

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

Tidak bisa dipungkiri bahwa di tahun ketiga setelah *millenium* ini, segala sesuatu bersifat cepat. Entah itu dalam perkembangan teknologi, perkembangan budaya, juga perkembangan di bidang ekonomi, sosial dan politik. Peristiwa demi peristiwa yang terjadi silih berganti tidak bisa dihindari oleh manusia.

Era bebas sudah didepan mata, pasar globalisasi dunia telah dimulai di mana-mana, demi kemajuan bangsa serta demi bergantinya status Indonesia dari negara berkembang menjadi negara maju. Kebutuhan demi kebutuhan semakin meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan kehidupan, namun ada satu kebutuhan yang sangat penting yang tidak bisa terpisahkan yaitu informasi.

Kebutuhan informasi menjadi segalanya di zaman ini, karena dengan informasi kita dapat mengetahui apa yang terjadi di sekitar kita atau di belahan manapun di dunia. Dengan mengetahui segala jenis informasi, kita menjadi kaya dalam pemikiran. Wawasan menjadi luas, pengetahuan menjadi berkembang dan kita merasa menjadi manusia yang lebih maju dalam isi otak dan merasa lebih berarti menjadi seorang makhluk yang berakal.

Cepatnya perkembangan informasi yang terjadi di era pasar bebas ini yang telah di sebutkan diatas, membuat kita harus mengetahui perkembangan yang terjadi di sekitar melalui berbagai cara. Cara yang mudah untuk mendapatkannya ialah dengan bantuan media massa.

Kalangan media sendiri telah berubah begitu cepat dalam dua dasa warsa ini. Sejak awal 1980-an “*The entertainment and information revolution*” telah mulai menyentuh kehidupan begitu banyak *audience* atau konsumen (Baktiono, 2001: 6). Dalam rentang itu ekspansi produk dan jasa media memacu dan menerobos perubahan ekonomi dan teknologi. Kemampuan memproduksi dan memasok perkakas teknologi yang inovatif dan mutakhir seperti *Video Cable Recorder (VCR)*, TV kabel, TV stereo, *LD*, *handphone*, maupun berbagai multimedia yang relatif harganya terjangkau oleh masyarakat.

Belum lagi media cetak yang semakin menjamur, berbagai segmen dibidik, mulai dari koran lokal, nasional dan internasional yang berbahasa Inggris, atau tabloid maupun majalah anak-anak, remaja atau dewasa. Topik yang diperbincangkanpun beragam, ada yang secara khusus mengulas tentang berita kriminal, kesehatan, gosip, mode, telepon seluler, flora dan fauna, tips rumah sehat dan masih banyak lagi.

Beragamnya media massa dan mobilitas yang kita lakukan membuat kita seringkali berpikir ulang untuk menyaring dan memilih media mana yang cepat dan akurat dalam menyampaikan informasi. Dan dalam hal ini radio merupakan jawaban (Baktiono, 2001: 24). Radio merupakan salah satu media massa elektronik yang tidak perlu diragukan lagi keunggulannya, baik dipandang dari segi biaya untuk mendirikan sebuah stasiun radio yang tidak perlu mengeluarkan uang berlimpah atau bisa dikatakan murah dibanding televisi misalnya dan dapat juga dipandang dari kecepatan dalam menyampaikan berita. Sisi *plus* lainnya, radio juga berpengaruh terhadap kebiasaan *audience* atau pendengar sehari-hari,

keinginannya, cara bersolusi, gaya hidup, menyikapi kondisi dan situasi sosialnya, memilih informasi, mengatur waktu, maupun bagai-mana cara bersantai secara efisien dan sebagainya. Portabilitas dan kompatibilitas radio semakin menunjukkan peran yang berbeda dari media lain. Bukan hanya mampu menggebrak pasar, tetapi juga mengalir bersamanya mencapai harapan konsumen (Baktiono, 2001: 2).

Radio juga mampu berkompromi dengan kesibukan *audience*, saat senggang mengendarai mobil, menunggu di stasiun kereta atau bandara. Tidak berlebihan bila radio dijuluki sebagai *The mover of public partisipation, public opinion, mass action, capital market and social transformation*. Yang dibutuhkan untuk mewujudkan semua itu adalah tenaga-tenaga terampil dan ahli yang mampu berperan aktif di stasiun radio, orang-orang tersebut antara lain pencetus program, penyiar, produser acara, penulis naskah, reporter dan masih banyak lagi.

Apalagi dalam konteks sosial, peran radio secara tradisional masih tetap penting seraya berubah terus menerus. Terutama dibidang komunikasi massa, baik dari segi teknologinya, kelembagaannya maupun sosio psikologi dan dampak sosio kulturalnya.

