BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan media massa di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat seiring dengan zaman kebebasan pers saat ini, yang mungkin diakibatkan oleh banyaknya deregulasi dalam bidang ekonomi dan bisnis yang dilakukan pada masa Orde Baru. Kemudahan dalam mendapatkan SIUPP serta semakin longgarnya peraturan pemerintah terhadap tumbuhnya industri media massa menunjukkan sebuah perubahan yang begitu berarti bagi berkembangnya media massa, jumlah media massa semakin banyak dan beragam dari segi kuantitas maupun kualitas. Hal ini seakan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, banyak pribadi maupun kelompok usaha yang berkeinginan untuk terjun di bisnis media mengingat profit yang bakal diperolehnya.

Bisnis media menjadi sesuatu yang menggiurkan terbukti dengan maraknya perkembangan media massa baik cetak maupun elektronik, beragamnya tabloid dan surat kabar baru juga diikuti dengan perkembangan televisi dan radio terutama televisi swasta dan radio swasta. Khalayak yang dicapai melalui media terdiri dari bermacam-macam kriteria dan keinginan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, oleh karena itu media harus dapat memenuhi selera khalayak yang dihadapinya. Penggunaan media massa oleh khalayak, pada umumnya berkaitan dengan upaya untuk memperoleh kepuasan atau pemenuhan atas kebutuhannya. Dalam hal ini penulis menitikberatkan pada penggunaan media radio yang dalam penyampaian pesannya hanya menyajikan audio saja.

Secara historis, siaran radio mulai mengudara bebas pada tahun 1892 dengan menggunakan suatu proses yang disebut "Induksi". Pada era teknologi berikutnya, radio berfungsi hanya untuk menyiarkan musik dan berita-berita kepada khalayak. Kini sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi informasi, radio terus berkembang serta mampu mempertahankan posisinya ditengah hadirnya media televisi, terbukti popularitas radio sebagai media informasi masyarakat dunia tidak bergeser. Sebagai awal sejarah perkembangan radio khususnya di Indonesia, bermula dengan menyerahnya Jepang pada Agustus 1945, maka dimulailah babak baru bagi radio siaran, mengudaranya RRI (Radio Republik Indonesia) pada tanggal 11 September 1945 menjadi awal hadirnya radio di Indonesia meski waktu itu hanya terbatas pada 8 radio.

Setelah tahun 1970, di Indonesia bermunculan radio siaran non-RRI yang diselenggarakan oleh pemerintah Daerah Tingkat II, dan perkembangannya sangat cepat.

> "Meskipun telah ada sejak masa perjuangan merebut kemerdekaan, namun kehadiran radio sebagai media massa modern di Indonesia dimulai pada awal 1998, modern dalam arti radio tidak sekedar memutar musik dan kewajiban merelai berita dari RRI tetapi juga berperan sebagai sarana penyampai informasi mandiri mulai dari informasi publik sederhana sampai berita investigasi."[1]

Di sisi bisnis, era radio modern ditandai dengan penajaman segmentasi dengan masuknya segmentasi baru yaitu radio berita.

> "Pada era kepemimpinan Presiden Abdurrahman Wahid yang membubarkan Departemen Penerangan pada 1999 praktis menjadikan UU No. 24 tahun 1997 tentang Penyiaran tidak operasional, adanya kevakuman hukum di bidang penyiaran dimanfaatkan masyarakat mendirikan radio siaran baru berdasarkan perundangan lain. Peraturan

---

[1] Majalah Cakram Komunikasi. *Cakram Fokus. Edisi Radio.* (Mei 2006). Hlm. 16.

itu adalah UU No. 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah yang pelaksanaannya diatur PP No. 25 tahun 2000, yang memberikan wewenang pemerintah provinsi atas pemberian izin radio lokal dan televisi lokal. Peraturannya lainnya adalah UU No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi, yang memberikan wewenang menteri perhubungan atas izin penggunaan frekuensi radio termasuk didalamnya radio siaran dan televisi."[2]

Pada tanggal 17 Desember 1974 didirikan wadah tempat menghimpun seluruh radio siaran di Indonesia yang bernama Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI) berada di Ibu Kota Negara Republik Indonesia. Menurut data PRSSNI pada tahun 2005 sebanyak 829 radio menjadi anggotanya dengan rincian 315 radio AM dan 515 radio FM. Pada April 2006 jumlah anggota PRSSNI bertambah menjadi 900 radio.

Dewasa ini radio sudah sangat memasyarakat artinya sebagian besar masyarakat sudah banyak yang memiliki radio. Sebagai salah satu media komunikasi massa, radio memiliki fungsi sebagai media informasi dan hiburan, dimana dalam menjalankan fungsi tersebut harus menyesuaikan dengan sasaran dari khalayak yang membutuhkan, jika informasi yang disajikan media massa tidak sesuai dengan khalayak maka informasi tersebut tidak bermanfaat. Khalayak akan lebih selektif mencari sumber-sumber informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini juga menjadi dasar pertimbangan yang logis, karena khalayak merupakan faktor utama yang perlu diperhitungkan khususnya dalam menentukan pola siaran radio.

Salah satu tujuan siaran radio tentu meraih pendengar sebanyak mungkin

segmentasi pendengarnya.[3] Fakta ini tentu menjadi tantangan upaya radio siaran yang berusaha mengerucutkan segmentasi pendengar, format siaran dan fokus materi pemberitaannya. Hal ini dikarenakan sebagai media komunikasi massa, radio merupakan perangkat yang paling potensial daya capainya dan dapat memberikan pengaruh dalam kehidupan masyarakat.

Radio siaran merupakan salah satu media elektronik yang keberadaannya begitu akrab ditengah-tengah masyarakat, kebiasaan mendengarkan radio didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan. Pengaruh mendengarkan acara radio semakin tinggi dilakukan dalam persaingan meraup jumlah pendengar, apabila semua stasiun radio menyuguhkan acara yang menarik, yang dilakukan pendengar adalah sebisa mungkin menikmati semua siaran radio yang menarik tersebut. Keberhasilan siaran radio ditandai oleh adanya kesesuaian paham atau kesamaan kepentingan antara penyelenggara siaran dan pendengar. Keadaan tersebut diawali dengan adanya kemampuan penyelenggara siaran menyajikan pesan-pesan yang menarik perhatian pendengar sehingga mau mendengarkannya.[4] Dengan kata lain, setiap penyelenggara siaran wajib menghadirkan sajian-sajian penting, yang dibutuhkan oleh pendengarnya. Oleh karena itu musik sebagai suatu kebutuhan pendengar merupakan materi siar terbesar dalam radio siaran. Musik-musik yang diperdengarkan melalui radio

---

[3] T.A. Jonathans, *Politik Dan Radio; Buku Pegangan Bagi Jurnalis Radio*. PT. Sembrani Nusantara Aksara, (2000), Hlm 66

[4] [illegible]

siaran merupakan hiburan bagi pendengarnya. Orang menyetel pesawat radio terutama untuk mendengarkan musik, karena musik merupakan hiburan.[5]

Bahana FM sebagai salah satu radio siaran swasta di Ngawi telah mengudara sejak 4 Agustus 2000 dengan frekuensi gelombang 104,5 Mhz. Sebagai radio bersegmentasi remaja dan memiliki karakter jiwa muda, Bahana FM berupaya menyajikan program yang sesuai dengan target *audience*nya, meski target utamanya remaja akan tetapi radio Bahana dapat dinikmati oleh segala umur.

