PREFERENSI PENDENGAR RADIO TERHADAP PROGRAM SIARAN NEWS DENGAN PROGRAM SIARAN MUSIK DI RADIO MAJA FM
(Studi Pada Pendengar Radio Maja FM Mojokerto)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos.)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
No. KLAS: X D 204 035 KOM
No. REG: 03-204/KOM/35
ASAL BUKU:
TANGGAL:

Oleh :
ZULIANA SIHATUL ILMA
NIM. B06207072

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2011

SADWIDELANO
8439407-5953789

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ZULIANA SIHATUL ILMA

NIM : B06207072

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Dsn.Seberoh, Ds.Dalegan Rt.004/Rw.002, Kec.Panceng-Kab.Gresik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiatisasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 13 Juli 2011

Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL 8ADC1AAF746482813 6000 DJP

(Zuliana Sihatul Ilma)

NIM. B06207072

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Zuliana Sihatul Ilma

NIM : B06207072

Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Broadcasting

Judul : **Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News Dengan Program Siaran Musik Di Radio MAJA FM (Studi Pada Pendengar Radio MAJA FM Mojokerto)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Juni 2011

Dosen Pembimbing,

Ali Nurdin, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710602 199803 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Zuliana Sihatul Ilma ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 13 Juli 2011

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah

Dekan,

Dr. H. Aswadi, M.Ag.
NIP. 19600412 199403 1 001

Ketua,

Ali Nurdin, S.Ag, M.Si.
NIP. 19710602 199803 1 001

Sekretaris,

Rahmad Harianto, S.IP
NIP. 19780509 200710 1 004

Penguji I,

Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 19711017 199803 1 001

Penguji II,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si
NIP. 19540907 198203 1 003

ABSTRAK

Zuliana Sihatul Ilma, B06207072, 2011. *Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News Dengan Program Siaran Musik Di Radio MAJA FM (Studi Pada Pendengar Radio MAJA FM Mojokerto).* Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Preferensi Pendengar Radio, Program Siaran News, Program Siaran Musik

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: Apakah Ada Perbedaan Tingkat Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News dengan Program Siaran Musik di Radio Maja FM

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode survey yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai pilihan pendengar radio MAJA FM, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan rumus statistik "uji-t dua sampel saling bebas(*independent samples t-test*)" sehingga dapat diketahui kecenderungan pendengar dalam memilih kedua program tersebut yakni program berita atau program musik.

Data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis statistik *SPSS For Window Versi 14.00* ditemukan bahwa bahwa ada perbedaan pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik. Tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner secara positif menunjukkan kecenderungannya pada program musik. Dalam penelitian ini taraf kesalahan taksiran yang dipergunakan 5%. Dari perhitungan dengan cara membandingkan nilai signifikansi yakni 0.048 < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa Ha diterima.

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan kualitas siaran untuk radio tersebut yakni : tetap mempertahankan idealisme sebagai media penyiaran publik. Selain itu, karena media massa syarat dengan komersialisasi, diharapkan mampu bersikap netral artinya tidak berpihak pada salah satu golongan dan setiap program yang disiarkan mampu memenuhi selera khalayak dan mampu memberikan manfaat pada masyarakat. Mampu memberikan tambahan pengetahuan bagi generasi penerus bangsa dengan mempertajam sajian informasi dan hiburan yang edukatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR BAGAN xii
DAFTAR SKEMA xiii
DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I : PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 7
F. Definisi Operasional 8
G. Kerangka Teori Dan Hipotesis 11
H. Metode Penelitian 15
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 15
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 16
3. Teknik Sampling
4. Variabel Penelitian 19
5. Teknik Pengumpulan Data 20
6. Teknik Analisis Data 23
I. Sistematika Pembahasan 25

BAB II : KAJIAN TEORITIS 28

A. Kajian Pustaka 28
1. Definisi Komunikasi Massa 28
2. Radio 30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Pengertian dan Kilas Sejarah Penyiaran Radio FM 30
b) Radio Sebagai Media Penyiaran Publik 35
c) Karakteristik Radio 36
3. Program Siaran News (berita) 39
4. Program Siaran Musik 47
5. Audience atau Pendengar Radio 49
6. Hierarki Kebutuhan Individu Terhadap Media 54
7. Audience (khalayak) Usia Dewasa 56
B. Kajian Teori 58

BAB III : PENYAJIAN DATA 68

A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian 68
1. Subyek Penelitian 68
a) Data Subyek Penelitian Berdasarkan Umur 70
b) Data Subyek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan 70
c) Data Subyek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin 71
2. Lokasi Penelitian 71
a) Company Profile Radio MAJA FM 72
b) Kota Mojokerto Secara Geografis 78
c) Mojokerto Secara Topografis 78
d) Mojokerto Secara Psikografis 80
e) Mojokerto Secara Sosiografis 80
B. Deskripsi Data Penelitian 80

BAB IV : ANALISIS DATA 86

A. Pengujian Hipotesis 86
1. Analisis Menggunakan F Test 89
2. Analisis Menggunakan t test 89
3. Analisis Dengan Membedakan Taraf Signifikansi Dengan Galatnya 89
B. Pembahasan Hasil Penelitian 90

BAB V : PENUTUP 93

A. Kesimpulan 93
B. Rekomendasi 94

DAFTAR PUSTAKA 96

LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Data Responden....68

Tabel 3.2. Data Responden Berdasarkan Umur....70

Tabel 3.3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan....71

Tabel 3.4. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....71

Tabel 3.5. Program Siar Radio MAJA FM....74

Tabel 3.6. Program Talkshow Radio MAJA FM....75

Tabel 3.7. Program Siaran Relay Radio MAJA FM....76

Tabel 3.8. Program Info Radio MAJA FM....76

Tabel 3.9. Program Info Radio MAJA FM....76

Tabel 3.10 Program Jaring Radio MAJA FM....77

Tabel 3.11. Rekapitulasi Pilihan Pendengar Untuk Program Berita....82

Tabel 3.12. Rekapitulasi Pilihan Pendengar Untuk Program Musik....84

Tabel 4.1. Jumlah Data Angket Dari Program Berita Dan Program Musik....87

Tabel 4.2. Output SPSS Group Statistik....88

Tabel 4.3. Output SPSS Independent Sample Test....88

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Bagan Teori Konsistensi dan Teori Dependency.....11

Bagan 2.1. Bagan Teori Dependency Oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin DeFleur.....60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR SKEMA

Skema 2.1. Komponen Kriteria Objektivitas Berita.....45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Peta Kota Mojokerto.....78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media komunikasi modern masa ini telah memungkinkan setiap orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Kemudahan teknologi komunikasi yang telah ada menjadikan masyarakat mempunyai tingkat tuntutan yang besar akan hak untuk mengetahui dan mendapatkan informasi. Hal ini berimbas pada keuntungan media massa untuk meningkatkan pemanfaatan sarana penyampaian pesan. Sebagai salah satu media penyiaran, radio merupakan bentuk media massa yang efisien memenuhi kebutuhan audience atas mobilisasi komunikasi dan hak untuk mengetahui dan mendapatkan informasi.

Keterlibatan antara media massa dengan masyarakat tidak akan pernah putus, karena keduanya saling memberikan keuntungan timbal balik. Sebagai makluk sosial yang butuh untuk saling berkomunikasi, radio mampu menjembatani kepentingan tersebut. Radio sebagai medium massa yang mampu terhubung langsung dengan audience memiliki beberapa peran ideal dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan pendengarnya, yakni: informasi, pendidikan dan hiburan. Ketiga kebutuhan tersebut sewajarnya dimiliki radio, karena tidak terpenuhinya salah satu kebutuhan tersebut mengakibatkan radio kehilangan pendengar dan kurang berguna untuk masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsep acara radio harus mampu mengkolaborasikan serta mampu menjaga idealisme radio sebagai media publik melalui musik sebagai simbol program hiburan, dan *news* (berita) sebagai simbol informasi juga pendidikan.[1] Namun, ditengah tuntutan pasar komersial dan tingkat persaingan stasiun radio yang cukup besar, ketimpangan arus informasi dan sajian musik bisa saja terjadi. Ini juga berimbas pada kesenjangan konsumsi *audience* (pendengar) terhadap kedua program tersebut, yakni memilih berita atau musik.

Sebagai media penyiaran, radio dirancang dengan keunikan program siaran untuk membuka hubungan seluas-luasnya dengan pendengar. Sebagai aplikasinya yakni dengan menyajikan program hiburan dan informasi. Melalui program siaran informasi yakni berita di radio, masyarakat mendapatkan laporan atau gambaran tentang sesuatu yang ingin diketahui, memberikan pengetahuan yang baru tentang dunia yang belum pernah kita lihat dan kita ketahui. Melalui program hiburan yakni siaran musik, audien mampu menyenangkan diri pribadi.

Bermacam karakter individu yang mempunyai kebutuhan akan informasi dan juga hiburan baik bersifat auditif maupun visual, dan untuk melengkapi kebutuhan informasi dan hiburan yang bersifat auditif itulah radio hadir ditengah-tengah masyarakat. Meskipun radio merupakan media yang auditif dengan kekurangan dari aspek visual, namun sampai sekarang radio tetap diminati setiap orang disegala penjuru bumi. Ini dikarenakan tanpa

[1] Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta: LKIS, 2001), hlm. 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

batasan ruang dan waktu radio bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana, selain itu murah dan merakyat karena bisa dinikmati oleh siapapun.

Radio mampu menjadi magnet bagi setiap masyarakat atas macam sajian baik itu *news* (berita) ataupun sajian musik. Karena melalui radio masyarakat bisa menyalurkan ekspresi, komunikasi, mendapatkan informasi dan menyalurkan informasi, menjadi media pendidikan, dan juga hiburan. Banyak hal yang sebenarnya mampu dimanfaatkan atas adanya radio. Contohnya adalah kita bisa mendapatkan dan menyampaikan informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan memanfaatkan program on air. Contoh lain adalah atas adanya suatu berita atau tema berita yang diangkat kita mampu memanfaatkan sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. Dan di radio juga kita bisa mempertemukan dua pendapat yang berbeda untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Kekuatan persuasif radio memang besar, melaui media massa radio individu dapat membentuk opini dan interpretasi informasi yang telah mereka terima.

Pendengar adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan. Sehingga media penyiaran pada dasarnya adalah merebut perhatian audien. Dan pertanyaan yang sering menjadi perhatian adalah "Acara atau program apakah yang disukai oleh audien?", melihat ciri masyarakat kita yang terdiri dari beragam karakter budaya dari sabang hingga merauke.

Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen, yang artinya pembaca, pendengar atau penonton yang satu dengan yang lainnya berbeda

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam jenis kelamin, usia, pekerjaan, agama, pendidikan, kebudayaan, ideologi, hobbi, pengalaman, pandangan hidup, cita-cita, dan lain-lain.[2] Mengingat keberagaman karakter masyarakat kita, tentunya pilihan pendengar juga berbeda. Dengan mempertimbangkan ada beberapa kategorisasi pendengar, yakni: kelas sosial, gaya hidup, usia individu dan kemampuan intelektual, perbedaan gender, kebutuhan terhadap produk yang disarkan, dan kesan individu terhadap program siaran.[3]

Dalam perkembangan teknologi seperti saat ini, berita menjadi tuntutan kebutuhan yang mendesak bagi kalangan masyarakat tertentu yang sadar akan pentingnya pengetahuan atas dunia sekitar. Meskipun perkembangan media massa lain begitu pesat, jurnalis radio masih tetap unggul. Perubahan set up dan program siaran yang bisa dilakukan secara cepat, itu sangat cocok untuk menyokong selera pendengar yang begitu dinamis dan sedang bergeser kepada hal-hal yang lebih interaktif dan menu berita dengan kecepatan yang tinggi. Siaran *news* juga memenuhi keinginan sebagian kelompok demografis masyarakat. Bila kemacetan terjadi masyarakat akan lebih memilih untuk mendengarkan radio karena tanpa batasan ruang, waktu juga materi langsung bisa dinikmati dan juga memberikan informasi yang banyak. Namun pandangan itu tidak berlaku bagi sebagian masyarakat. Sebagian masyarakat cenderung untuk lebih update perkembangan musik saat ini daripada akses berita dari media yang ada.

---

[2] Onong Uchyana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), hlm. 17

[3] Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa(Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L.Berger 'N Thomas Luckmann,* (Jakarta : Kencana, 2008.), hlm. 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apalagi secara sajian, kedua program tersebut memiliki pola penangkapan yang berbeda.

Pola penangkapan untuk musik akan lebih mudah sebab tidak membutuhkan perhatian yang mendalam. Seperti contoh kalangan remaja saat ini yang memang secara pemikiran mereka akan lebih labil untuk memilih sajian program yang tepat untuk dirinya. Kecenderungan baik remaja ataupun dewasa sekarang konsumsi media massa lebih kepada sajian musik, ini bisa disebabkan karena beberapa hal. Bisa dikarenakan tuntutan kebutuhan ataupun alasan lainnya.

Secara umum musik mempunyai daya tarik tersendiri. Semua orang dari yang muda sampai umur 50 tahunan pada awalnya tertarik mendengarkan radio hanya untuk mendengarkan musik.[4] Pada radio ini pendengar yang aktif dalam artian pendengar yang melakukan interaktif dengan penyiar pada umumnya terjadi saat siaran *news* (berita), dan rata-rata didominasi oleh khalayak dewasa.

Beragam karakter individu dengan berbagai macam latar belakang akan berbeda pula dalam menanggapi dan menentukan pilihan pada setiap sajian program siaran radio, karena secara kebutuhan, minat, dan kondisi sosial setiap orang berbeda satu sama lain. Orang akan cenderung memilih mendengarkan siaran musik, apabila menurutnya musik yang diputar di radio tersebut sesuai dengan kebutuhan, minat dan kondisi sosialnya. Namun itu akan berbeda dengan seseorang yang menganggap bahwa musik tidak begitu penting, lebih penting mendengarkan siaran berita karena mampu memberikan

---

[4]Harley Prayuda, *Radio Penyiar It's Not Just A Talk*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), hlm. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi dan kejadian yang terjadi tiap harinya di daerah tertentu yang belum ia ketahui. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kecenderungan atau tingkat pilihan masyarakat terhadap kedua program tersebut.

Salah satu media komunikasi yang menyajikan kedua aspek tersebut yakni sajian berita dan musik adalah radio MAJA FM SUARA MOJOKERTO. Radio swasta yang berbasis *membership* ini memiliki dua jenis sajian program yakni news dan musik, berbeda dengan radio kebanyakan yang terkadang hanya menyajikan salah satu dari dua program tersebut. Oleh karena itu peneliti memilih radio ini. Sehingga dalam hasil akhirnya nanti akan diketahui kecenderungan pendengar lebih kepada program *news* atau program musik.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yakni: **Apakah Ada Perbedaan Tingkat Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News dengan Program Siaran Musik di Radio Maja FM ?**

C. Tujuan Penelitian

"Untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat preferensi pendengar radio terhadap program siaran *news* (berita) dengan program siaran musik di radio MAJA FM ".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan tambahan khazanah pengetahuan yang baru dan membangun terkait ilmu komunikasi massa, khususnya dalam bidang radio siaran dan study khalayak atau efek *audience* massa. Dikarenakan penelitian ini mencoba memfokuskan penelitian terkait dengan tingkat pilihan masyarakat (pendengar) atas terpaan media massa dalam hal ini adalah radio sebagai komunikator yang mempunyai kendali atas acara atau program yang disiarkan, yakni program siaran news dengan program siaran musik.

2. Manfaat Praktis

a. Sebagai kegiatan ilmiah yang mampu membangun mental mahasiswa dalam mengaplikasikan penelitian lapangan atau kuantitatif.

b. Diharapkan bermanfaat untuk menjadi bahan evaluasi yang membangun untuk kemajuan dan peningkatan mutu program siaran serta meningkatkan segmentasi pendengar pada radio yang bersangkutan.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama peneliti	Vita Ermintriana, (Mahasiswi UII Yogyakarta)
Jenis karya	Skripsi
Tahun penelitian	2009
Metode penelitian	Kualitatif
Hasil temuan penelitian	Audiens dengan keinginan, kebutuhan, tujuan, dan minat memilih jenis program siaran menurut pendapatnya masing-masing.
Tujuan	1) Untuk mengetahui bagaimana pola pilihan masyarakat terhadap program siaran hiburan dan informasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

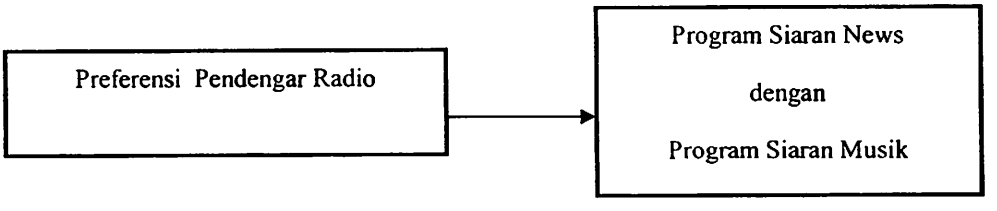
penelitian	2) Untuk mengetahui faktor- faktor apa yang mempengaruhi pilihan masyarakat terhadap program siaran hiburan dan informasi.
Perbedaan	Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif study deskriptif yang memfokuskan studi pada perilaku pendengar, sedangkan untuk penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berjenis survey esplanatif komparatif yang terfokus pada bentuk sikap berupa pilihan pendengar.

