

MOTIF PENDENGAR AKTIF RADIO PRAMBORS FM SURABAYA
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pendengar Radio Prambors FM
Surabaya Dalam Program Acara “Afternoon Show”)

PROPOSAL



Oleh :

BAYU SETIABUDI
NPM. 0543310445

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas selesainya skripsi ini. Sejujurnya penulis akui bahwa pendapat sulit ada benarnya. Tetapi faktor kesulitan itu lebih banyak datang dari diri sendiri. Karena itu, kebanggaan penulis bukanlah pada selesainya skripsi ini, melainkan kemenangan atas berhasilnya menundukkan diri sendiri. Semua kemenangan ini dapat dicapai tidak lepas dari bantuan berbagai pihak selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis wajib mengucapkan terima kasih kepada mereka yang disebut sebagai berikut :

1. Bapak dan ibu yang tercinta, terima kasih banyak atas doa yang tidak pernah putus serta dukungan moral maupun materiil yang sudah sangat banyak diberikan kepada penulis.
2. Ibu Dra. Hj. Suparwati, Msi, Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S.Sos, Msi, Kaprodi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Juwito, S.Sos, Msi, dosen pembimbing utama yang telah banyak membantu dan memberikan saran yang berharga bagi penulis.
5. Seluruh dosen program studi IKOM : Bu Sumardjiati, Pak Catur, Pak Kusnarto, Bu Dyva, Bu Aulia, Bu Syafrida, Pak Irwan, Bu Herlina, Pak Pudjo, dan dosen-dosen lainnya terima kasih atas bimbingan, didikan, dukungannya selama ini.
6. Teman-temanku seperjuangan angkatan '04, Ayu, Anty, Noy, Sawi, Intan, Vita, Dista, Ratih, Yeye, Anis, Karin, Ira, Happy, Bayu, Kincum, Paidi, Daniel, Joko, Gendy, Nandadada, Bom-bom, Boy, Rayen, Kukuh, Tyok,

Yapex, Helman, Lucky, Amplas, Dede, Anca, Puri , Kirun ('03), Ayu renang (SC Family, terimakasih untuk semua momen yang dilewati bersama),

7. Rekan-rekan di 89,3 FM Prambors Radio Surabaya Anggie, Ucet, Chrisna, Titi, Indri, Sarah, Astrid, Gugun, Gede, Kris "Barbara" Kimbhon, Kaka, Jockie, Mbak Defi, Mbak Eka, Rara, Jumik, Nawi dll. Terimakasih untuk semua kesempatan bagi penulis untuk banyak belajar dan berkarya selama disana.
8. Dan teman-teman seperjuangan saya dani, yungki dan oki gimanz, terima kasih buat segalanya

Sungguh penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan penuh keterbatasan. Dengan harapan bahwa skripsi ini akan berguna bagi rekan-rekan di Jurusan Ilmu Komunikasi, maka saran serta kritik yang membangun sangatlah dibutuhkan untuk memperbaiki kekurangan yang ada.

Surabaya, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PROPOSAL	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Radio sebagai Media Komunikasi Massa	12
2.1.2. Pendengar sebagai Khalayak Media	13
2.1.3. Pendengar Aktif	14
2.1.4. Program Acara “Afternoon Show” Prambors FM ..	15
2.1.5. Model Uses and Gratification	15
2.1.6. Motif	19
2.2. Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Definisi Operasional	26
3.1.1. Motif	26

3.1.2. Pengukuran Variabel	28
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	32
3.2.1. Populasi	32
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	33
3.3. Teknik Pengumpulan Data	34
3.4. Metode Analisis Data	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	38

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Uses and Gratifications Model.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	25