Diantara program untuk pendengar remaja, Bahana FM juga menyajikan program untuk pendengar yang menyukai musik tradisional Jawa atau biasa disebut campursari. Programa musik ini bernama B'TARI (Bahana Tembang Campursari), programa ini menjadi salah satu acara unggulan di radio Bahana diantara banyaknya program unggulan lain. Ini membuktikan bahwa tidak semua radio yang berorientasi pendengar remaja dan lebih fokus menyajikan programa remaja lantas mengesampingkan dan mengecilkan jenis musik lain.

Keberadaan Bahana FM boleh dibilang sedikit lebih baik dibanding dengan radio lain di Ngawi disebabkan mayoritas radio masih merupakan radio komunitas sekolah sehingga ruang lingkup siarnya juga terbatas. Dengan kondisi tersebut, maka tidak heran jika target *audience* dan jangkauan siar Bahana FM jadi lebih luas. Selain disebabkan dengan target audience yang jelas dan daya jangkau siarnya yang lebih baik, Bahana FM juga sudah memiliki surat izin resmi sehingga menjadi radio siaran swasta komersil pertama di Ngawi. Dan hal itu menjadikan Bahana dapat menyusun program siaran yang sudah disesuaikan

---

[5] Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori Dan Praktek*, Mandar Maju, (Bandung, 1990), Hlm

dengan keinginan dan kebutuhan hiburan dan informasi pendengar setianya, karena keberhasilan suatu radio siaran dinilai dengan tingkat kepuasan pendengar atas program-program yang disajikan oleh radio.

Dengan melihat latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang kepuasan khalayak pendengar terhadap siaran radio Bahana FM. Kemudian penelitian ini memfokuskan pada aspek-aspek yang mendasari khalayak ketika mendengarkan radio Bahana FM. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui lebih spesifik mengenai programa B'TARI yang disajikan radio Bahana FM dengan tingkat kepuasan khalayak pendengar khususnya di Kelurahan Beran Ngawi.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tentang latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah ingin mengetahui. "Seberapakah tingkat kepuasan khalayak di Kelurahan Beran Ngawi dalam mendengarkan siaran radio Bahana FM khususnya program musik B'TARI?"

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan antara penyajian programa musik permintaan B'TARI Radio Bahana FM Ngawi dan kepuasan khalayak pendengar.
2. Untuk mengetahui apakah hubungan tersebut diatas dipengaruhi oleh aktivitas mendengarkan programa B'TARI Radio Bahana FM

D. Tinjauan Pustaka

Komunikasi merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan dalam kehidupan manusia yang sangat penting. Komunikasi berfungsi sebagai penghubung antar individu dalam berinteraksi. Contoh kegiatan komunikasi seperti percakapan antara orang dengan orang, siaran televisi, siaran radio, membaca berita di koran, majalah dan sebagainya. Instrumen komunikasi massa memberikan peluang pada manusia untuk merekam, mentransmisi berbagai pengalaman dari informasi secara cepat dan meluas untuk mencapai pembaca yang heterogen. Media massa yang fungsi utamanya menginformasikan pada perkembangannya juga mempunyai fungsi mendidik, menghibur dan mempengaruhi.

1. Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Massa

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *Comunis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.[6] Menurut Cherry komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communicatio* yang artinya membagi.[7] Komunikasi adalah proses menyampaikan pesan/*message* dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga menimbulkan kesatuan pemahaman atas pesan yang disampaikan. Ada satu paradigma dari Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure And Function Of Comunication In Society* yang

---

[6] Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, (Jakarta, 2004), Hlm. 18.

[7] [illegible]

seringkali dikutip untuk memahami pengertian komunikasi secara efektif yaitu *"Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?"*

Dan masih menurut Onong Ujchana Effendy dalam buku *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, paradigma Lasswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

1) Komunikator (*communicator, source, sender*)
2) Pesan (*message*)
3) Media (*channel*)
4) Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
5) Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.[8] Penerapan paradigma Lasswell dalam penelitian ini membawa pada penjelasan tentang unsur-unsur komunikasi seperti dibawah ini :

Komunikator : PT Radio Bahana Ngawi Perkasa FM

Pesan : Programa Musik B'TARI

Media : Radio

Komunikan : Pendengar di Kelurahan Beran

Efek : Kepuasan khalayak

Dalam komunikasi terdapat dua proses dalam menyampaikan pesan yaitu secara langsung dan tidak langsung. Proses komunikasi yang secara langsung disebut proses komunikasi primer dimana komunikasi dilakukan melalui

---

[8] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung, 1998), Hlm. 9

lambang/simbol yang disebut media pertama dapat berupa bahasa, isyarat, gambar dan lain sebagainya sehingga pesan yang disampaikan langsung dipahami. Sedangkan proses komunikasi yang tidak langsung disebut proses komunikasi sekunder karena komunikasi yang dilakukan melalui media kedua seperti surat, telepon, surat kabar, radio, televisi.

Informasi yang disebarluaskan melalui media massa seringkali dikatakan sebagai komunikasi massa karena menggunakan media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. Joseph A. Devito dalam bukunya, *Comunicology: An Introduction To The Study Of Communication* mengemukakan pendapatnya tentang komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita. Komunikasi massa juga dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya masal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film.

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri yakni sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhan. Hal ini sesuai dengan pendapat Charles R. Wright bahwa komunikasi massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media massa baik cetak maupun elektronik sehingga dapat diterima secara serentak.[9]

---

[9] Charles R. Wright, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 1995), Hlm.

Media massa memiliki ciri khas yaitu mampu menimbulkan keserempakan diantara khalayak yang sedang memperhatikan pesan yang dilancarkan oleh media. Jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah media yang dapat dikonsumsi secara masal. Menurut Cangara ada beberapa macam karakteristik media massa :

1. Bersifat melembaga
2. Bersifat satu arah
3. Meluas dan serempak
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis
5. Bersifat terbuka[10]

2. Radio

Pada dasarnya radio adalah bagian dari media massa elektronik. Dari beberapa jenis media massa yang disebutkan diatas hanya dua yang termasuk ke dalam media massa elektronik yakni televisi dan radio. Radio merupakan media komunikasi massa yang memiliki kemampuan menjangkau khalayak yang luas dalam waktu bersamaan.