F. Definisi Operasional

a. Preferensi Pendengar Radio

Preferensi: pilihan, keadaan yang lebih disukai.[5]

Terkait dengan masalah penelitian, maka pendefinisian preferensi pendengar radio merupakan sebuah pilihan atau keadaan yang lebih disukai oleh pendengar radio, dimana pendengar radio bertindak sebagai komunikan memilah dan memilih atas terpaan media massa radio yang menyajikan program siaran *news* dengan program siaran musik. Mana yang akan lebih dipertahankan atau dipilih sebagai bentuk manifestasi rasa suka ataupun kecenderungan yang ada didalam dirinya. Tentunya pilihan masing- masing orang berbeda satu sama lain, karena keinginan, kebutuhan dan minat setiap orang juga berbeda.



[5]Pius A. Partanto, dkk, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), hlm. 219

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk itu tingkat preferensi atau pilihan pendengar radio inilah yang nantinya akan diketahui apakah ada perbedaan atau tidak tingkat pilihan pendengar radio dalam memilih program siaran *news* dengan program siaran musik.

b. Program Siaran *News* dengan Program Siaran Musik

Program siaran *news* merupakan program siaran radio yang menyajikan suatu sajian atau laporan berupa fakta dan opini yang mempunyai *news value,* penting, dan menarik bagi sebanyak mungkin orang, dan disiarkan melalui radio secara berkala. Berita radio mencoba menjawab persoalan apa yang terjadi dan bagaimana peristiwa tersebut berlangsung. Program siaran berita di radio ini merupakan hasil hunting para reporter dan juga browsing dari media tertentu yang dilakukan oleh para *gatekeeper*. Dan juga hasil relay dari Suara Surabaya. Berita yang disiarkan mengupas kasus mulai dari lokal wilayah Jawa Timur hingga nasional, dan juga berita internasional hasil *relay* dari Suara Surabaya. Adapun berita yang merupakan hasil hunting para reporter terbagi kedalam dua jenis berita, yakni kriminal dan birokrasi/ pemeritahan/politik.

Program siaran musik merupakan program siaran radio yang menyajikan pemutaran musik-musik mulai dari musik *oldiest, current hits*, dan *re current* disesuaikan dengan tema atau nama acara program siaran yang sedang berlangsung. Namun pemutaran musik itu tidak hanya sebatas pemutaran musik yang pasif tanpa adanya partisipasi dari pendengar (*non requets*), namun dalam pemutaran musik ini juga dipandu oleh penyiar dan juga ada kesempatan bagi pendengar untuk *requets*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Radio MAJA FM

Radio 100.7 MAJA FM merupakan salah satu radio swasta di Mojokerto yang menjadi primadona masyarakat, karena menyajikan dua macam program yang jarang disajikan oleh beberapa radio lain, yakni memadukan antara program siaran news dengan program siaran musik.

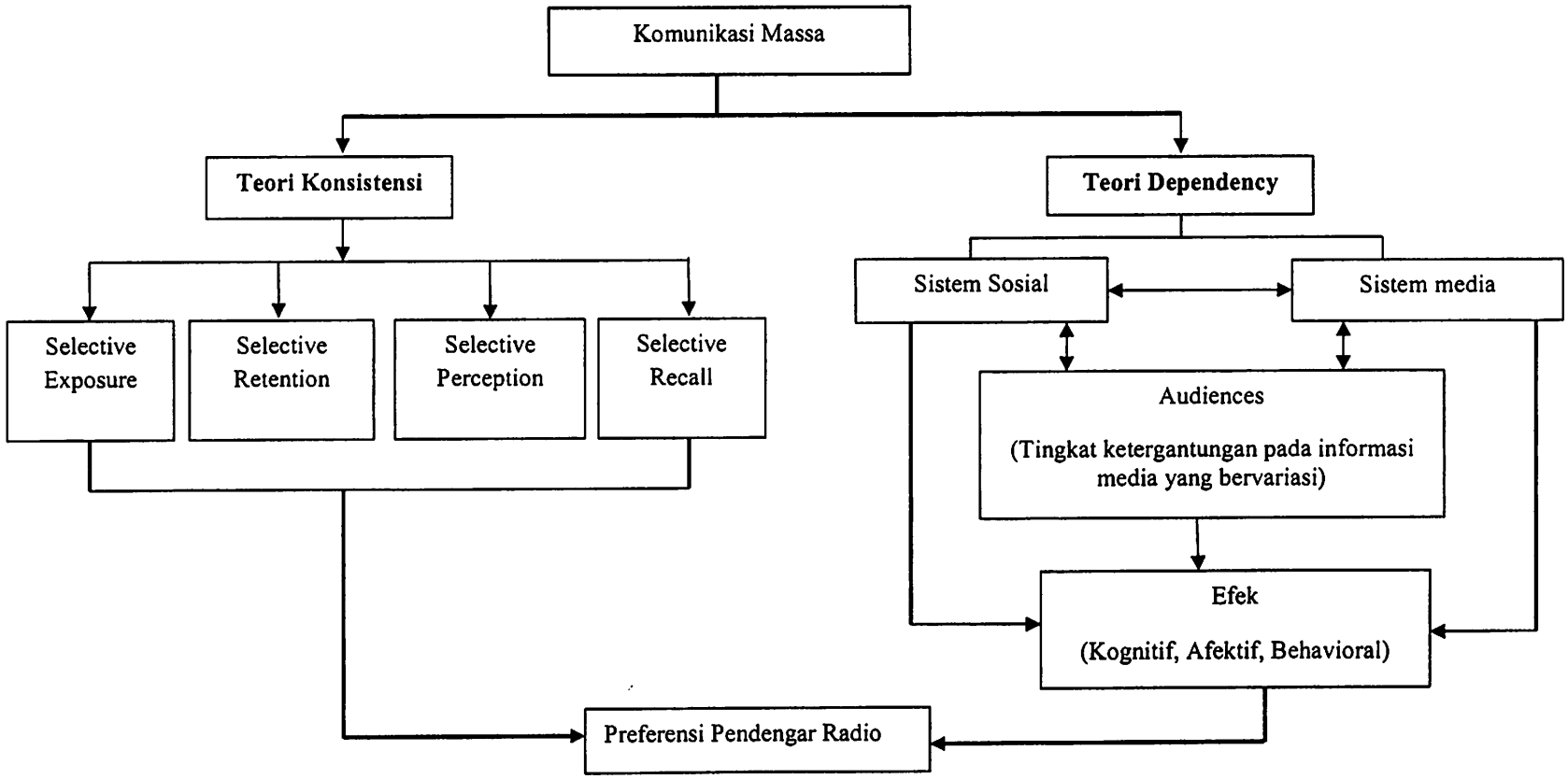
Radio yang terletak di Jl. Panderman No.I Wates Mojokerto ini mempunyai segmentasi pendengar radio yang sangat luas, mulai dari remaja hingga dewasa. Yang menikmati siaran radio ini juga tidak sebatas anak sekolahan saja, namun juga dari kalangan bawah hingga kalangan elit, mulai dari petani, karyawan, wiraswasta, ibu rumah tangga, pelajar/ mahasiswa, ABRI/ Polri. Dikarenakan program siarannya yang setiap harinya menyajikan berita, sedangkan kita tahu bahwa sajian berita selalu bisa dinikmati siapa saja dan penting untuk siapapun. Begitu juga sajian musiknya, musik bagi sebagian orang merupakan salah satu kebutuhan yang lazim dikonsumsi setiap hari. Inilah yang kemudian membuat radio yang juga menjadi *member of suara Surabaya* ini tetap berjaya, sebab mengusung sajian musik- musik nostalgia hingga yang sedang hits di industri musik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Teori dan Hipotesis

Ada dua teori komunikasi massa yang diterkait dengan tema penelitian ini, yakni **Teori Konsistensi** dan **Teori Dependency.**

1.1 Bagan Teori Konsistensi dan Teori Dependency



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mengingat radio merupakan salah satu media massa, maka teori komunikasi massa yang dianggap sesuai dengan efek massa yang berupa alasan pemilihan masing-masing *audience* radio adalah Teori Konsistensi dan Teori Dependency.

Teori Konsistensi berpandangan bahwa orang umumnya konservatif dan berhati-hati dalam memilih media. Orang berupaya secara sadar untuk membatasi atau mengurangi ketidaknyamanan ini melalui beberapa proses selektif. Proses seleksi ini akan membantu seseorang untuk memilih informasi apa yang dikonsumsinya, diingat dan diintepretasikan menurut tabiat dan apa yang dianggapnya penting. Beberapa proses selektif itu adalah:[6]

1. *Selective Exposure* (Penerimaan Informasi Selektif).

   Merupakan proses dimana orang hanya akan menerima informasi sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya.

2. *Selective Retention and Recall* (Ingatan Selektif).

   Merupakan individu punya kendali yang lebih besar atas cara media mempengaruhi mereka. Orang tidak akan mudah lupa atau sangat mengingat pesan-pesan yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimiliki.

3. *Selective Perception* (Persepsi Selektif).

   Orang akan memberikan interpretasinya terhadap setiap pesan yang diterima sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimilikinya.

---

[6]Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari paparan teori di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pada dasarnya orang berupaya membatasi efek komunikasi massa dengan cara menyaring isi media. Sebagai contoh, seseorang tengah mendengarkan radio. Ketika suatu acara atau program yang sedang berlangsung tidak sesuai dengan pandangan dirinya, maka proses selektif akan dilakukan. Bisa dilakukan dengan memindahkan frekuensi (*selective exposure*), atau ia akan memandang bahwa program yang berlangsung tidak menarik (*selective perception*), setelah mendengarkan siaran tersebut, ia akan cepat-cepat melupakan acara tersebut (*selective retention*).

Selain itu dari sudut pandang lain Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Defleur juga mengemukakan salah satu teori komunikasi massa yang terkait dengan konsumsi media massa yang dipengaruhi oleh beberapa hal.

Teori ini dinamakan *dependency theory,* teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digarisbawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. khalayak akan menjadi lebih tergantung terhadap media yang telah memenuhi berbagai kebutuhan khalayak bersangkutan dibanding pada media yang menyediakan hanya beberapa kebutuhan saja. Sumber ketergantungan yang lain adalah sistem sosial dan sistem media. Model ini menunjukkan sistem media dan institusi sosial itu saling berhubungan dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan minat. Pada gilirannya hal ini akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan, melainkan kondisi sosial.[7]

Preferensi pendengar radio untuk mengkonsumsi media massa yang dipilihnya disebabkan karena beberapa faktor, antara faktor yang datang dari dirinya maupun dari luar dirinya/ lingkungan. Faktor-faktor tersebut yakni Pemenuhan kebutuhan setiap individu untuk mengkonsumsi media sehingga tingkat ketergantungan pada informasi media yang bervariasi, selain itu pendengar radio untuk konsumsi media tersebut dikarenakan ada tujuan tertentu yang ingin dicapai. Faktor tersebut merupakan faktor yang datang dari dalam dirinya. Sedangkan alasan lain mengapa lebih memilih suatu media tertentu ataupun suatu program tertentu dikarenakan factor yang datang dari luar dirinya. Contohnya seperti kondisi sosial masyarakat yang dipengaruhi oleh sistem sosial dan sistem media.

Beberapa faktor tersebut akan mempengaruhi pilihan audien. Efek terpaan media radio tersebut berupa kognitif, afektif, dan behavioral yang terwujud dalam bentuk sikap berupa pilihan.

Teori yang kedua ini digunakan untuk mendukung teori yang pertama, karena menjelaskan lagi mengenai sistem sosial dan sistem media memiliki peranan penting dalam menentukan pilihan pendengar radio atau audien, untuk itu dirasa perlu menyertakan teori yang kedua tersebut.

---

[7]Burhan Bungin, *Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2008) hlm. 282

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hipotesis

Ho : Tidak Ada Perbedaan Tingkat Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News dengan Program siaran Musik.

Ha : Ada Perbedaan Tingkat Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News dengan Program siaran Musik.

H. Metode Penelitian

1) Pendekatan dan Jenis penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan didukung data statistik untuk mengukur suatu gejala tertentu. Didalam pendekatan kuantitatif periset menggambarkan atau menjelasan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian peneliti tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis, namun lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Peneliti dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Untuk membuat batasan konsep maupun alat ukur data harus disesuaikan dengan fokus penelitian. Semuanya harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya telah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas. Dikarenakan metodologi riset kuantitatif memang berdasaran pendekatan positivisme (objektif).[8]

---

[8]Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008) hlm. 55-56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian survei eksplanatif. Dikatakan penelitian survei sebab peneliti menggunakan kuesioner/ angket sebagai instrumen pengumpul datanya. Tujuannnya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Survei eksplanatif digunakan bila peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu.[9]

2) Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pendengar radio yang telah memenuhi kriteria peneliti, yakni:

a. Berumur 20 - 50 tahun. Peneliti menentukan rentang umur tersebut dikarenakan untuk memperkuat keabsahan data. Pada umur- umur tersebut secara pemikiran mereka akan lebih mudah menangkap maksud dari pertanyaan yang harus diisi dalam sebuah angket, dan juga kebanyakan konsumsi media massa yang lebih intens dan produktif didominasi oleh masyarakat pada rentang umur tersebut.
b. Pendengar radio yang *intens* interaktif saat siaran.
c. Pendengar radio yang sudah mengikuti perkembangan radio MAJA FM minimal 1 bulan. Dikarenakan setidaknya mereka masuk dalam tahap mengerti dan mengamati mekanisme penyiaran Radio MAJA FM.

[9] *Ibid.*, hlm. 60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Obyek penelitian dalam riset ini adalah preferensi. Pilihan timbul sebagai manifestasi rasa suka dalam dirinya. Pendengar radio memiliki tingkat heterogenitas yang besar, dan juga setiap individu memiliki kebutuhan konsumsi terhadap media yang berbeda. Oleh karena itu pilihan setiap pendengar pastinya berbeda. Sebagai suatu bentuk respon atau efek pendengar radio dalam hal ini bertindak sebagai komunikan adalah tentunya pendengar radio, yang lebih suka siaran musik akan lebih memilih untuk mendengarkan siaran musik ketimbang siaran *news*, dan begitupun sebaliknya. Orang yang lebih suka mendengarkan siaran *news* akan menghindari siaran musik, meskipun tentunya sebuah institusi penyiaran seperti radio tidak terlepas dari program musik.

Lokasi untuk penelitian adalah Kabupaten Mojokerto. Dipilih melalui berbagai wilayah di Mojokerto yang terdapat subyek penelitian. Alasan mengapa peniliti memilih beberapa wilayah yang tersebar Mojokerto sebab, untuk mengetahui mayoritas pilihan dan relevansi penilaian terhadap dua program tersebut peneliti harus mengetahui dan terjun langsung kepada segmentasi atau sasaran pendengar yang memang sebenarnya terdapat subyek penelitian.

3) Teknik Sampling

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang telah ditentukan terlebih dahulu individu yang ada daerah yang telah dipilih, dikarenakan untuk populasi pendengar radio sendiri sangat luas dan tidak dapat diperkirakan pasti jumlah keseluruhan populasi. Untuk populasinya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendirinya tentunya tersebar di berbagai daerah mojokerto dan sekitarnya, seperti wilayah Jombang, Gresik, Pasuruan, Kertosono. Karena untuk jangkauan frekuensi gelombang radio pada radio ini cukup luas. Oleh karena itu peneliti menentukan salah satu daerah yang memenuhi standar *proximity* (kedekatan) dengan lokasi radio yang mempunyai format siaran *news* dengan musik, dan mayoritas mereka merupakan pendengar radio tersebut.

Adapun rancangan sampling dalam penelitian ini menggunakan rancangan **sampling probabilitas.** Teknik sampling dalam rancangan sampling probabilitas terbagi kedalam beberapa macam, untuk menyesuaikan dengan fokus penelitian yang diambil maka, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah ***cluster random sampling***. Teknik ini digunakan apabila ukuran populasinya tidak diketahui dengan pasti, sehingga tidak memungkinkan untuk dibuat kerangka samplingnya, dan keberadaannya tersebar secara geografis atau terhimpun dalam klaster-klaster yang berbeda-beda.[10]

Adapun untuk penentuan sampel yang digunakan sebagai responden adalah individu yang menjadi pendengar radio MAJA FM dengan kriteria sebagaimana yang disebutkan dalam pembahasan subyek penelitian yang berada pada wilayah Mojokerto.

Data awal yang didapat dari radio yang bersangkutan berjumlah 100 orang. Kemudian untuk penentuan sampel dengan melihat tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan *Isaac*

[10]Ali Nurdin, *Bahan Kuliah Metode Penelitian Komunikasi*, hlm. 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan *Michael* untuk tingkat kesalahan 5% maka, dapat diketahui sampel yang diambil yakni 78. Sehingga sampel untuk penelitian ini berjumlah 78 orang.

4) Variabel Penelitian

a) Variabel Dependen: Preferensi Pendengar Radio

Diartikan sebagai bentuk pilihan atau kecenderungan pendengar sebagai manifestasi rasa suka yang ada dalam dirinya.

Untuk mengetahui pilihan pendengar tersebut, nantinya akan diaplikasikan melalui angket.

b) Variabel Independen : Program Siaran *News* (berita).

Program siaran *news* di radio MAJA FM mencakup aspek kriminal, pemerintahan/birokrasi, kesehatan, dan pendidikan. Untuk cakupan wilayahnya meliputi: regional, nasional, dan internasional.

Untuk mengajukan suatu kerangka kerja dalam memberikan penilaian terhadap kualitas berita media, terbagi atas beberapa kriteria:

1. Aktualitas
2. Netralitas/tidak berpihak
3. Informatif
4. Relevan
5. Keragaman berita

c) Variabel Independen: Program Siaran Musik

Program siaran musik di radio MAJA FM mencakup lagu-lagu nostalgia, *current hits* (lagu-lagu masa kini), *re current* (lagu-lagu yang pernah *hits* di tahunnya). Ragam musiknya pun meliputi lagu-lagu indonesia dan barat. Adapun jenis musik yang disajikan meliputi pop, *oldiest*, dan religi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mengetahui penilaian pendengar untuk program musik, maka ditetapkan beberapa item terkait penyiaran musik.