Penelitian ini berfokus pada penyiar radio, sebagai sumber daya dalam mengoperasikan kegiatan kepenyiaran. Karena penyiar merupakan ujung tombak siaran, maka penyiar dapat menjadi acuan pendengar yang berdampak secara luas di masyarakat sekaligus secara personal. Penyiar radio remaja di Surabaya tampaknya masih siaran dengan mengikuti selera pasar dan kurang improvisasi

sesuai dengan kepribadian masing-masing, cenderung hanya disesuaikan dengan *script* program siaran.

Hampir dipastikan penelitian terhadap penyiar radio jarang dilakukan karena berbagai faktor. Satu dari sekian banyak alasan ialah jaranganya buku referensi sebagai acuan dalam penulisan keradioan. Buku-buku keradioan itu jarang-untuk tidak mengatakannya sebagai langka-masuk di toko buku di Indonesia. Alhasil semua koleksi itu harus diperoleh di luar negeri atau dengan membuka jaringan-jaringan pribadi. Pernyataan ini dikuatkan oleh pakar radio, Ari R. Maricar seorang praktisi penyiaran radio yang bekerja di PANORAMA 102,3 FM dan 93,9 FM RADIO ELVICTOR, aktif di Pengurus Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) serta mengajar di berbagai forum pendidikan dan latihan manajemen radio baik yang dikelola oleh organisasi, lembaga pendidikan maupun perguruan tinggi. Ari R. Maricar mengemukakan bahwa “persoalan yang mendasar barang kali soal bahasa buku-buku itu, yang memang masih asli berbahasa Inggris. Jika di dunia diperkirakan ada sekitar 2000 judul buku keradioan, kira-kira hanya sekitar 500 buku yang pernah ada di Indonesia (sebagian besar diantaranya ada di rak koleksi penulis)”. (PRSSNI, 1998, Buku_12.htm, para. 4).

Bila berdasarkan pada tidak banyaknya penelitian maupun pembahasan tentang masalah keradioan, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai kemajuan bagi pengembangan dunia radio Indonesia khususnya daerah Surabaya serta pengembangan bahasan dari teori-teori di bidang Psikologi yang di fokuskan pada bahasan tentang tipe kepribadian.

1.1. Latar belakang masalah penelitian

Sejarah radio yang pertama dimulai pada tahun 1895, benda elektronik ini muncul dari *The Wireless Telegraph Company* yang didirikan oleh seorang insinyur elektronika dari Italia. Insinyur Italia tersebut menemukan suatu alternatif untuk mengirim pesan tanpa menggunakan kabel melewati jarak yang cukup jauh. Rangkaian siaran yang pertama dimulai pada tahun 1919 oleh seorang kebangsaan Belanda. Orang Belanda itu adalah orang pertama yang mengudarakan siaran yang sudah dipulikasikan sebelumnya, sehingga orang-orang memang menunggu program siaran tersebut secara langsung, yang berarti tidak didengar secara kebetulan (Stokkink, 1997: 12). Penyusunan acarapun dimulai: konser, drama radio, dan berita dapat disiarkan. Orang-orang yang biasanya membaca buku sebagai hiburan, yang harus pergi ke gedung konser untuk mendengarkan musik, dan yang harus membeli koran setiap hari, dapat memperoleh hal serupa dengan mendengarkan radio. Semua itu dapat dipenuhi hanya dengan mendengarkan radio.

Selanjutnya, generasi mulai berganti. Dunia berubah, demikian pula radio, tetapi koran, gedung konser, dan teater masih tetap ada. Pada tahun empat puluhan dan lima puluhan sebuah media baru mulai dikembangkan yaitu, televisi. Adanya televisi, orang lebih senang menonton televisi, radio bukan media massa yang mereka cari-cari lagi. Namun, ternyata ketertarikan itu hanya pada awalnya. Orang kemudian mulai menyadari bahwa radio dan televisi adalah media yang berbeda.

Radio merupakan media massa yang dapat dengan cepat menyebarkan informasi tanpa harus melalui prosedur dan birokrasi yang berbelit-belit, dimana ada kejadian yang sedang berlangsung maka disitu pula kejadian tersebut di laporkan. Selain itu, bagi pendengarnya radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, pemberi informasi. Jadi, radio adalah seorang sahabat. Radio adalah media yang sifatnya pribadi. Jarang orang bersama-sama berkumpul untuk mendengarkan radio. Radio menyapa para pendengarnya secara perorangan. Pendengar dapat membawa radio bersama mereka, Radio dapat menjadi teman yang menghibur maupun mendidik di tengah kemacetan lalu lintas, di pabrik, atau di dapur. Radio menawarkan kemungkinan untuk membangun hubungan pribadi dengan setiap pendengarnya.