> "Radio secara umum dapat diartikan sebagai suatu perangkat elektronika yang ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu : sebagai perangkat keras dan sebagai perangkat lunak. Sebagai perangkat kerasnya adalah suatu perangkat elektronik yang menyebabkan orang dapat mendengarkan suatu siaran/acara yang disiarkan dari suatu pemancar, sedangkan radio dipandang dari perangkat lunak adalah diartikan sebagai penghantar informasi dari satu sumber kepada pendengar."[11]

Menurut pemerintah RI No. 55 tahun 1970, yang dimaksud dengan radio siaran adalah pancaran radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk

---

[10] Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, (Jakarta, 2004), Hlm. 122.

[11] [illegible]

suara dan mempergunakan gelombang radio.[12] Radio mempunyai karakter tersendiri, berbeda dengan media massa lain. Radio menurut J. Scuphan adalah alat untuk melayani tiga tujuan memelihara, memperluas dan memancarkan kebudayaan.[13] Radio siaran merupakan media massa elektronik yang menyampaikan isi pesannya dalam bentuk audio dengan menggunakan satelit. Satelit komunikasi, ada yang dipergunakan untuk proses telekomunikasi dan ada juga yang dirancang khusus untuk keperluan siaran radio dan televisi yang lazim disebut dengan *Direct Broadcast Satellite* (DBS).[14]

Membahas masalah radio tentu tidak lepas dari sifat radionya dan sifat pendengarnya.

a. Sifat pertama auditif, karena hanya untuk didengar, jadi setelah informasi itu disampaikan, tidak bisa diulangi lagi.
b. Sifat kedua, radio mengandung gangguan karena setiap komunikasi yang menggunakan saluran bahasa yang bersifat masal akan mendapatkan dua gangguan. Pertama, *semantic noise factor* artinya gangguan yang berupa *fading* dan ditimbulkan oleh alam, karena pengaruh matahari sehingga menimbulkan gangguan suara pada radio dan kedua *mechanic noise factor*, artinya gangguan berupa interferensi, yaitu dua atau lebih gelombang yang berdempetan, sehingga membuat isi siaran sukar dimengerti.

---

[12] Effendy, Onong Uchjana, *Radio Siaran Teori Dan Praktek*, (Bandung, 1983), Penerbit Alumni, Hlm. 187.
[13] Niken Widiastuti, *Produksi Acara Radio*, (Yogyakarta, 1992), Hlm. 3.
[14] JB, Wahyudi, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio Dan Televisi*, (Jakarta, 1996), Pustaka Utama Grafiti, Hlm. 21.

c. Sifat ketiga, akrab karena seolah-olah penyiar hadir bersama kita dan seakan-akan penyiarnya hanya berbicara dengan kita dalam menyajikan suatu acara.

> "Radio siaran memang memiliki banyak kelebihan, karena radio memiliki kesederhanaan bentuk (*portability*) dan kemampuan yang tinggi untuk menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan lain sekalipun, atau bahkan menikmati media massa lainnya"[15].

Dalam persaingannya dengan media lain, radio siaran dengan karakteristiknya yang tersendiri memiliki kedudukan berbeda dalam kehidupan masyarakat. Alexander Popov mengemukakan tentang karakteristik tersebut, terutama berkaitan dengan dunia pemberitaan, yaitu bahwa *news by radio always fresh.* Bahkan radio siaran mendapat julukan "kekuasaan kelima" atau *the fifth estate* selain eksekutif, legislatif, yudikatif dan pers. Karakteristik radio yang lain, yang juga merupakan kelebihan media ini dibanding media lain adalah :

1. Radio siaran bersifat langsung

Proses penyiaran pesan melalui radio siaran tidak begitu rumit dibanding dengan misalnya media cetak. Dengan pesawat penerima di rumah, khalayak radio dapat mendengarkan pesan yang disampaikan komunikator langsung melalui mikrofon.

2. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan

Ruang dan waktu bukanlah halangan bagi radio siaran. Komunikan radio siaran dapat menerima pesan tepat pada saat komunikator menyampaikannya, dimana pun mereka berada.

---

[15] [illegible]

3. Radio siaran memiliki daya tarik

Daya tarik tersebut terletak pada tiga unsur yang ada padanya, yang dapat menyebabkan suatu sajian acara radio dapat menjadi "hidup", yaitu :

a. Kata-kata lisan (*spoken words*)
b. Musik (*music*)
c. Efek suara (*sound effect*)[16]

Tingkat kesibukan manusia yang semakin berpacu dengan waktu dalam berbagai aktifitas, memberi peluang bagi kehadiran dan perkembangan radio siaran swasta untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi masyarakat dengan menyajikan program-program yang menarik.

> "Persaingan radio swasta yang semakin ketat, sekurang-kurangnya telah menimbulkan tiga akibat penting : pertama, memacu munculnya kreativitas dari berbagai stasiun radio untuk selalu berusaha menampilkan acara yang menarik bagi pendengarnya. Kedua, menyebabkan semakin terspesialisasinya paket-paket acara yang digelar dan segmen pendengar utama yang ingin diraih stasiun radio. Ketiga, persaingan yang semakin kompetitif tidak jarang menyebabkan banyak acara radio kemudian terperosok menjadi semacam komoditas kapitalistik dan melupakan misinya yang lain sebagai penyampai pesan yang berguna".[17]

Dengan memiliki radio kita dapat mengunjungi audience sampai ke rumah-rumah bahkan dapat mencapai pikiran pendengar.[18] Permasalahan radio siaran di Indonesia acapkali mempunyai isi dan sasaran khalayak yang sama, sehingga terjadi perebutan segmen yang sama, malah menjadi tidak *segmented*, tetapi umum. Kesemuanya itu usaha pemahaman terhadap *audience*, karena

---

[16] Effendy Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 1986), Hlm. 139-141.

[17] Cahyana, Yan-Yan Dan Bagong Suyanto, *Kajian Komunikasi Dan Seluk Beluknya*, Airlangga University Press, (Surabaya, 1996), Hlm. 143.

bagaimanapun siaran radio merupakan aktivitas komunikasi, yang tidak lepas dari prinsip komunikasi, yakni komunikator dan komunikan.[19]

> "Pemahaman terhadap khalayak merupakan tuntutan utama dalam mengefektifkan komunikasi. Selain fragmentatif demikian, tuntutan perkembangan radio adalah menuju pada media yang partisipatif. Tuntutan ini merupakan fenomena menuju sistem komunikasi demokratik partisipan."[20]

Radio swasta secara umum berkembang dengan sehat, terbukti dari kemampuan membuat program yang kreatif, teratur dan profesional. Milton menyatakan bahwa : Radio mempunyai kekuatan untuk memilah-milah khalayaknya dalam segmen-segmen yang kecil, dalam segmen kelompok umur, keanggotaan keluarga, perolehan pendapatan maupun pendidikan.[21]

Sebaliknya karena sifatnya yang *segmented* itu, maka radio bisa membuat program-program yang lebih spesifik untuk menarik pendengar. Penentuan format yang mempunyai konsekuensi pada pilihan isi sepanjang waktu siaran (bahasa penyiar, dialek, pilihan musik, iklan, berita dll) agar teridentifikasi pada segmen yang dituju menjadi suatu yang sangat penting.