1. Ketepatan waktu siar
2. Keselarasan/ Harmoni musik(lagu-lagu yang diputar disesuaikan dengan suasana yang diciptakan pada waktu siaran)
3. Jenis Musik
4. Kualitas Penyiar Radio (kemampuan untuk memikat pendengar)

5) Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk mendukung keabsahan data, maka untuk penelitian ini teknik pengumpulan data mencakup beberapa hal, yakni:

a. Angket

Kuesioner atau yang biasa disebut angket merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah yang sedang diteliti.[11] Dalam penelitian kuantitatif, angket merupakan instrumen penelitian yang utama. Sebab angket ini merupakan instrument utama untuk terhubung dengan responden.

Untuk pembuatan angket/ kuesioner, peneliti mengunakan jenis angket yakni angket tertutup. Dengan alasan untuk kebutuhan penelitian agar menambah kejelasan data dan relevansi penelitian, serta

[11]Kriyantono, *Riset Komunikasi*, ... hlm. 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempermudah responden untuk memilih karena tidak membutuhkan waktu lama untuk mengisinya.

Kelebihan model angket tertutup yaitu: mudah dalam memberikan nilai, gampang pemberian kode, dan responden tidak perlu ribet menulis.[12]

Untuk mekanisme penyebaran angket, nantinya peneliti akan terjun langsung kelapangan sehingga peneliti bisa tahu kondisi demografis responden untuk mempermudah pemahaman penelitian. Peneliti memilih bentuk angket tertutup dengan skala likert, sehingga responden tidak memerlukan waktu lama untuk mengisi angket. Dan juga tidak terlalu bingung menentukan jawaban ataupun menulis jawaban.

b. Observasi

Kegiatan observasi ini merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memahami lingkungan tanpa adanya mediator, dalam artian peneliti terjun langsung ke lapangan sebagai langah peninjauan lokasi yang berkaitan dengan objek penelitian serta mengamati secara langsung kegiatan yang dilakukan objek penelitian untuk mendukung fakta penelitian.[13]

Alasan dilakukan observasi ini untuk mendukung keshahihan data. Tentunya kegiatan observasi tidak dicukupkan hanya sekali saja, namun nantinya peneliti akan melakukan observasi secara berkala. Bisa

---

[12]Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 2.

[13]Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 133-134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga dalam satu bulan dilakukan 5 kali observasi, tentunya tergantung dari kebutuhan yang ada apakah sudah memenuhi kriteria atau belum.

c. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara interviewer dengan responden, dengan atau tanpa menggunakan *guide* wawancara. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang terkait dengan indikator variabel terhadap responden yang sifatnya komunikatif, terbuka, dan berkembang.[14]

Kegiatan wawancara ini dipilih sebab untuk mengetahui jawaban langsung atau jabaran langsung dari pendengar yang tidak terwakili dari angket yang ada. Kegiatan Wawancara dalam penelitian ini bisa dilakukan berbarengan dengan penyebaran angket, karena akan lebih mempermudah dalam menjawab keterwakilan jawaban dan juga peneliti bisa mampu mengamati secara lagsung responden.

d. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen yang dimaksud bisa berbentuk dokumen publik maupun dokumen privat.[15] Dokumen publik dalam penelitian ini bisa berupa data yang diperoleh dari radio baik itu berupa data tertulis ataupun data recording. Sedangan untuk data privat merupakan data yang diperoleh dari hasil pengamatan

[14] Kriyantono, *Riset Komunikasi*,.....hlm. 98-99.
[15] *Ibid.*, hlm. 118.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersendiri oleh peneliti. Seperti contoh: surat-surat pribadi, catatan, telpon, ataupun buku harian, dll.

6) Teknik Analisis Data

Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka untuk teknik analisis data harus disertakan skala pengukuran dan uji statistik. Untuk Skala Pengukuran penelitian ini menggunakan tipe atau pendekatan **Skala Likert.** Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematik oleh periset. Konsep Indikator-indikator dari variable, sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden. Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap.[16]

Sehingga untuk bentuk jawaban atau pernyataan yang harus diisi oleh responden atas pertanyaan dalam angket/kuesioner, peneliti telah menentukan menggunakan jawaban berupa dukungan atau pernyataan sikap dengan kata-kata: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala Likert digolongkan kedalam skala interval, karena keduanya mempunyai persamaan menjunjukkan jarak antara satu data dengan yang lainnya dan mempunyai jarak yang sama. Apalagi kedua skala

[16]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengukuran tersebut sama-sama digunakan dalam penelitian sosial untuk menentukan sikap. variabel sikap sering digunakan dalam riset komunikasi, seperti contoh penelitian yang terkait dengan komunikasi massa dan *public relations*.

Statistik dibedakan menjadi dua macam, yakni statistisk deskriptif dan statistik inferensial. Untuk penelitian ini termasuk dalam penelitian inferensial. Sebab, statistik inferensial digunakan untuk menganalisis data sample, dan hasilnya digeneralisasikan untuk populasi dimana sample diambil. Terdapat dua macam statistik inferensial, yakni: statistik parametrik dan statistik non-parametrik. Statistik yang cocok dengan penelitian ini merupakan statistik parametrik, karena digunakan untuk menganalisa data interval atau rasio dari populasi yang berdistribusi normal.

Adapun analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yakni **Uji T-test (Analisis Uji Statistik Saling Bebas).**[17] Uji T-test digunakan untuk menguji kemampuan generalisasi rata-rata dua sampel yang tidak berkorelasi. Pada uji T-test atau *Independent Samples t-test* merupakan prosedur untuk sampel bebas dengan membandingkan rata-rata dua kelompok kasus. Dua kelompok kasus itu yakni Program siaran News dengan Program Siaran Musik sebagai variabel independent, sedangkan untuk samplenya adalah pendengar radio.

Perhitungan statistik dilakukan masing-masing variabel dan selisih antara keduanya, yaitu:

---

[17]Abdul Muhid, *Analisis Statistik SPSS for Windows,* (Surabaya: Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010) Hlm. 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Untuk tiap variabel akan dihitung rata-rata, ukuran sampel, standar deviasi, dan standar error rata-rata.

b. Untuk selisih rata-rata dua variabel akan dihitung rata-rata standar error dan selang kepercayaan.

Terdapat dua rumus yang digunakan untuk uji T-test[18], yakni:

1. **Separated Varians :** $t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$

2. **Polled Varians** : $t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)+(n_2-1)S_2^2}{n_1+n_2-2}\left(\frac{1}{n_1}+\frac{1}{n_2}\right)}}$

Keterangan:

$\bar{x}_1$= Rata-rata sampel 1

$\bar{x}_2$ = Rata-rata sampel 2

S_1= Simpangan baku sampel 1

S_2= Simpangan baku sampel 2

S_1^2= Varian sampel 1

S_2^2 = Varian sampel 2

I. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab Pertama yang berisi Pendahuluan mencakup apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan. Sehingga menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Hasil penelitian Terdahulu, Definisi Operasional, Kerangka Teori dan Hipotesis,

[18]Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: IKAPI, 2007), hlm. 128

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode Penelitian yang terbagi lagi kedalam beberapa item yakni : (Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subyek Obyek dan Lokasi Penelitian, Teknik Sampling, Variabel dan Indikator Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data), dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Bab ini menguraikan tentang Kajian Pustaka dan Kajian Teori. Kajian Pustaka membahas tentang: definisi komunikasi massa, pengertian radio dan kilas sejarah penyiaran radio FM, radio sebagai media penyiaran publik, karakteristik radio sebagai komunikasi massa, program siaran berita, program siaran musik, audience atau pendengar radio, hierarki kebutuhan individu terhadap media, usia dewasa (resonden). Sedangkan Kajian Teori membahas tentang dua teori yang terkait masalah penelitian ini, yakni: Teori Konsistensi dan Teori Dependency. Sehingga membuat sinkronisasi antara permasalahan yang diangkat dengan didukung teori yang tentunya disesuaikan dengan konteks atau wilayah penelitian.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab ini menguraikan tentang Deskripsi Subyek dan Lokasi penelitian, yang berisi gambaran profil responden (usia, jenis kelamin, pekerjaan). Kemudian menjelaskan Deskripsi Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian, yang berisi data yang diperoleh dari angket. Data yang diperoleh dari hasil penelitian dideskripsikan pada bab ini.

BAB IV : ANALISIS DATA

Di dalamnya menguraikan tentang Pengujian Hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian. data yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian di uji dengan rumus statistik yang dipergunakan dan dianalisis pada bab ini. Sehingga hipotesis akhir dari penelitian akan terlihat dan di bahas pada bab ini.

BAB V : PENUTUP

Menguraikan tentang simpulan, dan rekomendasi. Simpulan menjelaskan tentang jawaban langsung dari permasalahan, sesuai dengan rumusan masalah. Rekomendasi mengemukakan anjuran untuk kemunginan adanya penelitian lanjutan berdasarkan hasil simpulanyang dikaitkan dengan manfaat penelitian, baik bagi prodi, institusi terkait, maupun masyarakat umum. Selain itu penyertaan daftar pustaka yang digunakan, dan beberapa lampiran yang diperlukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan.[19]

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communcation*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Komunikasi massa sendiri diadopsi dari istilah bahasa Inggris mass communication, kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang "*mass mediated*". Istilah *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu mass media (media massa), kependekan dari *media of mass communication* (Susanto, 1974). Kata massa dalam komunikasi massa dapat diartikan lebih dari sekedar "orang banyak", tetapi "meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran" (Berlo, 1960).17). [20]

---

[19]ASM. Romli, "Definisi Komunikasi Massa" dalam *http://id.shvoong.com/social-sciences/1877099-definisi-komunikasi-massa/2009.*

[20] Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2003), hlm. 1-2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Ahli komunikasi Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua item, yakni:

a. Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.
b. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual.[21]

Menurut Jalaluddin Rakhmat, "komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat" .[22]

McQuail menyebut ciri utama komunikasi massa dari segi:

1) Sumber : bukan satu orang, tapi organisasi formal, "sender"-nya seringkali merupakan komunikator profesional.

---

[21]Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Simbiosa Rekatama Media, 2007), hlm. 1-6.

[22]Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2005), hlm. 189.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pesan : beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak; merupakan produk dan komoditi yang bernilai tukar.
3) Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selali sering bersifat non-moral dan kalkulatif.
4) Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.
5) Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima.

Dari penjabaran definisi di atas maka, dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi massa mencakup adanya sumber, pesan, penerima, dan adanya efek. Dalam penelitian ini sumber merupakan institusi media sebagai penyalur pesan yakni radio, sedangkan untuk pesan mengusung materi yakni berita dan musik. Bertindak sebagai penerima yakni *audience* radio itu sendiri. Sehingga untuk fokus penelitian ini, kami memfokuskan pada *audience* (khalayak) radio itu sendiri.

2. Radio

a. Pengertian dan Kilas Sejarah Penyiaran Radio FM

Banyak argumen dari beberapa orang dalam mengartikan radio, diantaranya yakni:

Menurut Asep Syamsul Romli, Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara *modulasi* dan *radiasi elektromagnetik* (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).[23] Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di rumah, di mobil, dan lain-lain dan dilepas dimana saja.[24] Kemudian menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.[25]

Dari beberapa pengertian diatas dapat kita ambil garis besar bahwa radio merupakan suatu yang menghasilkan suara kemudian dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui *air wave* (udara). Kebebasan pancaran gelombang elektromagnetik melalui udara inilah sehingga tidak heran jika pesan yang disampaikan oleh radio dengan mudah dapat diakses oleh para penikmat radio dimanapun berada.

Daya pancar dari sebuah radio sudah pasti ditentukan dengan kekuatan dari pemancarnya, bisa saja daya dari pemancar tersebut mampu diterima dalam wilayah satu desa, bisa juga satu kecamatan, satu kabupaten hingga mampu mencapai beberapa kota. Bahkan dimasa sekarang akses program siaran radio dapat dinikmati dengan

---

[23] Asep Syamsul dan M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa. 2009), hlm. 12.

[24] HA. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal. 36.

[25] Anwar arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: ARMICO, 1984), hlm. 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai macam cara. Sudah tidak sedikit sebuah radio menggunakan program *striming* yang memanfaatkan dunia maya. Dengan mengakses alamat tertentu dari sebuah radio tersebut, maka pada saat itu juga kita sudah bisa menerima atau mendengarkan siaran yang ada di radio tersebut, baik dalam kota, dalam provinsi, bahkan hingga ke luar negeri semua bisa mendengarkan program siaran dari radio tersebut melalui internet. Selain itu perkembangan teknologi memudahkan masyarakat beralih dari radio tradisional ke iPods, layanan radio satelit, web, dan telepon seluler.

Banyak statistik yang menunjukkan arti penting dari radio, seperti contoh **Arbitron** (sebuah perusahaan yang menyurvei pendengar radio), mengatakan bahwa remaja dan dewasa rata-rata mendengarkan radio selama 22 jam. Selain itu makin banyak orang menerima berita pagi dari radio, dan banyak yang menerimanya di mobil. [26]

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya itu kemudian dilanjutkan Guglielmo Marconi (1874-1973) dari Italia yang sukses mengirimkan sinyal lorse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirim Marconi itu berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang

[26] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 192.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

elektromagnetik. [27] Pada tahun berikutnya 1906 seorang promoter yang bernama Lee De Forest yang menciptakan *audio tube* (alat yang memungkinkan transmisi suara) yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke udara. Pada tahun yang sama seorang yang bernama Reginald Fessenden juga menyiarkan acara di radionya untuk pertama kalinya yang memutarkan beberapa lagu natal dengan menggunakan operator nirkabel di laut lepas.[28]

Radio awalnya cenderung diremahkan. Radio lebih banyak dimanfaat para penguasa untuk tujuan kebutuhan penyampaian informasi dan berita yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum. Namun, peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam.[29]

Stasiun radio pertama muncul ketika seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS (1920), secara iseng menyiarkan lagu-lagu, mengumumkan hasil pertandingan olahraga dan menyiarkan instrumen musik yang dimainkan putranya sendiri melalui pemancar radio di garasi rumahnya.[30]

Menyusul keberhasilan Frank Conrad, stasiun radio lainnya bermunculan dan mulai meyiarkan program informasi dan hiburan yang diproduksi sendiri. Namun, karena alasan anggaran untuk biaya

---

[27] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 2.

[28] Vivian, *Teori Komunikasi*,....., hlm. 194.

[29] Morissan, *Manejemen Media*,....., hlm. 3.

[30] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produksi yang besar maka kondisi ini menimbulkan gagasan untuk mengadakan sistem jaringan. Perusahaan penyiaran *National Broadcasting Company* (NBC) adalah yang pertama kali membangun sistem jaringan pada tahun 1926. [31]

Setelah kemunculan sistem jaringan, pada tahun 1930-an Edwin Howad Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM). Radio Armstrong berbeda dengan radio kebanyakan yang masih menggunakan frekuensi AM. Keunggulan radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih, dan bebas dari gangguan siaran (*static*). Namun karena Perang Dunia II, pengembangan radio FM mulai tersendat. Kalangan industri lebih memilih unuk mengembangkan televisi. Radio FM baru muncul di masyarakat pada awal 1960-an, pemutaran musiknya pun terbatas pada musik *rock*, karena dirasa sesuai dengan frekuensi FM. Peran radio mulai menurun dengan munculnya televisi. Namun, salah satu radio di AS bereksperimen dengan mengamati penjualan album rekaman yang banyak dibeli orang. Berkat usahanya itu akhirnya pendengar sangat menyukai lagu-lagu yang disiarkan dan lahirlah format siaran radio pertama yaitu: Top 40. Keberhasilan itu kemudian melahirkan berbagai format siaran lainnya yang ternyata juga sukses.[32]

Hingga saat ini radio masih mempunyai tempat di hati pendengarnya, didukung dengan keberagaman masing-masing

[31] *Ibid.*, hlm. 4.
[32] *Ibid.*, hlm. 5-6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

program yang dimiliki sebuah stasiun serta kecepatan dalam menyajikan berita ataupun informasi yang masih diakui hingga sekarang.

b. Radio Sebagai Media Penyiaran Publik

Terinspirasi oleh Laswell (1946), Sendjaja (2001) menguraikan fungsi sosial media penyiaran publik cukup signifikan,[33] yaitu:

1. *Social Surveillance* (pengawas sosial), yaitu merujuk pada upaya penyebaran informasi dan interpretasi yang objektif mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di dalam dan luar lingkungan sosial dengan tujuan kontrol sosial agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.
2. *Social Correlation* (korelasi sosial), merujuk pada upaya pemberian interpretasi dan informasi yang menghubungkan satu kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya atau antar satu pandangan lainnya dengan tujuan mencapai konsensus.
3. *Socialization* (sosialisasi), merujuk pada upaya pewarisan nilai-nilai dari satu generasi ke generasi lainnya, atau dari satu kelompok ke kelompok lainnya.

Sebagai media yang berorientasi pada kepuasan publik, maka wacana tentang konsekuensi kapitalisme terhadap media yang menyebabkan model pemberitaan yang tidak berimbang tidak terlepas dari industri media yang berkembang diantara titik tolak kepentingan

[33] Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 79-80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat dan negara sebelum akhirnya terhimpit di antara tuntutan modal dan kekuasaan.

