

TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR RADIO MADAMA FM DI MAKASSAR

Oleh :

ERBON SAHPUTRA



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2013**

**TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR RADIO
MADAMA FM DI MAKASSAR**

Oleh :

ERBON SAHPUTRA

E 311 09 276

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi*

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Tingkat Kepuasan Pendengar Radio Madama Fm Di
Makassar**

Nama Mahasiswa : Erbon Sahputra

Nomor Pokok : E311 09 276

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing.

Makassar, 15 Juli 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.Hasrullah,MA.
Sonni,S.Sos,M.Si
Nip.196203071988111002

Alem **Febri**
Nip. 197402232001121002

Mengetahui
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr.H.Muhammad Farid, M.Si.
Nip. 196107161987021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

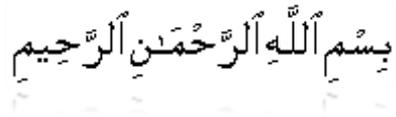
Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik pada hari **Kamis** Tanggal **22 Agustus 2013**.

Makassar, 22 Agustus 2013

TIM EVALUASI

Ketua	: Drs. Abdul Gafar M,Si	()
Sekretaris	: Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si	()
Anggota	: 1. Drs. Mursalim M.Si	()
	: 2. Muliadi Mau S.Sos, M,Si	()

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warhmatullahi wabarakatuh. Tiada kata yang paling patut penulis haturkan selain syukur atas kehadiran Allah SWT, sang pencipta yang telah memberikan keselamatan, kesehatan, serta karunia berupa ilmu pengetahuan dan wawasan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan untuk Nabiullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan seluruh sahabatnya yang telah membawa kita keluar dari zaman jahiliah.

Penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Karenanya, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Orang tua penulis tercinta, Syamsul Syahri dan Syahraeni. Terima kasih atas segalanya.
2. Adik-adik penulis yang selalu memberikan semangat, Putri, Febriansyah, dan Siti Nur Aisyah.
3. Keluarga Abdul Nasir dan Keluarga Syahrudin Abbas, terima kasih atas dukungan moral dan materiilnya selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi.
4. Pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik, Bapak Dr.Hasrullah MA, dan Pembimbing II Bapak Alem Febri Sonni S.Sos, M.Si, yang dengan penuh kesabaran dan murah hati mendukung, membimbing, serta memberi

tambahan pengetahuan pada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

5. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Muh. Farid, M.Si. beserta seluruh Dosen Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
6. Pak Muliadi, Pak Mursalim dan Pak Gaffar, yang telah memberikan masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis pada saat penulis seminar proposal.
7. Triayu Nutrisia Syam S.Sos, kak Ela, kak Madi, dan kak Abe', atas kalimat-kalimat motivasi yang kalian tuturkan dan menjadi semangat bagi penulis.
8. Ibu ida, ibu murni, kak Tya, kak Icha Hudzon, Kak Boen, Fiqah, Astri, Mymy, Ratna, kak Indah, Putra, Naim, dan pak Pudja yang telah bersedia meminjamkan bukunya kepada penulis sebagai literatur.
9. Teman- teman penulis yang tak akan pernah terlupakan, Ani, Ela, Atiqah, Maliq, Darmin, Isnur, Abang, Surya, Chiko, Ole', dan Nisa. Terima kasih atas kebaikan hati kalian selama ini.
10. Sepupu-sepupuku seperjuangan, Diah Khairunnisa, Dwi Astari Erindo, dan Yulia Pradini. Terima kasih atas waktu-waktu berharga yang kalian sempatkan untuk penulis selama ini.
11. Nurmalasari, Ratnasari Mashud, dan Rina Noviana, atas semangat dan segala bantuan selama penulis di kampus.

12. Keluarga besar CURE 09 : Unie, Gina, Alvidha, Titah, Widya, Mymy, Kina, Meike, Dayan, Uya, Amel, Inna, Lia, Alin, Ela, Rachel, Wiwi, Yuni, Ikhfa, Ciko, Tyar, Ari, Syukur, Tian, Cubo, Atto, Nadir, Putra, Naim, Didi, Imam, Alvin, atas segala cerita manis, sedih, canda tawa dan segala hal yang telah kita lakukan bersama-sama,
13. Seluruh keluarga besar Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KOSMIK)
Unhas: Rush 04, Guard 05, Trust 06, Calisto 07, Exist 08, Great 10, Urgent 11, Treasure 12.
14. Teman- teman KKN Gelombang 82 posko Desa Mampu, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang.
15. Para staf akademik Jurusan Ilmu Komunikasi, Ibu Suraidah, Bapak Amrullah, Pak Ridho, Pak Herman, serta para staf akademik dan kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu Liny, Pak Saleh, dll.
16. Untuk semua orang yang pernah penulis kenal dan telah mengajarkan banyak hal yang bermanfaat.

Makassar, Agustus 2013

Erbon Sahputra

ABSTRAK

ERBON SAHPUTRA. *Tingkat Kepuasan Pendengar Radio Madama FM Di Makassar (Dibimbing oleh Hasrullah dan Alem Febri Sonni).*

Tujuan penelitian ini adalah: (1). Untuk mengetahui harapan dan pengalaman pendengar radio Madama fm di Makassar; (2). Untuk mengetahui tingkat kepuasan pendengar radio Madama FM di Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar selama kurang lebih tiga bulan, yaitu sejak bulan April hingga Juni 2013. Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh penduduk kota Makassar yang mendengarkan radio Madama Fm. Responden penelitian ditentukan secara *random sampling*. Adapun teknik penentuan sampel menggunakan tabel Stephen Isaac & Willian B. Michael

Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan- pernyataan untuk mengukur kepuasan pendengar radio Madama fm terhadap Radio Madama FM. Data sekunder diperoleh dari observasi, studi pustaka baik itu dari buku-buku, serta dari situs internet yang relevan dengan 8tali permasalahan. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan uji 8statistic *paired sample t-test* pada software SPSS 17.

Hasil penelitian menunjukkan pendengar radio Madama FM puas dengan apa yang telah di sajikan oleh radio Madama FM selama ini. Hal ini terlihat dari hasil perbandingan nilai mean (rata-rata) skor dari Gratification Sought (Kepuasan yang dicari) dan Gratification Obtained (kepuasan yang diperoleh) yang menunjukkan bahwa nilai mean Gratification Sought lebih kecil dari nilai mean Gratification Obtained, yang berarti harapan responden terpuaskan oleh pengalaman.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kerangka Konseptual	8
E. Hipotesis	18
F. Definisi Operasional	19
G. Metode Penelitian	21
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	25
A. Radio Sebagai Komunikasi Massa.....	25
B. Karakteristik Radio	29
C. Manajemen Siaran Radio.....	33

D. Program Radio.....	37
E. Format Siaran Radio.....	40
F. Pendengar Radio.....	42
BAB III. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	46
A. Radio Madama FM.....	46
1. Sejarah dan Perkembangan.....	46
2. Visi dan Misi PT. Forum Madama	48
3. Struktur Organisasi.....	49
4. Uraian Tugas.....	53
5. Program Acara.....	55
B. Kota Makassar	61
1. Keadaan Geografis Kota Makassar.....	61
2. Keadaan Demografis Kota Makassar.....	63
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Hasil Penelitian	67
1. Identitas Responden	67
2. Variabel Perilaku Pendengar Madama FM	74
3. Perbandingan <i>Gratification Sought</i> dan <i>Gratification</i> <i>Obtained</i>	112
B. Pembahasan	97
BAB V. PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103

B. Saran	104
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.1	Minat mendengarkan radio di Indonesia	3
3.1	Jumlah Penduduk Kota Menurut Kecamatan Dan Jenis Kelamin Di Kota Makassar	65
3.2	Jumlah Penduduk Kota Makassar 2012 Usia 15-29 Tahun	66
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Umur	68
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	70
4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	71
4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Status Perkawinan	72
4.7	Distribusi Responden Berdasarkan Suku	72
4.8	Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Media	73
4.9	Perilaku Responden Berdasarkan Seringnya Mendengar Madama FM	74
4.10	Perilaku Responden Berdasarkan Waktu yang Dipergunakan Ketika Mendengar Madama FM	75
4.11	Perilaku Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Madama FM	76
4.12	Perilaku Responden Berdasarkan Kegiatan Lain yang dilakukan Ketika Mendengarkan Madama FM	77
4.13	Perilaku Responden Berdasarkan Program Yang Paling Memuaskan	78

4.14	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Gelombang frekwensi radio Madama FM memberikan sinyal yang kuat	80
4.15	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi	81
4.16	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM memiliki fasilitas radio streaming yang mudah di akses	82
4.17	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM menyediakan banyak kuis	83
4.18	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM memutarkan lagu-lagu yang up to date	84
4.19	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal	85
4.20	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan	86
4.21	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang bersahabat	87
4.22	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Penyiar radio	88

	Madama FM memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas	
4.23	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Penyiar radio Madama FM memiliki ciri khas	89
4.24	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Crew dan penyiar radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/ keluhan yang timbul dari pendengar	90
4.25	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda	91
4.26	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual	92
4.27	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif	93
4.28	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar	94
4.29	Perbandingan Gratification Sought dan Gratification Obtained Untuk Pernyataan Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar	95
4.30	Hasil T-Test untuk Gratification Sought dan Gratification Obtained	100

DAFTAR GAMBAR

Nomor		halaman
1.1	Kerangka Konseptual Penelitian	18
3.1	Struktur organisasi PT. Forum Masyarakat Muda Makassar	51
3.2	Lambang Kota Makassar	61
3.3	Peta Kota Makassar	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu media elektronika, radio mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. lambang komunikasi radio bersifat auditif, terbatas kepada rangkaian suara/bunyi yang hanya menerpa indera telinga. Karenanya radio tidak menuntut khalayaknya untuk memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan sekedar kemampuan mendengar. Begitu sederhananya persyaratan yang dituntut radio.

Radio merupakan media komunikasi massa periodik yang yang memiliki kemampuan menjangkau khalayak yang luas dalam waktu bersamaan. Disamping itu, harganya relatif murah sehingga khalayak banyak yang memilikinya. Dengan jumlah yang cukup besar itu radio akan memiliki potensi yang besar dalam menyebar luaskan informasi. Persoalannya, adalah bagaimana memanfaatkan semaksimal mungkin kemampuan yang dimiliki radio, agar setiap program yang disajikan memberikan manfaat.

Ketika mendengarkan siaran radio, seseorang bisa sambil mengerjakan aktifitas lainnya. Hal ini sulit dipenuhi oleh media lain. Sambil memasak, atau mengerjakan pekerjaan lain di rumah, ibu-ibu dapat mendengarkan siaran radio. Saat bertugas di kantor, seorang karyawan bisa menyimak informasi atau menikmati hiburan melalui pesawat radio. Saat berjalan atau mengendarai

kendaraan, radio banyak digunakan sebagai penghibur, atau sebagai penambah pengetahuan.

Informasi yang disampaikan selintas melalui radio menjadi pengetahuan tentang suatu kejadian atau peristiwa, atau tentang pendapat seseorang, setidaknya pokok-pokoknya. Jika ingin mengetahui secara lebih luas dan lengkap, biasanya dapat diketahui melalui media cetak. Malahan, beberapa beberapa stasiun radio sering melakukan wawancara yang mendalam dengan tokoh atau pakar dibidang tertentu.

Informasi dan berita melalui radio lebih aktual, lebih cepat penyampainnya, karena secara teknis lebih memungkinkan dibandingkan dengan media lain seperti surat kabar atau televisi. Informasi yang disampaikan radio berdasarkan pemantauan langsung terhadap suatu peristiwa yang diperhitungkan mempunyai nilai berita bagi banyak pendengar.

Seseorang yang mendengarkan siaran radio seakan terlibat secara personal. Informasi yang disampaikan seakan ditujukan kepada diri pendengar sendiri. Alunan lagu-lagu yang didengarkan seolah disajikan untuk diri pendengar sendiri. Dari suara yang didengar, seseorang mempunyai daya imajinasi baik mengenai informasinya maupun mengenai orang yang menyampaikannya, seperti penyiar. Sehingga seakan terjadi hubungan individual yang akrab.

Permasalahan yang menjadi kendala radio sebagai media adalah perilaku mendengar dari *audiencenya*. Perilaku mendengar radio ditentukan oleh program yang disajikan. Ada beberapa pendengar yang *tune-in* di salah satu frekuensi,

namun ketika satu menit pertama acara berlangsung tidak menarik atau membosankan, dia akan langsung memindahkan gelombang. Ada juga pendengar yang hanya ingin mendengarkan lagu. Namun demikian, tidak benar apabila ada pengelola radio yang menilai bahwa acara yang paling banyak pendengarnya adalah acara yang semakin banyak lagunya, semakin kurang iklannya, dan semakin tidak cerewet penyiarinya.

Ada juga pendengar yang hanya mendengar radio selama perjalanan di dalam kendaraan. Setelah sampai di rumah atau di kantor, dia menonton televisi. Setiap rumah atau kantor cenderung memiliki televisi, tetapi belum tentu memiliki radio. Disini *content* sangat berperan. Secanggih apapun teknologi, yang paling penting adalah isinya. Hal tersebutlah yang menyebabkan jumlah pendengar radio semakin menurun setiap tahunnya. Seperti terlihat dari tabel hasil *survey* Badan Pusat Statistik pada tahun 2008 berikut:

Tabel 1.1 Minat Mendengarkan Radio di Indonesia

Jenis kegiatan	Perkotaan		Pedesaan	
	2003	2006	2003	2006
Mendengarkan radio	54,6 %	43,3 %	47,1 %	37,9 %

Jumlah pendengar radio yang semakin turun tersebut, memaksa para pekerja media radio untuk terus berusaha menyedot perhatian dari khalayak agar tetap mendengarkan radio. Kegiatan menyedot perhatian ini, banyak dilakukan para pekerja media radio dengan semakin menyusun konsep acara yang sedemikian menarik, agar khalayaknya tetap terjaga.

Kekhawatiran akan hilangnya pendengar masih terus ‘menghantui’ para pekerja radio. Mengingat pengiklan saat ini hanya mau mengilankan produk dan jasanya hanya kepada radio yang memiliki jumlah pendengar yang banyak. Belum lagi, program acara yang dihadirkan media televisi semakin beragam dan tersaji hampir sepanjang hari. Berbeda dengan radio yang hanya mengudara selama kurang lebih 18 jam saja.

Rangkaian acara yang menarik haruslah diformulasikan ke dalam program yang meliputi waktu pagi, siang, sore, malam, dan dini hari. Program tersebut merupakan suatu rangkaian yang dikemas dalam satu format. Setiap stasiun pada dasarnya harus mempunyai format yang jelas. Format setiap stasiun radio dapat menjadi ciri khas dari stasiun yang bersangkutan.

Persaingan bisnis penyiaran khususnya radio di Makassar semakin ketat. Hal tersebut terbukti dengan semakin banyaknya jumlah stasiun radio. Setiap stasiun berusaha untuk mendapatkan jumlah pendengar yang semakin banyak. Dengan semakin banyaknya jumlah stasiun radio tersebut, maka semakin beragam pula format yang ditawarkannya, seperti radio yang memutar lagu-lagu luar negeri, lagu- lagu bahasa indonesia, berita dan informasi, radio dangdut serta radio bagi para eksekutif dan lain-lain.

Keberagaman format tersebut menjadikan sasaran dari suatu radio menjadi semakin beragam. Radio yang menyiarkan berita memiliki sasaran yaitu orang - orang yang umumnya berusia diatas 30 tahun, radio dangdut dengan sasaran masyarakat dengan kelas ekonomi menengah kebawah, serta radio yang

menyiarkan siaran berupa motivasi dengan sasaran para eksekutif dengan status ekonomi sosial menengah keatas. Seperti halnya radio Madama FM yang hadir sebagai radio dengan segmentasi anak muda dengan menghadirkan program-program baik itu musik, talkshow, serta kegiatan *off-air* yang pastinya ditujukan untuk para pendengar radio yang menjadi sasaran segmentasinya.

Selain itu, pendengar radio semakin selektif memilih acara. Hanya acara yang menurut penilaiannya baik yang dinikmati, sementara acara yang menurutnya tidak baik akan dilewatkan begitu saja. Perlu diketahui, begitu banyak acara yang ditawarkan dalam waktu yang bersamaan. Setiap stasiun berusaha semaksimal mungkin untuk dapat meraih sebanyak mungkin pendengar. Sambil terus membina hubungan baik dengan pendengar setia, satu stasiun juga berusaha merebut pendengar stasiun lain. Inilah perang stasiun radio, yang hanya dibekali acara sebagai senjatanya.

Karena keselektifan para pendengar radio, jumlah pendengar radio yang semakin berkurang, serta kurangnya minat remaja dalam mendengarkan radio menjadi permasalahan para insan radio, seperti yang telah dijelaskan diatas. Hal tersebut dirasakan pula oleh Madama FM yang terus berusaha bagaimana agar para pendengarnya tetap bertahan mendengarkan programnya, bahkan bagaimana agar pendengar dari radio yang memutarakan format yang sama dengan Madama FM dapat beralih untuk mendengarkan Madama FM.

