

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dewasa ini, pengertian dan istilah komunikasi menjadi sangat kompleks dan krusial mengingat efisiensi yang dibawa sangat berpengaruh menghadirkan dampak dalam penyampaian informasi baik dari satu individu kepada individu yang lain ataupun dari individu kepada kelompok-kelompok tertentu yang menduduki tempat sebagai entitas dari keberadaan makhluk sosial yang dirasa menjadi mutlak dan diperhatikan dari sudut manapun. Hal ini demikian membawa dampak baik bagi komunikasi tersendiri hingga utamanya mendapati sebuah rakitan yang selaras dengan pengaplikasian nya kepada masyarakat secara signifikan.

Komunikasi berakar dari bahasa latin yakni "*comunis*" yang memiliki makna membuat kebersamaan baik dengan dua orang atau lebih sedangkan sejarah latar belakang dari kata *comunis* adalah *communico* yang artinya berbagi.¹ Menurut Laswell Komunikasi adalah *who says what in which channel tho whom with what effect*, suatu proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa dan kepada siapa.² Barelson dan Stainer juga mendefinisikan komunikasi sebagai suatu cara yang dilakukan dalam penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol- simbol seperti

¹ Vardiansyah, Dian, *Pengantar Ilmu Komunikasi*(cetakan ke-1), Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

² Dani Kurniawan, *Komunikasi Model Laswell dan Stimulus Organism Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan*, Jurnal Komunikasi Pendidikan, 2018, hal 63

kata, gambar, angka, dan lain-lain.³ Sedangkan Hovland, Janis, dan Kelley mengemukakan bahwasanya komunikasi merupakan proses bagaimana seorang komunikator mengantarkan stimulus melalui beberapa cara seperti lewat kata-kata guna mengubah dan membentuk perilaku orang-orang lain atau khalayak.⁴ Jika dilihat dari berbagai pengertian tentang komunikasi di atas, dapat ditarik garis kesimpulan bahwasanya komunikasi merupakan suatu proses, tindakan, upaya yang dilakukan seseorang secara sadar, sengaja sebagai komunikator dalam membawa dan menyampaikan pesan berupa informasi dengan melalui banyak tahapan baik kata-kata, simbol, gambar, dan lain-lain kepada penerima pesan (komunikan) dengan tujuan melihat, membentuk *feedback* yang diinginkan.

Dinamika persuasi umumnya sangatlah dekat dengan aktivitas manusia sehari-hari tak heran jika pada praktik kehidupan manusia persuasi menjadi hal yang krusial. Ketika seseorang mendengarkan kata persuasi maka mungkin sudah tidak lagi asing bahkan tak jarang akan seketika menimbulkan kosakata atau gambaran besar seperti sales, berjualan, karismatik, berjualan, iklan, motivator, dapat dipercaya dan kata-kata yang lain.⁵ Secara tidak langsung ini merepresentasikan beberapa hal sehingga dapat mewakili kata ganti orang, sifat, kerja, dan benda. Menurut Simon, ia mengemukakan bahwasanya persuasi adalah suatu proses komunikasi manusia dan dirancang dengan tujuan membujuk, mengajak orang lain dengan memodifikasi hal yang mereka percayai tentang nilai-nilai serta dapat mengubah tingkah laku.⁶ Begitupun dengan Bettinghaus yang juga menguatkan

³ Yudi Abdullah, Yetty Oktaria, *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Yogyakarta, Deepublish, 2017, hal 7

⁴ Yudi Abdullah, Yetty Oktaria, *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Yogyakarta, Deepublish, 2017, hal 7

⁵ Ezi Hendri, M.Si, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019

⁶ Asep Suryana, *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*, Pustaka Ut, hal 39

pendapat Simons tentang persuasi dimana ia menyebutkan bahwa persuasi merupakan suatu usaha mempengaruhi pikiran dan perbuatan seseorang yakni bagaimana cara pembicara dalam mempengaruhi tingkah laku pendengar melalui indra pendengaran atau penglihatan dengan tujuan tak hanya untuk memberitahu namun diharapkan dapat mengubah sikap, pendapat, selaras dengan yang diharapkan oleh penyampai pesan. Dalam komunikasi sendiri persuasi memiliki beberapa level atau tingkatan yakni aspek kognitif, afektif, dan konatif.⁷

Pada masa sekarang, dapat disepakati bahwa teknologi menjadi salah satu hal yang secara signifikan memberi dampak bagi kehidupan utamanya pada generasi milenial, z dan anak-anak muda. Mengingat perkembangannya bisa dirasakan di berbagai aspek dan melalui media apa saja contohnya media massa baik media tercetak atau media elektronik. Radio ialah salah satu bagian dari media massa yang berjenis elektronik.