Seperti yang dikemukakan oleh (Smythe, 1997: 1-3), "....fungsi utama media adalah menciptakan kestabilan segmen khalayak, bagi monopoli pengiklan kapitalis".[34]

c. **Karakteristik Radio**

Sebagai media auditif yang hanya mengandalkan suara, radio tetap memiliki banyak peminat sehingga mampu bertahan ditengah benturan teknologi modern yang bermunculan. Seperti halnya media massa lain, melalui radio setiap orang memilki hak yang sama untuk mendapatkan kabar berita atau informasi dari media tersebut. Namun, jika dibandingkan dengan media massa lain, akses untuk menikmati radio lebih murah. Sehingga tidak heran jika radio memiliki daya jangkau yang luas dan mampu masuk pada semua lini. Di sisi lain, radio memiliki keunggulan yang mampu menciptakan rangsangan imajinasi melalui media suara. Melalui program siaran, penyiar menstimulasi pendengar radio untuk ikut serta merasakan alur cerita sesuai dengan keadaan nyata. Berbeda dengan media televisi yang penggambaran keadaan sudah dibentuk melalui visual, sehingga membatasi seseorang untuk berimajinasi.

Media radio dipandang sebagai *the fifth estate* (kekuatan kelima) setelah lembaga eksekutif/pemerintahan, legislatif/perlementer, yudikatif/lembaga peradilan dan pers/surat

[34]Mufid, *Regulasi Penyiaran*,.....,hlm. 90.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kabar. Disebut kekuatan kelima antara lain karena bersifat langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, memiliki daya tarik tersendiri seperti kekuatan suara musik dan efek suara.[35]

Komunikasi yang ada di radio sama halnya komunikasi massa yang lainnya, karena radio merupakan salah satu dari beberapa media komunikasi massa sepertihalnya buku, majalah, koran, televisi, rekaman, film, dan juga web. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditunjukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan di gedung-gedung bioskop.[36] Komunikasi yang dilakukan radio seperti halnya di media massa lain adalah komunikasi massa yakni komunikasi kepada orang/publik dengan menggunakan media. Oleh karena itu karakteristik media radio seperti halnya sebagai komunikasi massa,[37] yakni:

1. Komunikator melembaga / kolektif. Dilembaga radio penyiar berbicara di radio mewakili perusahaan atau stasiun radionya bukan atas nama pribadi. Karena itu dalam siarannya ia harus mengacu kepada visi, misi, program, style, standarisasi bahasa dan kriteria informasi serta musik radionya.

---

[35] Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986), hlm. 82.

[36] Uchyana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikas*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2003), hlm. 79

[37] Asep Syamsul, M. Romli, *Broadcast Journalism*, (Bandung: Nuansa, 2004), hlm. 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pesan bersifat umum, ditujukan kepada orang banyak, tidak boleh bersifat pribadi layaknya komunikasi interpersonal.
3. Menimbulkan keserempakan dan keserentakan penerima oleh massa. Pendengar radio dimanapun mereka berada dapat mendengarkan radio secara bersamaan.
4. Komunikan atau lawan bicara bersifat heterogen, terdiri dari pribadi-pribadi dengan berbagai karakter beragam latar belakang: sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan.
5. Berlangsung satu arah (one way traffic communication). Di radio penyiar aktif melakukan komunikasi, sedangkan pendengar pasif bahkan bisa saja tidak menggubris apa yang dikatakan penyiar.
6. Publisitas, Yakni disebarluskan kepada public, khalayak atau orang banyak. Siapa saja bisa mendengarkan siaran radio tidak ada batasan tentang siapa yang boleh mendengarkan.
7. Universalitas, pesannnya bersifat umum tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa diberbagain tempat, dan juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak.
8. Perioditas, tetap/berkala misalnya harian atau mingguan, radio mengudara secara periodik misalnya 19 jam setiap hari mulai pukul 5.00 hingga 12 malam.
9. Kontinuitas, berkesinambungan sesuai dengan periode mengudara/ jadwal terbit.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10. Aktualitas, berisi hal-hal baru seperti informasi / laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya.
11. Auditori. Radio adalah suara-suara untuk didengar, karena isi siaran bersifat sepintas lalu atau tidak dapat diulang.
12. Transmisi. Proses penyebarluasannya/disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran.
13. Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam/fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*).
14. *Theatre of Mind*. Radio mencipta gambar dalam imajinasinya akan apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarannya sendiri.
15. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk medengarkan musik. Dalam hal ini radio memiliki daya surprise seketika/ memberi kejutan, karena pendengarnya biasnnya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.

3. Program Siaran News (berita)

Berita merupakan kategori terbesar dalam sajian media. Permintaan akan berita tersebar di berbagi tempat, dan berlangsung terus menerus. Keadaan ini bisa disebabkan karena masyarakat atau audien yang semakin aktif dan tuntutan akan tambahan pengetahuan tentang informasi yang menjalar pada masyarakat. Melalui berita seseorang mampu membentuk cara pandang terhadap gambaran dunia, serta kerangka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berfikir untuk menafsirkan makna dari pelbagai peristiwa. Selain itu, dapat juga mendorong orang untuk memetik pelajaran dari berita ketika berita tersebut tersaji dengan didukung sumber berita yang relevan. Dari segi lain, melalui dialog yang membahas materi berita yang diadakan sebuah stasiun radio dapat menjadi jembatan untuk mempengaruhi kebijakan dari tampungan berbagai aspirasi individu.

Dalam jurnalistik istilah berita mempunyai arti tersendiri yang bermakna luas, berbeda dengan pengertian secara umum. Dalam jurnalistik, berita adalah pemberitahuan atau penyampaian mengenai hal atau peristiwa yang terjadi di seluruh dunia dan menyangkut kepentingan umum untuk diterima oleh orang banyak dan yang menyampaikannya merupakan seseorang yang mewakili suatu lembaga yang kompleks. Sedangkan secara umum berita diartikan sebagai pemberitahuan oleh seseorang kepada orang lain mengenai sesuatu hal atau kejadian. [38] Berita radio merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat yang menyajikan fakta yang diolah kembali menurut kaidah jurnalistik radio.

Sebagai bahan perbandingan, ada beberapa pendapat pakar radio yang menjelaskan arti berita,[39] diantaranya yakni:

a. Paul D. Maessenner, dalam bukunya *Here's The News*.

   News adalah sebuah informasi yang baru tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minat pendengar. Berita radio dapat pula berarti: apa yang terjadi saat ini, apa yang segera terjadi, dan apa yang akan terjadi.

---

[38] Uchyana Effendy, *Radio Siaran*....., hlm. 141.
[39] Masduki, *Juranalistik Radio*, (Yogyakarta: LKIS, 2001), hlm. 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Prof. Mitchel V. Charnley, dalam bukunya *Reporting*.

News adalah laporan tentang fakta atau opini yang menarik perhatian dan penting, yang dibutuhkan sekelompok masyarakat. James M. Nael dan Mitchel V. Charnley mengartikan berita radio sebagai laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan situasi kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru, dan harus sescepatnya disampaikan kepada khalayak.

c. Curtis Beckmann, *Post President* RTNDA

Berita diartikan sebagai laporan atas opini atau peristiwa yang penting bagi sejumlah besar khalayak. Berita yang besar adalah liputan opini atau peristiwa, yang sangat dibutuhkan banyak orang.

Dari beberapa literatur di atas dapat dikatakan bahwa definisi berita radio adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan opini, yang mempunyai nilai berita, penting, dan menarik bagi sebanyak mungkin orang, dan sisiarkan melalui media radio secara berkala. Berita radio menjawab persoalan apa yang terjadi, bagaimana peristiwa tersebut berlangsung.

Bentuk pemberitaan yang lazim pada suatu radio[40]:

1) Berita tulis (*writing news/adlibs/spot news*), yaitu berita pendek yang bersumber dari media lain atau ditulis ulang. Bisa pula berupa liputan reporter yang teksnya diolah kembali di studio.
2) Berita bersisipan (*news with insert*), yaitu berita yang dilengkapi atau di-*mix* dengan sisipan suara narasumber.

---

[40] *Ibid.*, hlm. 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) *News feature*, yaitu berita atau laporan jurnalistik panjang yang lebih bersifat *human interest.*

4) *Phone in news,* yaitu berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter via telepon.

5) Buletin berita (*news bulletin*), yaitu gabungan beberapa berita pendek yang disajikan dalam satu blok waktu.

6) Jurnalisme interaktif (*news interview*), yaitu berita yang bersumber pada sebesar mungkin keterlibatan khalayak, misalnya wawancara masyarakat lewat telepon, *vox-pop*, atau berita yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pelapor, baik mereka sebagai pelaku maupun sekadar saksi mata kejadian.

Dari segi waktu penayangan dan kekuatan materi berita yang disampaikan kepada pendengar, berita radio dapat dibagi menjadi tiga[41]:

a. *Hard news*, yaitu berita aktual yang baru saja terjadi atau laporan langsung saat peristiwa tersebut terjadi. *Hard News* bertutur tentang konflik yang menyentuh emosi tinggi seperti berita peperangan, kerusuhan, pergantian mendadak tokoh publik.

b. *Soft news,* yaitu berita lanjutan yang lebih bersifat laporan peristiwa tanpa terikat waktu, lebih menekankan pada aspek *human interest*, perilaku, dan tempat-tempat yang bisa mempengaruhi banyak orang. Seperti contoh pelantikan pejabat.

---

[41] *Ibid.*, hlm. 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Indept news,* yaitu berita mendalam, biasanya dikemas dalam format *feature*.

Karena sifatnya yang berkesinambungan, berita radio dikenal pula *updating news,* yaitu suatu topik berita yang disiarkan beberapa kali dalam satu hari, bahkan dalam satu minggu. Berita itu dihadirkan untuk mengetahui perkembangan kasus yang terjadi.

Pada dasarnya, bentuk berita radio yang mudah dan sering dipergunakan adalah berita tulis dan atau berita sisipan. Berita tulis (*adlibs*) adalah berita radio yang telah ditulis ulang dan melalui proses penyuntingan dari sumber aslinya, baik berupa hasil reportase maupun kutipan dari media massa lain sebelum diudarakan penyiar. Adapun jenis berita yang menjadi favorit para awak media, yakni *secondary* atau *straigh news* yang sumbernya ditulis ulang dari media lain.[42]

Format penyajian berita radio terdiri atas[43]:

1) Siaran langsung (*live report*), yaitu reporter mendapatkan fakta atau peristiwa dari lapangan dan pada saat bersamaan melaporkannya dari lokasi.
2) Siaran tunda, reporter mendapatkan fakta dari lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dahulu sebelum disiarkan. Informasi yang diperoleh dapat dikemas ke dalam berita langsung (*straigh news*) atau berita *feature*.

Untuk format penyajian berita di radio MAJA FM meliputi kedua format tersebut.

---

[42] *Ibid.*, hlm. 16.
[43] Morissan, *Media Penyiaran*,....., hlm. 226.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

McQuail (2000) mengajukan suatu kerangka kerja dalam memberikan penilaian terhadap kualitas berita media, terbagi atas empat kriteria[44]:

a) Kebebasan media. Kebebasan media merupakan prinsip dasar dari setiap teori mengenai komunikasi publik. Kebebasan media mengacu pada hak-hak untuk menyatakan sesuatu secara bebas dan kebebasan opini, dalam artian harus terdapat akses bagi masyarakat menuju ke berbagai saluran informasi dan juga kesempatan untuk menerima berbagai jenis informasi. Dalam hal kebebasan komunikasi memiliki dua aspek, yaitu: *pertama*, media dalam pemberitaanya harus dapat menyajikan informasi yang mewakili berbagai suara yang beragam; *kedua*, memberikan tanggapan terhadap berbagai keinginan dan kebutuhan yang beragam.

b) Keragaman berita. Prinsip keragaman berita adalah upaya media untuk menyajikan berita yang lengkap dengan menggunakan prinsip keadilan (prinsip keterwakilan secara proporsional). Keragaman berita dapat dinilai berdasarkan empat kriteria, yakni:

   1. Harus mampu dan mau memberikan berbagai pilihan berita kepada audien.
   2. Berita yang disebarkan harus memberikan kesempatan yang lebih kurang sama terhadap berbagai pandangan dalam masyarakat, termasuk pihak minoritas dalam masyarakat.

[44]Morissan, dkk, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 62-66.

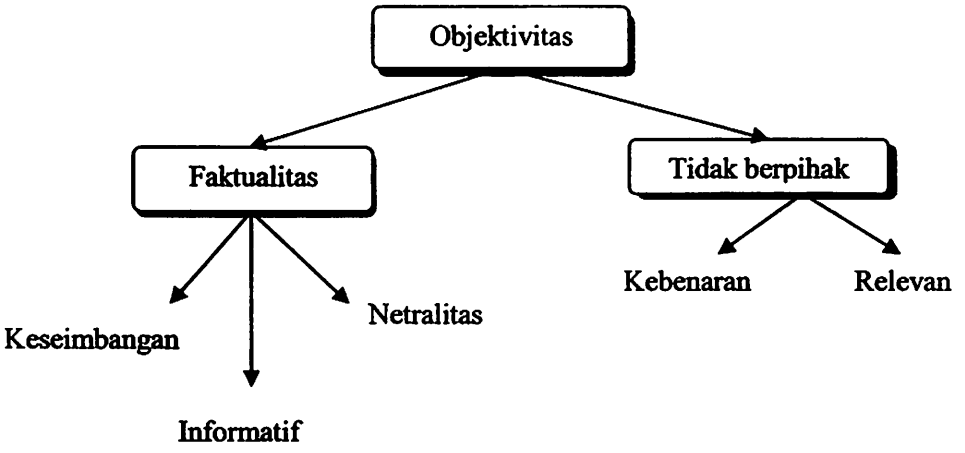
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Media berfungsi sebagai forum untuk berbagai pandangan dan kepentingan yang berbeda dalam masyarakat.
4. Harus mampu menyajikan pilihan berita yang relevan pada waktu tertentu (dalam hal adanya peristiwa besar) dan juga keragaman berita pada waktu lainnya.

c) Gambaran realitas. Media dalam pemberitaanya harus menhilangkan bias, misalnya penyimpangan realitas, dan mendukung partai polotik tertentu.

d) Objektivitas berita. Kualits berita dituntut untuk objektif. Westershal (1983) mengemukakan kriteria objektif dalam upaya mengukur derajat objektivitas.

2.1. Skema
Komponen Kriteria Objektivitas (Westershal, 1983)



Dari skema di atas, terlihat bahwa pemberitaan yang objektif harus memiliki dua kriteria, yakni: faktual dan tidak berpihak. Sifat faktual mengacu pada bentuk laporan berupa peristiwa atau pernyataan yang dapat diperoleh kebenarannya kepada narasumber,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan antara fakta dan komentar dapat dibedakan. Kriteria faktual melibatkan 5W1H (*who, what, where, when, why* dan *how*). Sifat tidak berpihak mengandung pengertian bahwa tidak diperkenankan adanya perlakuan khusus kepada pemegang kekuasaan dan bahwasannya akses media harus diberikan kepada semua pihak.

Sudah dijelaskan bahwa dunia pemberitaan atau informasi mendapat perhatian yang sangat mulia dalam Al- Quran. Para Rasul dan Nabi adalah para jurnalis Tuhan yang mulia karena tugasnya sebagai pembawa informasi yang dibutuhkan oleh umatnya. Tentu banyak sumber etis dan metodologis yang dapat dipetik dari cara nabi memberikan informasi kepada umatnya.

Secara gramatikal, penamaan surat dengan kata an- Naba' (berita/informasi) memiliki makna transeden yang saling terkait dengan istilah an-Nabiy (pembawa berita/informasi). Melalui para nabi, secara tersirat Allah swt ingin menegaskan dua hal,[45] yakni:

1) Penegasan otoritas Allah swt sebagai sumber informasi yang memiliki kewajiban menyebarkan informasi tersebut kepada manusia melalui perantara seorang nabi.
2) Penegasan bahwa manusia itu makhluk yang lemah tanpa pembekalan berita/informasi.

Al- Quran cukup memberi informasi bagaimana suatu informasi bersifat akurat. Untuk memperoleh informasi yang akurat, harus diperoleh dengan teknik *tabayyun* (*check* dan *rechek*). Namun,

[45] Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik Konsep dan Pendekatan*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007), hlm. 160.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

relevansi akurasi informasi dalam pembahasan ini adalah ayat 6 surat Al- Hujaraat. Allah berfirman:[46]

> *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang yang fasiq membawa surat berita/ informasi, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu".*

Ayat ini mengingatkan kita arti penting sebuah informasi/ berita, dan menegaskan petunjuk bahwa suatu informasi dapat diterima dari seseorang yang adil, karena informasi merupakan kepercayaan dan harus mengandung manfaat besar bagi manusia.

