

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan bisnis media massa di bidang hiburan di Indonesia semakin pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya jumlah media massa baru yang muncul, baik itu media cetak maupun elektronik, di tingkat nasional maupun daerah. Bisnis media massa yang menjanjikan memang membuat para pengusaha tertarik untuk menanamkan modalnya pada bisnis ini. Salah satu bisnis media massa yang bergerak pada bidang hiburan yaitu radio. Secara umum, industri radio siaran di Indonesia sedang berada dalam situasi penuh tekanan. Selain dapat memunculkan peluang-peluang baru, tekanan tersebut juga berpotensi menimbulkan berbagai ancaman apabila tidak dapat diantisipasi dengan baik.

Tabel 1.1 : Jumlah Stasiun Penyiaran Radio Anggota PRSSNI

Tahun	Jumlah
2002	806
2000	774
1999	769
1998	734
1997	711
1995	647
1992	552
1989	451
1983	280
1980	235
1974	225

Sumber: Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI)

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada tahun 1974, tepatnya tahun awal berdirinya Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional, jumlah anggota yang tercatat adalah 225 stasiun radio. Menurut data yang dirilis PRSSNI, pada tahun 2002 jumlah tersebut meningkat kurang lebih 350% menjadi 806 radio stasiun. Angka tersebut belum termasuk pula stasiun radio yang tidak tergabung ke dalam

PRSSNI. Angka ini akan semakin bertambah seiring dengan semakin besarnya jumlah populasi dari segmen yang terkutub, sebagai contoh mulai berkembangnya radio dengan satu jenis aliran musik tertentu di wilayah Jakarta, Bandung, dan sekitarnya, seperti *jazz, rock, classic*.

Dalam *Website* pengurus pusat PRSSNI tentang Gambaran Umum Industri Penyiaran (*Industry Outlook*) menyebutkan:

Jumlah radio yang meningkat tajam pasca reformasi. Sementara data dari Depkominfo (28 Desember 2007), terdapat 2205 permohonan izin penyelenggaraan penyiaran dari lembaga penyiaran. 185 diantaranya adalah lembaga penyiaran televisi. Sisanya, 2020 adalah lembaga penyiaran radio, termasuk didalamnya 847 anggota PRSSNI.

Sebagai salah satu media massa, radio memiliki fungsi sebagai pengikat komunitas yang sifatnya lebih interaktif jika dibandingkan dengan media massa lainnya. Fungsi awal sebuah stasiun radio adalah bentukan kreativitas yang dituangkan oleh sekelompok orang sebagai ajang silaturahmi antar sesama komunitas. Sebagai komponen media komunikasi massa, radio siaran juga memiliki peranan timbal balik dalam proses sejarah bangsa Indonesia saat kemerdekaan (Rahanatha, 2007).

Dalam perkembangannya radio siaran tidak hanya menciptakan dan memenuhi keinginan dan atau selera publik, tetapi juga harus mempunyai peran dalam pembentukan opini serta kontrol sosial. Perkembangan radio siaran yang diawali dari nuansa amatiran dilanjutkan dengan semakin kuatnya radio siaran sebagai sarana hiburan yang murah, akhirnya berkembang dan memainkan peran yang cukup signifikan sebagai media massa pemberi informasi (Nasution, 2003).

Bagian yang bertugas dalam mengelola informasi untuk disiarkan kepada pendengar adalah *On Air Departement*, pada bagian ini terdapat *Music Director*, *Producer*, *Operator* dan *Announcer*. Dimana masing-masing memiliki tugas seperti *music director* bertugas untuk pengaturan dan pembentukan *image* dari radio berdasarkan musik yang diputar oleh *music director*. Tugas dari *producer* adalah orang yang bertanggung jawab atas program acara yang mengudara, untuk operator membantu dalam memperlancar proses penyiaran pada saat mengudara. Sedangkan tugas dari *announcer* atau penyiar merupakan ujung tombak dari keberhasilan sebuah program, karena penyiar berhubungan langsung dengan para pendengar. Apakah pendengar akan tetap setia atau tidak untuk mendengarkan program acara yang disiarkan (Rahanatha, 2007). Oleh sebab itu, dalam era informasi yang semakin kompetitif, menuntut kecerdasan dan kreativitas dari penyiar dalam penyajian berita maupun informasi yang akan disampaikan, sehingga membuat pendengar tetap betah dan bertahan untuk mendengarkan siaran radio tersebut.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki jumlah pemancar radio terbanyak (baik itu radio siaran swasta maupun radio amatir) yaitu kota Bandung. Konsekuensi dari perkembangan tersebut menuntut radio siaran swasta mengembangkan dan meningkatkan kreativitas dan kinerjanya secara profesional dalam rangka menyesuaikan dengan dinamika publik yang harus dilayani dalam sajian hiburan, pendidikan dan terutama informasi yang meningkat begitu cepat.