Radio tentunya menjadi benda tak tak asing bagi masyarakat Indonesia pasalnya keberadaan benda ini sudah menjamah sejak zaman penjajahan sebagai alat untuk menyebarkan informasi terkait pergerakan musuh dan lain sebagainya. Selain itu radio juga sebagai sarana hiburan mengingat biayanya lebih terjangkau jika dibandingkan dengan televisi dan memiliki jangkauan yang luas sehingga mampu merambah daerah-daerah pedalaman atau daerah gunung sekalipun meskipun pada kekurangannya radio tidak dapat menampilkan gambar atau visual seperti televisi.

⁷ Jurnal Ilmu Komunikasi, *Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial*, 2015, hal 3

Sejarah singkat radio memiliki beberapa era mulai dari ditemukannya gramofon hingga radio di zaman seperti sekarang ini baik dari masa perang, Radio AM, Radio FM, Radio satelit, hingga Radio HD.⁸

Dalam konteks ini, komunikasi massa mengambil peran utama dalam pengaplikasian nya pada realita seperti yang dikemukakan oleh Littlejohn bahwa terkait dengan pemanfaatanya komunikasi massa menggunakan media baik itu dari jenis media elektronik (televisi, radio) atau cetak (*press*, surat kabar, majalah, koran, dan lain-lain) bahkan belakangan ada yang melalui media *on line*. Definisi media massa sendiri banyak dikatakan oleh para ahli salah satunya oleh Bittner, dimana ia mengemukakan bahwasanya komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*) berdasarkan deskripsi tersebut pengertian yang tersirat adalah pada dasarnya komunikasi massa merupakan sebuah proses penyampaian dan penerimaan suatu informasi yang dilakukan oleh suatu organisasi atau media kepada khalayak luas yang anonim.

Littlejohn juga mengatakan bahwa proses komunikasi seperti ini memakai konsep media *encoding*, yakni dengan organisasi media melakukan tahap untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan tertentu,⁹ yang tidak lain tujuan tersebut untuk membuka isolasi komunikasi antar penduduk dunia dan membawa perubahan krusial baik dalam organisasi maupun fungsi masyarakat.

⁸ Winda Kustiawan, M. N. (2022). Sejarah. *Jurnal Edukasi Nonformal*, hal 2-3.

⁹ Imran, H. A. (2012). *Media Massa, Khalayak Media, Efek Isi Media Dan Fenomena Diskursif*. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 48-49

Pada realitanya, kegiatan penyiaran juga merupakan salah satu bentuk implementasi komunikasi dari satu organisasi kepada khalayak umum yang tanpa disadari ini menjadi hal yang krusial dalam memberikan pengaruh dan kontinuitas pada aspek-aspek tertentu, mengambil peran untuk memacu pola-pola-pola pikiran, *feedback*, pola perilaku dan sikap individu utamanya dalam lingkup kegiatan secara sadar maupun tidak disadari. Kesenambungan ini sangat nampak lazimnya semua dimensi kehidupan mempunyai sebab akibat dari segala sesuatu yang dilakukan.

Oleh karenanya perlu diterapkan nya strategi sebagai antisipasi dari langkah-langkah yang akan dihadapi kedepan untuk memudahkan setiap manusia menjalani kehidupan. Hal ini juga berkaitan dengan pesatnya perkembangan teknologi utamanya pada media dimana sekarang sangat membawa dampak yang signifikan dan diyakini membawa *effect* bagi masa depan. Manfaat yang lain adalah sebagai sarana untuk mempermudah akses informasi karena pada dasarnya media hadir untuk menjembatani penyampaian dan perolehan informasi mengingat dari definisi komunikasi yakni interaksi sosial antara satu atau lebih individu untuk bertukar informasi berupa pesan melalui komunikator. Pesan yang dibawa memiliki kedudukan tak kalah penting karena menjadi objek dan syarat dari keabsahan kegiatan komunikasi itu sendiri.