4. Program siaran Musik

Musik merupakan bagian terbesar dalam tatanan program radio. Pada umumnya, stasiun radio menyajikan musik dalam siarannya dari berbagai sumber rekaman musik. Seperti CD, tape recorder, turnable, maupun komputer. Stasiun penyiaran radio sangat mengandalkan musik dalam tatanan program siarannya. Musik merupakan bahan baku penyiaran radio. Tren musik popular terus berubah ubah seirama dengan perubahan dan perkembangan manusia. Memperhatikan pemutaran musik di stasiun radio meliputi spesifikasi misalnya: pop, modern, rock, hadrock, classic rock, adult alternatif, R&B, Rap, country, elektronika, jazz, bluess, latin, dan lain-lain. Dari kajian musik yang berkembang di stasiun radio penyiaran dapat diketahui bahwa kategori musik yang

[46] *Ibid.*, hlm. 161.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

banyak dimainkan yakni urban, country, rock altrenatif, indie/folk, 90an, 80an, 70an, 60an.[47]

Pada umumnya orang mendengarkan radio untuk mendengarkan sebuah lagu atau musik tertentu untuk mencari hiburan. Radio merupakan sarana yang utama untuk mendengarkan sebuah musik atau lagu yang sesuai dengan keinginan dari pendengar yang mempunyai selera yang beraneka ragam. Dalam sebuah stasiun radio pastinya mempunyai strategi dan ciri khas sendiri dalam menentukan program musik apa saja yang bisa di sajian dalam sebuah radio tersebut di setiap harinya (segmentasi musik). Tidak jarang juga sebuah radio itu menyajikan beraneka ragam jenis musik yang dibagi dalam satu hari (*radio all segment*), terkadang juga sebuah radio menentukan satu jalur musik yang akan di bagi menjadi beberapa jalur dalam satu jenis musik (*radio one segment*). Misalnya: Radio A menyajikan segala jenis musik, dari pop, nostalgia, oldiest, klasik dan lain sebagainya. Sedangkan untuk radio B lebih memilih jalur musik pop yang akan dibagi dalam beberapa bagian, baik dari segi tahun, dari segi irama musik dan lain sebagainya.

Michael C. Keith (1987) kemudian menyusun karakteristik format siaran musik utama yang populer di dunia sebagai berikut[48]:

a. Adult Contemporary (AC). Menyiarkan musik pop masa kini, *softrock*, dan balada yang disajikan untuk kaum muda dan dewasa dengan rentang umur sangat luas antara 25-50 tahun.

---

[47] Harley Prayudha, *Radio Penyiar It's Not Just A Talk*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), hlm. 37-38.

[48] Morissan, *Media Penyiaran*,....., hlm. 222.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Contemporary Hit Radio (CHR) atau Top 40 Radio. CHR merupakan radio yang sering memutar rekaman terkini, bukan album lama, dan tidak memutar ulang sebuah lagu yang sama secara berdekatan, perpindahan lagunya pun sangat cepat. Sajian musik ini diperuntukkan mereka yang berumur antara 12-20 tahun.

Format musik adalah format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh stasiun radio komersial. Sebab, dalam tataran fungsi media radio, musik mewakili sebagai fungsi hiburan. Namun, menentukan format musik dari suatu stasiun radio bukanlah hal yang mudah karena fregmentasi jenis musik cenderung mirip satu sama lainnya. Apalagi tidak jarang penyanyi atau musisi berpindah format dari satu jenis musik ke jenis musik lainnya. Sehingga ini menyebabkan beberapa stasiun radio menggunakan nama format yang tidak umum. Untuk program siaran musik di radio yang menjadi fokus dalam penelitian ini memutar musik *oldiest* (memutar lagu-lagu nostalgia yang menjadi hits pada masanya), *current* (memutar lagu-lagu yang sedang menjadi hits masa kini), *recurrent hits* (memutar lagu-lagu yang hits dan digandrungi banyak orang pada masanya). Adapun musik yang sering diputar di radio ini meliputi pop, nostalgia atau *oldiest*, dan religi.

5. Audience atau Pendengar Radio

Istilah audience media berlaku universal dan secara sederhana dapat diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya. [49] Audience media adalah terpaan media yang melibatkan kegiatan melihat, membaca pesan-pesan komunikasi dan mendengarkan radio.[50]

Audience adalah faktor yang paling penting bagi media, karena audien merupakan konsumen media. Kehadiran audien akan menentukan faktor keberhasilan suatu media.

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audience. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audience.

Weaver dan Wilhoit (1986) dalam penelitiannya menemukan bahwa 61% jurnalis menyatakan bahwa salah satu faktor terpenting yang memberikan rasa puas kepada mereka atas pekerjaannya adalah bisa membantu audiennya.[51]

Ada beberapa sifat dari pendengar radio yang memang harus diketahui dan dipahami oleh seorang *announcer* (penyiar) untuk bisa memabantu jalannya proses siaran. Pendengar sendiri mempunyai makna seorang yang mendengarkan siaran radio yang menjadi sasaran dari komunikasi massa melalui media radio. Komunikasi dapat dikatakan efektif ketika pendengar mau mendengarkan siaran tersebut, hingga

---

[49]Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1987), hlm. 203.

[50] Jalaluddin Rachmat, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2008), hlml. 16.

[51]Morissan, dkk, *Teori Komunikasi*,....., hlm. 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertarik untuk mendengarkannya secara berkelanjutan, dan pada akhirmya mau melakukan apa yang telah disiarkan melalui media radio.

Beberapa karakteristik pendengar radio yang memang harus diperhatikan juga oleh seorang penyiar. karakteristik pendengar radio,[52] meliputi:

a. *Heterogen*. Massa pendengar terdiri dari orang-orang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial, politik, budaya, dan beranekaragam kepentingan.
b. *Pribadi*. Pendengar adalah individu-individu yang berdiri sendiri, bukanlah tim kelompok. Komunikasi yang berlangsung berusaha menciptakan kedekatan antarpribadi, sehingga pendengar bisa merasa nyaman dan pesan yang disampaikan bisa ditangkap dengan baik oleh pendengar.
c. *Aktif*. Pada mulanya para ahli komunikasi mengira bahwa pendengar radio bersifat pasif. Ternyata tidak sedemikian ketika dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wilbur Schramm, Paul Lazarsfeld dan Raymound Bauer, ahli-ahli dari Amerika Serikat.

Sekarang pendegar radio, tetap berfikir, dapat menilai dan memilih sebuah stasiun radio mana mampu memberikan siaran program yang baik, dan layak untuk di dengarkan. Ada juga yang beranggapan bahwa seorang pendengar dikatakan pendengar yang aktif, jika seorang pendengar ikut serta dalam program acara tersebut baik melalui telepon

[52] Syamsul, dan Romli, *Siaran Radio*,....., hlm. 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau dialog interaktif dan juga via SMS ketika program siaran tersebut berlangsung.

d. *Selektif.* Seorang pendengar bebas untuk menentukan gelombang, frekuensi atau stasiun mana, bahkan memilih program siaran mana yang memang sesuai dengan seleranya. Seorang penyiar tidak bisa memaksakan pendengarnya untuk mendengarkan satu program saja, ataupun mendengarkan satu gelombang radio saja.

e. *Pasif.* Pendengar dikatakan *pasif* ketika seorang pendengar hanya mendengarkan siaran program radio saja tampa ikut berpatisipasi dalam program tersebut berlangsung.

Setiap siaran utamanya ditujukan untuk audien, bukan untuk para pengelola program siaran. Begitupun dengan para penyiar radio tidak dapat memutar lagu-lagu yang menurutnya bagus berdasarkan seleranya sendiri. Mengetahui secara persis apa kebutuhan audien merupakan hal yang penting, karena memang audien atau dalam hal ini adalah pendengar radio merupakan pasar dari program yang disajikan atau produk yang ditawarkan. Sehingga pemilik dan pengelola media penyiaran harus memilki strategi pemasaran untuk dapat merebut pasar yaitu audien.

Strategi untuk merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan yang menurut Kottler (1980) terdiri atas tiga tahap, yaitu: segmentasi, *targetting, positioning*. Tahap *pertama* adalah segmentasi. Segmentasi audien adalah suatu strategi untuk memahami struktur audien. Segmentasi diperlukan utnuk memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju. Karena khalayak audien

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

umum memiliki sifat yang sangat heterogen, maka segmentasi pasar dilakukan untuk mengelompokkan audien ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Sebab bagi media penyiaran akan sulit melayani semuanya. Tahap *kedua* adalah *targetting*. *Targetting* merupakan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau audien sasaran. Tahap *ketiga* adalah *positioning*. *Positioning* merupakan suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen. Namun *positioning* baru akan menjadi penting apabila persaingan sudah tinggi.[53]

Dasar-dasar dalam melakukan segmentasi audien, [54]yaitu:

1) Segmentasi Demografis. Segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya: usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, agama, suku dan kebangsaan. Data ini dibutuhkan untuk mengantisipasi perubahan-perubahan audien menyangkut bagaimana media penyiaran menilai potensi audien yang tersedia dalam setiap area geografi yng dapat dijangkau.
2) Segmentasi Geografis. Khayalak dibedakan berdasarkan wilayah temapt tinggalnya. Penggunaan segmentasi geografis ini disebabkan karena terkadang khalayak atau pendengar radio memiliki kesenangan terhadap sesuatu yang berbeda yang dipengaruhi lokasi dimana mereka tinggal.
3) Segmentasi Geodemografis. Khalayak yang tinggal di suatu wilayah geografis tertentu diyakini memiliki karakter demografi yang sejenis.

---

[53]Morissan, *Manajemen Media*,....., hlm. 166.
[54]*Ibid.*, hlm. 170-181.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Contohnya, orang-orang yang sama-sama tinggal di daerah elit suatu kota cenderung untuk memiliki karakteristik yang sama.

4) Segmentasi Psikografis. Segmentasi yang berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Josep Plumer (1974), mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas manusia dalam hal:
   a) Bagaimana mereka menghabiskan waktunya (pekerjaan, hobi, dan lain-lain).
   b) Minat mereka; apa yang dianggap penting disekitarnya.
   c) Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain (isu-isu sosial, politik, dan lain-lain).
   d) Karakter dasar seperti tahap yang mereka lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan, dan di mana mereka tinggal.

6. Hierarki Kebutuhan Individu Terhadap Media

Tingkah laku ataupun sikap yang dijalankan seseorang tidak akan timbul dengan sendirinya, namun dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan dan diarahkan pada pencapaian suatu tujuan, agar suatu kebutuhan terpenuhi dan suatu kehendak terpuaskan. Kebutuhan, tujuan, dan tingkah laku nantinya akan membentuk sebuah motif.

Kebutuhan adalah hal-hal mendasar yang timbul dari makhluk hidup untuk melangsungkan hidupnya. Salah satu kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial yang butuh akan hiburan dan informasi dapat dilakukan dengan penggunaan media. Begitu juga dengan para pendengar radio, dalam proses menentukan pilihannya tentunya ada motif sebelumnya. Adanya pertimbangan aspek kebutuhan dan tujuan yang ingin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

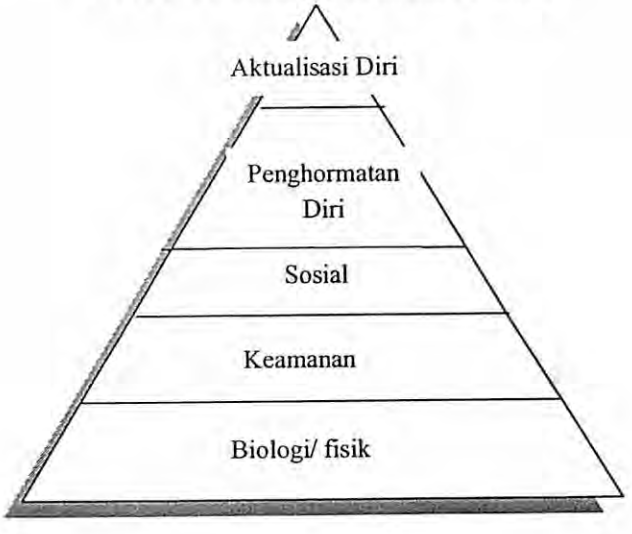
dicapai dari program yang didengarkannya sebelum akhirnya menentukan sikap atau tingkah laku sebagai bentuk pilihanya.

Motif pada dasarnya bukan hanya merupakan suatu dorongan fisik, tetapi juga orientasi kognitif elementer yang diarahkan pada pemuasan kebutuhan.[55]

Untuk memahami mengapa individu menggunakan media, Harold D. Laswell (1948) mengemukakan tiga fungsi utama media terhadap masyarakat. [56] Yaitu:

a. Media berfungsi untuk memberitahu audien mengenai apa yang terjadi di sekitar mereka.
b. Melalui pandangan yang diberikan media terhadap berbagai hal yang terjadi, maka audien dapat memahami lingkungan sekitarnya secara lebih akurat.
c. Pesan media berfungsi menyampaikan tradisi dan nilai-nilai sosial kepada generasi audien selanjutnya.

Hierarki Kebutuhan oleh Abraham Maslow



[55] Alex Sobur, *Psikologi Umum,* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), hlm. 271.
[56] Morissan, dkk, *Teori Komunikasi,*....., hlm. 82-83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Audiences (Khalayak) Usia Dewasa.

Masa dewasa dimulai pada umur 18 tahun sampai pada umur 60 tahun ke atas. Saat perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif. Dalam penelitian ini, penulis membatasi masa dewasa untuk kepentingan riset ini pada rentang usia 20-50 tahun yaitu mereka yang bekerja, eksekutif awal, dan golongan menengah ke atas, dan juga masa transisi. Masa dewasa awal pada usia 20-40 tahun merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan sosial baru. Orang mulai mengembangkan sikap-sikap baru, keinginan, dan nilai-nilai baru. Pada usia 40-50 tahun merupakan masa dimana orang mengalami perubahan jasmani dan perilaku. Banyak orang pada usia tersebut menjadi rindu akan masa muda mereka. [57]

Masa dewasa awal ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut (Hurlock, 1994):[58]

a. Masa pengaturan. Masa untuk menentukan mana yang paling sesuai untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka dan yang akan memberi kepuasan yang permanen.
b. Usia reproduktif.
c. Masa bermasalah. Dalam dasawarsa 30-40 tahun, penyesuaian diri dipusatkan pada menetapkan pekerjaan.

---

[57] Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, terjemahan Erlangga (Jakarta: Erlangga, 1980), hlm. 320.
[58] *Ibid.*, hlm. 247-252.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Masa ketegangan emosional. Seseorang terkadang merasa tidak mampu mengatasi masalah, sehingga mereka sering terganggu secara emosional.

e. Masa perubahan nilai. Masa ini disebabkan beberapa alasan diantaranya yaitu ingin diterima oleh anggota kelompok, penyesuaian terhadap kelompok baik itu berupa keyakinan, perilaku ataupun penampilan. Biasanya nilai-nilai ini bergeser dari egosentris ke sosial.

f. Masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru.

g. Masa kreatif. Bentuk kreatifitas tergantung pada minat dan kemampuan individual, kemampuan untuk mewujudkan keinginan dan kegiatan-kegiatan yang memberikan kepuasan.

Hiburan-hiburan yang populer di kalangan orang dewasa:[59]

1) Membaca. Mereka perlu selektif mengenai bacaannya, karena banyaknya tanggung jawab.

2) Mendengarkan musik. Orang dewasa pada umumnya mendengarkan kaset-kaset musik atau mendengarkan musik di radio atau televisi sebagai cara untuk mengenyahkan kebosanan dan rasa kesepian.

3) Film.

4) Radio. Banyak wanita yang mengerjakan pekerjaan rumah tangga sambil mendengarkan radio, demikian pula banyak pria yang mendengarkan radio dalam perjalanan dan dari tempat pekerjaan.

5) Televisi.

---

[59]*Ibid.*, hlm. 261.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Didasarkan pada beberapa pertimbangan di atas, sesuai dengan apa yang didapatkan dari beberapa literatur. Maka, penulis membatasi rentang usia responden terbatas pada orang-orang dewasa.

6) Kajian Teori

1. Teori Konsistensi

Teori konsistensi berpandangan bahwa orang umumnya konservatif dan berhati-hati dalam memilih media, mencari media yang memperkuat pandangan dirinya. ketika orang menemukan media yang pesannya cocok dengan pandangan pribadinya dan media yang pesannya bertentangan dengan pandangan pribadinya, maka orang itu akan lebih memilih media yang sesuai dengan pandangannya sendiri dan hanya sedikit melirik media yang menentang pandanngan pribadinya. Fenomena ini disebut juga *selective exposure, selective perception, selective retention,* dan *selective recall.* [60]

Fenomena selektif serupa bekerja di alam bawah sadar individu dalam menentukan bagaimana individu memandang dan memakai isi media.

Selective Exposure merupakan keadaan dimana orang menentukan keputusan dalam memilih media secara sadar. Individu memilih untuk membuka diri pada media yang perspektif dan pendekatannya memperkuat minat dan nilai pribadi mereka.

---

[60] Vivian, *Teori Komunikasi*,....., hlm. 477- 499.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selective Perception merupakan selektivitas dapat terjadi dalam membaca, menonton, dan mendenngarkan, dan kurang begitu disadari ketimbang *selective exposure.* Seberapa pun jernih dan jelasnya pesan, orang mendengar dan melihatnya secara egosentris.

Selective Retention dan *Recall* merupakan individu punya kendali yang lebih besar atas cara media mempengaruhi mereka. Individu bukan hanya menentukan pilihan secara sadar atas media yang akan mereka pakai, tetapi juga keyakinan dan nilai yang mereka anut secara tak sadar mempengaruhi cara mereka mengambil dan menyimpan informasi.

Hovland (dalam E. M Griffin, *A First Look At Communication Theory*, 2003) dan peneliti lainnya berusaha mempelajari tiga faktor yang berperan penting dalam proses persuasi yang dapat menimbulkan perubahan pendapat pada diri audienn,[61] yaitu:

Siapa – yaitu sumber pesan

Apa – isi pesan

Kepada Siapa – karakteristik atau sifat audien

Faktor "siapa" mencakup dua sifat penting pada diri sumber pesan, yaitu keahlian dan kepercayaan. Faktor "apa" mengacu pada argumentasi yang dikemukakan dan kekhawatiran yang timbul dari pesan dan "kepada siapa" mencakup hal-hal, seperti kepribadian audien dan mudah tidaknya audien itu dipengaruhi. Hovland mengukur perubahan pendapat sebagaimana oleh skala perubahan sikap yang diberikan sebelum dan sesudah penerimaan pesan.