Data yang diperoleh dari AC Nielsen yang dikutip dari *Website* pengurus pusat PRRSNI tentang Gambaran Umum Industri Penyiaran (*Industry Outlook*) menyatakan bahwa:

Radio reach/radio listenership memperlihatkan adanya kecenderungan menurun dari tahun ke tahun. Jika pada awal tahun 2004 angka yang diperoleh masih diatas 70%, maka pada penelitian *wave 4* tahun 2007, rata-rata pendengar radio di tujuh kota besar di Indonesia hanya tinggal 56%. Sementara itu, *Time Spent Listening* (sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur lamanya pendengar mendengarkan stasiun radio) tidak banyak berubah. Hasil penelitian di tujuh kota besar menunjukkan bahwa rata-rata pendengar menghabiskan waktu lebih dari 20 jam dalam seminggu untuk mendengarkan radio, atau rata-rata 3 jam perhari.

Table 1.2: Radio Reach & TSL
All People 10+, Mon-Sun, 05:00 AM – 12.00

Kota	List Actv	Tahun 2007				Tahun 2006				Tahun 2005			
		W4	W3	W2	W1	W4	W3	W2	W1	W4	W3	W2	W1
Jakarta	Reach	47%	46%	49%	53%	55%	51%	57%	46%	49%	52%	54%	53%
	TSL	20.26	20.19	20.29	20.53	20.58	19.59	18.39	18.57	18.12	19.32	19.46	19.59
Medan	Reach	57%	56%	50%	54%	52%	57%	70%	57%	55%	52%	52%	53%
	TSL	20.44	19.04	18.03	20.09	21.58	23.18	21.48	19.12	17.01	16.5	16.57	17.45
Makassar	Reach	66%	66%	63%	67%	71%	72%	86%	73%	68%	68%	69%	69%
	TSL	18.28	19.04	17.22	18.3	20.15	20.04	19.39	18.57	18.25	20.12	20.1	22.56
Surabaya	Reach	56%	60%	60%	63%	66%	65%	71%	63%	70%	76%	81%	84%
	TSL	25.27	28.23	28.23	29.47	30.02	31.17	30.39	24.47	22.13	19.27	18.15	19.14
Semarang	Reach	53%	51%	51%	50%	51%	55%	65%	59%	59%	58%	60%	61%
	TSL	19.49	19.59	20.17	21.54	21.35	20.23	20	18.52	19.38	18.5	19.38	21.37
Yogyakarta	Reach	55%	60%	59%	65%	66%	61%	66%	57%	54%	61%	63%	64%
	TSL	19.53	20.17	21.02	20.28	22.11	22.23	20.48	22.22	21.2	19.28	20.17	20.35
Bandung	Reach	60%	60%	62%	62%	66%	67%	67%	67%	70%	72%	74%	76%
	TSL	22.31	23.49	24.57	23.4	23.44	22.51	21.33	24.27	24.41	22.48	21.35	22.

Dari tabel di atas terlihat bahwa *Time Spent Listening* (sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur lamanya pendengar mendengarkan stasiun radio) di kota Bandung masih terbilang tinggi dibandingkan dengan enam kota besar lainnya. Hal ini dipertegas melalui tulisan Matdon pada harian Sinar Harapan *Online* edisi Rabu 13 Agustus 2003, tentang Fenomena Radio Swasta di Bandung, menyebutkan:

.....Sedikitnya 33 radio siaran swasta di kota Bandung, kini tengah berebut pendengar dengan serangkaian acara, mulai dari musik, kuis, sampai informasi, yang

menarik dari perkembangan radio di Bandung adalah program informasi, inilah fenomena baru yang ditawarkan banyak radio di Bandung, padahal sebelumnya, kota-kota lain seperti Jakarta, Medan, Yogyakarta dan Surabaya sudah lama melakukan hal ini, untuk yang satu ini, Bandung memang agak terlambat.