Sebuah teknologi baru diperkenalkan, yaitu *Digital Audio Broadcasting* (DAB). Teknologi ini menghilangkan semua statis dan desis sinyal siaran saat ini

dan berarti pilihan program yang tidak terbatas bagi konsumen ketika radio menggunakan sistem digital. Saat ini, teknologi dapat mengirimkan sinyalnya melalui internet serta melalui udara. Kehadiran teknologi ini tak luput dari perhatian stasiun radio Madama FM. Madama FM kini dapat dinikmati oleh para pendengarnya melalui jaringan internet atau yang lebih dikenal dengan *streaming*. Hal tersebut semata-mata untuk mempertahankan dan memuaskan para pendengarnya.

Rumitnya mempertahankan jumlah pendengar Madama FM , sulitnya memenuhi kepuasan para pendengar, serta kesulitan untuk tetap *mengeksiskan* media radio, membuat penulis merasa tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul:

Tingkat Kepuasan Pendengar Radio Madama FM di Makassar

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah harapan dan pengalaman pendengar radio Madama FM di Makassar?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan pendengar radio Madama FM di Makassar?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui harapan dan pengalaman pendengar radio Madama FM di Makassar.
- b. Mengetahui tingkat kepuasan pendengar radio Madama FM di Makassar.

2. Kegunaan penelitian

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan manfaat , yaitu:

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi terutama dalam bidang kajian *uses and gratifications* yang meneliti kepuasan khalayak dalam menggunakan media massa pada umumnya dan kepuasan atas media elektronik dalam hal ini radio pada khususnya.

- b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang harapan dan pengalaman pendengar radio Madama FM di Makassar dalam mendengar radio. Serta sebagai bahan masukan kepada radio Madama FM dalam menyusun program.

D. Kerangka Konseptual

1. Radio sebagai media massa

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama. Sebagai alat yang memberikan informasi, artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik, artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan serta moral seseorang. Sebagai alat menghibur, yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobbinya, dan mengisi waktu luangnya.

Hal penting yang pertama kali perlu diketahui ialah kenyataan yang menunjukkan bahwa radio pada mulanya merupakan teknologi yang mencari kegunaan, bukannya sesuatu yang lahir sebagai respons terhadap suatu kebutuhan pelayanan baru. Menurut Raymond Williams dalam McQuail (1987:15)

“berbeda dengan jenis teknologi komunikasi terdahulu, radio dan televisi merupakan sistem yang dirancang terutama untuk kepentingan transmisi dan penerimaan yang merupakan proses abstrak, yang batasan isinya sangat terbatas atau bahkan sama sekali tidak ada”.

Tidak dapat disangsikan lagi, radio pada mulanya hanya merupakan suatu teknologi; setelah itu, barulah radio berperan sebagai alat pelayanan .

Apabila surat kabar memperoleh julukan sebagai kekuatan keempat, maka radio siaran mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*. Hal ini disebabkan radio siaran juga dapat melakukan fungsi kontrol sosial seperti surat

kabar, disamping empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik, dan melakukan persuasi. Menurut Effendi dalam Ardianto (2007; 128) faktor-faktor yang yang mempengaruhi kekuatan radio tersebut yaitu:

1. Daya langsung

Daya langsung siaran berkaitan dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan pada pendengarnya yang relatif cepat. Suatu pesan yang disampaikan melalui surat kabar akan membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan membutuhkan waktu relatif lama. Berbeda dengan radio siaran, berita yang sudah dikoreksi dan sudah dicek kebenarannya dapat langsung dibacakan, bahkan radio siaran dapat menyiarkan suatu peristiwa yang tengah berlangsung melalui siaran reportase atau siaran pandangan mata.

2. Daya tembus

Kekuatan lain dari radio siaran adalah daya tembus yang dimilikinya. Melalui benda kecil yang namanya radio siaran, kita dapat mendengarkan siaran berita dari BBC di London, atau ABC di Australia. Dengan mudah kita memindahkan *channel* dari stasiun radio siaran satu ke stasiun radio siaran lainnya, padahal jarak Indonesia dengan kedua negara tersebut sangat jauh. Dengan demikian radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan.

3. Daya tarik

Faktor ketiga yang membuat radio siaran mempunyai kekuasaan adalah daya tarik. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effect*).

Tulang punggung radio siaran adalah musik. Orang menyetel pesawat radio siaran, terutama adalah untuk mendengarkan musik, mendengarkan sandiwara, dan acara hiburan lainnya. Hampir setiap acara radio siaran dikemas dalam bentuk hiburan, setidaknya acara siaran kata pun diselengi oleh musik atau efek suara.

Efek suara tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi pendengar radio siaran. Contoh paling populer mengenai efek suara dalam sandiwara radio yang merupakan cerita fiktif yang berjudul "*the war of the worlds*" karangan H.G . Wells dan diadaptasi oleh Orson Wells serta di siarkan melalui *Columbia Broadcasting System* (CBS) . Sandiwara radio ini berhasil menggemparkan penduduk kota New Jersey .

Sampai saat ini, yang masih menjadi kendala bagi banyak stasiun radio adalah mendesain acara. Penyelenggara siaran terus berusaha memperbaiki dan menyempurnakan acaranya. Sementara media saingan, seperti televisi semakin membahana. Terlebih lagi dengan bertambahnya stasiun pemancar televisi swasta. Ini membuat acara-acara radio nyaris tidak bernapas. Banyak pandangan yang mengutarakan bahwa hal tersebut akan membuat pendengar radio akan meninggalkan stasiun radio.

Harus diingat, bahwa produksi acara siaran radio adalah hasil kerja tim yang perlu dukungan, kekompakan bersama. Misalnya, setelah suatu acara disiarkan, tidak berarti selesai sampai disitu. Tetapi masih ada tahap lain yang perlu dikerjakan tim, yaitu evaluasi. Guna mengetahui sejauh mana acara-acara yang telah disiarkan mencapai tujuan. Evaluasi ini penting dilakukan untuk

menghindari kesalahan yang berkepanjangan, untuk meminimalkan kesalahan. Hal ini dapat dilakukan misalnya tiga atau enam bulan setelah acara disiarkan.

Menurut Gilang dalam Munthe (1996;58), agar acara yang disiarkan menarik, ada beberapa petunjuk yang dapat dijadikan sebagai patokan, yaitu:

1. Acara harus sesuai sasaran

Pastikanlah siapa sasaran yang akan dituju. Hal ini penting untuk memudahkan pengelola siaran dalam mengelolah bahan siaran. Jangan bermimpi bahwa suatu acara dapat ditujukan kepada siapa saja. Bila ini yang terjadi, maka pembahasan bisa jadi melebar tidak terarah. Pengalaman menunjukkan acara-acara yang tidak mempunyai sasaran yang konkrit tidak pernah populer dan biasanya akan turun dengan sendirinya.

2. Acara harus spesifik

Isi acara hendaknya membahas materi yang khusus. Umpama saja bidang masalahnya olahraga, maka isinya hanya mempersoalkan salah satu cabang olahraga, misalnya sepak takraw, bulutangkis, dan lain-lain. Jadi hanya satu topik yang dibahas secara menyeluruh. Artinya, dalam membahas harus diperhatikan aspek yang terkait dengan bidang olahraga sepakbola.

3. Acara harus utuh

Pembahasan materi harus terjaga. Tidak keluar dari konsep yang telah dipatok. Mulai dari pengantar, permasalahan pembahasan, dan penyelesaian masalah secara sistematis. Misalnya dari topik sepakbola diatas, pengantar acara dapat berisi paparan perkembangan sepakbola di Indonesia, mempertanyakan tentang olahraga sepakbola di negeri ini yang sulit

berkembang. Pembahasan berisi jawaban mengapa sulit berkembang dan jawaban bagaimana agar dapat berkembang. Pada akhirnya di bagian penyelesaian dijabarkan tentang usulan sebagai jalan keluar untuk mengembangkan olahraga sepakbola di Indonesia. Dengan demikian sistematika dan kesinambungan tetap terjaga.

4. Kemasan acara harus bervariasi

Acara dikemas dalam bentuk yang bervariasi. Variasi dapat ditampilkan dalam dua bentuk yaitu *dialog* dan *monolog*. Dalam *dialog* dapat ditampilkan dua orang atau lebih yang memiliki warna suara yang berbeda. Kontras warna suara ini sangat mendukung acara karena radio merupakan media audio yang hanya mampu menstimuli indera pendengaran. Dengan warna suara yang berbeda memudahkan pendengar untuk mengenali tokoh –tokoh yang terlibat dalam dialog tersebut.

5. Acara harus ditempatkan pada waktu yang tepat

Pengelola program harus yakin bahwa waktu yang dipilih untuk penyiaran suatu acara sudah tepat. Ketepatan ini didasari pada kebiasaan mendengar dari khalayak. Dengan demikian, acara tersebut akan efektif.

6. Acara harus orisinal

Penyelenggara siaran harus menyajikan acara yang benar-benar hasil kerja tim kreatif studio tersebut. Bukan tiruan, dalam arti acara seperti ini pernah disajikan stasiun lain yang kemudian dimodifikasi sana-sini sehingga tampaknya orisinal.

7. Acara harus disajikan dengan kualitas baik

Teknik suatu acara ikut menentukan sukses tidaknya acara di pasar. Pendengar selalu menuntut hasil yang prima tanpa *noise* (gangguan). Sebab, pendengar sangat mendambakan kenyamanan dalam mendengarkan suatu acara siaran. Jangan sekali-kali menerima ungkapan yang menyatakan bahwa penyajian masalah teknik adalah nomor dua setelah produk. Anggapan ini tidak benar, sebab antara acara dan teknik berjalan seiring, sama-sama ikut menentukan. Sekali lagi, adalah keliru jika menganggap bahwa acara yang baik akan membantu kualitas teknis yang kurang memadai. Juga sebaliknya teknik yang baik tidak pernah dapat membantu acara yang jelek menjadi baik. Yang penting diingat adalah konsep memberikan yang terbaik kepada pendengar wajib menjadi pegangan penyelenggara siaran.

8. Acara harus disajikan dengan bahasa sederhana

Gunakan bahasa sederhana, artinya bahasa yang dipakai sehari-sehari atau bahasa pergaulan. Jangan disajikan acara dengan bahasa ilmiah, kata-kata asing, atau kata-kata baru. Pendengar akan mengalami kesulitan mencerna isi acara. Sebab tidak semua pendengar memiliki kemampuan yang merata sehingga kemudahan menangkap isi acara berbeda-beda. Apabila ada kalimat yang tidak dimengerti oleh pendengar, ia tidak dapat meminta agar pembawa acara mengulangi kalimat tersebut seperti jika ia membaca surat kabar. Usahakan menghindari kalimat-kalimat asing, angka-angka pecahan, juga kalimat-kalimat yang terbalik.

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan stasiun penyiaran radio ialah menentukan *programming* penyiaran radio. Memastikan *positioning*

yang hendak dicapai. *Positioning* yang dimaksudkan adalah upaya agar pendengar yang akan diraih sesuai dengan citra yang dikehendaki. Salah satu upayanya adalah membuat format acara yang akan diudarakan kepada pendengar, sehingga antara *positioning* dan format akan membentuk citra stasiun penyiaran.

Dalam menyusun format acara suatu radio, yang harus di perhatikan ialah faktor ‘persaingan’ penyiaran radio, geografis, demografis, perilaku individu, dalam jumlah populasi penduduk dan yang paling penting adalah memahami bagaimana peluang periklanan dari *positioning* dan format stasiun untuk usaha penyiaran radio. Dalam penataan acara, terdapat beberapa elemen pendukung acara yang sangat berpengaruh terhadap segmentasi yang ditargetkan sebuah stasiun radio. Elemen tersebut ialah musik, kata-kata, identitas stasiun, iklan, gaya siaran, dan penjadwalan acara sesuai dengan segmen-segmen waktu yang direncanakan.

2. Teori *Uses and Gratification*

Littejohn dan foss (2009: 426) menyebutkan bahwa audiens pada teori *uses and Gratification* merupakan audiens yang aktif dan diarahkan oleh tujuan.

audiens sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan audiens dianggap sebagai perantara yang besar: mereka tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut.

Sejalan dengan pendapat diatas, Nurudin (2007;192) menyatakan bahwa teori *uses and gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk

memperlakukan media. Selain itu, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Elemen pola terpaan media yang berlainan pada teori *uses and gratification* berkaitan erat dengan *media exposure* atau terpaan media, karena mengacu pada kegiatan menggunakan media. Sehingga *exposure* lebih dari sekedar mengakses media. *Exposure* tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, akan tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media massa tersebut. *Exposure* merupakan kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok.

Boove dan Arens dalam Kriyantono (2010;208) menyatakan bahwa *media exposure* berkaitan dengan berapa banyak orang yang melihat program yang ditayangkan suatu media. Jika dikaitkan dengan radio, maka *media exposure* sangat erat hubungannya dengan seberapa banyak orang yang mendengarkan suatu program yang disiarkan sebuah stasiun radio.

Rosengreen dalam Rakhmat (2009; 66) menyatakan bahwa terpaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Sedangkan Sari

dalam Kriyantono (2010;209) mengoperasionalkan terpaan media menjadi jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, serta durasi penggunaan.

Riset yang dibuat oleh Philip Palmgreen mengenai salah satu macam riset *uses and gratification* sangat berkembang saat ini. Riset *uses and gratification* yang dikembangkannya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Namun, konsep yang diteliti oleh model Palmgreen tidak berhenti sampai disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas dengan setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*gratification Sought*) dan GO (*gratification obtained*). Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori *uses and gratification*, yaitu teori *expectancy values* (nilai pengharapan).

Palmgreen dalam Kriyantono (2010; 210) mengemukakan tentang teori pengharapan. Menurut teori nilai pengharapan, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. Kriyantono menjelaskan *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Selanjutnya, *gratification obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.

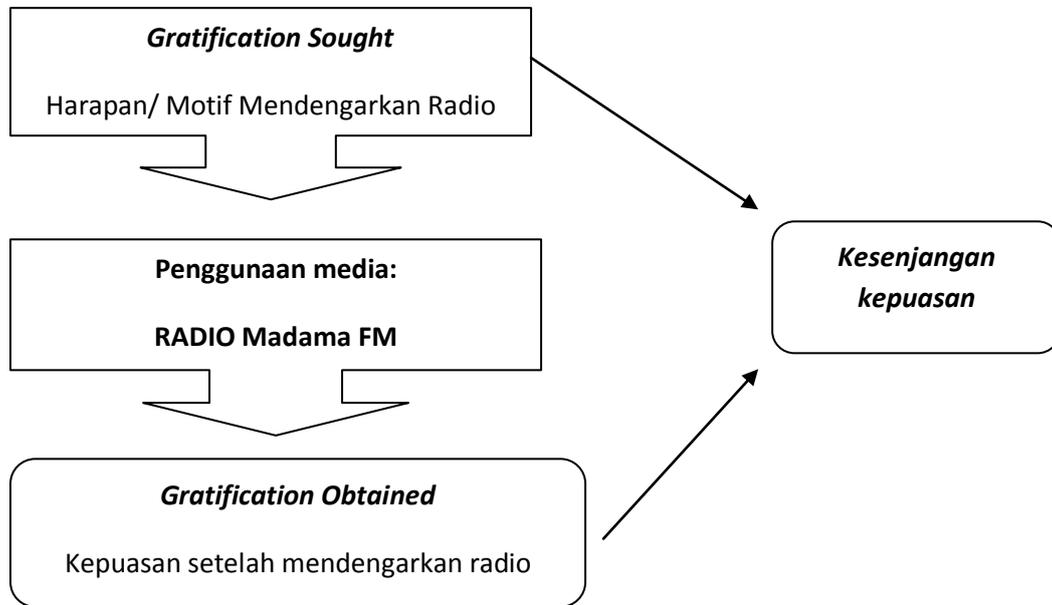
Untuk mengukur kepuasan penggunaan media, pertama penulis akan mengukur GS dan GO. setelah GS dan GO diketahui maka kepuasan dapat terlihat berdasarkan kesenjangan antara GS dan GO. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratifications*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor GS dan GO dalam mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil *discrepancy*-nya, semakin memuaskan media tersebut.

Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

1. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari *mean* skor GO (*mean* skor GS > *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tidak memuaskan khalayaknya.
2. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS sama dengan *mean* skor GO (*mean* skor GS = *mean* skor GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
3. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih kecil dari *mean* skor GO (*mean* skor GS < *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tersebut memuaskan khalayaknya.

Semakin besar kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.

Adapun skema kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka konseptual penelitian

D. Hipotesis

Terdapat dua situasi yang akan menjadi jawaban dari penelitian ini, situasi tersebut adalah sebagai berikut: H_0 yang berarti radio Madama FM tidak memuaskan pendengarnya dalam hal ini paramuda Makassar. H_1 yang berarti sebaliknya; radio Madama FM memuaskan pendengarnya.

Berdasarkan dua situasi yang dipaparkan di atas, peneliti memiliki hipotesis **menolak H_0 dan menerima H_1 : radio Madama FM memuaskan pendengarnya dalam hal ini paramuda Makassar.**

E. Defenisi Operasional

1. Kepuasan Pendengar

Kepuasan pendengar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi pendengar radio secara subyektif mengenai Radio MadamaFM.