---

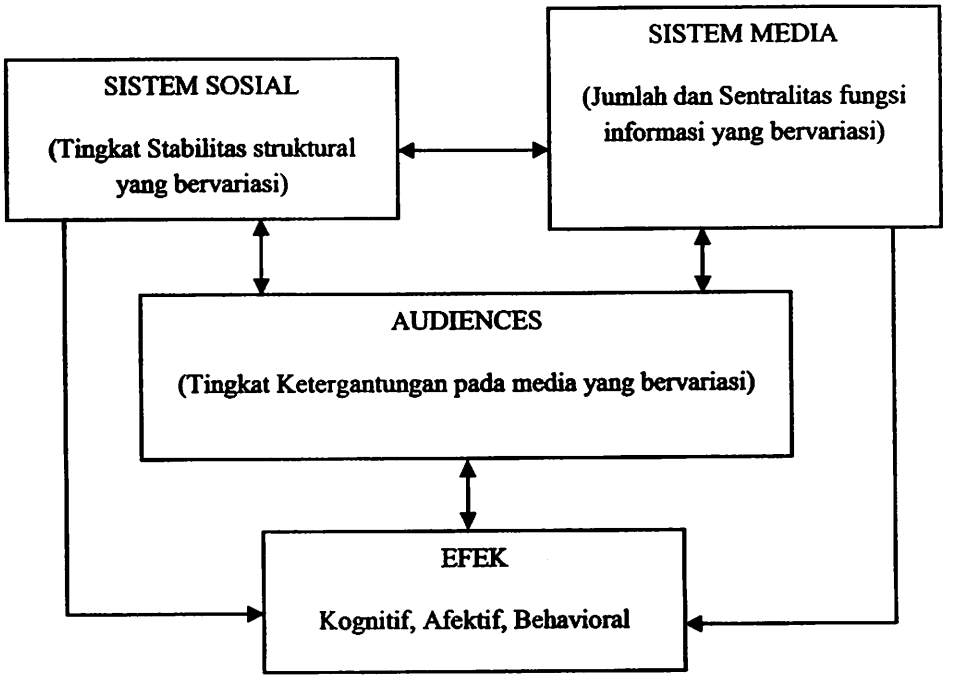
[61]Morissan, dkk, *Teori Komunikasi*,....., hlm. 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Teori Dependency

Teori ini dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. Defleur (1976) memfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa. Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), di mana media massa dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peranan penting dalam proses pemeliharaan, dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas sosial. Tetapi mereka secara ringkas digambarkan dalam model berikut[62]:

2.1. Bagan Teori Dependesi
oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L DeFleur (1976)



[62]S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), hlm. 200.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketiga komponen yaitu *audiences*, sistem media dan sistem sosial saling berhubungan satu dengan yang lainnya, meskipun sifat hubungan ini berbeda antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Setiap komponen memiliki cara yang beragam yang secara langsung berkaitan dengan perbedaan efek yang terjadi. Seperti misalnya:

Sistem sosial akan berbeda-beda(bervariasi) sesuai dengan tingkat stabilitasnya. Ada kalanya sistem sosial yang stabil akan mengalami masa-masa kritis. Sistem sosial yang telah mapan dapat mengalami tantangan legitimasi dan ketahanannya secara mendasar. Dalam kondisi semacam ini akan muncul kecenderungan untuk mengidentifikasi hal-hal baru, penyesuaian sikap, menegaskan kembali nilai-nilai yang berlaku atau mempromosikan nilai-nilai baru, yang kesemuanya menstimulasi proses pertukaran informasi.

Audiences akan memiliki hubungan yang beragam dengan sistem sosial dan perubahan yang terjadi. Sejumlah kelompo mungkin akan bertahan sementara lainnya lenyap. Pada umumnya kelompok elite dalam masyarakat akan lebih memiliki banyak kendali terhadap media, lebih banyak akses ke dalamnya, dan tidak terlalu tergantung pada media jika dibandingkan dengan masyarakat kebanyakan. Sementara kelompok cenderung untuk lebih memilki akses kepada sumber informasi lain yang lebih cakap dan kompeten, non-elite terpaksa tergantung pada media massa atau sumber informasi perorangan yang biasanya kurang memadai.

Menurut DeFleur dan Rokeach, derajat ketergantungan terhadap media merupakan kunci dalam memahami kapan dan mengapa pesan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan dan perilaku audien. Dalam masyarakat industri modern, orang semakin tergantung pada media untuk: (a) memahami dunia sosial mereka; (b) bertindak secara bermakna dan efektif dalam masyarakat; dan (c) untuk menemukan fantasi dan untuk pelarian. Derajat ketergantungan khalayak terhadap media ditentukan oleh: (a) tingkat kepentingan informasi yang disampaikan media dan (b) derajat perubahan dan konflik yang terjadi dalam masyarakat.[63]

DeFleur dan Rokeach mengemukakan dua faktor yang menentukan ketergantungan seseorang terhadap media.[64] Yaitu:

a. *Pertama*, seseorang akan lebih bergantung pada media yang dapat memenuhi sejumlah kebutuhannya sekaligus dibandingkan dengan media yang hanya mampu memenuhi beberapa kebutuhan saja.
b. *Kedua*, perubahan sosial dan konflik yang terjadi di masyarakat dapat menyebabkan perubahan pada institusi, kepercayaan dan kegiatan yang sudah mapan. Situasi sosial yang bergejolak (perang, bencana, kerusuhan, dan lain-lain) dapat menimbulkan perubahan dan konsumsi media, misalnya orang lebih bergantung pada media untuk mendapatkan informasi atau berita. Pada situasi sosial yang stabil, kebutuhan media juga akan berubah, dimana orang lebih menyukai program hiburan.

Dengan demikian, ketergantungan pada media merupakan hasil dari dua faktor penting, yaitu motif audien untuk mendapatkan kepuasan dan ketersediaan alternatif tontonan. Masing-masing faktor dipengaruhi

---

[63]Morissan, dkk, *Teori Komunikasi*,....., hlm. 86-87.
[64]*Ibid.*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh sejumlah karakteristik. Misalnya, seseorang yang memiliki gangguan kesehatan dan karenanya tidak bisa pergi kemana-mana kan bergantung pada media, seperti televisi ataupun radio untuk mendapatkan hiburan.

Menurut model yang disebut dengan *uses and dependency model* (penggunaan dan ketergantungan) ini, beberapa elemen tertentu dalam sistem media, seperti struktur masyarakat, perbedaan individu, dan sistem media itu sendiri menyebabkan orang menggunakan dan bergantung pada media. Ketergantungan pada media akan menimbulkan efek pada media tu sendiri. Semakin besar ketergantungan seseorang terhadap media, maka semakin besar pula efek yang dapat ditimbulkan media terhadap orang bersangkutan. M.M. Miller dan S.D. Reese (1982) dalam penelitiannya terhadap efek politik menemukan bahwa efek media semakin besar terjadi pada mereka yang leih bergantung kepada media dibandingkan dengan mereka yang tidak.[65]

Adapun jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini. Efek yang dapat tercipta dapat dirumuskan sebagai berikut:[66]

1) Efek Kognitif

   Menciptakan atau menghilangkan ambigutas.

   Pembentukan sikap.

   Agenda Setting.

   Perluasan sistem keyakinan masyarakat.

   Penegasan / penjelasan nilai-nilai.

---

[65]*Ibid.*,
[66]Sendjaja, *Teori Komunikasi*,....., hlm. 201.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Efek Afektif

Menciptakan kekuatan atau kecemasan.

Meningkatkan atau menurunkan dukungan moral.

3) Efek Behavioral

Mengaktifkan atau menggerakkan/ meredakan.

Pembentukan issue tertentu atau penyelesaiannya.

Menjangkau atau menyediakan strategi untuk suatu aktivitas.

Menyebabkan perilaku dermawan.

Affective Component (komponen afektif) terdiri dari emosi dan perasaan seseorang terhadap stimulus, khususnya evaluasi positif atau negatif. *Behavioral Component* (komponen behavioral) adalah cara orang bertindak dalam merespon stimulus. *Cognitif Component* (komponen kognitif) terdiri dari pemikiran seseorang tentang objek tertentu, seperti fakta, pengetahuan, dan keyakinan. (Crites, Fabrigar, & Petty, 1994). [67]

Dalam efek kognitif komunikasi massa, dampak yang timbul pada komunikan menyebabkan seseorang menjadi tahu. Pesan yang disampaikan oleh komunikator bertujuan untuk mengubah pikiran. Sehingga dalam prosesnya informasi yang diperoleh dari media massa telah menstruktur atau mengorganisasikan realitas, realitas itu tampak sebagai gambaran (citra) yang mempunyai makna.

Komponen kognitif berisi persepsi, kepercayaan, dan stereotip yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Membahas tentang efek kognitif media massa tidak terlepas dari "Pembentukan dan Perubahan Citra".

---

[67] Shelly E. Taylor, dkk, *Psikologi Sosial*, terjemahan Tri Wibowo, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 165.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebab, citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima. Media massa bekerja dalam penyampaian informasi untuk khalayak, adapun informasi tersebut dapat membentuk, mempertahankan atau meredefinisikan citra.[68]

Dalam efek afektif komunikasi massa tercipta beberapa proses, yakni: *Pertama*, pembentukan dan perubahan sikap. Pada tahun 1960, Joseph Klapper melaporkan hasil penelitian yang komprehensif tentang efek media massa terkait hubungaannya dengan pembentukan dan perubahan sikap, [69] yakni:

a) Pengaruh komunikasi massa ditengarai oleh faktor personal. Seperti: predisposisi personal mengacu pada karakteristik khas individu, proses selektif, keanggotaan kelompok.
b) Karena faktor personal itulah, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada. Namun, terkadang sebagai *agent of change*.

Kedua, adanya rangsangan emosional. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional terhadap pesan media massa antara lain, *mood* (suasana emosional), skema kognitif, susana terpaan, predisposisi individual, dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

Dalam pembentukan dan perubahan sikap efek afektif komunikasi massa lebih tinggi tingkatannya, karena tidak hanya sekedar komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya. Sehingga dapat diambil kesimpulan

---

[68]Jalaluddin Rachmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 224

[69]*Ibid.*, hlm. 232.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komponen kognitif merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap; komponen afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional, sedangkan komponen perilaku kognitif merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang.

Efek behavioral komunikasi massa merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.[70] Efek ini paling tinggi dampaknya, karena dampak yang timbul pada komunikan sudah berupa tindakan, perilaku, kegiatan, dan sebagainya.

Ketiga efek tersebut yakni kognitif, afektif dan behavioral sangat terkait dengan **sikap**. Sebab, sikap didasarkan pada informasi afektif, behavioral, dan kognitif. Sehingga dalam penelitian ini, ketika seseorang menentukan sebuah pilihan terkait dengan program yang diminatinya, maka tindakan tersebut merupakan sebuah bentuk sikap.

Sikap memiliki ciri khas, yakni: (1) mempunyai objek tertentu (orang, perilaku, konsep, situasi, benda, dan sebagainya), (2) mengandung penilaian (suka / tidak suka; setuju/ tidak setuju).[71]

Beberapa hal tentang sikap.[72] Diantaranya :

1) Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpikir, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Objek sikap bisa berupa orang, benda, tempat, gagasan, situasi, atau kelompok.

---

[70]*Ibid.*, hlm. 239.
[71]Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), hlm. 355.
[72]*Ibid.*, hlm. 361.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Sikap menentukan apakah seseorang harus setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu; menentukan apa yang disukainya, diharapkan, dan diinginkan, dan mengnyampingkan apa yang tidak diinginkan dan apa yang harus dihindari.
3) Sikap relatif lebih menetap.
4) Sikap mengandung aspek evaluatif; artinya, mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenagkan.
5) Sikap timbul dari pengalaman; merupakan hasil belajar.
6) Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan perasaan.

Disesuaikan dengan fokus penelitian ini yakni untuk mengetahui tingkat pilihan pendengar, maka pilihan dalam hal ini merupakan bentuk sikap. Dan sikap ini sebagai kecenderungan menilai atau evaluatif, persetujuan, yang didasarkan pada pengalaman atau pengamatan, dan di dalamnya mempunyai segi motif. Dalam artian sebelum pendengar menentukan program yang lebih disukainya, maka di dalamnya mengandung unsur evaluatif, persetujuan, pengalaman, motif, dan perasaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan pendengar yang terpilih dari beberapa pertimbangan. Dari data respon pendengar yang *intens* berinteraktif dengan penyiar saat siaran yang diperoleh dari radio MAJA FM terdapat 100 pendengar. Sementara untuk sampel yang terpilih digunakan dalam penelitian ini sebanyak 78 orang. Di bawah ini merupakan data pendengar yang digunakan sebagai sampel penelitian, yakni:

3.1. Tabel Data Responden

No.	Nama Responden	Usia	Pekerjaan
1	Adi	31	Karyawan
2	Sullis	46	Wiraswasta
3	Dudy	30	Karyawan
4	Zaenal	50	Wiraswasta
5	Ongki	32	Pegawai
6	Jito	45	Wiraswasta
7	Hadi	49	Wiraswasta
8	Solchan	47	Wiraswasta
9	Hambali	34	Karyawan
10	Harto	44	Wiraswasta
11	Sutrisno	45	Wiraswasta
12	Yanto	50	Wiraswasta
13	Senedi	41	Pegawai
14	Sifonhardjo	46	Pegawai
15	Soni Basuki	38	Pegawai
16	Darwanto	47	Pegawai
17	M. Talqin	40	Pegawai
18	Dani	50	Wiraswasta
19	Sutomo	45	Pegawai
20	Jadi	50	Pegawai
21	Ari	50	Wiraswasta
22	Didik	30	Pengangguran
23	Warto	42	Wiraswasta
24	Aliep	28	Pegawai
25	Sugianto	50	Wiraswasta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

26	Ariyanto	31	Karyawan
27	Kariono	50	Wiraswasta
28	Reno	25	Pengangguran
29	Deni	27	Karyawan
30	Joko	28	Karyawan
31	Joko	24	Karyawan
32	Andik	32	Pengangguran
33	Rudi	35	Karyawan
34	Gunawan	43	Wiraswasta
35	Wulyono	26	Karyawan
36	Yono	41	Wiraswasta
37	Riki	29	Pengangguran
38	Bambang	50	Wiraswasta
39	Ashadi	50	Wiraswasta
40	Riyan	27	Karyawan
41	Andre	25	Pengangguran
42	Muchlisin	28	Pegawai
43	Dodi	31	Wiraswasta
44	Agung	27	Karyawan
45	Adi	29	Karyawan
46	Indra	32	Wiraswasta
47	Nuning	46	Ibu Rumah Tangga
48	Hayati	44	Ibu Rumah Tangga
49	Ririn	35	Ibu Rumah Tangga
50	Kris	42	Guru
51	Diah	38	Ibu Rumah Tangga
52	Wahyu	35	Wiraswasta
53	Yeni	27	Karyawan
54	Umi	44	Wiraswasta
55	Rina	30	Wiraswasta
56	Yuli	43	Ibu Rumah Tangga
57	Sari	39	Ibu Rumah Tangga
58	Susi	47	Guru
59	Ika	30	Karyawan
60	Siti	28	Wiraswasta
61	Mbak rini	46	Guru
62	Aulia	23	Mahasiswa
63	Jamila	20	Karyawan/ Pegawai
64	Nia	26	Karyawan
65	Mala	42	Wiraswasta
66	Nabila	20	Mahasiswa
67	Yuni	30	Guru
68	Nurul	41	Guru
69	Nila	50	Wiraswasta
70	Sujik	48	Guru
71	Saibah	50	Ibu Rumah Tangga
72	Elli Angel	37	Karyawan
73	Leni	21	Mahasiswa
74	Riris	29	Ibu Rumah Tangga
75	Nata	34	Karyawan
76	Heni	22	Mahasiswa
77	Widia	36	Guru
78	Mia	22	Pegawai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Data Subyek Penelitian Berdasarkan Umur

Dikarenakan dalam kriteria subyek penelitian disebutkan bahwa subyek dalam penelitian ini terbatas mencakup rentang umur dari 20 – 50 tahun. Maka dari data yang diperoleh, data responden berdasarkan rentang umur yakni:

3.2. Tabel Data Responden Berdasarkan Umur

Rentang Umur	Jumlah Responden
20 – 25	9 Orang
26 – 30	19 Orang
31 – 35	11 Orang
36 – 40	5 Orang
41 – 45	14 Orang
46 – 50	20 Orang

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa prosentase terbesar untuk data responden berdasarkan umur didominasi antara umur 46 – 50 tahun. Sedangkan untuk prosentase responden terkecil antara umur 36 – 40 tahun.

b) Data Subyek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini subyek penelitian adalah pendengar radio. Maka, untuk subyek penelitian ini terbagi ke dalam beberapa macam segmentasi berdasarkan pekerjaan. Berdasarkan data yang diperoleh, subyek penelitian berdasarkan pekerjaan yakni:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.3. Tabel Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Klasifikasi Pekerjaan	Jumlah Responden
Karyawan/ Pegawai	29 Orang
Wiraswasta	25 Orang
Guru	7 Orang
Ibu Rumah Tangga	8 Orang
Mahasiswa	4 Orang
Pengangguran/ Lainnya	5 Orang

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk prosentase terbesar dari 78 responden didominasi oleh karyawan, yakni sebanyak 28 Orang. Sementara itu untuk jumlah responden terkecil adalah mahasiswa.

c) Data Subyek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini tidak hanya memfokuskan pada satu jenis kelamin. Namun, penelitian ini mencakup kedua aspek jenis kelamin yakni laki-laki dan perempuan. Dari data yang diperoleh sebanyak 78 orang, klasifikasi berdasarkan jenis kelamin yakni:

3.4. Tabel Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-laki	46
Perempuan	32

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Mojokerto. Dipilihnya lokasi ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan berdasarkan data yang berhasil dihimpun penulis dari radio MAJA FM, ketersediaan pendengar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebanyakan berada pada wilayah Mojokerto sendiri. Adapun wilayah atau daerah jangkauannya tersebar meliputi dari berbagai daerah di Mojokerto. Terdiri dari beberapa wilayah/daerah kecil dan daerah yang luas padat penduduk. Untuk memudahkan pencarian data sekaligus penyebaran angket terkait dengan keterbatasan tenaga dikarenakan luasnya wilayah Mojokerto, daerah-daerah yang dipilih merupakan daerah-daerah yang mudah dijangkau oleh penulis.