3. *Uses And Gratification*

Dalam perkembangannya cara pandang para peneliti terhadap khalayak mengalami perubahan yang berarti. Asumsi dasar tentang khalayak ini membawa pada pemahaman-pemahaman tertentu terhadap peristiwa komunikasi secara keseluruhan, utamanya yang berkaitan dengan efek. Salah satu pemahaman terhadap peristiwa komunikasi yang relevan dengan penelitian ini adalah

---

[19] *Op. Cit.*, Hlm 139-140

[20] Dennis, Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, (Jakarta, 1996), Airlangga, Hlm. 141.

[21] Milton, 1982 dalam Ishadi SK, *Dunia Penyiaran, Prospek Dan Tantangannya*, (Jakarta, 1999), PT. Gramedia Pustaka Utama, Hlm. 141.

pendekatan *Uses And Gratification*. Pendekatan ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.[22] Pendekatan ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media.

Dalam pendekatan ini individu dipandang sebagai mahluk suprarasional dan selektif.[23] Sifat tersebut dinyatakan dalam keaktifannya dalam menggunakan media yang dinilai mampu memenuhi kebutuhannya. Kemampuan individu dalam memilih media yang akan digunakan disebut *selektifitas*. Menurut Gerungan, pengamatan dalam selektifitas berlangsung karena individu manusia tidak dapat memperhatikan semua rangsangan yang datang dari lingkungannya dengan taraf perhatian yang sama. Individu akan lebih memperhatikan rangsangan dari lingkungan yang dapat memuaskan kebutuhannya.[24] Berkaitan dengan media maka dapat dikatakan bahwa khalayak suatu media hanya akan memperhatikan pesan-pesan dari media yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Perhatian yang bersifat selektif ini pada akhirnya menimbulkan pola-pola tertentu dalam hubungannya dengan media, yaitu media apa atau jenis media apa yang biasa digunakan khalayak dan bagaimana menggunakannya. Oleh Rosengren hal itu disebut sebagai penggunaan media. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi yang

---

[22] Effendy Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, (Bandung),, Hlm. 289.
[23] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung), Hlm. 205.
[24] WA Gerungan, *Psikologi Sosial*, Eresco, (Bandung, 1986), Hlm. 156.

dikonsumsi dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan.[25]

Penjelasan pola penggunaan media secara spesifik berkaitan dengan jenis medianya. Khalayak media radio ataupun media lainnya akan memiliki pola penggunaan media yang berlainan. Pola penggunaan tersebut, khusus untuk media radio yang bersifat auditif ini, dapat dirumuskan sebagai berikut :

1) Tingkat keseringan khalayak dalam mengikuti suatu programa dalam kurun waktu tertentu.
2) Tingkat ketuntasan khalayak dalam mengikuti suatu programa dalam kurun waktu tertentu.
3) Tingkat keberadaan kegiatan lain selama khalayak mengikuti programa dalam kurun waktu tertentu.

Dalam penelitian ini akan mengangkat pola penggunaan media khususnya media radio, yang dinyatakan dalam variabel aktivitas mendengarkan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi sebagai variabel *intervening*.

4. Efek Komunikasi

Pendekatan *uses and gratification* di atas mempersoalkan apa yang dilakukan orang pada media, yakni menggunakan media sebagai pemuas kebutuhannya. Umumnya kita lebih tertarik bukan pada apa yang kita lakukan pada media, tetapi kepada apa yang dilakukan media pada kita, inilah yang disebut sebagai efek komunikasi massa .

---

[25] Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 2001), Hlm. 66.

Menurut Onong Ucjhana Effendy dalam Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, efek merupakan pengaruh pesan yang disampaikan komunikator dan tampak pada komunikan sebagai pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Dengan kata lain, efek melekat pada khalayak sebagai akibat perubahan psikologi dalam dirinya. Menurut kadarnya, perubahan psikologi yang merupakan efek atau dampak yang ditimbulkan oleh proses komunikasi tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Dampak kognitif

b. Dampak afektif

c. Dampak behavorial

> "*Dampak kognitif* adalah dampak yang timbul pada komunikan sehingga menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan. *Dampak afektif*, lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Yang paling tinggi kadarnya adalah *dampak behavorial*, yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan."[26]

Meminjam penjelasan tentang efek dalam pendekatan *Uses and Grafitication*, efek media diartikan sebagai situasi ketika pemuasan kebutuhan khalayak tercapai. Hal itu berkaitan dengan pandangan pendekatan ini terhadap khalayak, dimana khalayak dilihat sebagai individu yang aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.[27]

---

[26] Effendy Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 1986), Hlm. 7-8.

[27] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung), Hlm. 199

Kebutuhan-kebutuhan manusia yang mendorong khalayak menggunakan media massa tersebut menurut penelitian Katz, Gurevitch dan Haaz terdiri dari lima kelompok yaitu :

1. *Kebutuhan Kognitif* : kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (*curiosity*) dan penjelajahan (*exploratory*) pada diri kita.
2. *Kebutuhan Afektif* : kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.
3. *Kebutuhan Integratif Personal* : kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.
4. *Kebutuhan Integratif Sosial* : kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.
5. *Kebutuhan* akan *Pelarian* : kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.[28]

Salah satu efek media dalam pendekatan *Uses and Gratification* disebut oleh Jalaludin Rakhmat dalam *Metode Penelitian Komunikasi* sebagai kepuasan khalayak yaitu evaluasi kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan khalayaknya.[29] Kepuasan khalayak atas media atau jenis isi media tertentu dalam hal ini dapat digolongkan menurut banyaknya kelompok kebutuhan yang biasanya dapat dipenuhi oleh media, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut :

---

[28] Alo Liliweri, *Memahami Peranan Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, Cipta Aditya Bakti, (Bandung, 1991), Hlm. 137.

[29] Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 2001), Hlm 19

a. Kognitif, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak yang berhubungan dengan pengetahuan oleh media.

b. Afektif, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak dalam hal kesenangan dan hiburan oleh media

c. Integratif Personal, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak untuk memperkuat nilai-nilai yang diyakini dan status pribadi oleh media.

d. Integratif Sosial, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak untuk memperkuat hubungan interpersonal oleh media.

e. Pelarian, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak yang berhubungan dengan usaha melarikan diri dari permasalahan yang sedang dihadapinya, oleh media.

Dalam penelitian ini, media yang dimaksud adalah progama musik B'TARI Radio Bahana FM Ngawi. Sedangkan efek yang berupa kepuasan khalayak merupakan penilaian terhadap kemampuan programa tersebut memenuhi lima aspek kebutuhan pendengarnya, seperti yang telah dijelaskan diatas. Kepuasan khalayak dalam pengertian tersebutlah yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini.