Meskipun demikian fenomena yang terjadi nyatanya sekarang ini di tahun 2008, Bandung tetap menjadi acuan bagi daerah lain tentang bagaimana cara pengemasan sebuah acara radio, sehingga tetap mampu bertahan ditengah persaingan dengan dunia pertelevisian. Data yang penulis dapatkan dari kantor PRRSNI cabang kota Bandung, pada tahun 2008 tercatat 40 radio siaran swasta yang tergabung dalam PRSSNI kota Bandung, hal ini tentunya belum termasuk radio-radio lain yang tidak tergabung dalam PRSSNI kota Bandung.

Hal ini menunjukkan minat masyarakat Bandung untuk mendengarkan radio tetap tinggi. Menurut Santi Indra Astuti dalam buku *Jurnalisme Radio Teori dan Praktek*, menyebutkan ada tiga alasan orang ingin mendengarkan radio, yaitu:

Pertama karena suara penyiarinya sangat bagus, merdu, dan pokoknya enak didengar. Kedua, ingin mendengarkan musik karena lagunya bagus, dan enak didengar. Ketiga, informasi yang disampaikan penting banget, menarik, membuat penasaran.

Dari tiga alasan di atas dua diantaranya menunjukkan bahwa orang mendengarkan radio dikarenakan oleh penyiar yang mampu membuat para pendengar merasa betah karena informasi yang disampaikan menarik untuk didengar dan kreativitas untuk membawakan sebuah informasi yang tidak terpaku dengan teks yang diberikan. Garrison, Chester, dan Willis dalam buku karangan Harley Prayudha yang berjudul *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran* (2005), mengatakan bahwa:

Penyiar radio dalam sebuah stasiun radio memainkan banyak peran. Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio. Di belakang layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya. Dengan kata lain penyiar adalah seorang penampil yang melakukan

pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita/informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menghandel olahraga, pewawancara, diskusi, kuis, dan narasi.

Masih dalam buku karangan Harley Prayudha yang berjudul *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Kualifikasi seorang penyiar untuk layak *on air* merupakan hal-hal yang harus dikuasai oleh seorang penyiar sesuai dengan batasan-batasan yang ditetapkan manajemen sebuah stasiun radio sebelum penyiar tersebut *on air*, di antaranya adalah sebagai berikut:

- (1) Mempunyai kualitas vokal yang memadai, dalam arti mampu bersuara dengan teknik pernapasan, *power*, artikulasi, dan intonasi yang tepat .
- (2) Mampu melaksanakan *script reading* dengan baik. *Script reading* adalah kemampuan menguasai materi dan melakukan penyampaian materi dengan baik dan benar.
- (3) Memahami segmen radio secara mendalam.
- (4) Memperlihatkan simpati dan empati kepada pendengar.
- (5) Kreatif dan selalu Berusaha memberikan ide segar dalam siarannya.
- (6) Mampu bekerja sama dalam tim.
- (7) Memahami format radionya dan format *clock*, termasuk di dalamnya pemutaran lagu yang sesuai dengan hakikat Program dan kesesuaian Waktu pemutaran dengan *rundown program*.

Berdasarkan kriteria di atas, seorang penyiar tidak hanya cerdas, tetapi juga harus memiliki kreativitas yang berhubungan dengan kemampuan verbal, sehingga dapat mengolah informasi menjadi hal yang mudah dipahami oleh pendengarnya. Selain itu menurut Adlan Anas direktur Most FM Medan, dalam WASPADA *online* 28 maret 2008 menyatakan bahwa:

.....kesuksesan dalam sebuah program itu tidak terlepas dari kreativitasnya para penyiar membawakan acara. Makanya para penyiar di sini saya beri kebebasan berekspresi sehingga tidak monoton dan nggak ngebosenin. Yang jelas, saya tidak suka dengan penyiar sombong dan angkuh walaupun di luar jam siaran. Karena pendengar itu bagi saya adalah raja.

Hal ini dipertegas melalui tulisan Matdon pada harian Sinar Harapan *Online* edisi Rabu 13 Agustus 2003, tentang Fenomena Radio Swasta di Bandung, menyebutkan:

Lupakan penyiar pujaan, karena fenomena itu sudah lewat jauh. Sekarang liriklah program acara di radio-radio swasta di Bandung, semuanya menjanjikan dan memanjakan pendengar.....