Perekonomian wilayah ini sangat dipengaruhi oleh kegiatan ekonomi di Surabaya. Oleh karena itu mata pencaharian penduduk sebagian besar cenderung ke arah lapangan usaha perdagangan, angkutan dan industri pengolahan.

a) Company Profile Radio MAJA FM

Nama Badan Hukum	: PT. Radio Maja Pari Indah Suara Mojokerto
Nama Station Radio	: 100.7 MAJA FM Suara Mojokerto
Alamat Kantor	: Jl. Panderman No. 1 Wates Mojokerto
Telp.	: 0321 – 322772
Faks	: 0321 – 326100
E-mail	: marketingmajafm@yahoo.com
No. Anggota PRSSNI	: 625 – III/1992
Penanggung Jawab	: Ady Setiarto
Marketing Manager	**: Bawinda S. Lestari (Winda)**
Telp.	**: 0321 – 7214555, 081330483688**
E-Mail	**: bawindalestari@yahoo.com**
Slogan Radio	: Info & Musik Hits

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Format Siaran : Talkshow, Informasi & Musik Request

Format Musik :

Indonesia (Current Hits, Re Current & Oldiest)

Barat (Current Hits, Re Current & Oldiest)

Radius Jangkauan : Kertosono, Pare, Sidoarjo, Gresik, Pasuruan, Pandaan

Jenis Kelamin :		**Pendidikan :**	
Pria	44%	SLTP	26 %
Wanita	56 %	SLTA	48 %
		SARJANA	26 %

SES :		**Pekerjaan :**	
SES A.	11 %	Petani	11 %
SES B.	20 %	Karyawan / Pegawai	21 %
SES C.	45 %	Wiraswasta	33 %
SES D.	17 %	Ibu Rumah Tangga	17 %
SES E.	7 %	Pelajar / Mahasiswa	15 %
		ABRI / Polri	3 %

TARIF IKLAN

SPOT :	
01" – 30"	Rp. 80.000,-
30" – 60"	Rp. 150.000,-
ADLIB :	
01" – 30"	Rp. 80.000,-
30" – 60"	Rp. 150.000,-
Talkshow 60 menit	Rp. 1.000.000,-
Reportase	Rp. 750.000,-
Insert 5 menit	Rp. 750.000,-

NB : Harga belum termasuk **PPN 10%**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.5. Tabel Program Siar Radio MAJA FM

Program Siar	Pukul	Deskripsi Program
Sajadah Hati	05.00 – 06.00	Ceramah Agama oleh Da'i dari Mojokerto maupun Nasional dengan diselingi lagu-lagu Islami.
Aspirasi	06.00 – 10.00	Beragam informasi aktual. Baik Lokal maupun Nasional. Hasil liputan Reporter dan Tim Redaksi. Diwarnai dengan lagu Barat Middle.
Galeri Indonesia	10.00 -12.00	Kolaborasi Lagu Indonesia (Musik Easy listening) serta beragam info, mulai dari info lokal (Reportase), regional, nasional serta info ringan, seperti tips kesehatan
Sweet Memoria	12.00 – 14.00	Tembang kenangan dan lagu-lagu memori, request interaktif dan via SMS serta liputan langsung tim Reporter.
Spesial Indonesia	14.00 – 17.00	New Entry dan lagu-lagu Hits Indonesia disuguhkan dan dikemas dengan info pendidikan dan teknologi.
Sajian Musik Islami	17.00 – 18.00	Santai mendengarkan musik musik Islami dan menyimak informasi, sambil menanti Adzan Maghrib
Galeri Indonesia Malam	18.00 – 21.00	Kolaborasi lagu barat dan Indonesia Hits & Rehits serta beragam info, mulai dari info lokal, regional, nasional serta info ringan.
Inspirasi	21.00 – 24.00	Ngobrol santai, sambil request lagu-lagu Barat & Indonesia Rehits. Serta mendengar berbagai peristiwa di tanah air, termasuk kejadian lokal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.6. Tabel Program Talkshow Radio MAJA FM

Program Siar	Hari Dan Pukul	Deskripsi Program
Dialog Awal Pekan	Senin, 09.00 – 10.00	Dialog yang mengupas topik Hits Minggu ini bersama Nara Sumber dari Para pejabat juga kalangan Anggota Dewan dan tokoh masyarakat sesuai topik yang dibahas.
Sapa Pelanggan PLN	Selasa, 09.00 – 10.00	Kerjasama dengan PLN yang siap menampung segala macam komplain pendengar, Sosialisasi Program PLN. Segala macam permasalahan dibahas oleh nara sumber dari PLN.
Diagnosa	Rabu, 09.00 – 10.00	Dialog kesehatan dengan Narasumber Seorang Dokter proffesional dari Klinik Kuncup Ceria, sesuai dengan specialisasinya. Konsultasi gratis, Pendengar tanya langsung dijawab.
Synergy Plus	Kamis, 09.00 – 10.00	Pendengar bisa menanyakan langsung tentang problema kesehatan solusinya, serta akan dijawab langsung oleh narasumber dengan mengutamakan pengobatan alternatif (herbal).
Sehat Bersama Sidowaras	Sabtu, 09.00 – 10.00	Dialog kesehatan dengan Narasumber dokter spesialis dari RS Sido Waras. Pendengar bisa konsultasi masalah kesehatan via telepon atau SMS.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.7. Tabel Program Siaran Relay Radio MAJA FM

Program Siar	Pukul	Deskrisi Program
Berita Suara Surabaya	06.00 – 06.15 & 13.00 – 13.15	Menghadirkan informasi Nasional dan Internasional, relay dari Suara Surabaya FM 100.0

3.8. Tabel Program Siaran Info Radio MAJA FM

Program Siar	Pukul	Deskripsi Program
Info MAJA	07.00 ; 18.00 ; 09.00	Informasi lokal seputar kota / kab Mojokerto, berita pemerintahan dan kriminalitas yang di liput oleh tim reporter maja FM.
	10.00 – 11.00	Informasi lokal wilayah Jawa Timur, baik pemerintahan dan kriminalitas, serta informasi seputar Mojokerto yang langsung di liput oleh tim reporter Maja FM di lapangan.
	12.00	Informasi berita nasional, serta seputar Mojokerto yang di liput langsung tim reporter di lapangan.
	17.00 – 19.00 – 21.00	Informasi lokal kab/kota Mojokerto, seputar pemerintahan dan criminal yang langsung di himpun oleh Tim Reporter Maja FM.
	20.00	Informasi seputar situasi Nasional dan lokal daerah Mojokerto dan sekitarnya

3.9. Tabel Program Siaran Info Radio MAJA FM

Program	Pukul	Deskripsi Program
Sekilas Info	06.30 – 07.30 – 08.30 – 09.30 – 10.30 – 11.30 – 12.30 – 13.30	Informasi sekilas tentang berita terbaru baik Lokal ataupun Nasional
(Informasi Terbaru dan Aktual setiap menit ke 30 dengan durasi 30 detik)	14.30 – 15.30 – 16.30 – 18.30– 19.30 – 20.30 – 21.30 –22.30 – 23.30	Informasi sekilas seputar dunia pendidikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Talk Info	06.45 – 07.15 – 07.45 – 08.15 – 08.45 – 09.15 – 09.45 –10.15 – 10.45 –11.15 – 11.45	Informasi terbaru seputar Lokal Daerah Mojokerto maupun Nasional yang disajikan secara singkat, dengan durasi 20 detik, dan hadir tiap ,menit ke 15dan 45.

3.10. Tabel Program Jaring Radio MAJA FM

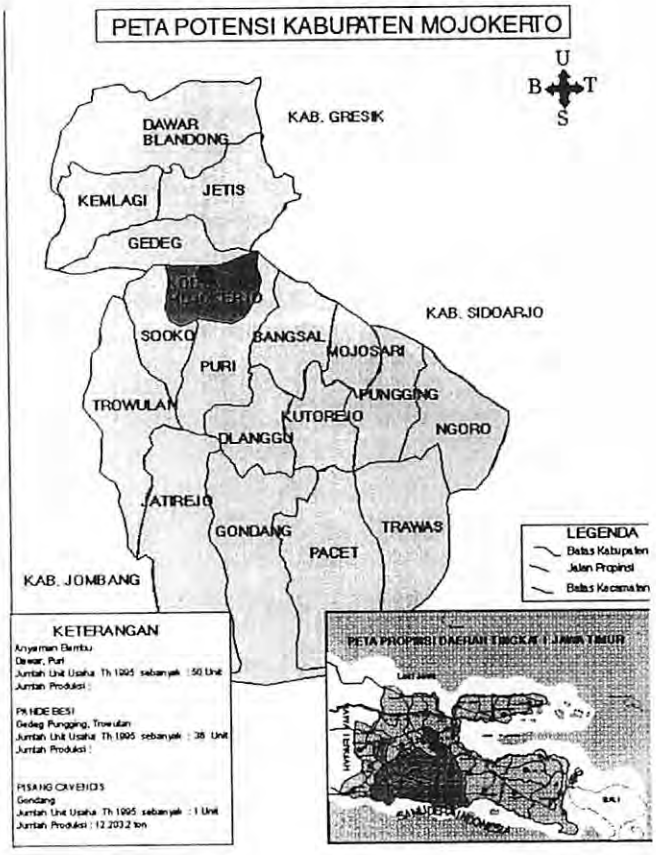
Program	Pukul	Deskripsi Program
Jaring Radio	Jam 08.10 – 17.10	Informasi seputar Daerah Jawa Timur dan Jawa Tengah yang disiarkan secara langsung oleh Radio Suara Surabaya dan Jaringannya.

Secara keseluruhan radio ini mengudara selama 20 jam dalam setiap harinya, yakni pukul 05.00-24.00 WIB. Sementara untuk alokasi waktu siaran program news keseluruhan diperkirakan ± 1 jam 18 menit dalam sehari. Sehingga sisa waktu yakni ± 18 jam 42 menit merupakan alokasi waktu siaran untuk program musik, ini sudah termasuk dengan jeda/iklan dan performa penyiar. Terkecuali pada hari senin, selasa, rabu, kamis, dan sabtu untuk waktu program siaran musik ± 17 jam 42 menit, alokasi waktu program musik terpotong satu jam dikarenakan pada hari ini satu jam dipergunakan untuk program talkshow yakni mulai dari pukul 09.00-10.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Mojokerto Secara Geografis

Gambar 1 Peta Kota Mojokerto



Wilayah Kota Mojokerto berada di antara 7°33′ LS dan 122°28′ BT dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Gresik dan Lamongan

Sebelah Timur : Sidoarjo dan Pasuruan

Sebelah Selatan : Malang

Sebelah Barat : Jombang

c) Secara Topografis

Wilayah Kota Mojokerto terletak pada ketinggian ±22 meter dari permukaan laut dan kemiringan tanah 0% - 3%. Dengan demikian dapat diperlihatkan bahwa Kota Mojokerto mempunyai permukaan tanah yang relatif datar, sehingga alirah sungai / saluran menjadi relatif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lambat dan hal ini mempercepat terjadinya pendangkalan yang pada akhirnya timbul kecenderungan ada genangan pada berbagai bagian kota apabila terjadi hujan.

Pemukiman = 44,14 %

Pendidikan = 0,79 %

Industri = 4,34 %

Pertanian = 41,76 %

Usaha Perdagangan = 2,76 %

Perkantoran = 2,46 %

Kesehatan = 0,66 %

Sarana Perhubungan= 2,40 %

Jenis tanah yang terdapat di wilayah Kota Mojokerto sebagian besar terdiri dari aluvial (62.74%) dan grumosol (37.26%). Dari kondisi tersebut jenis tanah di Kota Mojokerto merupakan tanah yang cukup baik untuk usaha pertanian, karena tanah tersebut terdiri dari endapan tanah liat bercampur dengan pasir halus, berwarna hitam kelabu dengan daya penahan air yang cukup baik dan banyak mengandung mineral yang cukup baik bagi tumbuh-tumbuhan.

Iklim di wilayah Kota Mojokerto dicirikan dengan adanya musim hujan dan musim kemarau dengan curah hujan rata-rata 10,58 mm. Sedangkan temperatur mencapai 220 – 310 dengan kelembaban udara 74,3 – 84,8 Mb / hari dan kecepatan angin rata-rata berkisar 3,88 – 6,88 knot / bulan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Secara Psikografis

Individu pada wilayah ini secara psikografis mayoritas masyarakatnya memiliki gaya hidup yang modern. Ditandai dengan keterbukaan terhadap hal-hal baru, seperti hadirnya media komunikasi yang mudah diterima dan mobilisasi pesan melalui media yang tidak pasif. Masyarakat modern cenderung menyukai tantangan daripada masyarakat tradisional yang kurang menyukai hal baru.

e) Secara Sosiografis

Individu pada wilayah ini memiliki beragam status sosial, tentunya mereka mempunyai pilihan yang beragam pula. Selain itu individu pada wilayah ini juga pekerjaan yang berfariasi. Berdasarkan data yang didapat dari radio MAJA FM, klasifikasi pendengar berdasarkan pekerjaan, radio ini mempunyai fariasi pendengar diantaranya yakni: petani, karyawan/pegawai, wiraswasta, ibu rumah tangga, mahasiswa/pelajar, ABRI/ POLRI, dan lain-lain. Sementara untuk pendengar radio ini prosentase terbanyak didominasi oleh individu yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

B. Deskripsi Data Penelitian

Penyajian data di atas untuk mengetahui subyek dan lokasi penelitian yang disajikan secara deskriptif. Selain data di atas, dalam penelitian ini juga menyajikan data lainnya untuk mengetahui tingkat preferensi pendengar radio terhadap program siaran *news* dengan program siaran musik. Data yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperoleh dari lapangan kemudian disajikan dalam bentuk statistik atau angka-angka.

Adapun data yang dimaksud merupakan hasil dari penyebaran angket yang telah disebar kepada para responden, kemudian diolah menjadi data kuantitatif berupa angka-angka sebagaimana metode yang digunakan dalam penelitian ini.

Setelah melakukan proses penelitian dengan menggunakan instrumen penelitian yakni angket, dan didukung dengan metode wawancara serta dokumentasi sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya. Tahap selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Data yang telah didapat kemudian diklasifikasikan sesuai jenis dan analisis secara menyeluruh.

Angket dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan tujuan untuk menyatakan sikap disesuaikan dengan kebutuhan penelitian ini. Untuk angket dalam peneitian ini berbentuk pernyataan. Sementara setiap pernyataan dalam angket memiliki alternatif jawaban yang dinyatakan melalui pernyataan yakni : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap alternatif jawaban yang tersedia memiliki skor masing-masing, yakni sebagai berikut:

1) Untuk jawaban sangat setuju (SS), skor yang diberikan adalah 5
2) Untuk jawaban setuju (S), skor yang diberikan adalah 4
3) Untuk jawaban netral (N), skor yang diberikan adalah 3
4) Untuk jawaban tidak setuju (TS), skor yang diberikan adalah 2
5) Untuk jawaban sangat tidak setuju (STS), skor yang diberikan adalah 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Angket yang telah disebar kepada para responden terdiri dari dua jenis pernyataan, yang berkaitan dengan pernyataan seputar *news* (berita) dan pernyataan seputar musik. Masing-masing pernyataan terdiri dari 21 pernyataan. Adapun jawaban yang diperoleh dari sebaran angket tersebut kemudian dirangkum dalam tabel rekapitulasi data.