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dijelaskan oleh teori komunikasi. Dalam ruang lingkup ilmu komunikasi dikenal adanya *S-O-R Theory* atau teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organisme-Respon, model ini dikenal sebagai model dasar dan dipengaruhi oleh disiplin psikologi khususnya yang

beraliran behavioristik. Menurut teori ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.[30] Reaksi komunikan muncul setelah melalui proses internal individu yang berupa penerimaan dan pengolahan stimuli atau pesan.[31] Proses internal tersebut berlaku untuk setiap stimulus yang menerpa komunikan sehingga reaksi yang muncul pun bersifat khusus.

Berlangsungnya proses internal itu melibatkan tatanan psikologi individu komunikan yang berupa selektifitas berdasarkan pada kepentingan, sikap, kepercayaan dan nilai yang dimilikinya. Hal yang sama dinyatakan dalam teori Perbedaan Individu dari Mervin L. De Fleur berikut ini :

> "Individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya, yang didukung oleh nilai-nilai. Tanggapan terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya."[32]

Dengan demikian efek atas pesan tertentu pada komunikan dapat diperkirakan apabila tatanan psikologi individu komunikan dapat dikenali untuk kemudian diperhitungkan. Adapun penggambaran hubungan antar unsur-unsur dalam teori S-O-R di atas adalah sebagai berikut :

$$S \longrightarrow O \longrightarrow R$$

Model S-O-R

Keterangan :

S : Stimulus atau pesan

---

[30]Effendy Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, (Bandung, 1993), Hlm. 254.

[31] B. Aubrey Fisher, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 1986), Hlm. 19.

[32] Effendy Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 1986), Hlm. 27.

O : Organisme atau komunikan

R : Respon atau efek

Penerapan unsur-unsur teori S-O-R dalam penelitian ini dinyatakan dengan variabel-variabel berikut ini :

a. Variabel independen yaitu penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi selaku unsur pesan atau stimulus (S).

b. Variabel intervening yaitu aktivitas mendengarkan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi dikalangan pendengar Kelurahan Beran Ngawi mewakili unsur komunikan atau organisme (O).

c. Variabel dependen yaitu kepuasan pendengar di Kelurahan Beran Ngawi terhadap penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi sebagai pernyataan unsur efek atau respon (R).

Mengacu pada teori diatas, kepuasan khalayak program musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi merupakan reaksi khusus para pendengar terhadap penyajian programa tersebut. Keadaan itu terjadi setelah melalui proses dalam diri komunikan.

Penjelasan S-O-R di atas terfokus pada individu komunikan sebagai "tempat" utama untuk menemukan terjadinya proses komunikasi. Sehubungan dengan hal itu, individu dipandang sebagai orgsnisme kotak hitam. Disebut demikian karena proses internal yang melibatkan tatanan psikologis individu itu tidak dapat dicapai melalui pengamatan langsung. Oleh karena itu pengkajian terhadap keadaan internal individu merupakan penarikan kesimpulan (*inferensi*) atas perilaku

eksternal yang dipahami sebagai perwujudan (*manifestasi*) dari situasi internal organisme tersebut. [33]

Dalam penelitian ini, perwujudan proses internal individu komunikan dinyatakan sebagai variabel aktivitas mendengarkan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi. Pola mendengarkan yang ditunjukkan oleh para pendengar ini merupakan perilaku eksternal yang bersumber pada selektifitas individu, yang mana menyebabkan pendengar hanya akan memperhatikan programa radio yang sesuai dengan kepentingan, sikap, kepercayaan dan nilai-nilai yang dimilikinya. Dengan kata lain, variabel ini menggambarkan tingkat perhatian para pendengar terhadap programa musik tersebut.

Sehubungan dengan pesan, perhatian khalayak yang bersumber pada selektifitas individu memperbesar peluang bagi pesan yang berorientasi pada khalayak untuk mencapai tujuannya. Alasannya, pesan yang demikian akan lebih diperhatikan oleh komunikan karena ada kesesuaian tersebut menyebabkan komunikan memberikan reaksi sesuai dengan harapan komunikator, yang biasanya termuat di dalam pesan.

Demikian juga penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi, dirancang sedemikian rupa oleh penyelenggaranya sehingga memuat pesan-pesan yang berhubungan dengan kebutuhan pendengarnya. Sesuai dengan konsep selektifitas individu, programa tersebut diharapkan mampu menarik perhatian pendengarnya, dalam hal ini dinyatakan dengan variabel aktivitas mendengarkan. Pola tertentu dalam mengikuti programa musik ini, pada dasarnya disebabkan oleh

kesesuaian antara muatan pesan dalam programa tersebut dengan kebutuhan para pendengarnya.

Pada akhirnya aktifitas mendengarkan berpengaruh pada pencapaian tujuan programa yaitu terpenuhinya kebutuhan para pendengar oleh programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi. Dengan kata lain, aktifitas mendengarkan mempengaruhi tingkat pemenuhan kebutuhan khalayak pendengar oleh programa. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa aktifitas para pendengar dalam mengikuti programa menentukan kadar pesan yang mereka terima, yang mana pesan tersebut memuat informasi yang dapat memenuhi kebutuhan.

E. Definisi Konsepsional

Konsep merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak dari kejadian-kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu.[34] Kelompok atau individu tertentu pada penelitian ini atau masing-masing variabel dapat didefinisikan dengan konsep-konsep sebagai berikut :

A. Penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi (variabel independen ; X)

   a. Programa musik B'TARI adalah nama sebuah mata acara yang disiarkan oleh radio siaran swasta Bahana FM Ngawi. Programa musik ini memiliki ciri khas berupa materi musiknya yang khusus musik tradisional jawa.

   b. Penyajian, dapat dirumuskan sebagai cara dalam menampilkan pesan agar menarik perhatian.

c. Jadi penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM adalah cara menampilkan programa musik yang menyajikan musik tradisional Jawa dan disiarkan melalui radio Bahana FM Ngawi agar menarik.

B. Aktifitas mendengarkan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi (variabel intervening ; Z)

a. Aktifitas mendengarkan merupakan istilah yang diturunkan dari konsep penggunaan media dari Rosengren. Dengan demikian aktifitas mendengarkan menunjuk pada kegiatan khalayak ketika menggunakan media dalam hal ini mengikuti programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi.

b. Pendengar B'TARI merupakan individu-individu khalayak dari programa B'TARI yang berada di Kelurahan Beran Ngawi.

c. Secara konsepsional, variabel ini dapat diartikan sebagai kegiatan pendengar di Kelurahan Beran Ngawi dalam mengikuti programa musik yang khusus menyajikan musik tradisional Jawa dan disiarkan oleh radio Bahana FM Ngawi.