Uraian di atas menunjukkan semakin banyak jumlah stasiun radio membutuhkan semakin banyak penyiar radio baru yang bermunculan dengan beragam program acara yang disajikan. Kecenderungan pendengar untuk mendengarkan acara radio secara sekilas berdasarkan segmentasi dan programnya, semakin membuat para penyiar harus mampu membuat pendengarnya tetap setia. Dari hasil survei menunjukkan seorang penyiar radio laki-laki di salah satu stasiun siaran swasta mampu menjadikan dirinya dan stasiun radio di mana ia bernaung menjadi nomor satu di kota Bandung. Sementara ada anggapan bahwa pekerjaan menjadi penyiar adalah pekerjaan yang pantas dilakukan oleh perempuan. Anggapan bahwa secara fisik umumnya karakter suara wanita bersahabat, lembut, dan manja, sedangkan pria tegas dan jelas (Masduki dalam Arkam, 2007). Perbedaan secara psikologis, perempuan lebih emosional, lebih pasif, lebih submisif, sedangkan laki-laki lebih rasional, lebih aktif, dan lebih agresif (Arkam, 2007). Menurut Tannen (Arkam, 2007) laki-laki dan perempuan mempunyai gaya komunikasi khusus, perempuan cenderung menggunakan *rappor-talk* dan pria cenderung menggunakan *report-talk*. Hal ini tentunya menuntut para penyiar untuk semakin mengembangkan kreativitasnya.

Menurut Munandar (Ardiani, 2008) kreativitas sebagai hasil karya manusia dalam bentuk unsur-unsur kebudayaan yang abadi, dan merupakan fenomena yang tetap melekat pada kehidupan manusia dan juga hasil interaksi antara manusia dengan lingkungan (budaya), setiap orang memiliki potensi kreatif dan

potensi ini perlu dipupuk sejak dini agar terwujud dalam perilaku dan karya-karya yang bermakna, untuk itu diperlukan kondisi lingkungan tertentu.

Guilford (Zulkarnain, 2002:1) berpendapat bahwa:

Kreativitas merupakan suatu kemampuan berpikir divergen atau pemikiran dalam menjajaki bermacam-macam alternatif jawaban terhadap suatu persoalan, yang sama bedanya, selain itu terdapat faktor penting yang merupakan sifat dari kemampuan kreatif yaitu: *fluency, flexibility, originality* dan *elaboration*.

Namun dalam mengembangkan dan mewujudkan potensi kreatifnya itu dapat mengalami berbagai hambatan, kendala, atau rintangan yang dapat merusak bahkan mematikan kreativitasnya (Munandar, 1999). Ada sumber-sumber kendala terhadap produktivitas kreatif menurut Munandar (1999) yaitu berasal dari kendala yang bersifat internal, yaitu berasal dari individu itu sendiri, dan dapat bersifat eksternal, yaitu terletak pada lingkungan individu.

Menurut Torrance (Supriadi, 2001:67), menyatakan bahwa pada penelitian yang dilakukan pada tujuh Negara (Amerika Serikat, Australia, Samoa, Jerman Barat, India, Yunani, Filipina) menemukan adanya faktor sosial budaya yang kuat mempengaruhi arah dari perkembangan kreativitas, tingkatan fungsi dari kreativitas, dan jenis dari fungsi kreativitas yang mengalami penguatan. Pada budaya tertentu kreativitas dalam perkembangannya dapat bersifat *continue*, namun pada beberapa budaya lainnya bersifat terputus-putus.

Selain itu, sampai sekarang dari beberapa tes kemampuan spesifik telah menunjukkan suatu perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Perempuan, rata-rata memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki pada kemampuan verbal. Sedangkan rata-rata laki-laki memiliki nilai yang lebih tinggi

dibandingkan perempuan pada penalaran kecakapan matematika dan visual-spasial.

Dalam Kompas online edisi Sabtu 18 Maret 2006 yang dikutip dari tulisan Feingold, 1988 dan Hyde & Linn, 1988; Linn & Hyde, 1989:

Perbedaan jenis kelamin dalam kemampuan kognitif itu, yang telah diamati hampir sejak awal pengujian sistematis, tampaknya semakin menghilang. Analisis selama lebih dari 3 dasawarsa (dari 1947 sampai 1980) terhadap nilai tes kemampuan spesifik yang diberikan kepada siswa sekolah lanjutan di seluruh Amerika menemukan bahwa perbedaan antara anak pria dan perempuan menurun secara progresif selama periode tersebut (Feingold, 1988). Analisis terakhir yang meninjau ratusan penelitian perbedaan jenis kelamin pada kemampuan yang dilakukan selama 20 tahun terakhir mencapai kesimpulan yang sama: kecakapan verbal pria semakin meningkat dari tahun ke tahun sehingga menyamai wanita, sedangkan kecakapan wanita pada tes penalaran matematika telah meningkat sehingga menyamai pria (Hyde & Linn, 1988; Linn & Hyde, 1989). Satu-satunya tes yang terus menunjukkan perbedaan pada kemampuan tersebut adalah SAT (*Scholastic Aptitude Test*); pria dan wanita memiliki nilai yang kira-kira sama pada bagian verbal tetapi pria memiliki nilai yang lebih tinggi secara bermakna pada bagian matematika.