Dengan berbagai keunggulan tentang radio diatas, perkembangan radio ternyata cukup pesat.

Berdasarkan data secara demografi yang diperoleh dari Pengurus Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) Jawa Timur, angka pendengar radio dengan rentang waktu antara tahun 2002-2003 cukup mengejutkan. Dari jumlah total penduduk Surabaya sebanyak 2.909.597 orang-hampir mencapai tiga juta, 30-40%-nya adalah pendengar radio. Atau dalam angka nominalnya jumlah pendengar radio sebanyak 1.600.279 orang. Sebuah angka yang cukup fantastis.

Oleh karena itu, pengusaha Surabaya saat ini banyak yang melirik bisnis industri radio. Dari tahun 2000-2001, anggota PRSSNI yang hanya berjumlah 16 radio berfrekwensi FM dan 9 radio yang berfrekwensi AM, bertambah sekitar 10 lebih stasiun radio FM di tahun 2002-2003. Serta radio baru banyak bermunculan

yang bukan sebagai anggota PRSSNI sehingga sulit untuk diidentifikasi berapa jumlah radio di Surabaya secara keseluruhan (Handoko, 2003: 1).

Dewasa ini, pekerjaan sebagai penyiar mungkin adalah salah satu pekerjaan yang paling dicari baik di radio maupun televisi. Menjadi seorang penyiar yang merupakan ujung tombak program siaran serta mengendalikan kesuksesan suatu acara dan juga dapat lebih dikenal pendengar maupun pemirsa televisi dapat menjadi kepuasan tersendiri. Karena menjadi penyiar dapat berarti juga menjadi orang terkenal secara tidak langsung. Tidak banyak profesi yang menawarkan satu aksi tapi dapat merangkul seluruh kalangan.

Berbagai bentuk studio dalam mengoperasikan program kepenyiaran juga merupakan andil dalam meningkatkan mutu program siaran, misalnya studio yang memanfaatkan sistem komputer, alat siar yang *up to date*, atau tampilan fisik studio yang bagus, serta sumber daya manusia yang berpengalaman. Namun segala kecanggihan teknologi maupun penyiar yang *expert*, tidak akan ada artinya bila penyiarnya tidak berperilaku dengan baik. Oleh karena itu, seorang penyiar juga harus mempunyai kepribadian yang baik menurut norma masyarakat yang masih berlaku (Stokkink, 1997: 9). Karena tanpa kepribadian yang baik, konsekuensinya dia harus mempunyai pedoman pengarahan yang diberikan bagi pengembangan program dan bertanggungjawab penuh atas hasil programnya. Sebab, suatu program yang mewakili stasiun radionya, akan dikenal lewat suara pria atau wanita yang membacakan komentar dan menyajikan musiknya.

Seorang penyiar radio haruslah mampu menampilkan kesan yang bagus dalam waktu singkat, mampu menampilkan dirinya dengan bantuan sarana yang

sederhana dan mampu berkonsentrasi dalam menyampaikan suatu pesan. Seorang penyiar harus berani tampil beda dan tidak meniru orang lain

Namun, keefektifitasan proses penyiaran dibutuhkan banyak faktor yang mempengaruhi, diantaranya adalah faktor daya tarik yang meliputi: keselarasan musik, kata-kata, efek suara serta kepribadian penyiar (Effendy, 1991: 78). Kepribadian penyiar yang unik dapat mendukung jalannya siaran sehingga banyaknya respon pendengar dapat pula meningkatkan mutu radio yang bersangkutan.

Pemilahan kepribadian juga tidak mudah dilakukan, mengingat banyaknya jumlah kepribadian setara dengan jumlah manusia itu sendiri. Namun karena ada beberapa kepribadian yang dominan dimiliki oleh seseorang sehingga untuk memudahkan dalam membedakan kepribadiannya digolongkan menjadi beberapa tipe kepribadian. Diantaranya adalah tipe kepribadian A dan tipe kepribadian B.

Proses siaran yang berlangsung sangat bergantung dari bagaimana cara penyiar dalam membawakan acara. Penyiar bertanggung jawab penuh pada kualitas acara. Jadi kualitas tipe kepribadian yang dimiliki oleh penyiar dan pemahamannya dalam bersikap yang diwujudkan dengan profesionalisme kerjanya membuat bagus pula mutu kinerjanya.

Namun dalam kenyataannya, banyak penyiar yang tidak mengetahui tipe kepribadian apa yang dimiliki, kinerjanya dalam siaran tidak memiliki masalah yang berarti. Respon pendengar terhadap program acara yang dibawakan jumlahnya juga tidak sedikit, begitu pula dengan kuantitas iklan yang masuk di

acaranya juga berlimpah. Sehingga frekwensi siaran semakin sering dilakukan atau "*jam terbang*" semakin tinggi.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti ingin mengetahui dan memahami lebih lanjut tentang pengaruh antara tipe kepribadian dengan kinerja penyiar. Tipe kepribadian yang diteliti dalam penelitian ini yaitu, sejauh mana tipe kepribadian baik A maupun B dapat mempengaruhi perilaku penyiar dalam proses penyiaran sehari-hari.