C. Kepuasan khalayak/pendengar di Kelurahan Beran Ngawi (variabel

a. Khalayak, menurut Dennis McQuail diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya.[35]

b. Kepuasan dapat diartikan sebagai keadaan terpenuhinya kebutuhan. Dalam hubungannya dengan penggunaan media, kepuasan dapat diartikan sebagai kemampuan suatu media dalam memenuhi kebutuhan khalayaknya.

c. Jadi kepuasan khalayak dapat diartikan sebagai kemampuan radio Bahana FM dalam memenuhi kebutuhan pendengar di Kelurahan Beran Ngawi. Menurut sifatnya kepuasan khalayak dalam penelitian ini dijabarkan menjadi lima macam :

   a) Kepuasan yang bersifat kognitif, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak yang berhubungan dengan pengetahuan oleh media.

   b) Kepuasan yang bersifat afektif, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak dalam hal kesenangan dan hiburan oleh media.

   c) Kepuasan yang bersifat integratif personal, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak untuk memperkuat nilai-nilai yang diyakini dan status pribadi oleh media.

---

[35] [illegible]

d) Kepuasan integratif sosial, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak untuk memperkuat hubungan interpersonal oleh media.

e) Kepuasan yang bersifat pelarian, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak yang berhubungan dengan usaha melarikan diri dari permasalahan yang sedang dihadapinya oleh media.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel yang ada yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening. Definisi operasional ini akan menjelaskan variabel tersebut :

A. Penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi (variabel independen ; X)

a. Variabel ini dioperasionalisasikan sebagai penilaian khalayak terhadap tingkat kemenarikan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi dalam hubungannya dengan penyajian atau cara menampilkan programa tersebut.

d) Ketepatan pemilihan bahasa pengantar

e) Menyajikan suasana yang akrab

f) Menampilkan nilai yang tepat

Indikator dari variabel ini adalah keberadaan faktor-faktor di atas dalam programa yang sedang diteliti.

c. Pengukuran terhadap variabel ini dilakukan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada responden, yang dirumuskan dalam bentuk kalimat positif, serta berisi tentang keberadaan faktor-faktor di atas dalam programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi. Jawaban responden atas 6 item pertanyaan tersebut berkisar pada tiga hal yang masing-masing diberi skor dengan ketentuan sebagai berikut : *skor* 3 untuk jawaban yang sangat mendukung pernyataan ; *skor* 2 untuk jawaban yang mendukung pernyataan ; dan *skor* 1 untuk jawaban yang kurang mendukung pernyataan.

B. Aktifitas mendengarkan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi (variabel intervening ; Z)

I. Variabel ini dioperasionalisasikan sebagai pengukuran terhadap tingkat kegiatan pendengar radio Bahana FM dalam mengikuti programa musik yang khusus menyajikan musik tradisional/daerah Jawa dan disiarkan oleh radio Bahana FM Ngawi.

II. Indikator variabel ini terdiri dari :

a. Tingkat keseringan responden dalam mengikuti programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi selama satu minggu. Jawaban responden atas pertanyaan tersebut kemudian dikelompokkan dalam tiga kelas dengan dasar ukuran sebagai berikut :

1) Sangat sering, apabila responden mengikuti programa tersebut sebanyak 5-7 kali dalam seminggu dan diberi *skor* 3.
2) Sering, apabila responden mengikuti programa tersebut sebanyak 3-4 kali dalam seminggu dan diberi *skor* 2.
3) Jarang, apabila responden mengikuti programa tersebut sebanyak 1-2 kali dalam seminggu dan diberi *skor* 1.

b. Tingkat ketuntasan responden setiap kali mengikuti programa selama satu minggu. Dalam hal ini jawaban responden dikelompokkan menjadi tiga peringkat dengan persyaratan sebagai berikut :

1) Tinggi, apabila responden selalu mengikuti programa sampai selesai dan diberi *skor* 3.
2) Sedang, apabila responden kadang-kadang mengikuti responden sampai selesai dan diberi *skor* 2.
3) Rendah, apabila responden tidak pernah mengikuti

c. Tingkat gangguan perhatian terhadap programa yang dialami oleh responden, yang dinyatakan oleh keberadaan kegiatan lain selama mengikuti programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi. Pengukuran terhadap indikator ini mempergunakan aturan sebagai berikut :

1) Rendah atau responden tidak pernah mendapat gangguan perhatian berupa kegiatan lain, diberi *skor* 3.
2) Sedang atau responden kadang-kadang mendapat gangguan perhatian lain diberi *skor* 2.
3) Tinggi atau responden selalu mendapat gangguan perhatian berupa kegiatan lain, diberi *skor* 1.

C. Kepuasan khalayak/pendengar di Kelurahan Beran Ngawi (variabel dependen ; Y)

I. Variabel ini dioperasionalisasikan menjadi penilaian khalayak terhadap kemampuan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi dalam memenuhi kebutuhan pendengar di Kelurahan Beran.

II. Indikatornya adalah kepuasan khalayak dalam aspek-aspek berikut :

a. Kognitif, kemampuan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi memenuhi kebutuhan pendengarnya yang berhubungan dengan pengetahuan seperti :

1) Memperoleh wawasan tentang musik tradisional Jawa

b) Mengingatkan tentang adanya tingkatan tutur bahasa dalam bahasa Jawa.

c) Membantu mengetahui bahwa tingkat tutur bahasa tersebut berhubungan dengan sikap santun pembicara terhadap lawan bicara atau orang yang dibicarakan.

d) Membantu mengetahui bahwa sikap santun dalam berbahasa Jawa tersebut dinyatakan dalam sikap, tingkah laku, air muka, pemilihan kata, pembentukan kalimat dan lagu bicara.

e) Melengkapi perbendaharaan kata dalam bahasa Jawa.

b. *Afektif,* yaitu kemampuan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi memenuhi kebutuhan pendengarnya dalam hal kesenangan dan hiburan seperti :

a) Memberikan hiburan.

b) Membantu menciptakan suasana santai.

c) Memberi kesempatan bagi pendengar untuk menikmati sajian musik tradisional Jawa.

c. *Integratif Personal,* yaitu kemampuan programa musik B'TARI radio Bahana FM memenuhi kebutuhan pendengar untuk memperkuat nilai-nilai yang diyakini dan status pribadi seperti :

a) Membantu menyalurkan rasa keciptaan pendengar pada

b) Menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi pendengarnya saat menyadari keterlibatan dengan suatu programa yang berusaha melestarikan kebudayaan daerah setempat, yang berupa musik dan bahasa.

c) Membuka kesempatan bagi pendengar untuk lebih diperhatikan orang.

d) Membuka kesempatan bagi pendengarnya untuk lebih dihargai orang lain.

e) Membuka peluang bagi pendengarnya untuk menjadi terkenal.

d. *Integratif Sosial,* yaitu kemampuan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi memenuhi kebutuhan pendengar dalam hal memperkuat hubungan interpersonal seperti :

a) Menambah kenalan baru.

b) Membantu mengetahui keadaan orang lain.

c) Mempererat hubungan interpersonal diantara pendengarnya.

d) Menjadi sarana bagi pendengar untuk saling membantu dalam menghadapi kesulitan melalui pesan-pesan yang disampaikan.

e) Menambah bahan percakapan.

e. *Pelarian,* yaitu kemampuan programa musik B'TARI radio

melarikan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi seperti :

a) Mengusir rasa sepi.
b) Membantu melupakan sejenak permasalahan yang sedang dihadapi pendengar.
c) Mengurangi kejenuhan terhadap rutinitas sehari-hari.