Kepuasan diberi nilai berdasarkan skala likert :

1. Sangat tidak puas = 1

Dinilai sangat tidak puas bila hasil yang diperoleh pendengar sangat tidak sesuai dengan harapan/motif pendengar terhadap Radio Madama FM (jauh di bawah harapan pendengar).

2. Tidak puas = 2

Dinilai tidak puas bila hasil yang diperoleh pendengar tidak sesuai dengan harapan/motif pendengar terhadap Radio Madama FM.

3. Cukup puas = 3

Dinilai cukup puas bila hasil yang diperoleh pendengar masih kurang sesuai dengan harapan/motif pendengar, namun sudah mendekati nilai puas.

4. Puas = 4

Dinilai puas bila hasil yang diperoleh pendengar sesuai dengan harapan/motif pendengar terhadap radio Madama FM.

5. Sangat puas = 5

Dinilai sangat puas bila hasil yang diperoleh pendengar sangat sesuai dengan harapan/motif pendengar terhadap Radio Madama FM (jauh di atas harapan pendengar).

2. *Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau yang diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, atau koran). *Gratification sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media.
3. *Gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.
4. Kesenjangan Kepuasan (*discrepancy gratification*)
Kesenjangan kepuasan merupakan perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor GS dan GO dalam mengkonsumsi suatu media, dalam hal ini radio Madama FM.
5. Pendengar radio Madama FM adalah orang-orang yang mendengarkan Radio Madama FM yang disapa dengan Paramuda Makassar.
6. Madama FM adalah salah satu radio swasta yang segmentasi khalayaknya adalah anak muda dengan usia 15-25 tahun yang berkantor di jalan Kajoalalido no.2L.
7. Makassar adalah ibukota provinsi Sulawesi Selatan. Salah satu kota terbesar di Indonesia dengan luas wilayah 175,79 km² dan memiliki penduduk sekitar 1.352.136 jiwa. (Data BPS dalam MDA 2012)

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan, dimulai sejak April hingga Juni 2013 dan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah para pendengar radio Madama FM yang bermukim di kota Makassar.

2. Tipe penelitian

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif-deskriptif. Peneliti berusaha menggambarkan perbedaan kepuasan yang diperoleh para pendengar radio setelah mendengarkan radio Madama FM. Data ini kemudian akan di analisis dan diinterpretasi.

Tujuan dari format kuantitatif-deskriptif adalah untuk membuktikan hipotesis dan menguji teori yang diangkat dalam penelitian ini melalui penjelasan yang berlandaskan data-data objektif dan empiris.

3. Teknik pengumpulan data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah menyebarkan angket berstruktur dengan menggunakan kuesioner untuk memperoleh data primer mengenai kepuasan pendengar radio sebagai pendengar Madama FM .

Selain menemukan data primer dari menyebar kuesioner, peneliti juga melakukan pengamatan dan kajian pustaka yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

4. Populasi dan sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pendengar radio di kota Makassar yang mendengarkan radio Madama FM pada bulan April hingga Juni 2013.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*, yaitu para pendengar radio yang mendengarkan radio Madama FM. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini, berdasarkan jumlah pendengar radio Madama FM dari hasil survey AC Nielsen pada wave 4 tahun 2012 adalah sebanyak 44.000 orang, sehingga jika ditentukan jumlah sampel berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan sebesar 5%, maka akan diperoleh sampel sebanyak 345 orang sampel.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan *mean*. Uji atas kedua *mean* tersebut dilakukan untuk menegaskan perbedaan yang ada antara kedua *mean* tersebut adalah merupakan perbedaan yang signifikan (perbedaan yang berarti) dan bukan hanya secara kebetulan saja.

Untuk menguji tingkat signifikansi dilakukan dengan menggunakan uji t untuk sampel berpasangan. Adapun pertimbangan peneliti menggunakan rumus statistik karena t.test adalah berfungsi untuk menguji perbandingan, uji korelasional dan uji estimasi secara statistik.

Selain itu, t.test digunakan untuk data yang berskala ratio atau interval.

Sedangkan dalam penelitian ini datanya adalah berskala interval.

Adapun tahapan analisis datanya adalah sebagai berikut;

1. Masing-masing pertanyaan dari variabel yang telah ada, baik dari *Gratification Sought* maupun *Gratification Obtained* diberi skor dan dijumlahkan sehingga diperoleh hasil yang berupa skor *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dari radio Madama FM.
2. Kedua skor yang telah diperoleh tersebut kemudian di uji dengan menggunakan uji perbedaan dua sampel berpasangan untuk data berskala interval atau ratio yaitu dengan menggunakan uji t dengan rumus:

Rumus uji t:

$$t = \frac{MX - MY}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}$$

Dimana:

MX = rata-rata skor kelompok I

MY = rata-rata skor kelompok II

D = selisih skor kelompok I dan Kelompok II

N = jumlah pasangan skor

Prosedur penghitungan nilai t dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan menggunakan uji statistik paired sampel t.test.

3. Setelah besar t diketahui, untuk menentukan apakah nilai t tersebut memiliki nilai signifikan secara statistik atau tidak, maka nilai t tersebut dicocokkan dengan tabel t distribusi dengan tingkat signifikansi $p=0.05$ (2-tailed).
4. Setelah diketahui hasil dari uji signifikansi, jika didapati bahwa ada perbedaan yang signifikan antara pasangan GS dan GO langkah selanjutnya adalah membandingkan kedua mean skor tersebut. Jika mean skor GS lebih besar dari mean skor GO dapat dikatakan kebutuhan yang ada tidak terpuaskan. Sedangkan jika mean skor GS lebih kecil atau sama dengan mean skor GO, maka dapat dinyatakan bahwa kebutuhan yang ada terpenuhi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Radio Sebagai Komunikasi Massa

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama. Sebagai alat yang memberikan informasi, artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik, artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan serta moral seseorang. Sebagai alat menghibur, yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobbinya, dan mengisi waktu luangnya.

Ada satu definisi komunikasi massa yang dikemukakan Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble dalam Nurudin (2007;8) yang akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka, sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memencarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film atau gabungan diantara media tersebut.
2. Komunikator dalam media massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam

komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain . bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.

3. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu, diartikan milik publik.
4. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan , bukan organisasi sukarela atau nirlaba. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antarpribadi, kelompok, atau publik dimana yang mengontrol bukan sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi , memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor, dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.
5. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antar personal. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serampak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi yang lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu . Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

McQuail (1987;34) menjelaskan mengenai bentuk komunikasi dalam komunikasi massa yang terdiri atas beberapa alternatif yang dibaginya dalam tiga bentuk hubungan komunikasi yaitu:

1. Bentuk perintah (*the command mode*). Bersumber dari adanya perbedaan kekuasaan dan otoritas antara pengirim dan penerima. Dalam hal ini pengirim berada berada pada posisi lebih rendah dan tergantung. Tujuannya ialah untuk melakukan kontrol atau perintah. Pola hubungannya bersifat satu arah, tidak setara, dan tidak berdasarkan sukarela.
2. Bentuk pelayanan (*the service mode*) . ini adalah bentuk yang paling umum dan paling sering berlaku dalam hubungan antar pengirim dengan penerima. Kedua belah pihak diikat oleh kepentingan bersama dalam situasi pasar atau semacamnya (penewaran dan permintaan jasa simbolik). Media massa memberikan informasi atau hiburan sebagai imbalan yang berwujud pembayaran atau perhatian , dan menghubungkan para calon komunikator dengan khalayak yang mereka pilih sendiri. Sifat umum bentuk ini yaitu impersonalitas, bersifat non-moral, dan lain-lain.
3. Bentuk asosiasi (*the association mode*). Bentuk ini memiliki ikatan normatif atau nilai-nilai yang disepakati bersama, yang mendekatkan kelompok atau

publik tertentu terhadap suatu sumber media tertentu pula. Kedekatan dan perhatian penerima bersifat suka rela dan memuaskan hatinya. Bentuk ini melayani terutama kebutuhan para penerima, bukannya pengirim (atau keduanya secara seimbang).

Sebagai media massa, salah satu fungsi radio adalah melancarkan dan meningkatkan arus perdagangan. Masalah periklanan radio, termasuk keunggulannya antara lain cepat, murah,serta memiliki efek psikologis.

Sebagai salah satu media elektronika, radio mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. lambang komunikasi radio bersifat auditif, terbatas kepada rangkaian suara/bunyi yang hanya menerpa indera telinga. Karenanya radio tidak menuntut khalayaknya untuk memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainka sekedar kemampuan mendengar. Begitu sederhananya persyaratan yang dituntut radio.

Karena hanya membutuhkan indera pendengaran untuk menikmatinya, membuat radio sebagai sebuah media memiliki beberapa kelemahan, diantaranya (Romli,2009;21):

1. Selintas. Radio umumnya dapat diakses dengan cepat dan seketika, sehingga dapat hilang dan dilupakan dengan cepat pula. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak seperti ketika membaca koran yang bisa kembali dibaca dari awal ketika ada informasi yang kurang jelas.

2. *Global*. Sajian informasi dalam radio bersifat *global* dan tidak detil. Karenanya, angka-angka yang disebutkan dalam informasi radio umumnya dibulatkan.
3. Batasan waktu. Waktu siar dari radio sangat terbatas, hanya 24 jam sehari atau bahkan kurang. Tidak seperti surat kabar yang dapat menambah halaman dengan bebas.
4. *Lilier*. Program yang disajikan umumnya tertatur, yaitu berdasarkan jadwal yang sudah ada. Pendengar tidak bisa menikmati program dengan mengubah urutan jadwal program yang telah ada.

B. Karakteristik Radio

Pemberitaan dan penerapan jurnalisme di radio membutuhkan ketaatan terhadap kemampuan radio dan pemahaman mengenai karakteristiknya. Hal inilah yang menyebabkan pengelolaan pemberitaan radio menjadi berbeda dengan media massa lainnya. Terutama dalam hubungan dengan kekuatan dan kelemahannya. Dengan memahami dan menguasai keandalan siaran di radio termasuk kelemahannya, kekuatan pemberitaan di radio tentu bisa dimaksimalkan selain pula meminimalkan kelemahannya.

Jonathan dalam *Politik dan Radio: Buku Pegangan bagi Jurnalis Radio* (2000: 39) membagi karakteristik radio kedalam beberapa ciri, diantaranya:

1. Produksi radio hanya 'suara'

Harap selalu dicamkan, produksi radio semata-mata hanya 'suara'. Karena itu menjadi tantangan terbesar produsen berita radio memahami hal-hal yang

mungkin disiarkan dan yang tidak melalui radio. Keberhasilan utama pemberitaan radio apabila khalayak pendengar mampu menerima informasi tersebut dengan sempurna secara makna maupun persepsi. Dengan demikian, mudah dipahami, bahwa pemberitaan di radio yang hanya berujud suara tetap mempunyai keterbatasan misalnya, seberapa mampu suara mewakili informasi yang justru lebih jelas bila disampaikan melalui foto, gambar grafis, atau visual bergerak.

2. Informasi muncul selintas

Siaran radio punya ciri tidak terdokumentasi. Berkaitan dengan penampilannya yang hanya suara berakibat karakteristik suara di radio menjadi selintas. Artinya, suara itu lenyap dalam sekejap setelah mengudara. Bandingkan dengan media cetak yang menyajikan pemberitaan secara tercetak memberi keuntungan pada aspek dokumentasinya. Sehingga media cetak dapat ditunda pengonsumsian, karena materi tersebut tidak akan hilang. Berbeda dengan siaran radio yang tidak berwujud nyata, produksinya hanya bisa didokumentasi apabila direkam. Tetapi merekam siaran tentu bukan kelaziman pendengar. Akibat kelemahan dokumentasi ini, tantangan produksi program radio adalah bagaimana sekali informasi tersebut mengudara dan hanya dengan sekali dengar, khalayak pendengar mampu mencerna dan mengerti informasi tersebut. Itulah sebabnya radio dikenal sebagai medium yang wajib melakukan pengulangan- pengulangan agar pendengar semakin jelas memahami materi yang disiarkan. Sehingga tugas

utama seluruh anggota pemberitaan, memaksimalkan keselintasan siaran radio menjadi kenyamanan pendengar.

3. Unggul dalam kecepatan

Siaran radio dengan karakter proses produksi siaran yang pendek, alias tidak serumit dan sepanjang media cetak membuat informasi radio paling depan dalam kecepatan distribusi informasinya. Radio disebut-sebut sebagai “bisnis detik” artinya apa yang terjadi detik ini, radio mampu menyiarkannya pada menit yang sama. Perkembangan teknologi telekomunikasi seperti perangkat satelit dan seluler semakin memudahkan radio menampilkan kecepatannya menyiarkan informasi.

4. Imajinatif

Karena produksi informasi di radio berbentuk suara, maka proses dan dampak komunikasi yang diciptakannya juga berbeda. Dari satu sisi, hanya suara dipandang sebagai kelemahan. Tetapi di sisi lain justru hanya suara itulah yang paling kuat mengundang imajinasi pendengar. Karena pendengar berusaha memvisualkan suara itu dalam benak masing-masing. Akibat kekuatan imajinasi yang bisa sering tidak sama dengan realita, siaran radio lebih segera menyentuh emosi dibandingkan dengan nalar. Suara yang datang ketelinga pendengar sangat potensial mempengaruhi perasaan pendengar. Berbeda dengan tulisan di media cetak yang lebih banyak berproses di nalarnya baru keperasaan. Karena itu, programmer radio harus sangat berhati-hati karena sebelum informasi mengudara, menjadi sebuah keharusan untuk

memperhitungkan dampaknya sebelum menulis dan menyiarkan suatu program acara.

Produksi media radio yang hanya berupa suara menyebabkan penulisan atau pembuatan naskah siaran menjadi hal yang tidak mudah, serta bisa dikatakan unik dan kompleks. Prayudha (2005;231) mengatakan bahwa penulisan naskah radio adalah menulis untuk telinga bukan untuk mata. Oleh karena itu, Romli dalam dasar-dasar siaran radio, menjelaskan tentang 3 hal utama yang perlu diperhatikan dalam menyusun sebuah naskah siaran, yaitu:

1. Bahasa tutur

Dalam menulis naskah radio, bahasa yang digunakan adalah bahasa tutur. Bahasa tutur yang dimaksud yakni bahasa percakapan, informal, atau kata-kata dan kalimat yang biasa dipakai dalam obrolan sehari-hari.

2. KISS (*keep it simple and short*)

Gunakan kata-kata serta kalimat yang sederhana dan singkat sehingga mudah dimengerti. Kalimat panjang, selain menyulitkan pengucapan oleh penyiar, juga biasanya sulit dicerna. Sebaliknya, kalimat pendek akan mudah diucapkan oleh penyiar dan mudah dipahami oleh pendengar.

3. ELF (*easy listening formula*)

Gunakan rumus “enak didengar” , yaitu susunan kalimat yang jika diucapkan enak didengar dan mudah dimengerti pada pendengaran pertama. Naskah siaran haruslah sekali ucap langsung dimengerti.

C. Manajemen Siaran Radio

Ada tujuh pendekatan pengajian pesan pada sebuah program yang dikemukakan oleh Smith dalam Ritonga (Media Komunikasi Radio;103) sebagai berikut:

1. Komedi

Pada umumnya orang sependapat bahwa orang suka tertawa. Jika suatu program memberi kesempatan kepada pendengar untuk tertawa pada kesalahan dan tindakan yang lucu, mereka dapat melupakan untuk sementara waktu masalah-masalah yang dihadapi.

2. Konflik

Makin besar ancaman, makin menantang kesulitan-kesulitan untuk diatasi, makin besar minat pendengar. Bahkan kebanyakan komedi didasarkan pada konflik.

3. Partisipasi

Tiap program yang berhasil harus memiliki unsur partisipasi pendengar di dalamnya. Pendengar akan merasa langsung terpengaruh karena terlibat pada apa yang sedang terjadi. Bila situasi yang disajikan sama dengan yang terjadi pada pendengar, juga memungkinkan pendengar merasa terlibat pada suatu program.

4. *Human interest*

Umumnya orang tertarik akan manusia sebagai manusia. Mengenai apa yang mereka pikirkan, bagaimana mereka bereaksi dalam situasi sulit, dan bagaimana mereka mengatasi masalah-masalahnya, merupakan hal-hal yang

menarik minat manusia. Hal ini akan makin diminati, bila orang yang dijadikan bahan siaran dikenal oleh pendengar

5. Jenis kelamin

Sebuah pendekatan yang sangat kuat bagi para remaja dan anak muda. Lebih kuat lagi bagi wanita dibandingkan pria. Pendekatan jenis ini biasanya diberikan pada situasi anak pria bertemu anak wanita dengan romantis diantar dengan lagu-lagu bertema cinta. Ini dikenal sebagai unsur minat atau daya tarik cinta (*love interest*).

6. Stimuli emosional

Pada dasarnya manusia senang menggunakan emosinya. Umumnya, manusia akan mendapat kesenangan yang sesungguhnya dari membenci kejahatan atau mendengarkan musik patriotik.