Sebagai salah satu media yang berfungsi untuk sarana penyampaian informasi, hiburan, dakwah radio kini semakin diakui eksistensinya. Radio Suara Surabaya menjadi portal berita dan sentra informasi tentang Surabaya timur dengan melaksanakan beragam gerakan pemberdayaan sebagai proses demokrasi masyarakat dengan visi dan misi perusahaan media massa yang berkembang

mengunggulkan kemajuan telekomunikasi dan teknologi komunikasi. Radio ini pertama kali mengudara berteepatan dengan peristiwa gerhana matahari total pada Juni tahun 1983 dengan frekuensi berada pada 100.0 FM dan mengusung slogan *News, Interaktif, Solutif*. Namun seiring berkembangnya teknologi dan frekuensi kini radio Suara Surabaya telah berhasil dan dikenal menjadi salah satu media penyiaran dengan *Citizen Journalism* yang kuat. Bagaimana tidak, dengan kecepatan nyainformasi yang disampaikan tak sedikit orang memilih untuk mengupdate informasi dan peristiwa apapun ke radio ini dahulu sebelum dilanjutkan ke pihak yang bersangkutan/berwajib.

Istilah *Citizen Journalism* ini membidik terhadap keikutsertaan aktif masyarakat sebagai jurnalisme warga dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan juga menyajikan berita dan semua warga diberikan kesempatan untuk melakukan ini. Menurut Andy F. Noyah, *citizen journalism* lain halnya jurnalis profesional dimana yang dimaksudkan adalah jurnalis yang memang sudah berpengalaman atau bekerja pada suatu media tertentu.¹⁰ Contoh dari jurnalisme warga dapat kita ketahui seperti yang telah dicatat oleh Julian Hutabarat dalam *Citizen Journalism*, dimana pada saat itu beredar video amatir ketika detik-detik bencana tsunami di Aceh pada 26 Desember tahun 2004 yang dimiliki oleh Cut Putri. Video tersebut menjadi ramai perbincangan masyarakat tanah air dan dinilai berita dalam video ini sangat tinggi meskipun dari segi teknis pembuatan video itu bukanlah seorang jurnalis yang profesional.

¹⁰ Kusnadi. (2016). *Citizen Journalism Indonesia*. repository.ut.ac.id, 3

Citizen Journalism dilihat dari segi sejarah dan perkembangannya bahwa di Indonesia awal mulanya dipelopori oleh kemunculan Radio Elshinta dimana kemudian warga tanah air memanfaatkannya menjadi praktik jurnalistik.¹¹ Radio Elshinta ini dulunya didirikan pada tahun 1966 yang saat itu memiliki fungsi sebagai radio untuk menyebarkan budaya Indonesia kemudian dengan segala perkembangannya disamping menjadi radio multi program, radio Elshinta ini kemudian mulai bertransformasi menjadi radio berita dengan jaringan 60 kota dan 24 jam siar per hari pada tahun 1998.¹² Dan dari perkembangannya bahwa radio Elshinta ini sudah memiliki 100.000 jurnalis warga dengan faktor-faktor lain untuk kebebasan pers ia menerapkan kebebasan pers dimulai pada tahun 1998 setelah jatuhnya rezim orde baru ditambah dengan adanya budaya masyarakat Indonesia sendiri untuk mendengar, berbicara, berbincang-bincang dan saling berbagi informasi dan secara langsung ini menjadi turun-temurun, tentu ini menjadi salah satu keunggulan bagi media informasi khususnya radio untuk mengembangkan *citizen journalism*.

Di samping itu, eksistensi dari perkembangan teknologi khususnya dapat kita lihat dan rasakan bahwa zaman sekarang banyak perusahaan *android* atau telepon seluler yang semakin mengembangkan kualitas, fitur dan kecanggihannya. Dengan adanya telepon seluler juga semakin mempermudah kita untuk mengakses maupun mencari dan mendapatkan informasi dengan mudah, tak hanya itu fitur yang beragam dan harga yang relatif terjangkau juga berpengaruh pada pembelian konsumen dan secara otomatis dapat mengembangkan

¹¹ Agus Ganjar Runtiko, D. M. (2012). *Digitalisasi konvergensi*. Bandung: Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi Dan Informatika

¹² Rani Diah Anggraini, *Perkembangan Citizen Journalism di Indonesia*, Universitas Gadjah Mada: Yogyakarta

interaktivitas dengan pendengar dalam hal mewujudkan segmen berita yang bermutu dan realtime

Pengaruh keberadaan telepon seluler tidak memungkir merosotnya perkembangan media cetak yang dulunya menjadi salah satu ikon bagi masyarakat Indonesia utamanya untuk mendapat informasi dan menyebarkan berita. Namun peningkatan jumlah pengguna telepon seluler ini diakui mengalami peningkatan yang cukup pesat. Diakses dari data asosiasi bahwasanya pada bulan Maret tahun 2006 pengguna telepon seluler di Indonesia sendiri mencapai 50,6 juta jiwa atau sekitar 23% dari total jumlah penduduk sebanyak 220 juta jiwa.¹³ Sementara itu terkait *citizen journalism* media masa yang lainya seperti media cetak atau televisi memiliki beberapa paradigma yang berbeda tentang kehadiran citizen journalism atau jurnalisme warga semenjak awal kemunculanya di tahun 2000-an.