II. Pengukuran terhadap variabel ini, dilakukan dengan mengajukan sejumlah 21 item pertanyaan kepada responden yang dirumuskan dalam kalimat pernyataan positif dan berisi tentang kemampuan programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi memenuhi kebutuhan pendengarnya dalam aspek kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan pelarian. Jawaban responden tersebut kemudian diberi *skor* dengan ketentuan sebagai berikut : *skor* 3 untuk jawaban yang sangat mendukung pernyataan, *skor* 2 untuk jawaban yang mendukung pernyataan, dan *skor* 1 untuk jawaban yang kurang mendukung pernyataan.

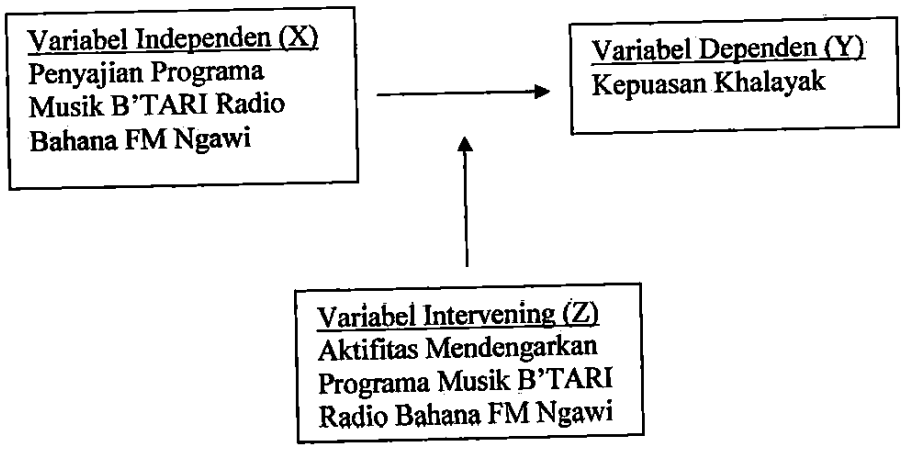
G. Hipotesis

Merupakan sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan, karena ia merupakan instrumen kerja dari teori. Sebagai hasil deduksi dari teori atau proposisi, hipotesis lebih spesifik sifatnya, sehingga lebih siap untuk diuji secara empiris.[36]

Berdasarkan kerangka teori di atas maka dapat dirumuskan hipotesis berikut ini :

1. Ho : Tidak ada hubungan antara penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi (variabel independen ; X) dan kepuasan khalayak pendengar programa tersebut (variabel dependen ; Y).
2. Ha : Ada hubungan antara penyajian programa musik B'TARI radio Bahana FM Ngawi (variabel independen ; X) dan kepuasan khalayak pendengar programa tersebut (variabel dependen ; Y)

H. Diagram Gambar Hubungan Antar Variabel



Keterangan Diagram :

1. Variabel Independen (X), menjelaskan tentang radio Bahana FM Ngawi sebagai media massa yang menyiarkan programa musik B'TARI.
2. Variabel Intervening (Z), menjelaskan tentang aktifitas khalayak ketika mendengarkan programa musik B'TARI yang disiarkan radio Bahana FM Ngawi.

3. Variabel Dependen (Y), menjelaskan tentang kepuasan khalayak di Kelurahan Beran Ngawi setelah mendengarkan programa musik B'TARI radio Bahana FM.

I. Diagram Matrik Hubungan Antar Variabel

Variabel Independen : X	Variabel Intervening : Z	Variabel Dependen : Y
Programa musik B'TARI	Aktifitas mendengarkan Radio Bahana FM Ngawi	Kepuasan Khalayak
Indikator : 1. Ketepatan penempatan jam siar 2. Kecukupan durasi programa 3. Variatif 4. Ketepatan pemilihan bahasa pengantar 5. Menampilkan suasana yang akrab 6. Menampilkan nilai yang tepat	Indikator : 1. Tingkat keseringan mengikuti programa 2. Tingkat ketuntasan mengikuti programa 3. Tingkat keberadaan kegiatan lain	Indikator : 1. Aspek Kognitif 2. Aspek Afektif 3. Aspek Integratif Personal 4. Aspek Integratif Sosial 5. Aspek Pelarian

J. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu penelitian metode deskriptif kuantitatif yakni, suatu metode dalam meneliti kasus sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa

populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.[37] Ciri-ciri penelitian deskriptif :

a. Memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan (saat sekarang) atau masalah-masalah yang bersifat aktual.
b. Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagai mana adanya, diiringi dengan intepretasi (penafsiran) yang bersifat rasional dan memadai.[38]

Penelitian ini juga menggunakan metode survey, yaitu suatu cara mengumpulkan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu bersama-sama[39]. Dalam metode survey, informasi dikumpulkan dari responden dengan menyebar kuesioner. Umumnya pengertian survey dibatasi pada survey sampel dimana informasi dikumpulkan dari sebagian populasi yang akan mewakili seluruh populasi.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang berkaitan dengan khalayak. Obyek penelitian ini adalah radio Bahana FM, radio tersebut layak menjadi objek penelitian karena telah memiliki program siaran yang sudah disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan hiburan dan informasi pendengar setianya dan lebih luas daya jangkau siarnya dibandingkan dengan radio lainnya di Ngawi. Sedangkan yang menjadi subyek penelitian adalah khalayak pendengar radio Bahana FM yang berada di wilayah Kelurahan

---

[37] Rakhmat Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Rosdakarya, (Bandung, 1998), Hlm. 24.
[38] Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada, University Press, (Yogyakarta, 1983), Hlm. 63.

Beran Ngawi, khalayak Kelurahan Beran layak menjadi subjek penelitian karena dapat menerima siaran radio Bahana FM dengan jelas.

3. Populasi dan Sampel

Menurut Hadari Nawawi dalam buku *Metode Penelitian Sosial*, populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, tumbuh-tumbuhan dan gejala-gejala nilai tes atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu populasi.[40] Populasi merupakan sejumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya diduga.[41] Jika populasi lebih dari 100 atau lebih besar, maka sampel dapat diambil sekitar 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung setidak-tidaknya dari :

a. Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga, dan dana.
b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang resikonya besar, tentu saja jika sampel besar, hasilnya akan lebih baik.[42]

Populasi dalam penelitian ini adalah para pendengar radio Bahana FM di Kelurahan Beran Ngawi. Pendengar di Kelurahan Beran Ngawi layak menjadi sumber data bagi penelitian ini karena daya jangkau siaran radio Bahana FM dapat diterima secara jelas di wilayah tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kelurahan Beran, sampai dengan Bulan Juni 2006 jumlah warga Kelurahan Beran sebanyak 11.406 jiwa.