7. Pendekatan minor

Berkaitan dengan hal-hal baru, baik itu mengenai kepentingan maupun informasi. Informasi itu sendiri mempunyai pendekatan yang kecil (minor) . namun, informasi akan memberikan pendekatan yang kuat jika berhubungan langsung dengan kepentingan pendengar.

Ketujuh pendekatan tersebut dapat dikombinasikan satu dengan lainnya. Kombinasi mana yang akan digunakan, bergantung pada tujuan program dan target pendengar stasiun radio bersangkutan.

Prayudha dalam Radio suatu pengantar untuk wacana dan praktik penyiaran (2005; 47) menyebutkan bahwa tujuan program stasiun radio komersil adalah untuk menyiarkan atau mengudarakan sesuatu yang bisa menarik perhatian

pendengar, kemudian bisa “dijual” kepada para pengiklan. Permasalahannya adalah bagaimana membuat program menarik dan mendapatkan pendengar.

Program acara menjadi sangat penting bagi sebuah stasiun radio karena programlah yang membuat radio bersangkutan dikenal oleh pendengarnya. Menurut Peter Pringle dalam Morissan (2008; 245) terdapat empat hal yang mempengaruhi keputusan perencanaan program yang terdiri atas:

1. Audien

Audien adalah faktor yang paling penting dan menentukan bagi stasiun penyiaran ketika merencanakan sebuah program. Audien menjadi pertimbangan utama dalam upaya memutuskan apakah akan memproduksi sebuah program atau tidak, sebab program yang gagal menarik dan memuaskan kebutuhan mereka, berada dalam posisi yang berbahaya. Begitu pula keuangan stasiun yang bersangkutan.

2. Pengelolah dan pemilik stasiun

Pengelolah bertanggung jawab menjalankan stasiun penyiaran dengan tujuan mendapatkan keuntungan bagi pemilik stasiun. Semakin besar audien yang dapat diperoleh, maka semakin besar pula kemungkinan mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, pengelolah stasiun harus memilih dan menjadwalkan program sedemikian rupa agar dapat menarik sebanyak mungkin audien di antara khalayak yang menjadi sasaran.

Dalam praktiknya, pemilik stasiun dapat juga memberikan pengaruh pada program. Selera atau apa yang disukai pemilik terkadang berperan dalam menentukan program.

3. Pemasang iklan dan sponsor

Program yang dapat menarik konsumen potensial suatu produk memiliki peluang besar untuk menarik pemasang iklan. Terlebih lagi, jika jumlah audien yang berhasil dijaring cukup besar dengan biaya pemasangan iklan yang kompetitif. Pemasang iklan yang menjadi sponsor, dalam arti bersedia membeli seluruh spot iklan suatu program secara keseluruhan bahkan dapat memberikan pengaruhnya dalam menentukan isi program sesuai dengan keinginannya. Dalam hal ini, pemasang iklan menentukan kekuatan keuangan stasiun penyiaran yang pada akhirnya berpengaruh pada perencanaan program.

4. *Regulator*

Pihak yang berwenang mengawasi stasiun penyiaran, yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan lembaga pemerintah lainnya juga memberikan pengaruh kepada stasiun penyiaran untuk menyajikan atau tidak menyajikan sebuah program.

Dengan adanya tombol *tuning*, pendengar begitu leluasa menentukan acara – acara yang menurutnya dapat memberikan kesenangan, memenuhi kebutuhannya. Akibatnya, acara-acara yang tidak menarik akan ditinggalkan pendengar dan dijauhi oleh pemasang iklan.

Morissan dalam Manajemen media Penyiaran (2008;201) menuliskan bahwa ada empat hal yang harus dipertimbangkan ketika merencanakan sebuah program siaran, yaitu:

1. *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien yang dituju.
2. *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi pemasang iklan yang berminat memasang iklan pada program yang bersangkutan.
3. *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program tersebut. Pemilihan waktu siar yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program yang bersangkutan.
4. *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual program tersebut sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

Sebelum merancang sebuah program radio, dibutuhkan gambaran yang spesifik tentang pendengar. Melakukan riset khalayak merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh informasi tersebut. Siapa pendengar suatu radio, apa yang ingin didengar dari sebuah stasiun, kapan mereka mendengar acara radio, dimana dan bagaimana kebiasaan mereka mendengarkan radio. Beranjak dari hasil riset inilah suatu acara dirancang, didiskusikan, dan akhirnya diproduksi.

D. Program Radio

Salah satu aspek yang dapat menentukan keberhasilan sebuah stasiun radio adalah berkaitan dengan program-program acara yang disiarkan. Program acara yang disiarkan. Program acara yang menarik akan mendongkrak nilai jual serta menempatkan posisi stasiun radio yang bersangkutan pada tempat yang terhormat.

Kata program berasal bersal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata “program” untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang diartikan sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.

Di Indonesia, program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran daripada kata siaran untuk mengacu kepada pengertian acara. Morissan (2008; 200) mendefenisikan program sebagai hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Sedangkan John R. Bittner dalam Masduki, mengartikan program sebagai barang yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mendengarnya.

Selanjutnya, dalam media komunikasi radio (1996; 62) Omar Abidin Gilang menuliskan bahwa program radio adalah rangkaian acara radio sepanjang hari. Program ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian berdasarkan pembagian waktu, misalnya program siaran pagi, siang, sore dan malam hari. Namun, pembagin ini tidaklah baku tetapi disesuaikan dengan kebutuhan stasiun radio yang bersangkutan.

Pendistribusian atau penempatan suatu acara siaran radio juga harus disesuaikan dan sebaiknya didasari oleh hasil riset mengenai kebutuhan khalayak, kemampuan khalayak dalam menyerap isi pesan, dan kebiasaan dengar mereka. Misalnya untuk program pagi, acara apa saja yang bisa dimuat. Umumnya, pagi

hari merupakan jam sibuk bagi pendengar. Ibu rumah tangga menyiapkan sarapan, remaja bersiap-siap kesekolah, sebagian bergegas untuk berangkat kekantor. Sebagai pengantar aktifitas mereka, sebaiknya pilih musik yang bisa membangkitkan semangat. Selain musik, dapat disisipkan informasi ringan mengenai cuaca, jalan raya, atau berita-berita aktual.

Untuk program siaran siang biasanya dibagi menjadi dua bagian, yaitu pukul 09-00 – 12.00 dan pukul 12.00 – 15.00. pada bagian pertama dapat ditempatkan acara yang lebih serius, misalnya talkshow dengan mengundang seorang narasumber untuk membahas suatu masalah yang sedang banyak dibicarakan. Kemudian, pada jam makan siang dan seterusnya bisa disajikan acara yang tidak menuntut perhatian yang serius.

Program sore dapat diisi dengan acara yang dikemas dalam bentuk variety show. Selanjutnya, acara malam hari yang merupakan program terberat penyelenggara siaran radio. Umumnya, sebagian besar khalyak sudah berada di rumah dan berkumpul bersama keluarga. Namun, kebanyakan lebih tertarik dengan acara televisi. Tetapi dengan sajian acara yang menarik, tidak menutup kemungkinan pemirsa akan meninggalkan layar kaca dan beralih untuk mendengarkan radio.

Kebanyakan stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Menurut Morissan (2008;224) secara umum program radio terdiri atas dua jenis, yaitu musik dan informasi. Kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam

berbagi bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audien dalam bentuk hal musik dan informasi.

Terdapat karakteristik tertentu yang harus dimiliki sebuah program radio sebelum program tersebut dinilai baik. Menurut Smith dalam Ritonga, sebuah program yang baik mempunyai kualitas yang membuatnya berbeda dari program lainnya. Perbedaan itu bisa terdapat dalam keaslian tema atau perlakuan.

Untuk membuat pendengar tetap *tune-in* (mendengar gelombang tertentu), unsur keberagaman juga perlu mendapat perhatian dalam membuat program. Hal ini agar perhatian pendengar dapat terus menerus diikat. Dalam hal ini perubahan program secara terus-menerus perlu dilakukan. Perubahan itu bisa berupa pelaku atau bidang masalahnya.

Ritonga (Media Komunikasi Radio;101) menekankan bahwa apapun format program, bentuk penyajian, atau pokok permasalahan yang akan disampaikan, sebaiknya tidak boleh dilupakan bahwa radio adalah media hiburan. Karena itu, semua penyiar harus memiliki wawasan luas tentang musik. Hal ini untuk memudahkan penyiar dalam mencari ragam musik dan lagu yang akan diramunya dengan informasi yang akan disajikan.

E. Format Siaran Radio

Setiap stasiun radio pada dasarnya harus mempunyai format yang jelas. Menurut Omar Abidin Gilang dalam Media Komunikasi Radio, format setiap stasiun dapat menjadi ciri khas dari stasiun yang bersangkutan. Format menjadi

penting bagi suatu stasiun pemancar radio, karena akan berkaitan dengan segmentasi khalayak.

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio.

Morissan (2008;220) mendefinisikan format sebagai penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio. Secara lebih sederhana dikatakan bahwa format stasiun radio penyiaran merupakan upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.

Sejalan dengan itu, Prayudha (2005;51) berpendapat bahwa format pada dasarnya merupakan pengaturan elemen-elemen program, berupa musik, identitas stasiun, informasi, dan spot komersial, ke dalam suatu susunan yang menarik untuk mempertahankan segmen pendengar yang dicari stasiun penyiaran radio.

Selanjutnya, Omar Abidin Gilang mengatakan bahwa format adalah kemasan yang mengemas program pagi, siang, sore, malam, dan dini hari. Kemasan ini menjadi ciri dari sebuah stasiun radio yang dapat dilihat dari siaran kata dan atau musik.

Prayudha dalam Radio Suatu Pengantar untuk Wacana Dan Praktik Penyiaran menyetarakan konsep penataan acara radio dengan pengembangan format. Sebuah stasiun radio penyiaran komersial yang berhasil akan menarik dan

meraih kelompok pendengar tertentu, maka konsep penataan acaranya harus memenuhi keinginan para pendengarnya. Hal ini dilakukan dengan harapan audiens akan menyukai dan setia terhadap stasiun penyiaran radio bersangkutan.

Pada kenyataannya, format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang akan disajikan. Morissan mengemukakan bahwa setiap program siaran yang mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin banyaknya audiens. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audiens.

Menurut Oseph Dominick dalam Morissan (2008; 221) , format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah, yaitu:

1. Kepribadian penyiar dan reporter
2. Pilihan musik dan lagu.
3. Pilihan musik dan gaya bertutur.
4. Spot atau kemasan iklan, jinggel, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

F. Pendengar Radio

Tidak hanya medianya yang memiliki sifat-sifat khas, khalayak atau pendengar radio pun memiliki karakter tersendiri. Romli (2009; 21) mengklasifikasikan karakteristik pendengar radio menjadi 4, yaitu:

1. Heterogen

Massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial-politik-budaya, kepentingan, yang terpencar di berbagai tempat.

2. Pribadi

Pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau organisasi. Karena itu komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran.

3. Aktif

Pendengar radio tidak pasif, tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi, dan menilai apa yang didengarnya.

4. Selektif

Pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, program, atau stasiun radio mana saja sesuai selera. Penyiar tidak bisa memaksa pendengar *stay tune* di gelombang yang sama setiap saat.

Pendengar merupakan sasaran komunikasi massa melalui media radio. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya dan melakukan kegiatan yang diinginkan pembicara dalam hal ini penyiar. Dengan dilakukannya kegiatan yang dibacakan oleh penyiar radio, maka pendengar tersebut dapat dikatakan sebagai pendengar yang loyal.

Jill Griffin (2005: 22) mengategorikan loyalitas menjadi empat jenis sebagai berikut:

1. Tanpa loyalitas

Pendengar tanpa loyalitas yang dimaksudkan adalah mereka yang memiliki keterkaitan yang rendah serta tune-in pada radio dalam waktu yang singkat pula. Untuk berbagai alasan, beberapa pendengar tidak mengembangkan loyalitas terhadap program atau acara tertentu. Misalnya, seorang pendengar yang hanya tune-in untuk mendengarkan sebuah lagu yang secara kebetulan didengarkannya. Setelah lagu kesukaannya tersebut berakhir, maka ia akan buru-buru memindahkan saluran radionya ke stasiun radio lain. Secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pendengar jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pendengar yang loyal; mereka hanya berkontribusi sedikit pada kekuatan keuangan perusahaan. Tantangannya adalah menghindari membidik sebanyak mungkin orang-orang yang seperti ini dan lebih memilih pendengar yang loyalitasnya dapat dikembangkan.

2. Loyalitas yang lemah

Keterikatan yang rendah digabung dengan perilaku tune-in yang lama menghasilkan loyalitas yang lemah. Pendengar jenis ini umumnya mendengarkan sebuah stasiun radio karena kebiasaan. Ini merupakan jenis konsumsi “karena kami selalu menggunakannya” atau “karena sudah terbiasa”. Pendengar ini merasakan tingkat kepuasan tertentu dengan stasiun radio, atau minimal tiada ketidakpuasan yang nyata. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada radio yang sering didengarkan.

3. Loyalitas tersembunyi

Tingkat preferensi yang tinggi digabung dengan perilaku tune-in yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi. Bila pendengar memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan tune-in berulang. Contohnya jika sepasang suami istri mendengarkan radio, si istri menyukai lagu-lagu barat, sedangkan suaminya menyukai lagu-lagu indonesia. Dengan memahami faktor situasi yang berkontribusi pada loyalitas tersembunyi, stasiun radio dapat menggunakan strategi untuk mengatasinya. Radio yang memutar lagu-lagu barat dapat mempertimbangkan untuk membuat sebuah program acara yang memutar lagu-lagu Indonesia.

4. Loyalitas premium

Loyalitas premium, loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterkaitan dan perilaku tune-in yang tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pendengar di semua stasiun radio. Pada tingkat preferensi paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga. Para pendengar misteri gunung merapi yang loyal senantiasa memberi tahu teman, tetangga dan keluarganya betapa serunya petualangan Mak Lampir; betapa ia akan menceritakan detail suatu episode, serta seberapa seringnya mereka mengikuti program tersebut.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Radio Madama FM

1. Sejarah dan perkembangan

PT Forum Madama atau yang lebih dikenal dengan Radio Madama didirikan pada tanggal 2 november 1988 oleh H.Halim Kalla yang saat itu juga merangkap sebagai pimpinan di radio Madama. Nama Madama mempunyai arti tersendiri, nama Madama merupakan singkatan dari Masyarakat Muda Makassar. Maksud dari didirikannya radio Madama adalah menambah hiburan dan pengetahuan musik juga info aktual bagi masyarakat Makassar. Radio Madama memiliki izin siaran dengan nomor izin 2223/RSPN/1989 dan PT.Forum Madama tercatat sebagai anggota PRSSNI dengan no. 441-VII-1988.

Di awal berdirinya, PT.Forum Madama terletak di jalan HOS Cokro Aminoto no.9 LT.4 gedung Anakuma dan menjadi radio FM pertama di kota Makassar. Dengan adanya Radio FM pertama (Radio Madama) di Makassar ini, maka bertambah pulalah yang membuka jalur baru di FM (*frequency modulation*).

Pada tanggal 1 Juni 1992, PT.Forum Madama tidak lagi dipegang oleh H.Halim Kalla. Pada saat itu, Tommy Adjaradji mengambil alih perusahaan menggantikan pimpinan sebelumnya. Berpindah tangannya pimpinan dalam PT. Forum Madama tidak membuat banyak perubahan pada bentuk *output* siaran, dengan kata lain masih tetap sebagai radio paramuda Makassar .

Setelah berjalan kurang lebih 2 tahun, pada tanggal 1 Januari 1994, PT.Forum Madama diambil alih lagi. Setelah H. Halim Kalla, Tommy adjaradji, radio madama dipegang oleh sejumlah orang yang hingga saat ini masih tetap memimpin radio Madama FM. Orang-orang tersebut ialah Peter Gozal selaku komisaris utama, Safari Azis (komisaris), dan Bachder Djohan (Direktur Utama).

Setelah hampir memasuki tahun ketujuhnya, radio Madama FM yang dulunya terletak di Jl. HOS Cokro Aminoto pindah. Pada tanggal 27 Agustus 1995 Radio Madama pindah menempati gedung sendiri yang baru, berlantai IV di jalan Kajoalalido No.2 L Makassar gedung tersebutlah yang menjadi kantor, sekaligus tempat produksi di radio Madama FM hingga sekarang.

Dengan diperbaharainya PT. Forum Madama, maka itu pulalah yang mempengaruhi para karyawannya untuk bekerja semakin giat, terbukti pada tahun 1995-1997 Radio Madama mendapatkan peringkat pertama dari radio-radio siaran swasta di Makassar, bahkan sulawesi Selatan. Hal tersebut berdasarkan penilaian dari SRI (Survey Riset Indonesia). Terlebih lagi karena hanya sekitar sebulan setelah menempati gedung baru, tepatnya minggu ke-3 september 1995, Radio Madama telah melakukan penggantian soft-ware besar-besaran. Perubahan dimulai dari antena, *transmitter*, audio processor, perlengkapan studio siaran dan studio rekaman, sampai ke pengadaan mobil unit yang memungkinkan Radio Madama melakukan siaran *live* setiap saat.