Penyiar radio yang diteliti khusus pada radio yang bersegmen remaja, karena program acara yang ada lebih mementingkan cara penyampaian yang harus lebih ceria dan lebih banyak bicara (*talkative*) bila di bandingkan dengan radio lainnya yang bersegmen dewasa.

Disamping itu, dia harus mampu berpikir cepat dan memiliki pengetahuan yang luas, menaruh perhatian kepada permasalahan manusia, mengerti dalam masalah-masalah aktual, cakap atau cerdas. Pada kesempatan lain mampu bersikap ramah, cerdas, halus dan mampu bersikap sangat sederhana. Keberhasilan atau kegagalan program-programa *phone-in* sangat tergantung pada kepribadian penyiar yang tampak pada perilaku kepenyiarannya. Tipe kepribadian dan perilaku bekerja kepenyiarannya sebagai variabel moderator inilah yang kemudian diteliti untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja seorang penyiar radio.

1.2. Batasan masalah

Berdasarkan pertimbangan keterbatasan waktu, tenaga serta biaya dalam melakukan penelitian ini, maka informasi yang telah didapat ke sejumlah radio, serta data yang terdapat di pustaka yang relevan dengan permasalahan digunakan secara maksimal.

Pada lingkungan radio, tampaknya yang berkaitan tentang masalah psikologis kurang begitu diperhatikan. Hal ini terlihat pada mayoritas personal radio yang merasa tidak penting untuk mengetahui bagaimana tipe kepribadian masing-masing individu. Mereka sekedar menjalankan tugas yang ada, datang ke studio tepat waktu, suasana hati harus bagus dalam arti tidak dalam keadaan sedih atau susah dan program dapat banyak tanggapan dari pendengar merupakan hal cukup untuk menjadi seorang penyiar (Effendi, 1991: 23).

Padahal, dari keseluruhan perilaku yang ada merupakan hasil dari sifat atau *traits* yang relatif menetap sehingga membentuk suatu kepribadian yang dimiliki oleh seseorang.

Oleh karena itu, penelitian kali ini berfokus pada bagaimana pengaruh tipe kepribadian terhadap kinerja penyiar radio dengan variabel perilaku sebagai variabel moderator, wilayah penelitian di Surabaya. Bahasan dari tipe kepribadian di batasi pada tipe kepribadian A dan B dengan populasi sasaran penyiar radio di Surabaya dengan penyiar radio bersegmen remaja.

1.3. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas, maka masalah yang diteliti dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Apakah tipe kepribadian A dan B berpengaruh terhadap kinerja penyiar radio dengan variabel perilaku bekerja sebagai variabel moderator?
2. Manakah yang lebih berpengaruh antara tipe kepribadian A dan B terhadap kinerja penyiar radio?

1.4. Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tipe kepribadian A dan B terhadap kinerja penyiar radio dengan perilaku bekerja sebagai variabel moderator.
2. Untuk mengetahui mana yang lebih berpengaruh antara tipe kepribadian A dan B terhadap kinerja penyiar radio.

1.5. Manfaat penelitian

Penelitian ini mempunyai dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis.

1.5.1. Manfaat secara teoritis

Manfaat penelitian secara teoritis adalah:

1. Memahami lebih jauh pembahasan keradioan tentang bagaimana pengaruh tipe kepribadian A dan B terhadap kinerja penyiar radio di Surabaya.

2. Mendalami teori-teori dari tipe kepribadian yang telah ada pada umumnya, serta teori tipe kepribadian A dan B pada khususnya, bahwa tipe kepribadian tidak hanya terbatas pada perilaku manusia sehari-hari tapi juga berpengaruh pada profesi penyiar radio.
3. Memberi kontribusi pemikiran terhadap tolak ukur kinerja seorang penyiar radio yang sama sekali berbeda dengan seorang karyawan pada umumnya.

1.5.2. Manfaat secara praktis

Manfaat penelitian secara praktis adalah:

1. Penyiar radio dapat menggunakan untuk meningkatkan kinerjanya agar lebih baik dengan memahami kelebihan dan kelemahan diri yang memiliki tipe kepribadian A dan B.
2. Bagi pihak radio, pemahaman *Program Director* dan *General Manager* tentang kepribadian A dan B untuk calon penyiar dapat menjadi rujukan ketika pelaksanaan seleksi dan rekrutmen.