---

[40] Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Sosial*, Gajah Mada University Press, (Yogyakarta, 1995), Hlm. 141.
[41] Masri Singarimbun Dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, (Jakarta, 1995), Hlm. 43.
[42] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta, 2002), Rineka Cipta, Hlm 112

Untuk keperluan penelitian ini hanya sebagian warga Kelurahan Beran yang akan dijadikan responden. Mereka merupakan sumber data yang mewakili keseluruhan populasi atau disebut sampel. Hadari Nawawi menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.[43] Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden.

Mengenai banyaknya sampel dalam penelitian ini, diambil berdasarkan rumus Yamane seperti dibawah ini :

$$n = \frac{N}{N(d^2)+1}$$ [44]

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (0,01)

1 = angka konstan

Sampel dalam penelitian ini diambil tidak menggunakan prinsip kerandoman tapi sampel *non-probabilitas*. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah sampling kebetulan atau *accidental sampling*, yaitu mengambil sampel siapa saja yang ada atau kebetulan ditemui.[45] Penggunaan sampling demikian didasari oleh keterbatasan waktu dan tenaga peneliti, serta heterogenitas populasi.

---

[43] Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Sosial*, Gajah Mada University Press, (Yogyakarta, 1995), Hlm. 144.

[44] Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 2001), Hlm. 32.

[45] *Ibid*, Hlm 81

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan metode :

a) Wawancara, yaitu kegiatan mencari data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada sumber informasi. Data yang diperoleh berupa data penduduk dari Kelurahan Beran dan data radio Bahana FM.

b) Kuesioner, yaitu pencarian data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden.

c) Studi Pustaka, yaitu kegiatan untuk memperoleh data sekunder berupa teori dan data pendukung lainnya melalu sumber-sumber tertulis.

5. Teknik Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk menghitung skor jawaban responden, seperti yang telah dijelaskan di atas menggunakan skala pengukuran yang berpedoman pada pengukuran Linkert, yang dibagi ke dalam 3 kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Skala berjenjang 3 ini kriterianya adalah sebagai berikut :

a. Kategori tinggi responden menjawab (a) dengan skor 3

b. Kategori sedang responden menjawab (b) dengan skor 2

c. Kategori rendah responden menjawab (c) dengan skor 1

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu teknik

khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik[46] Data yang telah terkumpul, diklasifikasikan menjadi dua kelompok data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Terhadap data yang bersifat kualitatif, yaitu data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, dipisahkan menurut kategori untuk ditarik kesimpulan. Terhadap data yang bersifat kuantitatif, didapatkan dari pengukuran variabel-variabel yang ada, penulis menggunakan tingkat ukuran atau skala ordinal, yaitu memberikan jenjang terhadap sesuatu yang diukur.

Data yang berwujud angka-angka hasil perhitungan kemudian diproses dengan cara diklasifikasikan sehingga merupakan suatu urutan data kemudian dijumlahkan, untuk kemudian dicari hasil persentasenya, lalu dimasukkan ke dalam tabel frekuensi. Untuk menguji apakah korelasi yang dikemukakan itu signifikan atau tidak, maka perlu diuji dengan nilai kritis student (t) atau taraf signifikansi dengan menggunakan rumus :

$$t = r_s\sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}}$$

keterangan :

t = nilai kritis student

r_s = koefisien korelasi variabel X dan Y

n = jumlah responden

1 dan 2 = bilangan konstanta

---

46 [illegible] LP3ES (Jakarta, 1989)

Mengenai taraf signifikansi, Sutrisno Hadi berpendapat : Pada umumnya yang dipakai sebagai taraf signifikansi adalah 5 % atau 1 % (0,05 atau 0,01). Sekiranya telah ditetapkan taraf signifikansi 0,05 untuk mengetes hipotesa yang benar adalah 5 diantara 100 dengan kata lain bahwa keputusan kita adalah 5 %.[47]

Mengacu dengan pendapat tersebut diatas, maka hasil perhitungan rs (koefisien korelasi tata jenjang Spearman) dapat diuji signifikansinya dengan nilai kritis student (t) dengan memperhatikan derajat kebebasan (df) dan batas kepercayaan 95 % atau taraf signifikansi 0,05. Dimana jika t hitung lebih besar dari t tabel maka korelasi tersebut signifikan, tetapi jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka korelasi tersebut tidak signifikan.

Data ini kemudian diterapkan pada rumus statistik untuk uji hipotesis yang diajukan peneliti. Untuk menentukan terbukti atau tidaknya hipotesis penelitian, akan digunakan rumus Korelasi Tata Jenjang Spearman (r_s), karena sesuai dengan karakteristik variabel yang diukur pada skala ordinal. Oleh karena sampel penelitian ini jumlahnya cukup besar, maka dapat dipastikan menemui jenjang-jenjang kembar. Untuk itu digunakan rumus Korelasi Tata Jenjang Spearman untuk nilai kembar sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 + \sum d_i^2}{2\sqrt{(\sum X^2) + (\sum Y^2)}}$$

Dimana :

$$\sum X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

47 [illegible] Andi Offset (Yogyakarta, 1995)

$$\sum Y^3 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_Y$$

Untuk mengetahui besarnya jenjang kembar digunakan rumus :

$$T_X = \frac{t_x^3 - t_x}{12}$$

$$T_Y = \frac{t_Y^3 - t_x}{12}$$

Keterangan :

r_s = koefisien korelasi tata jenjang Spearman

X = kuadrat jumlah variabel X

Y = kuadrat jumlah variabel Y

d_i^2 = kuadrat jumlah beda jenjang variabel X dan variabel Y

N = jumlah responden

t = jumlah rangking kembar

2,3,12 = bilangan konstanta

K. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini secara keseluruhan akan disajikan dengan sistematika penulisan yang terbagi menjadi empat bab, yaitu : bab satu akan memuat uraian yang menggambarkan permasalahan yang akan diteliti. Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, hipotesis, diagram gambar hubungan antar variabel, definisi konsepsional,

Selanjutnya pada bab dua berisi tentang gambaran umum radio Bahana FM sebagai objek penelitian dan Kelurahan Beran sebagai subjek penelitian. Disini akan memuat uraian yang menggambarkan kondisi dan situasi umum kedua tempat penelitian tersebut.

Bab tiga akan membahas tentang hasil analisa data secara kuantitatif yang didapat serta pembahasannya.

Kemudian yang terakhir yaitu bab empat berupa penutup. Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan kesimpulan akhir dari keseluruhan karya ilmiah ini, serta akan ditulis pula saran-saran agar dijadikan dasar dalam perbaikan-perbaikan di kemudian hari. Skripsi ini juga disertai beberapa lampiran seperti *company*