Kemampuan kreativitas verbal yang dimiliki oleh penyiar radio, dapat membantu mencapai tujuan komunikasi. Kreativitas verbal yang dimiliki oleh penyiar radio pria dan wanita kemungkinan berbeda, karena jenis kelamin merupakan perbedaan yang paling fundamental baik secara fisik maupun psikologis. Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kreativitas verbal yang dimiliki oleh penyiar radio swasta laki-laki dan perempuan di kota Bandung. Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di kota Bandung dikarenakan perkembangan radio siaran swasta di kota Bandung sekarang semakin pesat. Hal ini tentunya berbanding lurus dengan semakin banyaknya jumlah penyiar yang harus mengeluarkan kreativitasnya guna mendapatkan pendengar yang setia.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah yang dirinci dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kreativitas verbal penyiar radio laki-laki di Kota Bandung?
2. Bagaimana tingkat kreativitas verbal penyiar radio perempuan di Kota Bandung?
3. Apakah terdapat perbedaan tingkat kreativitas verbal antara penyiar radio laki-laki dan perempuan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan dan menganalisis data tentang:

1. Tingkat kreativitas verbal penyiar radio laki-laki di Kota Bandung.
2. Tingkat kreativitas verbal penyiar radio perempuan di Kota Bandung.
3. Perbedaan tingkat kreativitas verbal antara penyiar radio laki-laki dan perempuan.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai perbedaan tingkat kreativitas pada penyiar radio berdasarkan perbedaan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan). Selain itu, agar dapat memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mengembangkan kreativitas serta dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu

khususnya ilmu Psikologi dan bagi peneliti-peneliti lainnya yang ingin melanjutkan penelitian yang serupa.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak radio dalam memberikan perlakuan yang tepat terhadap para penyiar agar dapat mengembangkan kreativitasnya. Selain itu dapat dijadikan pedoman bagi pihak radio tentang bagaimana caranya agar dapat menumbuhkan kreativitas yang tinggi bagi penyiar dan agar dapat mencegah hal-hal yang dapat menghambat kreativitas bagi para penyiar radio itu sendiri.

E. HIPOTESIS

1. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_0 : tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kreativitas verbal penyiar radio laki-laki dengan penyiar radio perempuan di kota Bandung.

H_a : terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kreativitas verbal penyiar radio laki-laki dengan penyiar radio perempuan di kota Bandung.

2. Pengambilan Keputusan, dasar pengambilan keputusan :

a. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

b. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

F. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk menyelidiki mengenai perbedaan tingkat kreativitas verbal penyiar radio laki-laki dengan penyiar radio perempuan di kota Bandung. Dengan demikian, rancangan penelitian yang

digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian non eksperimental dengan metode komparatif atau *ex post facto*. Model komparasi dalam penelitian ini, yaitu komparasi antara dua sampel (laki-laki dan perempuan). Teknik analisisnya menggunakan t-test dengan sampel independen.

Tes kreativitas verbal yang digunakan adalah tes kreativitas verbal dari Utami Munandar yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu: dimensi kognitif (berpikir kreatif), dimensi psikomotor (keterampilan kreatif), dan dimensi afektif (sikap dan kepribadian). Namun, pada penelitian ini difokuskan pada dimensi kognitif dari kreativitas, dimana dimensi kognitif terdiri dari beberapa kategori, yaitu berpikir divergen mencakup kelancaran, kelenturan, dan orisinalitas dalam berpikir, kemampuan untuk memperinci (elaborasi), dan lain-lain (Munandar, 2002).

G. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penyiar yang tergabung dalam radio siaran swasta di kota Bandung. Adapun pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sample* (sample bertujuan) dengan kriteria sampel yang karakteristiknya sudah ditentukan dan diketahui terlebih dahulu berdasarkan ciri dan sifat populasinya (Winarsunu, 2004). Sampel yang akan diteliti adalah para penyiar yang tergabung dalam enam stasiun radio siaran swasta di kota Bandung yaitu sebanyak 40 orang penyiar radio.