Respon yang menunjukan masih enggan untuk mengambil *citizen journalism* dalam praktik jurnalistik karena ada kekhawatiran bahwa mereka takut bisa saja akan kehilangan reputasi, kredibilitas dan problem etika jurnalistik. Tetapi justru pada kenyataanya saat ini dapat kita rasakan bahwasanya dengan kehadiran media baru digital, menciptakan peluang yang lebih luas untuk *citizen journalism* dalam mengembangkan potensialnya karena seiring dengan kemajuan teknologi yang kian pesat maka kemudahan mengakses informasi untuk masyarakat akan terjamin dengan pemanfaatan media baru digital juga penggunaan yang sudah sedemikian masif mengubah pola pikir dan gaya masyarakat.

¹³ Kurniawan. (2007). *nya Jurnalisme Warga di Indonesia: Prospek dan Tantangan. Makara, Sosial Humaniora*, 71-78

Di samping itu, kebijakan individu dan masyarakat sangat diperlukan guna menyikapi perkembangan dan kemajuan media utamanya medsos. Tidak dengan tanpa alasan bahwa media sosial kini menjadi hal yang sudah lazim dan berkaitan dengan manusia bahkan pada kehidupan sehari-hari karena semakin dipelajari akan semakin tinggi rasa keingintahuan kita terhadap media sosial itu sendiri. Hal lain yang juga menjadi alasan agar kita selalu bijak membatasi diri dalam bermedia ialah terkait ketergantungan, apalagi sudah menjadi kultur khususnya bagi masyarakat kita karena waktu luang yang justru banyak dihabiskan untuk sekedar berselancar di media sosial tanpa sadar memakan waktu beberapa jam. Dari hasil data yang didapat oleh [databoks.katadata.co.id](https://www.rri.co.id/ipetek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024) terkait penggunaan media sosial tahun 2024 bahwa total jumlah pengguna sebanyak 191 juta pengguna dan mencapai angka 73,7% dari populasi dengan pengguna aktif ialah 167 juta pengguna dan mencapai angka 64,3% dari populasi.¹⁴

Dari data di atas, dapat kita simpulkan bahwasanya melalui media sosial pun kecepatan berita dapat menjadi celah bagi media sosial untuk lebih berkembang contohnya seperti whatsapp, tiktok, instagram, twitter, facebook, dan lain-lain yang sekarang pun lebih banyak digunakan diakses masyarakat tidak hanya generasi milenial saja sehingga tidak memungkiri keberadaan media massa yang hingga saat ini masih bertahan seperti koran, majalah, radio, televisi akan jarang lagi diminati oleh generasi muda namun berbeda dengan radio yang memiliki strategi pengembangan yang baik dan mempunyai pendengar, jangkauan yang luas.

¹⁴ <https://www.rri.co.id/ipetek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

Namun yang menjadi garis bawah adalah berita yang disiarkan di radio tidak kalah penting dengan media lain seperti televisi. Pasalnya berita pada radio juga berita di radio memenuhi unsur jurnalistik yakni 5 W+1 H yang menjadi patokan pada penyebaran berita.¹⁵ Maka dari itu, kelayakan berita juga harus diutamakan selain kecepatan nya. Karena dengan memperhatikan kelayakan berita secara otomatis ketepatan berita juga akan terpenuhi dan sampai pada pendengar, audiens dengan baik.

Demikian, dengan alasan bahwa informasi merupakan salah satu kebutuhan utama masyarakat yang kini semakin banyak individu, kelompok orang mengakses fungsi informasi tidak melulu untuk formalitas pemanfaatan media atau teknologi semata, di sisi lain jika kita dapat mengambil kaidah dan memanfaatkan fungsinya dengan benar informasi juga salah satu alat untuk mencapai kesuksesan. Pentingnya penguasaan terhadap media informasi terutama media masa dan digital menjadikan manusia berpenguasa. Seperti pada perspektif umum bahwa penguasa media informasi merupakan penguasa masa depan.¹⁶ Hal demikian juga menjadi salah satu alasan bagi peneliti untuk melakukan pengamatan terkait *citizen journalism* karena sekarang dapat dirasakan semakin banyak diminati oleh masyarakat dengan berbagai faktor. Selain memiliki ketertarikan di bidang jurnalistik meskipun tidak seluruh masyarakat sebagai pendengar dan partisipan *citizen journalism* berlatar belakang pendidikan jurnalistik.