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1	Usia Responden	38
Tabel 2	Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 3	Status Pekerjaan Responden	40
Tabel 4	Frekuensi Responden Mendengarkan Acara Hore Sore.....	41
Tabel 5	Jam Siar Acara Hore Sore	41
Tabel 6	Lama Mendengarkan Acara Hore Sore	42
Tabel 7	Acara Yang Disukai Dari Acara Hore Sore.....	43
Tabel 8	Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi Tentang Wawasan Atau Pengetahuan Topik Serta Feature	45
Tabel 9	Motif Kognitif Responden Memperoleh Pengetahuan Tentang Gaya Hidup Para Pendengar.....	46
Tabel 10	Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi Tentang Perkembangan Musik Terkini.....	48
Tabel 11	Motif Kognitif Responden Mendengarkan Pengalaman- Pengalaman Para Pendengar Lain Yang Disiarkan Secara Langsung (On Air) Oleh Prambors FM.....	49
Tabel 12	Motif Responden Kognitif Dalam Mendengarkan Acara Hore Sore Di 89,3 Radio Prambors FM Surabaya	50
Tabel 13	Motif Diversi Responden Mencari Hiburan	52
Tabel 14	Motif Diversi Responden Mengisi Waktu Luang	53
Tabel 15	Motif Diversi Responden Ingin Bersantai	54
Tabel 16	Motif Diversi Responden Ingin Membuat Perasaan Lebih Ceria.....	55
Tabel 17	Motif Responden Diversi Dalam Mendengarkan Acara Hore Sore Di 89,3 Radio Prambors FM Surabaya.....	56

Tabel 18 Motif Identitas Personal Responden Ikut Berbagi Cerita Secara Langsung (On Air) Di Acara Hore Sore.....	57
Tabel 19 Motif Identitas Personal Responden Ikut Unjuk Kecerdasan Berpikir Dalam Games Yang Diadakan	58
Tabel 20 Motif Identitas Personal Responden Menanggapi Opini Orang Lain Berkaitan Dengan Topik Yang Dibahas	60
Tabel 21 Motif Identitas Personal Responden Menjadikan Informasi Sebagai Bahan Pembicaraan	61
Tabel 22 Motif Responden Identitas Personal Dalam Mendengarkan Acara Hore Sore di 89,3 radio Prambors FM Surabaya	62
Tabel 23 Tabel Perolehan Motif Dalam Mendengarkan Acara “Hore Sore” di 89,3 radio Prambors FM Surabaya	63

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner	67
Lampiran 2 Struktur Organisasi	71
Lampiran 3 Tabel Perolehan Jawaban Responden	73
Lampiran 4 Tabel Hasil Perolehan Skor	80
Lampiran 5 Daftar Pendengar Aktif Hore Sore Radio Prambors FM Surabaya.....	82

ABSTRAKSI

YAN DANIEL LUMINTANG, Motif Pendengar Aktif Radio Prambors FM (Studi Deskriptif Tentang Motif Pendengar Radio Prambors FM Dalam Program Acara Hore Sore)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif komunitas pendengar Radio Prambors FM dalam mendengarkan acara Hore Sore.

Landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini meliputi pengertian komunikasi massa, pendekatan motif dan uses and gratification, pengertian motif, dan pendengar radio sebagai khalayak massa.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan tipe deskriptif. Populasi samplingnya adalah pendengar aktif yang terdaftar dalam data base sebagai pendengar aktif radio Prambors FM Surabaya melalui hasil pemantauan keaktifan pendengar selama mengikuti acara Hore Sore yang tercatat dalam data base berjumlah 320 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik random sampling yaitu pemilihan secara random kepada para pendengar aktif yang tercatat dalam data base Prambors FM Surabaya.

Dari hasil peneliti yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa responden memiliki motif yang berbeda-beda dalam mendengarkan acara Hore Sore. Namun semua kategori motif memiliki penilaian yang sama yaitu memiliki skor yang tinggi. Hal ini dikarenakan responden mendengarkan acara Hore Sore adalah orang-orang yang mayoritas baru saja menyelesaikan aktivitas hariannya baik di sekolah, kampus, maupun yang bekerja di kantor dan dalam kondisi yang membutuhkan hiburan yang praktis juga murah yaitu mendengarkan acara Hore Sore di 89,3 radio Prambors FM Surabaya. Bentuk hiburan yang dicari responden pun berbeda-beda ada yang mendapatkan hiburan dari mengikuti topik-topik ringan yang dibahas, ada yang terhibur oleh lagu-lagu yang disajikan maupun yang bisa di request oleh responden itu sendiri, serta segmen games yang menyajikan permainan yang menantang sekaligus menguji kecerdasan responden dalam berkompetisi dengan pendengar yang lain namun masih tetap dalam sebuah kemasan yang ringan dan mudah untuk diikuti.