Radio madama sebagai radio swasta non pemerintah pertama di Makassar yang bergerak dijalur FM kini telah mengukir sejarah baru lagi. Hal tersebut

dikarenakan radio madama merupakan RSNP pertama di Makassar yang mampu melakukan siaran *live*. Hal yang lebih menggembirakan lagi, setelah menempati gedung baru dan mengalami penggantian / penambahan hardware, *coverage area* Radio Madama semakin luas. Sebelumnya, radio Madama FM sangat sulit untuk menangkap radius 60 km. Kini, crew madama harus bertambah repot untuk menerima telepon atau surat dari para pendengar yang radius keberadaannya 250-300 km, seperti dari sengkang, Polmas, Majene, dan sebagainya.

Radio yang mempunyai motto “ menebar benih gembira di muda usia dan memetik buah simpati di muda hati : ini mempunyai karyawan yang tidak lebih dari 20 orang, karena yang utama dibutuhkan disini adalah penyiar (*announcer*). Fungsi penyiar memberikan arti penting bagi radio, karena penyiarlah yang menghibur, menyampaikan informasi dan sebagainya kepada pendengar sambil menikmati musik yang mengalun. Semua langkah yang dilakukan terfokus untuk memenuhi tuntutan/keinginan para pendengarnya, yaitu masyarakat muda yang berusia 15-30 tahun dengan stratifikasi ekonomi menengah ke atas, dan juga memiliki daya beli serta selera yang tinggi.

2. Visi dan Misi PT. Forum Madama

- Visi radio madama

Menjadi simbol trend anak muda Makassar yang mampu berperan dalam proses pembentukan generasi yang sehat, cerdas, bermoral dan beretika budaya (*young, health, and care*).

- Misi radio madama
- 1. Menjadi pemicu peningkatan kualitas dan kreatifitas anak muda.
- 2. Menjadi pusat informasi aktifitas dalam kaitan pemberdayaan dan peningkatan kualitas hidup komunitas anak muda.
- 3. Menjadi trendsetter bagi penikmat dan pemerhati musik di Makassar.
- 4. Menjadi perekat dalam kaitan pemberdayaan komunitas anak muda dalam rangka peningkatan kualitas hidup.
- 5. Menjadi media untuk menyuarakan jati diri anak muda, dalam kaitan pencarian identitas dan peningkatan kualitas diri.
- 6. Menjadi pilihan pertama untuk *cooperation partnership* bagi *event* anak muda.

3. Struktur Organisasi

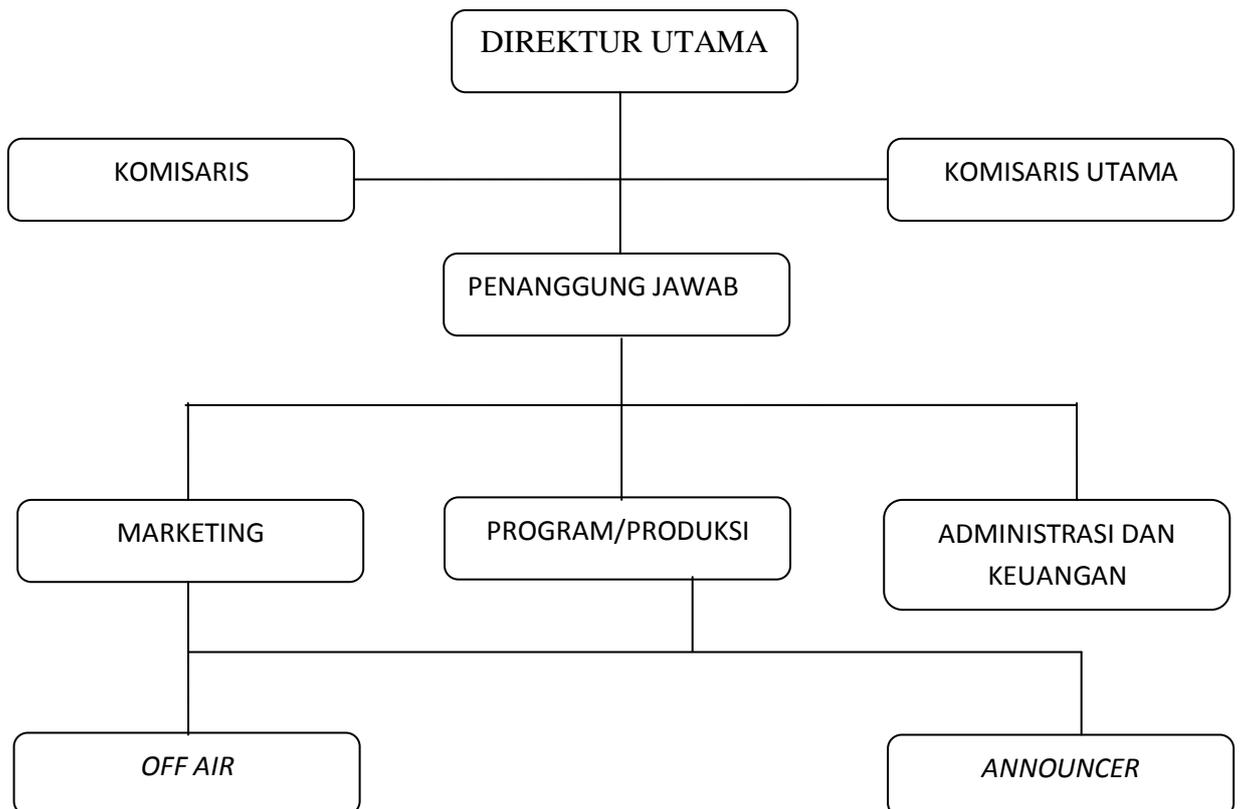
Setiap organisasi mempunyai struktur , baik organisasi sosial, pemerintahan, dan lainnya. Antara organisasi yang satu dengan yang lainnya mempunyai struktur yang berbeda-beda, tergantung pada besar kecilnya organisasi radio mempunyai struktur tersendiri dan berbeda dengan organisasi lainnya.

Suatu organisasi dengan tujuan yang sangat sederhana yang beranggotakan dua orang, pada hakekatnya belum memerlukan struktur yang sempurna. Penentuan tugas setiap anggota belum dikatakan sulit. Lain halnya bila kelompok orang-orang yang bekerja sama tersebut jumlahnya besar, sedangkan tujuan yang hendak dicapai cukup luas, maka struktur organisasi yang rapi merupakan suatu keharusan. Berdasarkan struktur yang ada, sebuah organisasi dapat menunjukkan

mekanisme kebijakan yang berlangsung didalamnya sehingga mudah dimengerti. Demikian halnya dengan mekanisme kerja dan tanggung jawab dalam organisasi tersebut akan dapat diketahui berdasarkan struktur yang ada.

Sebuah organisasi radio siaran swasta kemungkinannya tidak memiliki struktur yang sama antara satu radio dengan radio siaran yang lainnya. Hal ini tergantung bagaimana *management*, tujuan atau target serta bentuk-bentuk tanggung jawab yang diinginkan.

STRUKTUR ORGANISASI PT.FORUM MASYARAKAT MUDA MAKASSAR



Gambar 3.1

Struktur organisasi PT.Forum Madama

Struktur organisasi Radio Madama FM sebagai Berikut:

- Direktur utama : Ir. Bachder Djohan MM
- Komisaris Utama : Peter Gozal
- Komisaris : M. Safari Azis
- Penanggung jawab umum : Isyiana Atmnanegara Abdi SS
- Penanggung jawab siaran : Andy fauzan
- Penanggung jawab teknik : Muhammad Ikhlas
- Penanggung jawab keuangan : Haliya Amd
- Penanggung jawab bidang usaha : Fidiah insenia ishlah Amd
- Penyiar : Patrick rasyid
Nadya septiana sahputri
Jenny frans pongrangga
Apriani pratiwi
Cipta perdana
Aulia mahardika
Pipit defrianty
Indra mahaputra
Muhammad Gibran

4. Uraian Tugas

PT. Radio madama FM dalam rangkaian mencapai tujuan organisasi telah membentuk sebuah struktur yang diharapkan dapat berfungsi semaksimal mungkin agar kinerja perusahaan dapat berjalan efektif. Untuk itu, penulis berusaha menguraikan tugas-tugas yang, mengacu pada struktur yang ada:

a. Komisaris utama

Adalah pemegang pucuk pimpinan yang tertinggi pada sebuah perusahaan meskipun bukan sebagai pemegang saham perusahaan. Seorang komisaris berhak untuk memberikan nasehat kepada seluruh karyawan perusahaan. Komisaris tersebut tidak harus berada dibelakang meja dan mengarahkan karyawan secara langsung. Bila komisaris mempunyai sesuatu yang ingin disampaikan, penyampaiannya itu cukup melalui Direktur Utama/ *general manager*. Walaupun demikian, komisaris tetap melakukan pengawasan dari jauh.

b. *General manager* / direktur utama

General manager / direktur utama merupakan kedudukan yang tertinggi untuk sebuah perusahaan representatif/perwakilan. Meskipun ada penggabungan antara dua perusahaan dan menjadi satu, namun untuk pimpinan perusahaan perwakilan tetap dikepalai oleh seorang direktur utama. Arti dari direktur utama adalah kekuasaan atau wewenang untuk memimpin suatu perusahaan.

c. Bagian administrasi dan keuangan

Bagian keuangan menangani semua masalah keuangan yang ada dalam perusahaan. Semua keuangan yang masuk dijadikan tambahan modal untuk kelanjutan hidup perusahaan serta bertugas mengatur semua administrasi perusahaan, mulai dari kelengkapan sarana dan prasarana dan juga surat keluar maupun surat masuk. Bagian administrasi juga memberikan rekomendasi yang telah disahkan oleh seorang direktur utama/ *general manager* untuk menyetujui sesuatu hal yang berhubungan dengan kelancaran usaha perusahaan.

Bagian ini pula yang harus mengetahui administrasi yang dilakukan oleh semua divisi yang ada apabila mereka ingin membuat surat ataupun proposal yang akan dikeluarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

d. Marketing

Bertugas menjembatani antara pihak radio dan pihak luar , misalnya ada proposal kerjasama dengan pihak luar, maka marketinglah yang bertugas mengkoordinasikannya.

e. Program director

Program director adalah orang yang bertugas membuat jadwal siaran, mengatur format siaran, pengatur staff penyiar sesuai dengan program dan jadwal yang dibuat, memantau siaran, serta mengontrol kualitas program siaran.

f. Music director

Music director bertanggung jawab atas boleh tidaknya sebuah lagu diputarkan oleh penyiar, promo album dari sebuah perusahaan rekaman dan berkoordinasi dengan program director selaku atasannya.

g. Announcer

Bertugas sebagai orang yang menyiarkan berita/informasi kepada audiens.

h. Teknisi

Bertugas untuk memperbaiki dan mengontrol kelayakan alat-alat yang mendukung penyiaran

i. Keamanan / rumah tangga

Bagian pendukung ini biasanya tidak terlibat secara langsung dalam proses siaran, akan tetapi dibutuhkan oleh perusahaan pemilik stasiun radio.

5. Program Acara

Berikut program-program acara yang disajikan Madama FM yang kesemuanya merupakan program unggulan:

a. Madama Chart Indie 9

Waktu siar : Jumat pukul 19.00-21.00 WITA.

Sebuah program di radio Madama FM yang berisi kumpulan lagu-lagu terbaik yang berasal dari band lokal yang ada di kota Makassar. Acara ini di kemas dengan menyajikan 9 lagu-lagu indie terbaik pilihan Madama. Acara ini di pandu oleh Dj Fauzan.

b. Love Engine

Waktu siar : Jumat pukul 22.00 WITA sampai Sabtu pukul 01.00 WITA.

Program pada radio Madama yang membicarakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kisah asmara, dan apapun yang berhubungan dengan percintaan. Acara ini di pandu oleh DJ Nadia.

c. Morning at Madama

Waktu siar : Senin-Kamis 06.00 – 09.00 WITA oleh dj cipta

Sebuah program yang memutarakan lagu-lagu hits , obrolan segar tentang kehidupan dan topik aktual. Sebuah program yang dapat dijadikan referensi bagi paramuda Makassar untuk melengkapi aktifitas di pagi hari. Program ini dipandu oleh Dj Cipta perdana yang membicarakan topik yang berbeda setiap harinya, seperti gauls room, tebak lirik, ataupun obrolan seputar cewek, dll

d. Hot Air Play

Waktu siar : Jumat pukul 13.00 -15.00 WITA

Sebuah program yang di panu oleh Dj Eik yang memutarakan lagu-lagu ter 'hot' versi Madama FM, baik itu western maupun indonesia yang dipilih berdasarkan seringnya suatu lagu di request di radio madama fm. Hot air play juga memberikan informasi kepada para pendengarnya mengenai penyanyi, album suatu lagu dll.

e. Holyroxx

Waktu siar : Sabtu Pukul 09.00 12.00 WITA.

Program di Madama FM yang dipandu oleh Dj Cipta dan Dj Kiki, yang memutarakan lagu-lagu rock dan segala sesuatu tentang music rock. Selain

memutarkan lagu-lagu rock dan info-info seputar lagu rock, program ini juga memberikan chart lagu-lagu rock.

f. Pick And Play

Waktu siar : Senin – Kamis 12.00- 15.00 WITA.

Program yang di pandu oleh Dj Pipit yang memutarkan lagu-lagu western yang dipilih berdasarkan pilihan paramuda Makassar. Program ini juga memberikan informasi-informasi unik seperti keunikan hewan gajah, fakta mengenai eiffel dll.

g. Madama Chart Top 100

Waktu siar: Sabtu Pukul 12.00-15.00 WITA.

Program unggulan dari Madama FM yang dipandu oleh Dj Patrick. Program ini berisi 100 lagu-lagu western yang paling top, hits yang dipilih berdasarkan jumlah voting yang masuk ke radio madama. Voting dalam menentukan hitsnya sebuah lagu didasarkan pada jumlah request pendengar radio Madama yang masuk.

h. Sore Seru Show

Waktu siar : Senin- Kamis 15.00 – 18.00 WITA.

Sebuah program dari radio Madama FM yang dipandu oleh DJ Sadli dan Dj Jenny yang berisi informasi-informasi ringan, karaoke on radio, serta hal-hal lain yang seru. Program ini merupakan program unggulan yang menemani sore paramuda Makassar setelah beraktifitas seharian.

i. Radio Cafe

Waktu siar : Sabtu pukul 15.00 – 18.00 WITA.

Sebuah program unik dari Radio Madama FM yang membahas obrolan seputar cewek, baik itu kehidupan, kesehatan, hobi, asmara dan lain-lain namun ditujukan untuk pendengar cowok. Dipandu oleh dua orang Dj cewek Madama FM yaitu DJ Nuniek dan Dj Pipit. Tujuan program ini adalah agar para cowok dapat lebih peka dan mengerti terhadap dunia cewek.

j. Slow Down

Waktu siar : Senin – Kamis pukul 18.00 21.00 WITA.

Program dari Madama FM yang memutarakan lagu-lagu dengan tempo medium dan slow yang dipilih berdasarkan request dari paramuda Makassar. Dipandu oleh Dj Indra yang membawa program semakin *slow* dan menenangkan paramuda Makassar.

k. World Music

Waktu siar : Sabtu pukul 18.00- 21.00 WITA.

Acara dengan motto “sound of asia” mengedepankan musik-musik yang hits di benua Asia, sama seperti mottonya. Program ini memutarakan hits-hits di benua asia seperti lagu-lagu K-pop, J-pop, dan Bollywood. World music di bawakan oleh Dj Nadia.

l. New Kamar 877

Waktu siar : Senin- Jumat pukul 21.00 WITA - pukul 01.00 WITA

Sebuah program *variety show* yang merupakan siaran malam yang berisi obrolan bebas, quiz, dan kadangkala menghadirkan bintang tamu cewek

yang memiliki peran di kota makassar. Program ini dibawakan oleh Dj Fauzan dan Dj Dhika.

m. Exit Permit

Waktu siar : Sabtu pukul 21.00 wita – minggu pukul 01.00 wita.

Sebuah program yang dikemas untuk menemani malam minggu paramuda Makassar yang berisi sesuatu yang random, biasanya mengangkat suatu topik bebas yang selanjutnya menjadi obrolan bagi paramuda Makassar dan dua orang Dj Madama FM yaitu Dj Sadli dan Dj Iwid.

n. Asli Indonesia

Waktu siar : Senin – Jumat pukul 09.00 – 12.00 WITA.

Program Madama FM yang memutarakan lagu-lagu berbahasa Indonesia. Lagu-lagu yang diputarkan pada program ini dipilih berdasarkan request paramuda Makassar. Program ini di pandu oleh Dj Nuniek yang menemani paramuda Makassar di siang hari.

o. Madama Chart Indo 20

Waktu siar : Jumat pukul 20.00 – 22.00 wita oleh cipta perdana

Program yang dibawakan oleh Dj cipta yang memutarakan 20 tangga lagu indonesia terbaik pilihan paramuda makassar yang dipilh berdasarkan voting request.

p. Morning At Madama Weekend

Waktu siar : Jumat – Sabtu pukul 06.00 – 09.00 WITA.

Sebuah program *variety show* yang berisi informasi-informasi ringan, recommended place, lagu request serta obolan seputar dunia sepak bola.