¹⁵ Ferry F.I.A (2019). *Analisis Isi Unsur Kelengkapan Berita Pada Media Online*.

¹⁶ Romli, A. S. (2004). *Broadcast Journalism*. Jakarta: Dian Rakyat

Oleh karenanya pemanfaatan media digital untuk mendapatkan informasi di masa sekarang ini juga masih harus disaring kebenarannya apakah sumber informasi nya akurat dan tidak diragukan, ini yang kemudian juga menjadi tolak ukur kebijakan bermedia karena selain kelebihan *citizen journalism* yang mempunyai kecepatan dalam penyampaian informasi, kekurangan dari *citizen journalism* ini adalah kebenaran informasi apakah sudah terjamin kebenarannya atau tidak (*hoax*). Karena tanpa disadari *hoax* dapat berasal dari mana saja tidak terkecuali dari masyarakat terlebih tidak semua *citizen journalism* berpegang pada kode etik jurnalistik dalam pencarian maupun penulisan berita mengingat mereka bukanlah jurnalis profesional.

Radio Suara Surabaya sejak awal penyiarannya telah mengimplementasikan jurnalisme radio sebagai format siaran dan merupakan deretan radio swasta pertama di Indonesia yang mengusung konsep radio informasi meskipun di tengah-tengah otoritas radio musik dan sandiwara radio. Radio ini mengembangkan siaran interaktif berbasis jurnalistik yang kemudian beberapa tahun selanjutnya diekspresikan menjadi *citizen journalism*. Radio Suara Surabaya sukses menjadi radio yang dikenal sebagai penggerak partisipasi *public*, penggalang kekerabatan sosial, inspirator kebijakan kota dan sumber solusi permasalahan *public* hal ini dikuatkan dengan jumlah pendengar yang secara sukarela melibatkan dirinya menjadi reporter dan informan sebanyak 330.000 pada tahun 2009.¹⁷ lingkup dan efek ini menjadikan siarannya melebihi peran radio secara konvensional.

¹⁷ Sutrisno, A. T. (2011, April). *Motif Pendengar Menjadi Citizen Journalism pada Radio Suara Surabaya*. *Plisip Upn*, 5

Dapat diakui bahwasanya kecepatan informasi terkait fenomena-fenomena dan peristiwa yang terjadi setiap harinya sangat bermanfaat bagi pendengar Radio Suara Surabaya terkhusus untuk masyarakat Surabaya dan sekitarnya baik dari berita nasional, internasional, seputar olahraga dan informasi lalu lintas yang *update* maka dari itu selain sebagai sumber informasi, Radio Suara Surabaya juga sangat mengedepankan kesempatan bagi seluruh warga untuk menjadi partisipan dalam menyampaikan informasi melalui *citizen journalism*. Hal inilah yang kemudian menjadi suatu alasan bagi Radio Suara Surabaya sebagai radio *News, Interaktif*, dan *solutif*

Berdasarkan deskripsi di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Persuasif Suara Surabaya Dalam Meningkatkan partisipasi Citizen Journalism di Radio Suara Surabaya”**. Judul ini penting untuk dilakukan penelitian karena diharapkan dapat menjadi wacana dalam menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi komunikasi dan komunikasi massa. Penelitian ini dapat memberi gambaran terkait bagaimana pemanfaatan media dan citizen journalism yang masih belum banyak dipelajari. Peneliti memilih tempat tersebut menjadi objek penelitian dengan mempertimbangkan beberapa hal termasuk pada kecepatan citizen journalism yang sudah dikenal cukup kuat oleh masyarakat terutama masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana komunikasi persuasif Suara Surabaya dalam mempertahankan Citizen Journalism dan mengimbangi kekuatan berita sampai pada audiens?
2. Apa Faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi persuasif Suara Surabaya dalam mempertahankan Citizen Journalism dan mengimbangi kekuatan berita sampai pada audiens?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana komunikasi persuasif Suara Surabaya dalam mempertahankan Citizen Journalism dan mengimbangi kekuatan berita dengan medsos sehingga sampai kepada audiens
2. Untuk mengetahui Apa Faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi persuasif Suara Surabaya dalam mempertahankan Citizen Journalism dan mengimbangi kekuatan berita dengan medsos sehingga sampai kepada audiens.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis :

- (a). Penelitian ini bermanfaat untuk menambah referensi dari penelitian yang berkaitan dengan tema Komunikasi Persuasif Radio dalam meningkatkan partisipasi citizen journalism pada program siaran dan menyeimbangkan kecepatan, ketepatan berita dengan media sosial

- (b). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai data terkait bagaim komunikasi persuasif Suara Surabaya dalam Meningkatkan partisipasi Citizen Journalism dan melakukan langkah efektif pada pengembangan media sosial
- (c). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi batu pijak dalam melaksanakan penelitian lanjutan mengenai komunikasi dan komunikasi persuasif Suara Surabaya dalam Meningkatkan partisipasi Citizen Journalism pada program dan melalui media sosial

Manfaat Praktis :

- (a). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif bagi para pengusaha yang baru memulai bisnis dan ingin menerapkan model komunikasi persuasif sebagai pendekatan baik melalui metode promosi melalui media-media kreatif, komunikatif, dalam menarik konsumen dan target market nya
- (b). Penelitian ini diharapkan dapat arahan bagi perusahaan utamanya Radio Suara Surabaya dalam meningkatkan pemanfaatan komunikasi melalui Komunikasi Persuasif guna meningkatkan dan mempertahankan partisipasi citizen journalism khususnya pada program siaran dan mengembangkan peluang media sosial untuk penyampaian berita.

E. Definisi Konsep

1. Strategi

Strategi ialah istilah yang berasal dari bahasa Yunani *strategis* yang mempunyai arti perang dan ag yang artinya memimpin. Sedangkan secara bahasa definisi strategi yakni salah satu sistem yang disusun pada masa perang dengan tujuan mencapai cara untuk menuju kemenangan. Hal tersebut dilatar belakangi oleh situasi dan kondisi pada zaman dahulu pada saat era peperangan masih mendominasi sehingga mengharuskan seorang pemimpin menyusun strategi agar menang dalam peperangan.¹⁸ Secara istilah, strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.¹⁹

Strategi termasuk pada kegiatan yang bersifat incremental atau terus meningkat serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Maka dari itu strategi juga merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dan tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Definisi strategi menurut Stephanie K. Marrus seperti yang dikutip oleh Sukristono, "Strategi ialah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai".

¹⁸ Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga

¹⁹ Kasmir. (2012). *Kewirausahaan*. Rajawali Pers Jakarta, hal 186

Dari beberapa uraian mengenai strategi diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya strategi merupakan teknik atau langkah yang sudah disusun, dirancang sedemikian rupa guna mendapatkan hasil yang diinginkan namun tetap mengantisipasi,memperhatikan lawan yang akan dihadapi juga memanfaatkan peluang yang ada.

2. Komunikasi Persuasif

Menurut William J. McGuire yang mengemukakan bahwasanya definisi 'persuasi berasal dari "*Persuasion or changing people's attitude and behaviour through the spoken and written word, constitutes one of the more interesting uses of communication*" yang diartikan sebagai tindakan yang dilakukan untuk mengubah sikap, pendapat, tingkah laku seseorang baik melalui lisan ataupun tulisan pengubahan sikap seseorang atau individu dapat dilakukan denggan memasukan ide, pendapat, fikiran, fakta yang kredibel pada pesan-pesan yang komunikatif.²⁰ Burgon & Huffner menyebutkan definisi komunikasi persuasif ialah salah satu proses mempengaruhi tindakan, sikap, dan pendapat orang lain guna mencapai tujuan si komunikator tanpa adanya paksaan tetapi berdasarkan kesadaran, kerelaan dan perasaan senang.²¹ A.W. Widjaja mengutarakan bahwa pengertian komunikasi persuasif adalah usaha seorang persuader untuk meyakinkan seseorang atau *persuadee* untuk

²⁰ Fatma Laili Khoirun Nida, *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabysir, Vol 2, 2015, hal 79

²¹ Herdian Maulana dan Gumgum Gumelar, *Psikologi komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013) hal 8

bertindak dan bertingkah laku sebagaimana yang diharapkan persuader dengan tanpa paksaan dan kekerasan pada proses penyampaian nya.²²