Kata Kunci : Motif, Pendengar Aktif, Radio Prambors FM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu kegiatan atau proses penyampaian pesan, informasi, berita dari komunikator kepada komunikan. Seiring dengan peradaban manusia, kegiatan komunikasi akan terus berlangsung dalam kehidupan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain. Dengan kata lain hakikat komunikasi adalah proses pernyataan manusia yang dinyatakan, yaitu perasaan atau pikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya (Effendy, 2003 : 8).

Suatu tatanan komunikasi secara umum masih terbagi lagi dalam beberapa bentuk. Satu diantaranya adalah bentuk komunikasi massa, yang dapat diartikan sebagai sarana komunikasi yang menyiarkan komunikasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang besar dengan menggunakan media. Dimana dalam proses tersebut pada prinsipnya tidak jauh berbeda dengan bentuk-bentuk lain dari proses komunikasi. Namun yang membedakan dari bentuk lain tersebut adalah terletak pada media penyampaiannya, yaitu menggunakan media modern seperti surat kabar, televisi, radio.

Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara langsung melalui media. Pada dasarnya, media terdiri dari berbagai macam yang salah satunya adalah media massa. Sesuai dengan perkembangan teknologi, manfaat media massa saat ini bisa dirasakan oleh masyarakat luas. Pertumbuhan media massa diwarnai dengan persaingan yang ketat, di mana media massa berlomba-lomba

untuk saling menambah program-program unggulan dalam penyampaian informasi.

Peradaban manusia yang semakin maju telah menuntut manusia untuk berkomunikasi tanpa hambatan lagi, seperti jarak dan waktu. Hal ini hanya mungkin dilakukan melalui komunikasi dengan menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan sekilas.

Hal tersebut juga dialami oleh radio sebagai salah satu bentuk dari media massa selain televisi, surat kabar, majalah, dan film. Sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini radio harus mulai menajamkan format siaran dan menampung aspirasi pendengar pada segmen yang dipilihnya.

Salah satu media massa yang dapat digunakan sebagai agen perubahan masyarakat disini adalah media elektronik, yakni berupa radio siaran. Radio adalah media elektronik yang memiliki jangkauan cukup selektif terhadap segmen pasar tertentu dan juga efektif dalam penyampaian informasi. Radio juga merupakan bagian dari media massa yang berfungsi menyiarkan informasi, mendidik, mempengaruhi serta berusaha untuk merebut sebanyak mungkin pendengarnya.

Radio sebagai salah satu media dari komunikasi selain televisi, surat kabar, majalah dan film merasa ikut membantu memenuhi kebutuhan akan informasi bagi pendengarnya. Pendengar khusus radio, di mana suatu pesan yang disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit. Radio juga

memiliki kelemahan yaitu tidak dapat memberikan informasi secara terperinci, sebab para pendengarnya segera lupa dan informasi itu tidak bisa disimpan untuk digunakan di kemudian hari. Pendengar tidak dapat mengulang seperti kalau sedang membaca, kalau ia tidak mengerti dan tidak ingat informasi itu akan hilang. Selain itu radio merupakan komunikasi satu arah, karena penyiar tidak pernah tahu bagaimana reaksi pendengarnya (Sastraatmadja, 1993 : 158).

Dalam sejarah perkembangan media, radio merupakan media massa yang muncul pada mulanya hanya merupakan teknologi dalam penemuannya. Kemudian berkembang dan berperan sebagai alat media informasi yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial. Berdasarkan perkembangan media massa sebelum kemunculan televisi, radio merupakan sistem komunikasi massa yang dominan. Kendatipun peran media televisi begitu menonjol di tengah masyarakat, tidak dapat dipungkiri bahwa sampai sekarang keberadaan radio masih tetap relevan.