Acara ini dibawakan oleh Dj Gibran dan Dj Dian. Di hari sabtu biasanya diisi dengan menghadirkan komunitas pecinta bola yang ada di kota Makassar seperti Interisti Makassar, Milanisti Makassar, Madridista Makassar dll.

q. The pops

Waktu siar : Jumat 15.00-18.00 oleh dj jenny

Sebuah program unggulan dari Madama FM yang dipandu oleh Dj Jenny. Program ini berisi lagu-lagu *just-release* yaitu lagu-lagu yang belum masuk kedalam chart di radio Madama FM. The pops juga menghadirkan komunitas-komunitas lokal yang ada di kota makassar sebagai bintang tamu untuk membahas seputar komunitas tersebut. Selain itu, obrolan seputar film, *original soundtrack* dari suatu film semuanya dikupas tuntas dalam program the pops.

B. Kota Makassar

1. Keadaan Geografis Kota Makassar

Kota Makassar merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia dan sekaligus sebagai ibukota provinsi Sulawesi Selatan dengan motto: “Sekali Layar Terkembang Pantang Biduk Surut Kepantai”. Kota Makassar merupakan kota terbesar keempat di Indonesia dan terbesar di Kawasan Timur Indonesia.

Sebagai pusat pelayanan di Kawasan Timur Indonesia (KTI), kota Makassar berperan sebagai pusat perdagangan barang dan jasa, pusat kegiatan industri, pusat kegiatan pemerintahan, simpul jasa angkutan barang dan penumpang baik

darat, laut, maupun udara dan pusat pelayanan pendidikan dan kesehatan. Adapun lambang kota Makassar dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.2
Lambang Kota Makassar

Kota Makassar secara administratif merupakan ibukota provinsi Sulawesi Selatan yang sebelumnya bernama kotamadya Ujung Pandang. pergantian ini terjadi pada tanggal 1 Januari 2000. Secara geografis, kota ini terletak pada koordinat $5^{\circ} 8'6''19''$ Lintang Selatan dan $119^{\circ} 24'17''38''$ Bujur Timur dengan wilayah seluas $175,77 \text{ km}^2$.

Kota Makassar terdiri dari 14 Kecamatan yang terdiri dari 11 Kecamatan definitif dan 3 kecamatan perwakilan, dan 143 kelurahan. Namun, sejak keluarnya surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No.43 tahun 1993, maka ketiga kecamatan perwakilan kota Makassar ditetapkan menjadi kecamatan induk. Adapun ketiga kecamatan yang dimaksud adalah kecamatan Tamalanrea pemekaran dari kecamatan Biringkanaya, kecamatan Rappocini pemekaran dari

kecamatan Tamalate, dan kecamatan Manggala pemekaran dari kecamatan Panakkukang.

Secara geografis batas-batas kota Makassar sebagai berikut:

1. Sebelah Barat : Selat Makassar
2. Sebelah Utara : Kabupaten Maros
3. Sebelah Timur : Kabupaten Maros
4. Sebelah Selatan : Kabupaten Gowa.

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 3.3
Peta Kota Makassar

2. Keadaan Demografis Kota Makassar

Kondisi geografis kota Makassar yang terletak di tengah wilayah kepulauan nusantara menjadikan kota ini sebagai pusat pergerakan spatial dari wilayah barat ke timur maupun wilayah utara ke selatan Indonesia. Kota Makassar menjadi kota yang memiliki daya tarik kuat bagi para imigran, baik dari wilayah barat Indonesia maupun dari Wilayah timur Indonesia untuk mencari tempat tinggal dan lapangan kerja.

Kota Makassar tergolong salah satu kota terbesar di Indonesia dari aspek pembangunannya dan secara demografis ada berbagai suku bangsa yang menetap di kota ini. Suku yang signifikan jumlahnya di kota Makassar adalah suku Makassar, Bugis, Toraja, Mandar, Buton, Jawa, dan Tionghoa.

Penyebaran penduduk kota Makassar dirinci menurut kecamatan , menunjukkan bahwa jumlah penduduk masih terkonsentrasi di wilayah kecamatan Tamalate, yaitu sebanyak 172.506 jiwa, di susul kecamatan Biringkanaya sebanyak 169.340 jiwa, kecamatan Rappocini sebanyak 152.531 jiwa, dan yang terendah adalah kecamatan Ujung Pandang sebanyak 27.160 jiwa. Komposisi menurut jenis kelamin dapat ditunjukkan dengan rasio jenis kelamin sekitar 97,55 % yang berarti setiap 100 jiwa perempuan terdapat 98 jiwa laki-laki. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Jenis Kelamin Di Kota Makassar

KODE WILAYAH	KECAMATAN	LAKI- LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH PENDUDUK
010	MARISO	28.101	28.307	56.408
020	MAMAJANG	29.085	30.474	59.560
030	TAMALATE	85.279	87.227	172.506
031	RAPPOCINI	74.077	78.454	152.531
040	MAKASSAR	40.616	41.862	82.478
050	UJUNG PANDANG	12.805	14.355	27.160
060	WAJO	14.415	15.223	29.639
070	BONTOALA	26.684	28.030	54.714
080	UJUNG TANAH	23.603	23.530	47.133
090	TALLO	67.888	67.686	135.574
100	PANAKKUKANG	70.663	72.066	142.729
101	MANGGALA	59.008	59.183	118.191
110	BIRINGKANAYA	83.996	85.344	169.340
111	TAMALANREA	51.462	52.713	104.175
7371	MAKASSAR	667.681	684.455	1.352.136

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar Dalam "Makassar Dalam Angka 2012"

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi penduduk kota Makassar yang tergolong kedalam kategori kelompok usia. Kelompok usia yang dimaksud adalah kelompok usia target suatu media, adapun kelompok usia yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah penduduk kota Makassar yang berumur 15-29 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik, tercatat jumlah penduduk kota

Makassar tahun 2012 dengan kisaran usia 15-29 tahun adalah sebanyak 445.870 jiwa yang terdiri atas 218.064 jiwa laki-laki dan 227.806 jiwa perempuan. Jumlah tersebut dituangkan kedalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Jumlah Penduduk Kota Makassar 2012 Usia 15-29 Tahun

KELOMPOK UMUR	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
15 – 19	69.163	74.190	143.353
20 - 24	83.367	87.312	170.679
25 – 29	65.534	66.304	131.838
JUMLAH	218.064	227.806	N= 445.870

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Makassar dalam "Makassar dalam Angka 2012"

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

Sesuai dengan judul yang telah di sebutkan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pendengar radio Madam FM di Makassar serta untuk mengetahui harapan dan pengalaman pendengar radio Madama FM di Makasasar.

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Makassar yang mendengarkan radio Madama FM. Adapun jumlah responden yang menjadi sampel didapat dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael yang berjumlah 345 responden. Untuk lebih jelasnya, maka hasil penelitian ini dapat kita lihat pada tabel di bawah ini.

1. Identitas Responden

1.1 Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

N = 345

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	144	41.7
Perempuan	201	58.3
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki persentase lebih besar yaitu sebanyak 201 orang (58,3%) dan responden laki- laki sebanyak 144 responden (41,7%).

1.2 Umur

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

N = 345

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
15-18 tahun	152	44.1
18-22 tahun	169	49.0
23-26 tahun	19	5.5
27-30 tahun	5	1.4
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa pada penelitian ini, responden yang berumur 18-22 tahun memiliki persentase tertinggi yaitu sebanyak 169 orang (49%), responden yang berumur 15-18 tahun sebanyak 152 orang (44,1%), responden yang berumur 23-26 tahun sebanyak 19 orang (5,5%), dan terakhir responden yang berumur 27-30 tahun sebanyak 5 orang (1,4%).

1.3 Pendidikan

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

N = 345

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Tamat SD	1	0.3
Tamat SMP	111	32.2
Tamat SMA	206	59.7
Tamat S1	9	2.6
Tamat S2/S3	18	5.2
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa pada penelitian ini, responden dengan pendidikan tamat SMA memiliki persentase paling tinggi yaitu sebanyak 206 responden (59,7%), disusul responden dengan pendidikan tamat SMP sebanyak 111 responden (32,2%) ,tamat S2/S3 sebanyak 18 responden (5,2%), tamat S1 sebanyak 9 responden (2,6%) dan responden terendah berasal dari responden dengan pendidikan tamat SD yaitu sebanyak 1 responden (0,3%).

1.4 Pekerjaan Orang Tua

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua
N = 345

Pekerjaanorangtua	Frekuensi	Persentase (%)
Pedagang/pengusaha	76	22.0
Pegawai negeri sipil	134	38.8
Tni/polri	18	5.2
Pegawai bumh/swasta	50	14.4
Proffesional	7	2.0
Politisi	5	1.4
Buruh	7	2.0
Lainnya	48	13.9
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Dari dari tabel 4.4 diatas, terlihat bahwa jumlah responden dengan orang tua yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) memiliki persentase terbanyak yaitu 134 responden (38.8%), disusul pedagang/pengusaha sebanyak 76 responden (22%), pegawai BUMN/swasta sebanyak 50 responden (14.4%), responden dengan pekerjaan orang tua dengan kategori pekerjaan lainnya (petani, pensiunan dan lain-lain) memeiliki persentase sebanyak 48 responden (13,9%), TNI/Polri sebanyak 18 responden (5,2%), profesional dan buruh memiliki persentase yang sama yaitu masing-masing sebanyak 7 responden (2%) dan politisi sebanyak 5 responden (1,4%).

1.5 Pendapatan Orang Tua

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

N = 345

Pendapatan orangtua perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
< 1.000.000	30	8.7
1.000.001 - 2.000.000	57	16.5
2.000.001-3.000.000	79	22.9
3.000.001-4.000.000	86	24.9
> 4.000.000	93	27.0
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.5 diatas terlihat bahwa responden dengan penghasilan orang tua >Rp. 4.000.000 memiliki jumlah paling banyak yaitu sebanyak 93 responden (27%), disusul responden dengan penghasilan orang tua sebesar Rp. 3.000.001-Rp 4.000.000 sebanyak 86 responden (24,9%), Rp. 2.000.001- Rp. 3.000.000 sebanyak 79 responden (22,9%), Rp. 1.000.001- Rp. Rp.2.000.000 sebanyak 57 responden (16,5%), dan responden dengan penghasilan orang tua < Rp.1.000.000 memiliki persentase terkecil, yaitu sebanyak 30 responden (8,7%).

1.6 Status Perkawinan

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Status Perkawinan

N = 345

Status perkawinan	Frekuensi	Persentase (%)
Belumkawin	331	95.9
Kawin	14	4.1
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.6 diatas, dapat kita lihat bahwa responden yang belum kawin mendominasi jumlah sampel yaitu sebanyak 331 responden (95,9%), dan responden yang sudah kawin sebanyak 14 responden (4,1%).

1.7 Suku

Tabel 4.7
Distribusi Responden Berdasarkan Suku

N = 345

Suku	Frekuensi	Persentase (%)
Makassar	93	27.0
Bugis	168	48.6
Toraja	30	8.7
Mandar	17	4.9
Lainnya	37	10.7
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa responden yang bersuku Bugis mempunyai persentase tertinggi yaitu sebanyak 168 responden (48,6%),

disusul responden bersuku Makassar sebanyak 93 responden (27%), kemudian responden dengan kategori suku lainnya (Jawa, Buton, dan lain-lain) sebanyak 37 responden (10,7%), Toraja 30 responden (8,7%), dan Mandar 17 responden (10,7%).

1.8 Kepemilikan Media

Tabel 4.8

Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Media

N = 345

Kepemilikan media	Frekuensi	Persentase(%)
Surat kabar +tv +radio+internet	134	38.8
Radio +internet	2	0.6
Surat kabar+ radio+televisi	12	3.5
Surat kabar+radio +internet	2	0.6
Radio+televisi+internet	168	48.7
Radio+televisi	27	7.8
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki media berupa radio, televisi, dan internet mempunyai persentase tertinggi yaitu sebanyak 168 responden (48,7%), disusul responden yang memiliki media berupa surat kabar/majalah, televisi, radio dan internet sebanyak 134 responden (38,8%), kemudian responden dengan kepemilikan media berupa radio dan televisi sebanyak 27 responden (7,8%), responden dengan kepemilikan media berupa surat kabar, radio, dan televisi sebanyak 12 responden (3,5%), dan responden dengan kepemilikan media berupa radio dan internet memiliki persentase yang

sama dengan responden dengan kepemilikan media berupa surat kabar, radio, dan internet yaitu masing-masing sebanyak 2 responden (0,6%).

2. Variabel Perilaku Pendengar Madama FM

2.1 Seringnya Mendengarkan Madama FM Seminggu Terakhir

Tabel 4.9
Perilaku Responden Berdasarkan Seringnya Mendengar Madama FM

N = 345

Seringnya Mendengarkan Madama Fm Seminggu Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1-3 kali	255	73.9
4-7 kali	61	17.7
8-10 kali	17	4.9
11-15 kali	2	0.6
>15 kali	10	2.9
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.9 diatas menunjukkan keseringan responden mendengarkan Madama FM seminggu terakhir. Dari tabel diatas, terlihat pula bahwa responden yang mendengarkan 1-3 kali sebanyak 255 responden (73,9%), 4-7 kali sebanyak 61 responden (17,7%), 8-10 kali sebanyak 17 responden (4,9%), >15 kali sebanyak 10 responden (2,9%), dan hanya 2 responden (0,6%) yang mendengarkan sebanyak 11-15 kali.

2.2 Waktu yang dipergunakan Setiap Mendengarkan MadamaFM

Tabel 4.10
Perilaku Responden Berdasarkan Waktu yang Dipergunakan Ketika
Mendengar Madama FM

N = 345

Waktu Yang Digunakan Tiap Mendengar Madama Fm	Frekuensi	Persentase (%)
10-45 menit	259	75.1
46-90 menit	61	17.7
91-135 menit	8	2.3
136-180 menit	8	2.3
>180 menit	9	2.6
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.10 diatas menunjukkan waktu yang di gunakan pendengar Madama FM (tiap kali mendengarkan) adalah sebanyak 259 responden (75,1%) yang mendengarkan selama 10-45 menit, 61 responden (17,7%) mendengarkan selama 46-90 menit, terdapat 9 responden (2,6%) yang mendengarkan >180 menit, dan terdapat masing-masing 8 responden (2,3%) yang mendengarkan MadamaFM selama 91-135 menit dan 136-180 menit.

2.3 Tempat Mengakses Madam FM

Tabel 4.11
Perilaku Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Madama FM

N = 345

Tempat Mendengarkan Madamafm	Frekuensi	Persentase (%)
Rumah	203	58.8
Kendaraan	89	25.8
Kantor	8	2.3
Sekolah	9	2.6
Lainnya	36	10.4
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa rumah merupakan tempat yang paling banyak digunakan oleh pendengar Madama FM untuk mengakses Madama FM yaitu sebanyak 203 responden (58,8%), selanjutnya kendaraan sebanyak 89 responden (25,8%), dan terdapat 36 responden (10,4%) yang memilih tempat dengan kategori lainnya (kampus, warkop, dan lain-lain), 9 responden (2,6%) mendengarkan Madama FM di sekolah, dan hanya 8 responden (2,3%) yang mendengarkan Madama FM di kantor.

2.4 Kegiatan Lain yang dilakukan Ketika Mendengarkan Madama FM

Tabel 4.12
Perilaku Responden Berdasarkan Kegiatan Lain yang dilakukan Ketika Mendengarkan Madama FM

N = 345

Kegiatan Lain Ketika Mendengar Madama FM	Frekuensi	Persentase (%)
Hanya mendengarkan	172	49.9
Belajar	33	9.6
Makan	33	9.6
Mengemudi	48	13.9
Membaca	31	8.9
Lainnya	28	8.1
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.12 diatas menunjukkan kegiatan lain yang dilakukan pendengar ketika mendengarkan Madama FM. Dari tabel terlihat bahwa 172 responden (49,9%) hanya mendengarkan, terdapat 48 responden (13,9%) mendengarkan Madama FM sambil mengemudi, belajar dan makan memiliki persentase yang sama yaitu sebesar 33 responden (9,6%), 31 responden (8,9%) mendengarkan Madama FM sambil membaca, dan 28 responden (8,1%) mendengarkan Madama FM sambil melakukan kegiatan dengan kategori lainnya (*on line*, melakukan pekerjaan rumah, dan lain-lain).