Sedangkan Simons mendefinisikan persuasi sebagai bentuk dari komunikasi manusia yang dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi orang lain baik dengan merubah sikap, kepercayaan dan tindakan mereka.²³ Definisi persuasif secara istilah berasal dari kata "*Persuasio*" yang merupakan bahasa latin berarti merayu, membujuk, mengajak.²⁴ Persuasif termasuk kepada kegiatan psikologis dimana tujuannya tak lain adalah untuk memupuk nilai kesadaran, perasaan senang, kerelaan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwasanya pengertian komunikasi persuasif secara garis besar ialah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok lain sebagai komunikator kepada orang atau kelompok lain sebagai komunikan dengan tujuan antara lain untuk mengubah sikap dan perilaku baik dari segi psikologis maupun sosiologis.

3. Citizen Journalism

Menurut Sabjan Bodio secara sederhana, *citizen journalism* merupakan jurnalisme publik, jurnalisme warga atau akar rumput.²⁵ Menurut Andy F. Noyah, *citizen journalism* adalah jurnalis yang tidak sama dengan jurnalis profesional dimana dia tidak bekerja untuk sebuah media tertentu. Glasser juga

²² Nurhalima, *Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara*, Tesis IAIN, Medan, 2013, hal 15

²³ Ma'arif, Bambang.S, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, Bandung, Remaja Rosda Karya, 2010

²⁴ Fatma Laili Khoirun Nida, *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabysir, Vol 2, 2015, hal 79

²⁵ Kusnadi & M. Priono, *Citizen Journalism Indonesia: Suatu Wujud Dari Demokrasi Di Indonesia*, Jurnal repository ut, 2021

mendefinisikan bahwasanya jurnalisme warga ialah suatu kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh publik tanpa pengetahuan dan sertifikasi di bidang jurnalistik dengan memanfaatkan teknologi modern berupa jaringan internet untuk menyebarluaskan hasil pemberitaanya.²⁶

Berdasarkan definisi di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan definisi dari *Citizen Journalism* dapat diartikan sebagai kegiatan jurnalistik baik berupa mengambil gambar, merekam video suatu momen atau peristiwa yang dilakukan oleh warga atau publik dan tidak dilakukan oleh jurnalisme profesional.

4. Radio

Dalam komunikasi, H.A. Widjaya mendefinisikan radio sebagai saluran gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di rumah, mobil, kota, desa dan dimana saja.²⁷ Radio merupakan hasil suara dan gelombang penyiaran yang dihasilkan dari perusahaan di bidang media penyiaran dan seiring berkembangnya teknologi radio kian menjadi media penyiaran yang cukup besar dan meluas ditinjau dari segi fungsi nya sebagai media komunikasi dakwah, menyampaikan pesan-pesan ajaran islam dan menyisipkan unsur dakwah ke dalam program-program siaran. Tentunya bukan menjadi suatu hal yang mudah namun meski begitu program siaran radio sebaiknya tetap mengedepankan karakteristik dari radio itu sendiri.

²⁶ Rani Diah Anggraini, *Perkembangan Citizen Journalism di Indonesia: Peluang dan Tantangan*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

²⁷ H. A. Widjaya, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000) hal 36

Secara etimologi definisi radio yaitu pengiriman suara atau bunyi melalui udara, di dalamnya terdapat arti dari penerapan, ajakan, dan hiburan yang mampu menimbulkan persuasif mengajak manusia berbuat baik dengan meninggalkan kemunkaran. Pada penelitian ini yang dimaksudkan adalah radio berbasis berita dan informasi salah satunya berada di Surabaya yaitu Suara Surabaya dimana radio ini merupakan salah satu radio yang terkenal dengan citizen journalism nya yang kuat. Hampir sebagian besar dalam radio ini menyiarkan informasi yang berkaitan dengan masyarakat. Dengan demikian, definisi radio secara sederhana adalah suatu gelombang suara berupa frekuensi yang dihasilkan oleh alat pemancar dan dapat diterima oleh masyarakat baik di kota maupun pelosok.