Dalam pembahasan ini perlu disajikan daftar rekapitulasi dari jawaban para responden yang telah dinyatakan dalam angket yang telah disebar. Data rekapitulasi jawaban yang ada kemudian dirangkum dalam bentuk tabel, yakni:

3.11. Tabel Rekapitulasi Pilihan Pendengar Untuk Program Berita

No. Res	Item Pertanyaan																					Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	1	3	3	5	4	2	5	4	82
5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	4	4	2	4	4	77
6	5	5	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	3	1	1	4	3	4	2	4	4	76
7	5	5	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	3	2	1	4	3	4	2	4	4	77
8	3	4	4	4	4	5	5	4	4	2	5	5	1	1	4	4	4	4	1	5	5	78
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	4	3	4	3	4	4	5	3	4	2	4	4	4	1	2	2	4	4	1	3	5	70
11	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	5	5	1	1	4	4	5	4	2	5	4	80
12	4	4	5	5	4	4	4	4	3	1	4	5	4	1	2	2	4	3	2	3	5	73
13	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	2	1	4	4	4	4	2	4	3	69
14	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5	2	1	4	4	5	4	2	3	5	82
15	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	5	4	2	1	4	4	3	4	2	4	4	71
16	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	1	4	4	3	4	2	4	4	71
17	3	5	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	1	4	3	4	4	2	4	3	69
18	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5	2	2	4	5	4	4	2	4	4	80
19	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	2	2	4	4	3	4	2	5	4	71
20	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	3	4	4	1	3	5	73
21	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	5	5	1	2	4	4	4	4	1	5	5	78
22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	3	4	3	5	4	4	4	2	4	2	4	4	1	1	5	4	4	4	2	4	3	71
26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	2	2	4	3	4	2	2	4	5	73
28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	3	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	2	2	3	3	4	2	1	4	4	69
30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	3	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	0	2	2	3	3	4	2	2	4	4	67
35	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	2	2	4	3	4	2	2	4	5	73
36	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	2	2	4	3	4	1	2	4	4	70
37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	2	2	4	3	4	2	2	4	4	72
39	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	2	2	4	3	4	2	1	4	4	71
40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	2	2	3	3	4	4	1	4	4	76
48	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	2	3	3	4	4	2	5	4	78
49	3	4	3	4	4	4	5	4	2	1	4	3	3	4	4	2	4	4	1	4	4	71
50	2	4	4	5	4	5	5	3	3	4	4	2	1	4	4	4	4	4	1	4	5	76
51	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	1	1	4	4	5	4	4	1	4	4	78
52	3	4	3	5	4	4	4	4	4	2	3	2	1	1	2	3	4	4	1	3	4	65
53	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
54	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	4	2	2	4	4	4	4	1	4	5	79
55	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	4	4	2	2	5	3	4	4	1	4	3	69
57	4	3	3	4	4	4	3	4	4	1	3	4	2	2	3	4	5	4	2	3	4	70
58	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
62	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65	3	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4	4	2	2	4	3	4	4	2	4	4	70
66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	5	2	4	3	2	4	3	72
70	4	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	4	1	1	4	4	4	4	2	4	4	76
71	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	4	3	3	3	4	4	3	4	4	1	4	3	2	2	5	3	4	4	2	3	3	68
75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	3	3	3	4	4	4	4	3	4	1	4	4	3	1	4	3	5	4	2	3	4	70
78	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah Total Skor																						**2.861**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.12. Tabel Rekapitulasi Pilihan Pendengar Untuk Program Musik

No. Res	Item Pertanyaan																					Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1	4	5	4	5	5	3	4	2	4	3	4	1	3	4	4	2	5	4	5	4	4	79
2	4	5	4	4	4	3	2	2	4	4	3	1	3	4	4	2	4	4	4	5	5	75
3	3	4	4	3	5	3	4	1	3	4	4	1	3	4	4	2	3	4	4	4	5	72
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	4	5	4	4	4	5	4	4	4	2	5	5	1	1	4	3	4	4	2	4	5	78
10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	5	5	5	4	4	3	4	2	4	4	3	1	4	3	4	2	5	4	4	4	4	78
23	4	5	5	4	4	3	2	2	4	4	3	1	4	3	4	3	2	5	4	5	4	75
24	5	4	5	4	4	3	4	2	4	4	3	1	4	3	4	2	5	4	4	4	4	77
25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	5	4	5	4	4	2	4	1	4	4	3	2	4	2	4	2	5	4	4	4	5	76
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	5	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	2	4	2	4	2	5	4	4	4	4	75
29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	2	5	4	4	3	4	74
31	4	3	3	5	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	4	5	4	75
32	5	4	4	4	4	3	4	1	4	5	4	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4	79
33	4	4	4	5	4	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	77
34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	4	3	3	5	4	3	4	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	5	4	4	75
38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	5	4	4	76
41	4	4	5	4	4	4	1	1	4	5	5	1	2	5	4	1	4	4	4	4	5	75
42	3	3	4	5	4	1	4	2	3	5	4	1	3	4	4	2	4	4	4	4	5	73
43	4	5	4	4	4	2	4	1	4	4	4	1	3	4	5	2	4	4	5	4	4	76
44	4	4	5	4	4	2	4	1	4	4	4	1	3	5	4	2	4	4	5	4	4	76
45	5	4	4	5	3	1	4	1	4	4	4	1	3	4	5	2	4	4	4	5	4	75
46	4	4	4	5	3	2	4	1	4	4	4	1	3	4	5	2	4	4	5	4	4	75
47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

51	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53	3	4	3	4	4	2	2	1	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	5	4	71
54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55	5	5	5	4	4	2	1	2	4	4	4	1	2	4	4	2	4	4	3	4	5	73
56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58	5	4	4	4	5	3	5	1	4	4	4	2	3	4	4	2	5	4	3	4	4	78
59	4	3	3	4	4	2	4	2	4	3	4	1	3	4	3	2	5	4	3	3	5	70
60	3	4	4	4	3	2	4	1	4	5	4	2	3	4	4	2	4	4	4	5	4	74
61	4	5	4	5	5	2	3	1	4	4	4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	75
62	3	4	5	4	4	2	4	1	3	4	4	1	3	4	4	2	4	4	3	4	4	71
63	4	4	3	4	4	2	4	2	5	4	4	1	3	4	4	2	4	4	3	4	3	72
64	4	4	5	4	4	2	4	1	4	3	5	2	2	1	5	2	4	4	3	4	5	72
65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
66	3	4	4	4	5	3	5	2	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	77
67	4	3	4	4	4	3	2	1	4	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	3	4	71
68	4	3	4	3	4	2	1	1	3	3	4	2	3	4	4	2	4	4	3	5	5	68
69	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	5	3	3	4	3	3	1	3	4	5	4	2	3	4	4	2	5	5	4	4	3	74
72	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	1	2	3	4	2	4	4	4	4	5	73
73	3	5	4	4	4	3	4	2	4	3	4	1	3	5	4	2	4	3	5	4	4	75
74	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	4	5	4	4	5	2	1	3	4	5	4	2	3	4	4	2	5	5	4	4	5	79
76	3	4	3	4	4	4	3	1	3	2	4	2	2	5	4	2	4	4	5	3	4	70
77	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	5	4	3	5	5	3	1	2	4	3	4	1	1	4	5	2	4	5	5	3	4	73
Jumlah Total Skor																						**2.907**

Dari hasil keseluruhan skor yang diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji statistik untuk mengetahui hasil akhir berupa data yang valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis statistik melalui program *SPSS For Windows* versi 14.00. Program ini dipilih untuk mempermudah dalam melakukan pengujian data.

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyesuaikan kebutuhan serta sinkronisasi dengan tema penelitian, maka uji statistik menggunakan analisis Uji-t Dua Sampel Saling Bebas (*Independent Samples T-test*). Uji-t untuk sampel saling bebas merupakan prosedur uji-t untuk sampel saling bebas dengan membandingkan rata-rata dua kelompok kasus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Pengujian Hipotesis

Sebelum melakukan analisa data dalam bentuk perhitungan, terlebih dahulu mengetahui hipotesis awal yang telah disebutkan dalam pembahasan terdahulu. Adapun hipotesis awal yakni :

Ho : Tidak Ada Perbedaan Tingkat Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News dengan Program siaran Musik.

Ha : Ada Perbedaan Tingkat Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran News dengan Program siaran Musik.

4.1 Tabel Jumlah Data Angket Dari Program Berita Dengan Program Musik

Berita	Musik
82	79
77	75
76	72
77	78
78	78
70	75
80	77
73	76
69	75
82	74
71	75
71	79
69	80
80	75
71	76
73	75
78	78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

71	76
73	76
69	75
67	75
73	71
70	73
72	78
71	70
76	74
78	75
71	79
76	72
78	72
65	77
79	71
69	68
70	74
70	73
72	79
76	79
68	70
70	73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Interpretasi Output SPSS

T-Test

Tabel 4.2

Group Statistics

	Berita dan Musik	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pilihan Pendengar	Musik	39	75,0513	2,92852	,46894
	Berita	39	73,3590	4,34976	,69652

Tabel 4.3

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Pilihan Pendenga	Equal variances assumed	10,371	,002	2,015	76	,047	1,69231	,83967	,01996	3,36465
	Equal variances not assumed			2,015	66,578	,048	1,69231	,83967	,01613	3,36849

Berdasarkan pada tabel Group Statistic, memuat banyaknya data masing-masing pendengar radio yakni masing-masing 39, sehingga keduanya memuat 78 orang. Rata-rata orientasi pendengar pada pendengar musik = 75, 0513 dan untuk rata-rata orientasi pada program berita = 73, 3590 dengan standard deviasi masing-masing untuk untuk pendengar program musik = 0, 46894 dan pendengar program berita = 0,69652.

Pada tabel Independent Sample Test, memuat data hasil uji-t dua sampel saling bebasyang meliputi uji F-test, t test dan uji signifikansi. Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan dua cara, dan sebelumnya diuji dulu varians populasinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Analisis menggunakan F-test

Hipotesis:

Ho : Kedua varians populasi adalah sama (varians populasi pilihan pendengar pada program siaran berita dengan musik).

Ha : Kedua varians populasi adalah tidak sama (varians populasi pilihan pendengar pada program siaran berita dengan musik).

Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi. Terlihat nilai F hitung = 10, 371, karena signifikansi > 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya kedua varians populasi adalah sama.

2) Analisis menggunakan t test (membandingkan nilai t hitung dengan tabel)

Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak

Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima

Untuk melihat harga t tabel maka di dasarkan pada derajat kebebasan (dk), yang besarnya adalah N-1 (jumlah sampel dikurangi 1) yakni 77. Berdasarkan hasil analisis uji-t dua sampel saling bebas, maka dapat diperoleh hasil t hitung sebesar 2.015 > 2.000, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada perbedaan pilihan pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik.

3) Analisis dengan membandingkan taraf signifikansi dengan galatnya

Jika signifikansi > 0.05, maka Ho diterima

Jika signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada kasus ini terlihat bahwa signifikansi sebesar 0.048 < 0.05, karena lebih kecil dari orientasi 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa terdapat perbedaan preferensi pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik.

Berdasarkan data di atas yang menunjukkan rata-rata (*mean*) pilihan pendengar pada program musik sebesar 75.0513 lebih besar atau lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata (*mean*) pilihan pendengar pada program berita sebesar 73.3590, hasil ini terlihat dari *mean different* sebesar 1.6923 yang diperoleh dari 75.0513 - 73.3590 = 1.6923. Berdasarkan data tersebut maka dapat dipahami bahwa ada perbedaan yang signifikan antara tingkat pilihan pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik. Sehingga hal ini berarti terdapat perpedaan tingkat pilihan pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini tentang "Preferensi Pendengar Radio Terhadap Program Siaran Berita Dengan Program Siaran Musik Di Radio MAJA FM", dapat diketahui dimana hipotesis nol (Ho) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan pilihan pendengar terhadap program siaran berita dengan program siaran musik ditolak. Artinya ada perbedaan pilihan pendengar terhadap program siaran berita dengan program siaran musik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini taraf kesalahan taksiran yang dipergunakan 5% bila diubah ke pecahan decimal menjadi 0.05. Dari perhitungan dengan cara membandingkan nilai signifikansi yakni 0.048 < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa Ha diterima.

Berdasarkan hasil analisis data tersebut dapat diketahui bahwa ada perbedaan tingkat preferensi pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik di radio MAJA FM. Dari data yang tersaji di atas dapat diketahui selisih antara pilihan pendengar terhadap program siaran berita dengan program siaran musik. Kecenderungan pendengar di radio ini lebih kepada siaran musik. Adapun beberapa faktor yang dapat menyebabkan kecenderungan tersebut dari inti pernyataan yang dinyatakan dalam angket. Diantaranya yakni disebabkan karena kebutuhan awal terhadap hiburan, sehingga mereka lebih memilih musik. Adapun beberapa hal lainnya yakni yang dipengaruhi oleh format siaran radio ini sendiri. Seperti contoh ketersedian lagu-lagu yang berfariasi, yakni mulai dari lagu-lagu nostalgia, lagu pop masa kini, ataupun lagu-lagu yang hits pada masanya. Dan tidak hanya lagu-lagu indonesia saja namun lagu-lagu barat juga disajikan di radio ini. Sehingga secara segmentasi mereka mampu merangkul semua rentang umur dari beragamnya fariasi musik. Selain itu, faktor keselarasan atau harmoni musik yang mampu diciptakan penyiar mampu memberikan daya tarik terhadap pendengar itu sendiri. Tidak hanya itu, ketepatan waktu siar untuk program ini kebanyakan pendengar menyatakan setuju. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketertarikan pendengar juga dikarenakan faktor ketepatan waktu siaran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian radio MAJA FM sebagai komunikator massa yang menyajikan program berita atau informasi dengan program musik, kecenderungan pilihan pendengar jatuh kepada program siaran musik. Dari data yang di dapat berdasarkan 78 sampel, dengan klasifikasi pekerjaan masing-masing meliputi karyawan/pegawai, wiraswasta, guru, ibu rumah tangga, dan lainnya atau penganngguran lebih memilih mendengarkan siaran musik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari beberapa uraian yang telah dijabarkan di atas, maka simpulan dari keseluruhan penelitian ini yakni sebagai berikut:

Dalam penelitian ini taraf kesalahan taksiran yang dipergunakan 5% bila diubah ke pecahan decimal menjadi 0.05. Dari perhitungan dengan cara membandingkan nilai signifikansi yakni 0.048 < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa Ha diterima. Artinya bahwa ada perbedaan pendengar radio terhadap program siaran berita dengan program siaran musik.

Pada hasil analisis dengan menggunakan *Uji-t Dua Sampel Saling* Bebas, ditunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner secara positif menunjukkan kecenderungannya pada program musik.

Dengan demikian radio MAJA FM sebagai komunikator massa yang menyajikan program berita atau informasi dengan program musik, kecenderungan pilihan pendengar jatuh kepada program siaran musik. Dari data yang di dapat berdasarkan 78 sampel, dengan klasifikasi pekerjaan masing-masing meliputi karyawan/pegawai, wiraswasta, guru, ibu rumah tangga, dan lainnya atau penganngguran lebih memilih mendengarkan siaran musik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Dari penelitian yang telah dilakukan, beberapa anjuran yang dapat diberikan untuk dilaksanakannya penelitian lanjutan bagi beberapa pihak yakni:

1. Program Studi Ilmu Komunikasi

   Setelah dilaksanakan penelitian dengan proses yang begitu panjang, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan penemuan baru dalam penelitian sosial, khususnya terkait dengan komunikasi massa. Dikarenakan penelitian ini memfokuskan pada pada efek komunikasi massa, yakni studi khalayak massa yang setiap saat mengalami perkembangan yang dinamis. Sehingga nantinya dapat dilaksanakan penelitian lanjutan. Selain itu, radio kampus yang ada semoga bisa menjadi media pembelajaran untuk keseluruhan mahasiswa dalam memahami jurnalisme radio.

2. Masyarakat

   Kepada masyarakat diharapkan lebih bisa bersikap objektif dalam menilai dan menanggapi terpaan media massa. Diharapkan tidak terjebak pada kapitalisme media massa. Dalam menentukan media yang tepat yang dapat mendukung aktualisasi diri diharapkan mampu memilih sesuai dengan kebutuhan dan mampu memberikan manfaat positif untuk diri pribadi.

3. Radio MAJA FM Mojokerto

   Dari hasil penelitian ini, kecenderungan pendengar lebih kepada program musik. Sehingga diharapkan radio MAJA FM mampu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperkuat dan meningkatkan lagi program sajian musik. Namun juga diharapkan nantinya tidak terjebak pada komersialisasi media massa.

Selain itu diharapkan mampu memberikan informasi dan hiburan secara berimbang kepada masyarakat. Sebagai salah satu radio yang memiliki segmentasi pendengar yang luas, dan radio yang dipercaya mayoritas masyarakat Mojokerto maka, harus mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat serta mampu menjadi media yang objektif dan mampu mencerdaskan masyarakat melalui program siaran news.

4. Pengembangan Fakultas Dakwah Sebagai Institusi Keislaman

Terkait dengan program studi ilmu komunikasi yang mana sebagai program studi umum yang berada dalam naungan Fakultas Dakwah tentunya tidak lepas dari kajian keislaman. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi tambahan keilmuan, khususnya yang berkaitan dengan pemahaman terhadap institusi media penyiaran publik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosa Rekatama Media.

Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: ARMICO.

Bungin, Burhan. 2008. *Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

---------. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa(Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L.Berger 'N Thomas Luckmann*. Jakarta : Kencana.

---------. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Hurlock, Elizabeth B. 1980. *Psikologi Perkembangan*, terjemahan Penerbit Erlangga. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS.

McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*, hak terjemahan Penerbit Erlangga. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

---------. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: GHALIA INDONESIA.

Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.

Partanto, A. Pius, dkk. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.

Prayuda, Harley. 2006. *Radio Penyiar It's Not Just A Talk*. Malang: Bayumedia Publishing.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

---------. 2008. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

--------. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : IKAPI.

Syahputra, Iswandi. 2007. *Komunikasi Profetik Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Syamsul, Asep dan Romli, Mohammad. 2004. *Broadcast Journalism*. Bandung: Nuansa

---------. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*, Bandung: Nuansa.

Taylor, Shelley E., dkk. 2009. *Psikologi Sosial*; terjemahan Tri Wibowo. Jakarta: Prenada Media Group.

Uchyana Effendy, Onong. 1990. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.

---------. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

---------. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.

Widjaja, HA. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Wiryanto. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.

Diktat :

Ali Nurdin, *Bahan Kuliah Metode Penelitian Komunikasi*

Muhid, Abdul. 2010. *Analisis Statistik SPSS for Windows*. Surabaya: Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Website :

http://id.shvoong.com/social-sciences/1877099-definisi-komunikasi-massa/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id