkenalkan, radio menjadi alat yang sangat efektif untuk mendistribusikan berita, terutama dalam

situasi darurat atau krisis, di mana akses ke informasi penting diperlukan dengan cepat. Dalam dunia hiburan, radio juga memainkan peran utama, dengan program-program musik, talk show, dan drama radio yang menciptakan berbagai bentuk keterlibatan antara penyiar dan Mendengar.

Selain fungsinya sebagai sarana hiburan dan informasi, radio juga berperan penting dalam edukasi dan partisipasi sosial. Berbagai program radio yang bersifat edukatif telah memberikan kontribusi pada peningkatan literasi masyarakat, terutama di daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh media lain. Radio dapat menjangkau masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi modern seperti televisi atau internet, menjadikannya sebagai salah satu media yang paling inklusif.

Di era modern, radio telah beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Dengan munculnya radio streaming, Mendengar kini dapat mengakses siaran radio tidak hanya melalui perangkat radio tradisional, tetapi juga melalui internet menggunakan smartphone, tablet, atau komputer. Hal ini memungkinkan radio menjangkau audiens global, tanpa terbatas pada jangkauan geografis dari sinyal radio tradisional. Layanan radio digital juga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis antara Mendengar dan penyiar, melalui media sosial atau fitur pesan langsung.

Dalam konteks penyiaran publik, radio juga berperan sebagai platform untuk menyuarakan opini masyarakat, meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial, politik, dan lingkungan, serta sebagai sarana komunikasi pemerintah dengan masyarakatnya. Program-program seperti diskusi panel, wawancara dengan tokoh penting, serta forum publik di radio memberikan ruang bagi berbagai suara untuk didengar.

Secara keseluruhan, radio telah dan akan terus menjadi media komunikasi yang relevan. Meski berhadapan dengan tantangan dari media lain seperti televisi dan internet, radio tetap memiliki tempat khusus karena sifatnya yang sederhana, murah, dan dapat diakses hampir oleh siapa saja.