F. Penelitian Terdahulu

1.	Nama Peneliti	Dwi Arini Yuliarti, Fita Fathurrohman(2022)
	Judul Penelitian	Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta
	Metode Penelitian	Fenomenologi Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling
	Hasil Penelitian	Hasil dan pembahasan pada jurnal penelitian tersebut adalah perwujudan visi dan misi dakwah melalui aktivitas yang dilakukan dengan mengedepankan nilai ke Islaman dan pola-pola baru yang diterapkan pada sistem

		objek penelitian dan kajian teori yang digunakan, pada jurnal tersebut peneliti mendeskripsikan strategi komunikasi secara luas dalam penarikan kesimpulan mengenai topik yang dibahas, menonjolkan upaya peningkatan pendengar dengan mengemas program-program siaran yang berbeda dan melakukan beberapa strategi promosi terjun langsung kepada masyarakat untuk membagikan selebaran stiker berkaitan dengan strategi meningkatkan minat pendengar
3.	Nama Peneliti	Nur Ayu Aimunnisa (2020)
	Judul Penelitian	Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra
	Metode Penelitian	Jurnal tersebut menggunakan metode studi kasus dengan teknik <i>purposive sampling</i> dan validasi data menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman dengan melalui tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.
	Hasil Penelitian	Hasil dari pembahasan yang diperoleh pada jurnal tersebut yakni terdapat enam unsur proses komunikasi persuasif yang diterapkan Komunitas Difalitera dalam meningkatkan literasi sastra pada

		kalangan difabel netra, mengetahui 3 teknik yang dilakukan Komunitas Difalitera dalam meningkatkan literasi sastra pada kalangan difabel netra yaitu berupa teknik integrasi, teknik ganjaran (<i>payy off</i>), dan teknik tataan (<i>icing</i>), terdapat beberapa faktor pendukung dalam poses komunikasi persuasif seperti kredibilitas persuader, Keterbukaan persuadee, penyusunan pesan yang menarik.
	Persamaan	Relevansi jurnal tersebut dengan penelitian sama-sama meneliti dengan metode kualitatif berupa studi kasus dan fokus utama pada komunikasi persuasif.
4.	Nama Peneliti	Vania Diah Cahyani, Doody Iskandar(2021)
	Judul Penelitian	Jurnal Riset Jurnalistik Penerapan Citizen Journalism dalam Pemberitaan Lingkungan Hidup di Media Sosial
	Hasil Penelitian	Jurnal tersebut berfokus kepada titik pembahasan mengenai penerapan citizen journalism di media khususnya secara online sehingga hasil dan pembahasan sangat dibatasi, beberapa hasil penelitian hanya menjelaskan apa manfaat dan bagaimana penerapan pemberitaan yang dihasilkan dari kegiatan citizen journalism itu sendiri. Namun jurnal ini dapat menjadi referensi bagi penulis terkait citizen journalism dan definisi nya dalam bermedia
	Persamaan	Pada pembahasan mengenai citizen journalism terutama penerapan nya pada media baik online maupun offline serta manfaatnya bagi lingkungan

		masyarakat.
5.		Revilia Tiara Putri(2019)
		Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism
		Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif
		Penelitian skripsi tersebut mengkaji tentang kelayakan berita pada citizen journalism secara absolut berkesinambungan dengan tema yang di angkat oleh peneliti maka dengan demikian pembahasan yang ada pada skripsi tersebut khususnya mengenai citizen journalism dapat menjadi acuan dan motivasi bagi penulis untuk mendalami topik-topik pembaharuan terkait fenomena yang terjadi pada masa sekarang.
		Relevansi skripsi tersebut dengan penelitian ini selain dari metode yang dan objek yang sama adalah konteks penelitiannya
		Pada penelitian tersebut mendalami tentang kajian yang di bedah yakni terkait citizen journalism dan membahas strategi yang digunakan.
6.	Nama Peneliti	Siti Sakinah dan Armawati Arbi(2019)
	Judul Penelitian	Strategi Komunikasi persuasif Persuasif Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah
	Metode Penelitian	Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif
	Hasil Penelitian	Hasil dan pembahasan yang didapatkan dari penelitian tersebut antara lain membedah dan menjelaskan strategi komunikasi persuasif yang diterapkan pengurus komunitas Terang Jakarta dalam mengajak anak muda berhijrah melalui new media dengan melakukan strategi

	psikososial, strategi sosiokultural, strategi the meaning construction.
Penelitian	Relevansi antara jurnal penelitian tersebut dengan penelitian skripsi ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach untuk mendapatkan data atau informasi terkait fokus dan subjek penelitian
Perbedaan	Perbedaan yang terdapat pada jurnal penelitian tersebut dengan penelitian skripsi ini terletak pada pemilihan objek penelitian dan fokus penelitian. Namun secara garis besar teori yang digunakan dalam penelitian menggunakan teori yang sama yakni teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach untuk mendapatkan data atau informasi terkait fokus dan subjek penelitian