2.5 Program Madama FM yang Paling Memuaskan

Tabel 4.13

Perilaku Responden Berdasarkan Program Yang Paling Memuaskan

N = 345

Program Madama FM Yang Paling Memuaskan	Frekuensi	Persentase (%)
Madama chart indie 9	34	9.9
Morning at madama	53	15.4
Holyroxx	9	2.6
Madama chart top 100	51	14.8
Radio café	13	3.8
World music	68	19.7
Exit permit	1	0.3
Madama chart indo 20	10	2.9
Morning at madama weekend	10	2.9
Love engine	17	4.9
Hot air play	2	0.6
Pick and play	5	1.4
Sore seru show	9	2.6
Slow down	7	2.0
New kamar 877	4	1.2
Asli Indonesia	43	12.5
The pops	9	2.6
Total	345	100.0

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Data dari tabel 4.13 diatas menunjukkan tanggapan responden mengenai program Madama FM yang paling memuaskan. Dari tabel diatas, terlihat bahwa sebanyak 68 responden (19,7%) memberikan jawaban World Music, selanjutnya Morning At Madama sebanyak 53 responden (15,4%), disusul Madama Chart Top

100 sebanyak 51 responden (14,8%), Asli Indonesia 43 responden (12,5%), Madama Chart Indie 20 sebanyak 34 responden (9,9%), Love Engine 17 responden (4,9%), Radio Cafe 13 responden (3,8%), Madama Chart Indo 20 dan Morning At Madama Weekend masing-masing sebanyak 10 responden (2,9%), The Pops, Holyroxx dan Sore Seru Show masing-masing sebanyak 9 responden (2,6%), Slow Down sebanyak 7 responden (2%), Pick and Play sebanyak 5 responden (1,4%), New Kamar 877 sebanyak 4 responden (1,2%) Hot Air Play sebanyak 2 responden (0,6%), dan Exit Permit hanya sebanyak 1 responden (0,3%).

3. Perbandingan *Gratification Sought* (Kepuasan Yang Diharapkan) dan *Gratification Obtained* (Kepuasan Yang Diperoleh)

Bagian ini terdiri dari pernyataan-pernyataan untuk mengukur kepuasan responden (pendengar Madama FM) baik itu harapan maupun pengalaman dari Paramuda Makassar . Tanggapan dari responden diukur dalam lima tingkatan : sangat tidak puas diberi skor 1, tidak puas diberi skor 2, cukup puas diberi skor 3, puas diberi skor 4, dan sangat puas diberi skor 5. Semakin tinggi skor yang diberikan, maka dapat dikatakan semakin besar pula kepuasan yang diperoleh responden terhadap radio Madama FM. Untuk lebih jelasnya, maka hasil penelitian untuk bagian ini akan dijabarkan sebagai berikut :

3.1 Gelombang Frekwensi Radio Madama Fm Memberikan Sinyal Yang Kuat

Tabel 4.14

Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk pernyataan gelombang frekwensi Madama FM memberikan sinyal yang kuat

Gelombang frekwensi radio Madama FM memberikan sinyal yang kuat				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	9	2,6	12	3,5
Tidak puas	17	4,9	16	4,6
Cukup puas	46	13,3	59	17,1
Puas	227	65,8	216	62,6
Sangat puas	46	13,3	42	12,2
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Gelombang frekwensi radio Madama FM memberikan sinyal yang kuat”. *Gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 227 responden (65,8%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat masing-masing 46 responden (13,3%) memberikan jawaban sangat puas dan cukup puas, selanjutnya terdapat 17 responden (4,9%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 9 responden (2,6%) yang menjawab sangat tidak penting. Sedangkan pada *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 216 responden (62,6%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 59 responden (17,1%) memberikan jawaban cukup puas, 42 responden (12,2%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 16 responden (4,6%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 12 responden (3,5%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.2 Radio Madama Fm Memberikan Layanan Telepon Yang Mudah Di Hubungi

Tabel 4.15

Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi

Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	8	2,3	5	1,4
Tidak puas	8	2,3	13	3,8
Cukup puas	85	24,6	97	28,1
Puas	214	62	201	58,3
Sangat puas	30	8,7	29	8,4
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 214 responden (62%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 85 responden (24,6%) memberikan jawaban cukup puas, selanjutnya terdapat 30 responden (8,7%) memberikan jawaban sangat puas, dan terdapat masing-masing 8 responden (2,3%) yang menjawab sangat tidak puas dan tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 201 responden (58,3%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 97 responden (28,1%) memberikan jawaban cukup puas, 29 responden (8,4%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 13 responden (3,8%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.3 Radio Madama FM Memiliki Fasilitas Radio *Streaming* yang Mudah di Akses

Tabel 4.16
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk
Pernyataan Radio Madama FM memiliki fasilitas radio *streaming* yang
mudah di akses

Radio Madama FM memiliki fasilitas radio <i>streaming</i> yang mudah di akses				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	8	2,3	6	1,7
Tidak puas	17	4,9	13	3,8
Cukup puas	85	24,6	92	26,7
Puas	192	55,7	192	55,7
Sangat puas	43	12,5	42	12,2
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM memiliki fasilitas radio *streaming* yang mudah di akses”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 192 responden (55,7%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 85 responden (24,6%) memberikan jawaban cukup puas, 43 responden (12,5%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 17 responden (4,9%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 8 responden (2,3%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 192 responden (55,7%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 92 responden (26,7%) memberikan jawaban cukup puas, 42 responden (12,2%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 13 responden (3,8%)

memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.4 Radio Madama Fm Menyediakan Banyak Kuis

Tabel 4.17
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk
Pernyataan Radio Madama FM menyediakan banyak kuis

Radio Madama FM menyediakan banyak kuis				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	5	1,4	5	1,4
Tidak puas	11	3,2	7	2
Cukup puas	102	29,6	89	25,8
Puas	185	53,6	209	60,6
Sangat puas	42	12,2	35	10,1
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM menyediakan banyak kuis”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 185 responden (53,6%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 102 responden (29,6%) memberikan jawaban cukup puas, 42 responden (12,2%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 11 responden (4,9%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 209 responden (60,6%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 89 responden (25,8%) memberikan jawaban cukup puas, 35 responden (10,1%) memberikan jawaban

sangat puas, selanjutnya terdapat 7 responden (2%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.5 Radio Madama Fm Memutarkan Lagu-Lagu Yang *Up To Date*

Tabel 4.18
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk
Pernyataan Radio Madama FM memutarkan lagu-lagu yang *up to date*

Radio Madama FM memutarkan lagu-lagu yang <i>up to date</i>				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	6	1,7	3	0,9
Tidak puas	13	3,8	11	3,2
Cukup puas	51	14,8	67	19,4
Puas	201	58,3	204	59,1
Sangat puas	74	21,4	60	17,4
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM memutarkan lagu-lagu yang *up to date*”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 201 responden (58,3%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 74 responden (21,4%) memberikan jawaban sangat puas, 51 responden (14,8%) memberikan jawaban cukup puas, selanjutnya terdapat 13 responden (3,8%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 204 responden (59,1%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 67 responden (19,4%) memberikan jawaban cukup puas, 60 responden (17,1%) memberikan

jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 11 responden (3,2%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 3 responden (0,9%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.6 Radio Madama Fm Banyak Melakukan Wawancara Dengan Artis Terkenal

Tabel 4.19
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal

Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	7	2	6	1,8
Tidak puas	24	7	21	6,1
Cukup puas	96	27,8	87	25,2
Puas	173	50,1	185	53,6
Sangat puas	45	13	46	13,3
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 173 responden (50,1%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 96 responden (27,8%) memberikan jawaban kurang puas, 45 responden (13%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 24 responden (7%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 7 responden (2%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar

185 responden (53,6%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 87 responden (25,2%) memberikan jawaban cukup puas, 46 responden (13,3%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 21 responden (6,1%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,8%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.7 Radio Madama Fm Mempunyai Penyiar Dan Crew Yang Sopan

Tabel 4.20
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk
Pernyataan Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan

Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	10	2,9	7	2
Tidak puas	14	4,1	9	2,6
Cukup puas	52	15,1	59	17,1
Puas	209	60,6	215	62,3
Sangat puas	60	17,4	55	15,9
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 209 responden (60,6%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 60 responden (17,4%) memberikan jawaban sangat puas, 52 responden (15,1%) memberikan jawaban cukup puas, selanjutnya terdapat 14 responden (4,1%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 10 responden (2,9%) yang menjawab sangat tidak puas.

Sedangkan *gratification obtained* imenunjukkan bahwa persentase terbesar 215 responden (62,3%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 59 responden (17,1%) memberikan jawaban cukup puas, 55 responden (15,9%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 9 responden (2,6%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 7 responden (2%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.8 Penyiar Radio Madama Fm Merupakan Penyiar Yang Bersahabat

Tabel 4.21
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk
Pernyataan Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang
bersahabat

Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang bersahabat				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	6	1,7	5	1,4
Tidak puas	14	4,1	16	4,6
Cukup puas	35	10,1	56	16,2
Puas	233	67,5	209	60,6
Sangat puas	57	16,5	59	17,1
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang bersahabat”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 233 responden (67,5%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 57 responden (16,5%) memberikan jawaban sangat puas, 35 responden (10,1%) memberikan jawaban

cukup puas, selanjutnya terdapat 14 responden (4,1%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *grtaification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 209 responden (60,6%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 59 responden (17,1%) memberikan jawaban sangat puas, 56 responden (15,9%) memberikan jawaban cukup, selanjutnya terdapat 16 responden (4,6%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.9 Penyiar Radio Madama Fm Memiliki Pengetahuan Dan Wawasan Yang Luas

Tabel 4.22
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Penyiar radio Madama FM memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas

Penyiar radio Madama FM emiliki pengetahuan dan wawasan yang luas				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	7	2	6	1,7
Tidak puas	6	1,7	13	3,8
Cukup puas	77	22,3	77	22,3
Puas	211	61,2	195	56,5
Sangat puas	44	12,8	54	15,7
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Penyiar radio Madama FM memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 211 responden (61,2%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 77 responden

(22,3%) memberikan jawaban cukup puas, 44 responden (12,8%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 7 responden (2%) memberikan jawaban sangat tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 195 responden (56,5%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 77 responden (22,3%) memberikan jawaban cukup puas, 54 responden (15,7%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 13 responden (3,8%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.10 Penyiar Radio Madama Fm Memiliki Ciri Khas

Tabel 4.23
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk
Pernyataan Penyiar radio Madama FM memiliki ciri khas

Penyiar radio Madama FM memiliki ciri khas				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	5	1,4	6	1,7
Tidak puas	14	4,1	11	3,2
Cukup puas	64	18,8	74	21,4
Puas	211	61,2	214	62
Sangat puas	50	14,5	40	11,6
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Penyiar radio Madama FM memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 211

responden (61,2%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 65 responden (18,8%) memberikan jawaban cukup puas, 50 responden (14,5%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 14 responden (4,1%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 214 responden (62%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 74 responden (21,4%) memberikan jawaban cukup puas, 40 responden (11,6%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 11 responden (3,2%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.11 Crew Dan Penyiari Radio Madama Fm Cepat Tanggap Dalam Menghadapi Masalah/Keluhan Yang Timbul Dari Pendengar

Tabel 4.24

Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Crew dan penyiari radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/keluhan yang timbul dari pendengar

Crew dan penyiari radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/keluhan yang timbul dari pendengar				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	9	2,6	8	2,3
Tidak puas	12	3,5	11	3,2
Cukup puas	78	22,6	77	22,3
Puas	193	55,9	201	58,3
Sangat puas	53	15,4	48	13,9
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Crew dan penyiar radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/keluhan yang timbul dari pendengar”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 193 responden (55,9%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 78 responden (22,6%) memberikan jawaban cukup puas, 53 responden (15,4%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 12 responden (3,5%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 9 responden (2,6%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 201 responden (58,3%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 77 responden (22,3%) memberikan jawaban cukup puas, 48 responden (13,9%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 11 responden (3,2%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 8 responden (2,3%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.12 Radio Madama Fm Konsisten Dengan Radio Untuk Golongan Anak Muda

Tabel 4.25

Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda

Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	6	1,7	5	1,4
Tidak puas	9	2,6	11	3,2
Cukup puas	60	17,4	51	14,8
Puas	223	64,4	221	64,1
Sangat puas	47	13,3	57	16,5
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 223 responden (64,4%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 60 responden (17,4%) memberikan jawaban cukup puas, 47 responden (13,3%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 9 responden (2,6%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 221 responden (64,1%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 57 responden (16,5%) memberikan jawaban sangat puas, 51 responden (14,8%) memberikan jawaban kurang puas, selanjutnya terdapat 11 responden (3,2%) memberikan

jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.13 Radio Madama Fm Memberikan Informasi Yang Lengkap Dan Aktual

Tabel 4.26
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual

Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	4	1,2	7	2
Tidak puas	5	1,4	5	1,4
Cukup puas	54	15,7	65	18,8
Puas	229	66,4	210	60,9
Sangat puas	53	15,4	58	16,8
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 229 responden (66,4%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 54 responden (15,7%) memberikan jawaban kurang puas, 53 responden (15,4%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 5 responden (1,4%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 4 responden (1,2%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 210 responden (60,9%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 65 responden

(18,8%) memberikan jawaban cukup puas, 58 responden (16,8%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 7 responden (2%) memberikan jawaban sangat tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab tidak puas.

3.14 Radio Madama Fm Menyajikan Program-Program Yang Kreatif

Tabel 4.27
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif

Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	5	1,4	5	1,4
Tidak puas	15	4,3	10	2,9
Cukup puas	53	15,4	62	18
Puas	220	63,8	210	60,9
Sangat puas	52	15,1	58	16,8
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 220 responden (63,8%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 53 responden (15,4%) memberikan jawaban cukup puas, 52 responden (15,1%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 15 responden (4,3%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 210

responden (60,9%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 62 responden (18%) memberikan jawaban kurang puas, 58 responden (16,8%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 10 responden (2,9%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.15 Radio Madama Fm Cepat Dalam Merespon Kebutuhan Pendengar

Tabel 4.28
Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar

Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	6	1,7	4	1,2
Tidak puas	14	4,1	11	3,2
Cukup puas	61	17,7	65	18,8
Puas	215	62,3	212	61,4
Sangat puas	49	14,2	53	15,4
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 215 responden (62,3%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 61 responden (17,7%) memberikan jawaban cukup puas, 49 responden (14,2%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 14 responden (4,1%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 6 responden (1,7%) yang menjawab sangat tidak puas.

Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 212 responden (61,4%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 65 responden (18,8%) memberikan jawaban cukup puas, 53 responden (15,4%) memberikan jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 11 responden (3,2%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 4 responden (1,2%) yang menjawab sangat tidak puas.

3.16 Radio Madama Fm Memberikan Informasi Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Pendengar

Tabel 4.29

Perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk Pernyataan Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar

Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar				
Penilaian	<i>Gratification sought</i>	%	<i>Gratification obtained</i>	%
Sangat tidak puas	9	2,6	5	1,4
Tidak puas	13	3,8	7	2
Cukup puas	53	15,4	56	16,2
Puas	218	63,2	212	61,4
Sangat puas	52	15,1	65	18,8
Jumlah	345	100	345	100

Sumber : Data primer diolah dari kuesioner 2013

Data dari tabel diatas menunjukkan perbandingan *gratification sought* dan *gratification obtained* pendengar radio Madama FM mengenai “Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar”. Dari tabel diatas terlihat *gratification sought* menunjukkan bahwa persentase terbesar 218 responden (63,2%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 53 responden (15,4%) memberikan jawaban cukup puas, 49 responden (15,1%) memberikan

jawaban sangat puas, selanjutnya terdapat 13 responden (3,8%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 9 responden (2,6%) yang menjawab sangat tidak puas. Sedangkan *gratification obtained* menunjukkan bahwa persentase terbesar 212 responden (61,4%) memberikan jawaban puas, kemudian terdapat 65 responden (18,8%) memberikan jawaban sangat puas, 56 responden (16,2%) memberikan jawaban cukup puas, selanjutnya terdapat 7 responden (2%) memberikan jawaban tidak puas, dan hanya 5 responden (1,4%) yang menjawab sangat tidak puas.

B. Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas, dapat dilihat minat responden mendengarkan Madama FM. Bila melihat intensitas responden mendengarkan Madama FM dalam seminggu terakhir (tabel 4.9), maka dapat dikatakan dalam seminggu terakhir ini (ketika mengisi angket), minat responden dalam mendengarkan Madama FM rendah. Hal ini terlihat dari hasil pada tabel 4.9 yang menyatakan bahwa mayoritas responden (73,9%) hanya mendengarkan Madama FM sebanyak 1-3 kali seminggu terakhir.

Selain itu, waktu yang digunakan responden dalam 1 kali akses sangat sebentar. Hal ini terlihat dari hasil pada tabel 4.10 mengenai lamanya waktu yang digunakan responden dalam mendengarkan Madama FM (dalam 1x akses) yang menyatakan bahwa mayoritas responden (75,1%) hanya mendengarkan Madama FM selam 10-45 menit. Dapat dinilai bahwa responden tidak ingin menghabiskan waktu berlama - lama ketika mendengarkan Madama FM. Bila responden tertarik dengan Madama FM, mereka tidak akan

segar menghabiskan waktu berlama- lama ketika mendengarkan Madama FM. Hal tersebut diperkuat dengan tempat yang digunakan oleh mayoritas responden yang umumnya mengakses Madama FM di rumah, seperti terlihat pada tabel 4.11 yang menunjukkan sebanyak 58,8% responden mengakses Madama FM di rumah. Selain itu, pada tabel 4.12 terlihat bahwa umumnya responden (49,9%) tidak melakukan kegiatan apa-apa selain mendengarkan Madama FM ketika sedang mengakses Madama FM.

Perilaku responden dalam mendengarkan Madama FM juga dapat dinilai dari program yang paling memuaskan (tabel 4.13). Hasil pada tabel tersebut menunjukkan bahwa yang paling banyak digunakan oleh paramuda adalah World Music, dan Morning at Madama sedangkan untuk program-program lainnya, hanya memuaskan minoritas responden.