Sejak penemuannya, radio telah digunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat edukatif. Di Indonesia, dewasa ini semakin tampak bahwa dari sisi masyarakat dan pendengar, fungsi radio bergerak pada dua sisi. Di satu sisi, radio merupakan sumber informasi dan pada sisi yang lainnya, radio berfungsi sebagai sarana hiburan. Hal ini disebabkan bahwa radio dapat mencapai pendengar dalam jumlah besar. Radio saat ini salah satu dari media masa elektronik yang banyak disukai dan diminati oleh masyarakat, bukan hanya karena harganya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pesawat televisi, tetapi juga karena program-program yang ditawarkan juga sangat bermacam-macam atau beragam.

Kehadiran media massa, khususnya radio yang tanpa memandang waktu dan jarak, membuat media elektronik yang paling tua ini tidak ditinggalkan dengan pendengarnya. Apabila dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, kita tidak bisa melepaskan diri dari interaksi dengan berbagai media massa yang telah menunjukkan perkembangannya yang pesat dan luas. Proses komunikasi antar manusia dengan menggunakan teknologi elektronik dapat bersifat point to point (penyiar dengan pendengar aktif) seperti saat kita sedang menelepon seseorang, dan point to audience (pendengar dengan pendengar secara umum).

Sebagai sarana informasi, radio sebagai media massa mempunyai kemampuan dalam pembentukan opini pendengar melalui pesan yang disampaikan atau hanya informatif kepada pendengarnya. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut. Pesan-pesan sugestif dalam menilai sesuatu sehingga terbentuklah sikap tertentu.

Apalagi dalam rangka memenangkan kompetisi antar radio yang jumlahnya semakin besar. Oleh karena itu, dalam usaha memenangkan persaingan, setiap radio siaran menyajikan program-program acara yang disiarkan untuk menarik minat pendengarnya. Pendengar radio adalah pendengar yang tidak hanya pasif menerima pesan informasi yang disampaikan oleh komunikator atau penyiar, tetapi radio saat ini bisa digunakan untuk berkomunikasi yaitu dengan bercakap-cakap dengan bahasa yang sama-sama dimengerti oleh para peserta komunikasi.

Program-program siaran yang ditawarkan radio sebagai public broadcasting medium atau media penyiaran untuk umum bersifat instruktif, dan menghibur yaitu berisi program pendidikan atau bimbingan dan acara hiburan. Di sini masyarakat dijadikan sebagai obyek atau sasaran suatu program, kendati dalam perkembangannya kemudian program-program ini dirancang atau dikemas secara lebih halus untuk memanipulasi kesadaran masyarakat. Bersamaan dengan itu, semakin banyaknya radio-radio siaran swasta khususnya di Surabaya dan sekitarnya, persaingan antar radio juga semakin sengit. Masing-masing stasiun radio berusaha memberikan dan menyiarkan acara-acara yang menarik dan disukai para pendengar, dengan segmentasi yang semakin jeli dan terfokus.

Station radio harus memiliki kemampuan mengolah pesan, informasi dan program. Peka terhadap lingkungan sekitar sehingga mampu menghibur dan menguasai situasi serta mengenal akrab aspirasi pendengarnya. Kedekatan dengan pendengar harus dibangun dengan local content baik dari bahasa yang dipergunakan, kebiasaan dan budaya setempat (Baktiono, 2001:10). Karena kedekatan radio melalui acara yang diciptakan, memunculkan kelompok pendengar yang aktif dalam mendengarkan berbagai program acara yang disiarkan oleh radio. Pendengar yang aktif ini mempunyai interaksi yang cukup bagus dengan pendengar yang lainnya, sehingga interaksi antar pendengar ini membentuk suatu komunitas atau kelompok kecil dari masyarakat.

Kemampuan pendengar radio adalah terbatas, sebatas pengetahuan dan pemahaman mereka dalam menyerap setiap pesan yang dikemas dalam setiap siaran. Dalam mendengarkan siaran radio, bagi pendengar juga

merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan informasi, maupun hiburan. Bagi pendengarnya, station radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, pemberi informasi. Station radio menjadi sahabat dan bersifat pribadi. Station radio menawarkan kemungkinan untuk membangun hubungan pribadi dengan setiap pendengarnya (Stokkink, 1997:19-20).

Pendengar adalah sasaran dari radio siaran, dan sebagai komunikan, pendengar jauh dari pasif, pendengar itu aktif. Apabila mereka menjumpai sesuatu yang menarik dari sebuah stasiun radio, mereka akan berfikir menentukan apakah sebaiknya mengikuti dan terus mendengarkan sesuatu yang menarik tersebut atau mereka akan beralih ke acara yang lain yang lebih menarik dari stasiun radio yang lain pula.

Suatu program siaran radio mempunyai dampak pada jadwal kegiatan pendengarnya, programmer radio pun berusaha menyusun jadwal siaran berdasarkan asumsi-asumsi umum pendengarnya. Tetapi tidak jarang juga bahwa pendengar berupaya menyesuaikan aktivitasnya dengan jadwal acara radio kesayangannya. Dibutuhkan kreatifitas dalam memegang kendali kompetisi untuk didengarkan atau ditinggalkan, kreatifitas tersebut terlihat dalam program acara yang bersifat interaktif yang diciptakan (Baktiono,2001:14-15).

Sebuah station radio dapat mengetahui dengan tepat jenis acara mereka dengan melihat sejauh mana suatu kelompok pendengar dapat menerima berbagai jenis musik. Dengan mempertimbangkan kualitas, cara memberikan informasi, pengaturan waktu dalam satu hari, kelompok sasaran yang tepat, juga sesuai dengan kepribadian penyiar sehingga menghasilkan

suatu paket program yang sangat menarik bagi pendengar (Stokkink, 1997:119)

Dengan maraknya atau banyaknya station radio yang memutarakan lagu pasaran. Station radio Prambors FM Surabaya yang beralamat di Jln. Ngagel jaya utara no 31 Surabaya, dan mengudara pada frekuensi FM 89,3 mencoba tampil beda dengan cara memenuhi kebutuhan pendengar yang dalam segmentasi remaja 16-25 tahun dengan sosial ekonomi status A, B, C.

”Afternoon Show” yang disiarkan radio Prambors FM Surabaya merupakan program acara yang menjunjung konsep FUN and FRESH dengan karakter siaran yang friendly, fashionable, cheer up yang dirancang agar dapat menemani para pendengar yang baru saja pulang sekolah, kuliah, maupun kerja. Selain itu acara “Afternoon Show” juga didukung dengan materi musik dengan komposisi new hits 50%, Current Hits 30%, Recurrent Hits 20% dan dengan perbandingan 1 Indonesia : 1 luar manca negara. Dalam acara tersebut pendengar juga diberi kesempatan berinteraksi dengan penyiar untuk ikutan topik dan game – game, yang diantaranya today atau ”topik of the day”, ngombal atau ”ngosip ala edin dan iqbal”, dunia dalam prambors, maling atau ”mari ikutan pooling”, hiha atau ”hari ini hari apa”, rekan atau ”reporter dadakan”, pelor atau ”spelling on the air”, latah atau ”lawan katah”, dan taring atau ”tebakan garing”. Program acara tersebut disiarkan setiap hari senin sampai jum’at dengan durasi 3 jam, dimulai pukul 16.00 - 19.00 WIB. dengan sasaran audiens remaja 16-25 tahun sosial ekonomi status A, B, C dan dibawakan oleh dua orang penyiar satu pria dan satu wanita, memakai teknik produksi siaran langsung.

Acara “Afternoon Show” yang disiarkan radio Prambors FM Surabaya tersebut ternyata cukup banyak menarik minat pendengar yang baru untuk ikutan main games dan request atau kirim salam, sehingga pendengar radio Prambors FM Surabaya selalu bertambah meskipun banyak radio siaran di Surabaya yang menyajikan segmen program yang sama.

Pendengar yang berinteraksi pada acara “Afternoon Show” adalah terdiri dari kalangan remaja usia 16-25 tahun, baik dari siswa SMA, mahasiswa maupun para pekerja lulusan baru atau first jobber dengan status sosial ekonomi A, B, C. Para pendengar dapat membina kedekatan dengan pihak station radio Prambors FM Surabaya melalui acara “Afternoon Show” serta juga dapat menjaga kedekatan dengan teman-teman pendengar yang lain. Hal itu tampak dari pendengar yang mengirimkan salam dan lagu untuk keluarga dan teman yang ada di wilayah Surabaya dan sekitarnya : Sidoarjo, Gresik, Bangkalan, Mojokerto.

Alasan peneliti memilih radio Prambors FM Surabaya sebagai tempat penelitian adalah dikarenakan station radio ini tergolong baru 4 tahun beroperasi dan melalui program acara ini bisa mengalami peningkatan jumlah pendengar yang baik serta mendapat rating nomor satu dari seluruh program acara yang disiarkan oleh Radio Prambors FM Surabaya. Dalam program ini dapat terlihat keakraban dan kedekatan baik antara penyiar dengan pendengar maupun pendengar satu dengan pendengar lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ”Afternoon Show” mendapat tempat di hati pendengarnya.

Namun individu memiliki motif atau tujuan tersendiri yang mendasar ketika memilih atau memutuskan untuk mendengarkan ”Afternoon Show” di Radio Prambors FM Surabaya. Oleh karena itu peneliti ingin

meneliti motif individu dalam mendengarkan “Afternoon Show” di radio Prambors FM Surabaya.

Media radio dapat digunakan sebagai alat untuk pemenuhan kebutuhan, seperti yang dikatakan oleh Dennis McQuail bahwa manusia memiliki 4 kebutuhan antara lain : cognitive needs, affective needs, personal integrative needs, tension-release or escape. Menurut Blumler, untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka manusia mempunyai motif yaitu : motif kognitif, motif identitas personal, dan motif diversifikasi. Kebutuhan informasi (motif kognitif) disini yaitu kebutuhan seseorang untuk mengetahui keadaan lingkungan sekitarnya , misalnya informasi tentang kehidupan idolanya atau bahkan informasi mengenai tips tips belajar dan berbagai informasi lainnya. Untuk identitas personal, seseorang butuh untuk menonjolkan dirinya terhadap orang lain, misalnya dengan menonjolkan kelebihannya. Selain itu seseorang individu terkadang membutuhkan hiburan (motif diversifikasi) untuk melepaskan ketegangan dari aktifitas sehari harinya, dan sebagian orang merasa terhibur ketika mereka mendengarkan musik. Kebutuhan kebutuhan itu lah yang akhirnya mendasari motif pendengar dalam menggunakan media, dalam hal ini mendengarkan acara “Afternoon Show” di Prambors FM.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai apa motif pendengar aktif radio Prambors FM Surabaya dalam mendengarkan acara ”Afternoon Show” di radio Prambors FM Surabaya, di samping banyak acara yang disiarkan oleh radio Prambors FM Surabaya yang tidak kalah menarik. Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah pendengar aktif radio Prambors FM Surabaya, pendengar dapat aktif dalam berinteraksi langsung atau on air dengan penyiar, selain itu dalam acara

”Afternoon Show” pendengar bisa juga request lagu favoritnya bahkan bisa juga ikutan topik atau games yang sedang berlangsung.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalahnya adalah bagaimanakah motif pendengar aktif terhadap program acara “Afternoon Show” di 89,3 Prambors FM Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif pendengar aktif acara “Afternoon show” di 89,3 Prambors FM Surabaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama mengenai motif mendengarkan program radio dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang berguna bagi penelitian selanjutnya.
- b. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi pengelola radio di Indonesia mengenai acara-acara yang sesuai dan dibutuhkan masyarakat. Dan khususnya untuk 89,3 Prambors FM Surabaya agar dapat membuat program siaran yang diminati dan dibutuhkan oleh

pendengarnya dan dapat bermanfaat dalam menentukan program-program siarannya.