Bila dilihat dari hal tersebut, World Music memiliki responden dengan kepuasan tertinggi dikarenakan pada program tersebut banyak memutar lagu-lagu Asia seperti K-pop, J-pop dan Bollywood terbaru dan seperti kita ketahui bahwa saat ini K-pop dan J-pop sedang menjadi *trend* oleh para orang-orang yang menjadi segmentasi radio Madama FM.

Discrapancy Gratification (Kesenjangan Kepuasan)

Setelah diperoleh skor dari masing- masing variable pada *gratification sought* dan *gratification obtained* di atas, maka selanjutnya akan dilihat ada atau tidak *Discrepancy Gratification* /kesenjangan dengan membandingkan rata- rata skor dari variable- variable pada *gratification sought* dengan rata- rata skor dari variable- variable pada *gratification obtained*. Sesuai dengan

teknik analisis data yang sudah dijelaskan pada metode penelitian, perbandingan skor tersebut menggunakan uji perbedaan mean (compare means) pada aplikasi SPSS 17.0. Uji beda atas kedua mean tersebut dilakukan untuk menegaskan perbedaan yang ada pada antara kedua mean tersebut adalah merupakan perbedaan yang signifikan. Untuk menguji tingkat signifikansinya dilakukan dengan menggunakan uji t untuk sampel berpasangan (paired sample t-test) dengan rumus :

$$t = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - (\sum D)^2}{N(N-1)}}$$

dimana :

\bar{X} = rata- rata skor kelompok I

\bar{Y} = rata- rata skor kelompok II

D = selisih skor kelompok I dan II

N = Jumlah pasangan skor

Dari hasil nilai t hitung yang diperoleh dapat diketahui bahwa semakin besar nilai t hitung, maka akan semakin besar pula kesenjangan mean yang diperoleh, begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai t hitung, maka semakin kecil pula kesenjangan mean yang diperoleh.

Bila keseluruhan mean dari masing- masing pernyataan untuk dijumlahkan dan dibandingkan, maka akan diperoleh perbandingan total rata-rata skor untuk GS dan GO adalah sebagai berikut :

Tabel 4.30
 Hasil T-Test untuk Gratification Sought dan Gratification Obtained

Pernyataan	Mean Skor GS	Mean Skor GO	GS -GO	T	Sig. (2-tailed)
Gelombang frekwensi radio Madama FM memberikan sinyal yang kuat	3.82	3.75	0.07	1.942	0.053
Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi	3.72	3.68	0.04	1.192	0.234
Radio Madama FM memiliki fasilitas radio <i>streaming</i> yang mudah di akses	3.71	3.73	-0.02	-0.408	0.684
Radio Madama FM menyediakan banyak quiz	3.72	3.76	-0.04	-1.055	0.292
Radio Madama FM memutarakan lagu-lagu yang <i>up to date</i>	3.94	3.89	0.05	1.165	0.245
Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal	3.65	3.71	-0.06	-1.246	0.214
Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan	3.86	3.88	-0.02	-0.541	0.589
Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang bersahabat	3.93	3.87	0.06	1.423	0.156
Penyiar radio Madama FM emiliki pengetahuan dan wawasan yang luas	3.81	3.81	0	0.070	0.944
Penyiar radio Madama FM memiliki ciri khas	3.83	3.79	0.04	1.033	0.302
Crew dan penyiar radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/keluhan yang timbul dari pendengar	3.78	3.78	0	-0.075	0.940
Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda	3.86	3.91	-0.05	-1.358	0.175
Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual	3.93	3.89	0.04	1.198	0.232
Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif	3.87	3.89	-0.02	-0.532	0.595
Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar	3.83	3.87	-0.04	-0.884	0.377
Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar	3.84	3.94	-0.1	-2.307	0.022
	61.1	61.15	-0.05		

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2013

Dari tabel 4.30 dapat dilihat bahwa skor mean GS dan GO dari enam belas pernyataan tentang kepuasan di atas tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Hal tersebut terlihat dari kolom sig (2-tailed) yang semuanya menunjukkan angka di atas nilai $\alpha = 0,05$. Setelah dijumlahkan keseluruhan mean skor GS dan GO dari ketujuh indikator di atas maka diperoleh total mean skor GS sebesar 61,1 dan total mean skor GO sebesar 61,15 dengan kesenjangan sebesar 0,05.

Sesuai dengan teori uses and gratification, indikator terjadinya kesenjangan kepuasan adalah sebagai berikut :

1. Jika mean skor GS lebih besar dari mean skor GO ($GS > GO$) maka terjadi kesenjangan kepuasan, dengan kata lain kepuasan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan kepuasan yang diharapkan. Artinya media tidak memuaskan khalayaknya (kepuasan rendah).
2. Jika mean skor GS sama dengan mean skor GO ($GS = GO$) maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, dengan kata lain kepuasan yang diharapkan semuanya terpenuhi. Artinya media sudah memuaskan khalayaknya (kepuasan sedang).
3. Jika mean skor GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$) maka terjadi kesenjangan kepuasan, dengan kata lain kepuasan yang diperoleh lebih besar dibandingkan kepuasan yang diharapkan. Artinya, media sangat memuaskan khalayaknya (kepuasan tinggi).

Bila menyesuaikan isi tabel 4.46 di atas dengan enambelas pernyataan kesenjangan kepuasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa hasil perhitungan pada tabel 4.46 masuk pada indikator kesenjangan nomor tiga, yaitu mean skor

GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$) yang berarti kepuasan yang diperoleh lebih besar dari kepuasan yang diharapkan. Maka dapat dikatakan pula bahwa secara keseluruhan, media dalam hal ini radio Madama FM memuaskan khalayaknya, yaitu para pendengarnya (paramuda Makassar).

Analisis di atas menunjukkan bahwa hipotesis H_0 yang menyatakan bahwa radio Madama FM tidak memuaskan pendengarnya dapat ditolak. Hal tersebut berarti hipotesis penulis yang menerima H_1 pada penelitian ini yang menyebutkan bahwa Radio Madama FM memuaskan khalayaknya, dalam hal ini paramuda Makassar diterima karena sesuai dengan hasil penelitian di atas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil dan pembahasan pada bab VI di atas, maka pada bagian ini akan dijabarkan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Kesimpulan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Pendengar radio Madama FM, dalam hal ini paramuda Makassar tidak memiliki harapan (*gratification sought*) yang terlalu besar terhadap radio Madama FM. Hal tersebut terlihat dari jumlah keseluruhan mean harapan yang hanya sebesar 61,1 (lihat tabel 4.30). Pengalaman (*gratification obtained*) pendengar radio Madama FM (paramuda Makassar) memiliki jumlah yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah harapannya, hal tersebut terlihat dari jumlah keseluruhan mean sebesar 61,15 (lihat tabel 4.30).
2. Pendengar Madama FM terpuaskan dengan apa yang telah disajikan oleh radio Madama FM berdasarkan keenambelas pernyataan pengukuran kepuasan dari penelitian ini. Jika diskalakan, maka pendengar radio Madama FM berada pada tingkat 'puas'. Hal tersebut berdasarkan jumlah mean yang diperoleh melalui pengolahan data.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis mengemukakan saran yang diharapkan dapat bermanfaat antara lain :

1. Radio Madama FM sebagai salah satu radio anak muda diharapkan agar mampu menjaga bahkan meningkatkan kualitas siaran dari waktu ke waktu. Hal tersebut agar kepuasan yang diperoleh khalayak selama ini tetap awet dan selalu bertahan. Penelitian ini masih memiliki banyak kelemahan, terutama dalam hal pengujian validitas instrumen penelitian. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya lebih mengembangkan lagi indikator-indikator kepuasan khalayak, agar data yang diperoleh lebih valid, mendalam, dan akurat.
2. Penelitian mengenai analisis kepuasan khalayak dalam penggunaan radio masih jarang dilakukan di Jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya di Universitas Hasanuddin. Padahal penelitian seperti ini sangat cocok dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi mengingat radio merupakan salah satu media yang mempunyai khalayak yang cukup besar, apalagi di Makassar terdapat banyak stasiun radio yang memiliki segmentasi khalayak yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penulis menyarankan penelitian semacam ini lebih banyak lagi dilakukan oleh mahasiswa ilmu komunikasi, khususnya di Universitas Hasanuddin.

DAFTAR PUSTAKA

- Biagi, Shirley. 2010. **Media /Impact**. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cangara, Hafied. 2008. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jonathan, Errol. 2000. **Politik dan Radio: Buku Pegangan bagi Jurnalis Radio**. Surabaya: Sembrani Aksara Nusantara.
- Keith, Michael C. 1945. (a) **Stasiun Radio Manajemen**. Terjemahan oleh Internews Indonesia. 2000. Jakarta: Internews Indonesia.
- . 1945. (b) **Stasiun Radio Pemberitaan**. Terjemahan oleh Internews Indonesia. 2000. Jakarta: Internews Indonesia.
- . 1945. (c) **Stasiun Radio Pemrograman**. Terjemahan oleh Internews Indonesia. 2000. Jakarta: Internews Indonesia.
- . 1945. (d) **Stasiun Radio Riset**. Terjemahan oleh Internews Indonesia. 2000. Jakarta: Internews Indonesia.
- . 1945. (e) **Stasiun Radio Teknologi**. Terjemahan oleh Internews Indonesia. 2000. Jakarta: Internews Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. **Teknik Praktis Riset Komunikasi**. Jakarta: Kencana.
- Mangara, Andy. 2010. **Nothing But The Radio On**. Makassar: KPID SulSel.
- McQuail, Dennis. 1987. **Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar**. Edisi Kedua. Terjemahan oleh Agus Dharma & Aminuddin Ram. 1994. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. 2008. **Manajemen Media Penyiaran**. Jakarta: Kencana.
- Munthe, Moeryanto G (Editor). 1996. **Media Komunikasi Radio**. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Nurudin. 2007. **Pengantar Komunikasi Massa**. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Prayudha, Harley. 2005. **Radio: Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran**. Malang: Bayumedia Publishing.

Rakhmat, Jalaludin. 2009. **Metode Penelitian Komunikasi**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

----- . 2000. **Psikologi Komunikasi**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Romli, Asep Syamsul M. 2009 . **Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio**. Bandung: Penerbit Nuansa.

Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta

Santoso, Edi & Mite Setiansah. 2010. **Teori Komunikasi**. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wahyudi, J.B. 1994. **Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN

Kuesioner

**Judul penelitian :TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR RADIO
MADAMA FM DI MAKASSAR**

Pengisian kuesioner ini diajukan untuk kepentingan penelitian bukan untuk kepentingan lainnya. Oleh sebab itu, penelitian ini menjamin kerahasiaan responden. Terima kasih atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) untuk mengisi kuesioner ini.

Petunjuk pengisian : Bacalah secara seksama setiap pertanyaan yang disediakan, kemudian isi dan pilihlah setiap pertanyaan yang tersedia dalam kuesioner ini.

Nomor kuesioner :

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Nomor handphone/Telepon :
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan
5. Umur :
 1. 15 – 18 tahun
 2. 19 – 22 tahun
 3. 23 – 26 tahun
 4. 27 – 30 tahun
 5. > 30 tahun
6. Pendidikan
 1. Tamat SD
 2. Tamat SMP
 3. Tamat SMA
 4. Tamat Diploma
 5. Tamat S1
 6. Tamat S2/S3
7. Pekerjaan Orang Tua
 1. Pedagang/Pengusaha
 2. Pegawai negeri sipil
 3. TNI/ Polri
 4. Pegawai BUMN/ Swasta
 5. Profesional
 6. Politisi
 7. Buruh
 8. Lainnya (Sebutkan).....
8. Pendapatan Orang Tua per bulan
 1. < Rp. 1.000.000
 2. Rp 1.000.001 – Rp. 2.000.000
 3. Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000
 4. Rp. 3.000.001 – Rp. 4.000.000
 5. > Rp. 4.000.000
9. Status perkawinan
 1. Belum kawin
 2. Kawin
 3. Duda/janda
 4. Pisah
10. Kepemilikan Media :

Media jenis apa saja yang anda miliki:

 1. Surat kabar/ Majalah
 2. Radio
 3. Televisi
 4. Internet
 5. Surat kabar + Radio
 6. Surat kabar + Televisi
 7. Surat kabar + Internet
 8. Surat kabar + Radio + Tv + Internet
 9. Radio + Internet
 10. Televisi + Internet
 11. Surat kabar + Radio + Televisi
 12. Surat kabar + Radio + Internet
 13. Surat kabar + Televisi + Internet
 14. Radio + Televisi + Internet
 15. Radio + Televisi

11. Suku
 1. Makassar
 2. Bugis
 3. Toraja
 4. Mandar
 5. Lainnya (Sebutkan).....
12. Dimana saja anda biasanya mendengar radio Madama FM ?
 1. Rumah
 2. Kendaraan
 3. Kantor
 4. Sekolah
 5. Lainnya(sebutkan)
13. Kegiatan apa saja yang biasanya anda lakukan sambil mendengarkan radio Madama FM?
 1. Hanya mendengarkan
 2. Belajar
 3. Makan
 4. Mengemudi
 5. Membaca
 6. Lainnya (sebutkan)
14. Seberapa sering (dalam hitungan kali) anda mendengarkan siaran Madama FM dalam seminggu terakhir?
 1. 1 – 3 kali
 2. 4 – 7 kali
 3. 8 – 10 kali
 4. 11-15 kali
 5. >15 kali
15. Berapa jumlah waktu (dalam hitungan menit) yang anda gunakan untuk mendengarkan radio Madama FM dalam sekali mendengarkan?
 1. 10 – 45 menit
 2. 46 – 90 menit
 3. 91 – 135 menit
 4. 135 – 180 menit
 5. > 180 menit
16. Program apa yang paling memuaskan anda ketika mendengarkan radio Madama FM?
 1. Madama chart indie 9
 2. Morning at Madama
 3. Holyroxx
 4. Madama chart top 100
 5. Radio cafe
 6. World music
 7. Exit permit
 8. Madama char indo 20
 9. Morning at madama weekend
 10. Love Engine
 11. Hot air play
 12. Pick and play
 13. Sore Seru Show
 14. Slow Down

15. New Kamar 877
16. Asli Indonesia
17. The pops

GRATIFICATION SOUGHT

Pertanyaan berikut merupakan pertanyaan yang mewakili HARAPAN anda ketika mendengarkan program- program pada Radio madama FM.

Isilah setiap baris melalui pilihan kolom yang tersedia dengan memberikan tanda centang (V) dengan pilihan sebagai berikut:

SP : Sangat Puas

P : Puas

CP : Cukup Puas

TP : Tidak Puas

STP : Sangat Tidak Puas

No	PERTANYAAN	STP	TP	KP	P	SP
33	Gelombang frekwensi radio Madama FM memberikan sinyal yang kuat					
34	Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi					
35	Radio Madama FM memiliki fasilitas radio <i>streaming</i> yang mudah di akses					
36	Radio Madama FM menyediakan banyak kuis					
37	Radio Madama FM memutarakan lagu-lagu yang <i>up to date</i>					
38	Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal					
39	Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan					
40	Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang bersahabat					
41	Penyiar radio Madama FM emiliki pengetahuan dan wawasan yang luas					
42	Penyiar radio Madama FM memiliki ciri khas					
43	Crew dan penyiar radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/keluhan yang timbul dari pendengar					
44	Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda					
45	Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual					
46	Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif					

47	Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar					
48	Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar					

GRATIFICATION OBTAINED

Pertanyaan berikut merupakan pertanyaan yang mewakili APA YANG ANDA PEROLEH setelah mendengarkan program- program pada Radio madama FM. Isilah setiap baris melalui pilihan kolom yang tersedia dengan memberikan tanda centang (V) dengan pilihan sebagai berikut:

SP : Sangat Puas

P : Puas

CP : Cukup Puas

TP : Tidak Puas

STP : Sangat Tidak Puas

No	PERTANYAAN	STP	TP	KP	P	SP
33	Gelombang frekwensi radio Madama FM memberikan sinyal yang kuat					
34	Radio Madama FM memberikan layanan telepon yang mudah di hubungi					
35	Radio Madama FM memiliki fasilitas radio <i>streaming</i> yang mudah di akses					
36	Radio Madama FM menyediakan banyak kuis					
37	Radio Madama FM memutar lagu-lagu yang <i>up to date</i>					
38	Radio Madama FM banyak melakukan wawancara dengan artis terkenal					
39	Radio Madama FM mempunyai penyiar dan crew yang sopan					
40	Penyiar radio Madama FM merupakan penyiar yang bersahabat					
41	Penyiar radio Madama FM emiliki pengetahuan dan wawasan yang luas					
42	Penyiar radio Madama FM memiliki ciri khas					
43	Crew dan penyiar radio Madama FM cepat tanggap dalam menghadapi masalah/keluhan yang timbul dari pendengar					
44	Radio Madama FM konsisten dengan radio untuk golongan anak muda					
45	Radio Madama FM memberikan informasi yang lengkap dan aktual					

46	Radio Madama FM menyajikan program-program yang kreatif					
47	Radio Madama FM cepat dalam merespon kebutuhan pendengar					
48	Radio Madama FM memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar					