

PROGRAM SIARAN RADIO PEMERINTAH

STURADA 104.00 FM

DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN AKAN INFORMASI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNSIKA

¹Dian Wardiana Sjuchro, ²Fajar Hariyanto, ³Eka Yusup, ⁴Zainal Abidin

¹ Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD

² Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNSIKA

³ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNSIKA

⁴ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNSIKA

ABSTRAK

Tingginya kebutuhan informasi bagi masyarakat Karawang khususnya di kalangan mahasiswa seiring dengan era globalisasi dan perkembangan daerah di Kabupaten Karawang, menjadikan kondisi masyarakat semakin maju. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa melalui program siaran radio pemerintah Sturada 104.00 FM.

Teori *Uses and Gratification* digunakan sebagai landasan penelitian untuk mendukung penelitian mengenai program siaran Radio Pemerintah Sturada 104.00 FM dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa di Kabupaten Karawang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan begitu akan diperoleh hasil yang lebih komprehensif dari penelitian ini agar bisa lebih meninjau aspek-aspek yang berhubungan dengan program siaran radio Pemerintah Sturada 104.00 FM. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi UNSIKA angkatan 2013 yang berjumlah 47 orang. Populasi berjumlah 47 orang tersebut seluruhnya akan dijadikan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program siaran sturada 104.00 FM telah mampu menumbuhkan sikap kognitif, afektif dan konatif para pendengar sehingga adanya kesediaan untuk mendengarkan program-program siaran tertentu lainnya yang terdapat di Sturada 104.00 FM.

Kata Kunci: Sturada 104.00 FM, Radio, Teori *Uses and Gratification*

ABSTRACT

Highly demand for information for Karawang society, especially among students along with the era of globalization and regional development in Karawang regency, making the condition of society more advanced. This research tries to know the fulfillment of information needs of Student through Sturada 104.00 FM government radio program.

Uses and Gratification theory is used as a research base to support research on Sturada 104.00 FM Radio broadcast program in meeting the information needs of students in Kabupaten Karawang.

This research uses descriptive method, thereby obtaining more comprehensive result from this research in order to better review the aspects related to Radio Sturada 104.00 FM radio broadcast program. The population in this research is a student of communication science UNSIKA and year of entry 2013 which amounted to 47 people. The population of 47 people will all be sampled.

The results of this study show that the broadcast program 104.00 FM has been able to grow cognitive, affective and conative attitude of the listeners so that there is willingness to listen to certain other broadcast programs contained in Sturada 104.00 FM.

Keywords: *Sturada 104.00 FM, Radio, Uses and Gratification Theory*

PENDAHULUAN

Manusia dalam kehidupan sehari-harinya selalu berusaha untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya. Akses informasi tersebut dapat diperoleh dari bermacam-macam media informasi yang tersedia di lingkungan sekitar mereka. Salah satu bentuk media informasi yang memiliki jangkauan luas karena kemampuannya dalam menembus jarak dan waktu adalah Radio. Sebagai media komunikasi massa, radio mempunyai posisi yang sangat strategis. Radio masih dianggap cukup vital karena keunggulan dan ciri khasnya yang tidak dimiliki media lain. Radio mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan kekuatan dalam menyampaikan pesan dan informasi pada masyarakat. Sifat dan ciri radio yang khas di antaranya adalah penggunaan radio yang amat praktis. Seseorang menghidupkan pesawat radionya, lalu mendengarkan, ketika mendengarkan siaran radio, seseorang bisa mengerjakan aktifitas lain. Keberadaan radio di era teknologi tinggi saat ini bukan lagi sekedar untuk penyampaian informasi bagi masyarakat, tapi radio juga merepresentasikan diri seorang pendengar dan berhubungan dengan gaya hidup.

Persaingan media massa di Indonesia bertambah ketat seiring dengan berkembangnya kesadaran masyarakat luas bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok dalam alam demokratis dan merupakan sebuah wujud dijunjung tingginya kemerdekaan serta hak asasi manusia. Bertambahnya jumlah media di Indonesia menyebabkan iklim persaingan ketat dalam industri media itu sendiri. Beberapa diantaranya tumbang dan menjadi korban dari iklim kompetisi, kemudian berlaku seleksi alam meruntuhkan media-media massa yang tidak mampu bertahan dalam iklim kompetitif dan ketat itu. Media massa yang tumbang adalah media massa yang tidak mampu menyesuaikan dengan selera pasar. Segmentasi media tersebut jelas, sehingga apa yang ditawarkan kepada khalayaknya pun sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan segmen itu.

Radio siaran termasuk ke dalam kategori media massa elektronik yang dapat menstimuli khalayak secara luas dalam waktu bersamaan. Ketika suara terdengar dari pesawat radio, saat itu juga berusaha memvisualisasikan makna dari suara tersebut. Efek suara dan dukungan musik yang tepat membawa radio siaran menjadi alat komunikasi dalam kehidupan masyarakat yang dapat diperhitungkan dampaknya. Artinya, radio siaran tidak berfungsi hanya mengirim atau menyiarkan tetapi juga menerima pesan dari pendengar. Ini mengandung implikasi bahwa radio siaran akan membuat pendengar tidak hanya mendengar tetapi juga berbicara dan tidak membuat pendengar terisolasi tetapi menghubungkannya dengan proses perubahan masyarakat.

Sebagai media massa, radio memiliki beberapa fungsi utama yaitu untuk menyiarkan (*to inform*), mendidik (*to educate*) menghibur (*to entertain*) dan untuk mempengaruhi (*to influence*) (Effendi, 1991: 118). Radio tidak bisa terlepas dari fungsi-fungsi tersebut karena radio termasuk dalam media pers. Tetapi pada perkembangannya dewasa ini, fungsi radio yang lebih menonjol adalah sebagai hiburan terutama di kota-kota besar. Hal ini disebabkan daya tarik radio siaran

yang sifatnya serba hidup dan dinamis. Dinamis diartikan sebagai suatu keadaan yang terus-menerus berubah mengikuti perkembangan zaman. Seperti majalah, radio adalah media yang memiliki jangkauan yang selektif terhadap segmen tertentu. Dalam masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio telah menjawab kebutuhan yang menyakinkan komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat, sebagai media radio memiliki beberapa kekuatan seperti: menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu bersamaan, menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar-pencar, cepat menyampaikan pesan sehingga dapat memberikan informasi mutakhir yang berguna.

Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti radio mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan seseorang. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokok media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut, apabila cukup kuat akan memberi dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu (Azwar, 1997:34). Komponen-komponen yang berpengaruh terjadinya perubahan sikap adalah komponen kognitif yaitu komponen yang menyangkut kepercayaan, komponen afektif yaitu komponen yang menyangkut masalah emosi atau perasaan seseorang terhadap suatu objek dan yang terakhir adalah komponen konatif yaitu komponen yang menyangkut kecenderungan berperilaku seseorang terhadap objek yang dihadapi (Azwar, 1997:24). Radio siaran memiliki kelebihan dalam menciptakan imajinasi pendengar, seperti apa yang diuraikan oleh Theo Stokkink bahwa:

“Radio memperlihatkan kekuatan terbesar yang dimiliki sebagai media jika menyangkut imajinasi pendengar. Radio menuntut keikutsertaan aktif pendengarnya dalam membentuk pengalaman tentang pandangan, perasaan, dan sensasi yang dibangun oleh media siaran” (Stokkink dalam Nelly, 2001:21).

Dengan begitu, jelas sudah kemampuan radio siaran dalam mempengaruhi khalayak terletak pada imajinasi pendengarnya untuk melakukan hal lain secara bersamaan karena dapat menjadi teman sambil bekerja. Perkembangan radio siaran dewasa ini makin pesat. Berbagai program baru dirancang untuk memperoleh lebih banyak pendengar dan persaingan media di tanah air semakin ramai. Ini dapat dilihat dari maraknya jumlah media cetak dan elektronik yang diberikan izin baru. Melihat keadaan tersebut, maka radio siaran dituntut memiliki kemampuan lebih dalam mengemas informasi yang jujur dan terbuka kepada masyarakat luas. Tentu saja dengan pelaksanaan yang tepat berpijak pada aturan-aturan yang ditetapkan.

Kabupaten Karawang memiliki berbagai macam stasiun radio dengan beragam segmentasi yang dijadikan sasarannya. Dengan semakin maraknya stasiun radio di Kabupaten Karawang, Radio Sturada hadir di tengah-tengah persaingan radio dengan format dan *positioning* yang berbeda. Studio Radio Daerah (Sturada), didirikan dan mengudara tanggal, 29 Agustus 1968 yang

fungsinya sebagai media penerangan, pendidikan dan kebudayaan oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten Karawang. Radio Sturada sesuai dengan slogan siarannya yaitu Dinamika masyarakat membangun Radionya urang Karawang diharapkan menjadi salah satu sarana untuk menunjang pengembangan sumber daya manusia (SDM). Tidak dapat dipungkiri bahwa penyaluran pesan melalui Radio Sturada berperan dalam proses pengembangan masyarakat.

Studio Radio Daerah (*Sturada*) Karawang satu - satunya Radio Pemerintah Daerah di Kabupaten Karawang yang bekerja pada Frekuensi 1475 Mhz dan 104.00.0 Khz, dibentuknya *Sturada* atas dasar surat keputusan Gubernur Provinsi Jawa Barat Nomor: 201/Humas/SK/1968 tanggal 29 Agustus 1968 yang fungsinya sebagai media penerangan pendidikan dan kebudayaan oleh Pemerintah Daerah Tingkat II, untuk lebih meningkatkan fungsi serta peranan Radio Pemerintah Daerah diatur dalam surat keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat 1 Jawa Barat Nomor: 1280/HB/.110 Tanggal 10 Maret 1980, yang ditujukan kepada para Bupati/Walikota perihal peningkatan fungsi Radio Pemerintah Daerah (*Sturada*) yang menekankan bahwa Radio Pemerintah Daerah sebaiknya tidak dijadikan sumber pendapatan daerah, tetapi lebih dititik beratkan pada misi, fungsi serta peranannya.

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa melalui program siaran radio pemerintah Sturada, melalui pendekatan *Uses and Gratifications* yang konsep dasarnya dikemukakan oleh Katz, Blumer dan Gurevitch yang pada penelitian ini dikaitkan dengan bagaimana proses pencarian informasi yang dilakukan mahasiswa melalui radio pemerintah Sturada dalam memenuhi kebutuhannya. Pendekatan *Uses and Gratification* menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan melalui media. Pesan yang diterima oleh khalayak, diolah sesuai bidang pengalaman yang dimiliki masing-masing khalayak dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pendekatan ini pertama kali dikemukakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959 melalui hasil penelitian yang menunjukkan bahwa orang yang berbeda dapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk kegunaan yang berbeda-beda (Effendy, 1993: 289).

Tingginya kebutuhan informasi bagi masyarakat Karawang khususnya di kalangan mahasiswa seiring dengan era globalisasi dan perkembangan daerah di Kabupaten Karawang, menjadikan kondisi masyarakat semakin maju. Kehadiran media massa sebagai penyedia informasi dan hiburan menjadi hal yang penting untuk disadari. Menyadari hal tersebut, Radio Sturada 104.00 FM berusaha selalu memberikan informasi yang dikemas melalui program siaran terbaik guna memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya. Sturada merupakan Radio Pemerintah Kabupaten Karawang yang di gunakan sebagai media hiburan dan informasi khususnya terkait dengan program-program pemerintah di Kabupaten Karawang. Berdasar hal-hal tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana opini khalayak terhadap program siaran radio Pemerintah

Sturada 104.00 FM dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, khususnya mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. Penelitian ini sebagai survey khalayak (pendengar) terkait dengan program-program siaran yang terdapat di Radio Sturada 104.00 FM yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pendengranya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti mencoba merumuskan masalah “bagaimana opini mahasiswa ilmu komunikasi UNSIKA terhadap program siaran radio pemerintah sturada 104.00 FM dalam memenuhi kebutuhan akan informasi berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konatif?”

KERANGKA PEMIKIRAN

Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* digunakan sebagai landasan penelitian untuk mendukung penelitian mengenai program siaran Radio Pemerintah Sturada 104.00 FM dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa di Kabupaten Karawang. Pendekatan dalam pengukuran khalayak berbeda satu sama lainnya tetapi studi *Uses and Gratifications* dilandasi pada kesamaan asumsi antara lain:

1. Penggunaan media pada akhirnya untuk mencapai suatu tujuan. Kita menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya spesifik.
2. Khalayak memilih jenis dan isi media untuk memenuhi isi kebutuhan. Jadi khalayak terlibat dalam satu proses komunikasi massa dan mereka dapat mempengaruhi media untuk kebutuhan-kebutuhan mereka secara lebih cepat dibandingkan dengan media yang dapat menguasai mereka.
3. Disamping media massa sebagai sumber informasi maka ada pula berbagai sumber lain yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Oleh karena itu media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain yang bukan media (non media) yang dapat memuaskan kebutuhan.
4. Khalayak mengetahui kebutuhan tersebut dan dapat memenuhi jika dikehendaki, juga mengetahui alasan-alasannya untuk menggunakan media massa (Liliweri, 1991: 134).

Model *Uses and Gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan social khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa, seperti faktor psikologis, pendidikan, pengalaman dan lain-lain. Hal ini menyebabkan orang semakin selektif dalam memilih media atau program acara mana yang akan dikonsumsinya, contohnya, orang yang berpendidikan tinggi tidak akan mudah terpengaruhi oleh suatu acara yang menawarkan produk tertentu dengan alasan bahwa bila anda tidak membeli dan memakai produk tersebut akan ketinggalan zaman. Atau ada media yang menyajikan suatu acara pendidikan dan mengatakan bahwa apabila anda menyaksikan acara tersebut anda akan bertambah pintar. Contoh diatas mencerminkan asumsi seperti pada teori *Uses and Gratification*

dari Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch (1974: 22), yang dikutip oleh Rakhmat. Mereka merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini:

1. Khalayak harus dianggap aktif, artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Keputusan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan itu terpenuhi melalui konsumsi media amat tergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penelitian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. (Rakhmat,1999: 205).

Menurut Rakhmat (1999:205) pendekatan model *Uses and Gratification* memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Dalam model ini perhatian bergeser dari proses pengiriman pesan ke proses penerimaan pesan. Pendekatan model *Uses and Gratification* menitikberatkan pada pemberian deskripsi dinamis tentang khalayak dan menjelaskan penggunaan media. Dalam teori ini model *Uses and Gratification* berbentuk sebagai berikut:

Gambar 1: Model *Uses and Gratification*

Anteseden → Motif → Penggunaan Media → Efek

- Variabel Individual	- Personal Diversi	- Hubungan Macam Isi	- Kepuasan
- Variabel Lingkungan	- Personal Identity	- Hubungan Dengan Isi	- Pengetahuan
			- Sikap

Anteseden meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial. Motif dimaksudkan sebagai setiap orang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang sesuai dengan harapan-harapannya memperoleh keuntungan dari pencapaian tujuan-tujuannya yang ditetapkannya, daftar motif memang tidak terbatas tetapi operasionalisasi Blumler (1980 :209) agak praktis untuk dijadikan petunjuk penelitian. Blumler menyebutkan tiga orientasi; orientasi kognitif (kebutuhan bukan informasi, *surveillance* atau eksplorasi realitas), diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan tekanan akan hiburan), serta identitas personal (yakni “menggunakan isi media untuk memperkuat/ menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri”) (Rakhmat, 2002: 66). Dalam kaitannya dengan hasrat untuk mendengarkan radio siaran, mencari informasi dan mengisi waktu kosong.

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagi media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren dalam Rakhmat 2002:66). terdiri dari hubungan, materi acara dan hubungan dengan topik acara radio siaran. Dalam hubungannya dengan penggunaan media maka akan ditemukan diantaranya: frekuensi mendengarkan radio siaran dan durasi radio siaran.

Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan misalnya: sampai sejauh mana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah. Untuk mengukur efek dari program ini yang berupa sikap pendengar maka peneliti mencoba untuk mengetahui efek lanjutan dari program ini yang diukur melalui respon kognitif, afektif, dan konatif. Efek lanjutan berupa persepsi (Pengetahuan tentang peristiwa tertentu) dan tindakan. (Rakhmat, 2005: 69). Dengan efek lanjutan ini akan lebih relevan bila diukur melalui skala sikap karena program siaran Sturada FM dibuat untuk mendekati Sturada dengan pendengarnya. Program ini akan berdampak menumbuhkan sikap mahasiswa pada Sturada 104.00 FM. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai (Rakhmat, 1999: 40) komponen-komponen sikap tersebut oleh Mar'at didefinisikan sebagai berikut :

1. Komponen kognitif, merupakan komponen sikap yang berhubungan dengan beliefs, ide dan konsep. Kognitif akan menjawab apa yang dipikirkan atau dipersepsikan tentang objek. Kognisi berhubungan dengan pikiran dan penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu, tidak mengerti atau bingung menjadi merasa jelas (Effendy, 1993: 218-319). Pada penelitian ini komponen kognitif dibagi ke dalam satu kategori yaitu pengetahuan.
2. Komponen Afektif, secara umum aspek ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu atau objek. (Saifudin, 1988:20). Afektif akan menjawab tentang apa yang dirasakan tentang objek tertentu Selanjutnya aspek afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap (senang atau tidak senang, suka atau tidak suka).
3. Komponen Konatif, merupakan kecenderungan bertingkah laku. Konatif akan menjawab pertanyaan kesediaan atau kesiapan untuk bertindak atau bertingkah laku dan reaksi terhadap objek tertentu. (Shaven dalam Mar'at, 1982:21). Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapi (Azwar, 1997:24-27).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian survai adalah *“penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.”* (Singarimbun, 1989: 4). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan begitu akan diperoleh hasil yang lebih komprehensif dari penelitian ini agar bisa lebih meninjau aspek-aspek yang berhubungan dengan program siaran

radio Pemerintah Sturada 104.00 FM. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif. Adapun tujuan dari metode deskriptif adalah :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci dan melukiskan gejala-gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat, 2002: 25).

Metode deskriptif yakni suatu metode yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 2004:24). Metode ini digunakan untuk memaparkan atau menggambarkan suatu keadaan serta menguraikan dua variabel yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Populasi

Populasi adalah jumlah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dimana terkandung informasi yang ingin diketahui. Objek tersebut adalah satuan analisis yang mengandung perilaku atau karakteristik yang diteliti (Gulo, 2002:76-77). Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Objek atau nilai yang akan diteliti dalam populasi disebut unit analisis atau elemen populasi. Unit analisis dapat berupa orang, perusahaan media (Hasan, 2002: 58). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi UNSIKA angkatan tahun akademik 2013/2014 yang berada pada semester akhir yang berjumlah 47 orang.

Teknik Sampling

Penentuan besarnya sampel menurut arikunto (1993: 107) apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 5-15% atau 20-25% atau lebih. Semakin sedikit persentase yang diambil akan semakin baik karena *margin error* akan semakin sedikit juga, karena dalam penelitian ini jumlah populasinya kurang dari 100 yaitu sebanyak 47 orang maka peneliti akan mengambil seluruh populasi menjadi sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada bagian ini dikemukakan instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti (Tanzeh: 2009). Sesudah itu barulah dipaparkan prosedur pengembangan instrument pengumpulan data atau pemilihan alat bahan yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuisioner atau angket.

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Teknik ini merupakan salah satu cara untuk memperoleh jawaban

atau data dalam upaya mencapai tujuan penelitian. Pada dasarnya tujuan pokok pembuatan angket ini adalah untuk memperoleh informasi dengan kevaliditasan (Arikunto: 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai “*program siaran radio pemerintah sturada 104.00 FM dalam memenuhi kebutuhan akan informasi mahasiswa ilmu komunikasi UNSIKA*” berdasarkan jumlah sampel penelitian 47 responden. Berikut ini uraian hasil penelitian dapat dilihat dari tabel frekuensi baik tabel tunggal dan tabel silang berdasarkan penilaian dimensi-dimensi yaitu: Aspek Kognitif, Aspek Afektif dan Aspek Konatif, yang termasuk dalam variabel Kontribusi Pemenuan Informasi Program Siaran di Radio Pemerintah Sturada 104.00 FM dan dimensi Kognitif, terhadap Pendengar Mahasiswa di Kabupaten Karawang.

Data Responden

Penelitian yang dilakukan berdasarkan data sampel, dimana data yang diperoleh diharapkan menggambarkan seluruh keadaan populasi. Gambaran karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin, usia responden, tempat tinggal, tahun masuk mahasiswa komunikasi di Universitas Singaperbangsa Karawang, Mendengar, Cara mengetahui informasi tentang radio Sturada 104.00 FM Karawang, Frekuensi mendengarkan radio Sturada 104.00 FM Karawang, Alasan mendengarkan *Sturada 104.00 FM*, Pengetahuan acara semua program di Radio Sturada 104.00 FM Karawang. Kebiasaan dalam mendengarkan program siaran informasi di Radio Sturada 104.00 FM. Data responden tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 1.1: Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki-laki	23	48,9
2	Perempuan	24	51,1
Jumlah		47	100

Tabel 1.2: Usia Responden

No.	Usia	f	%
1	20 s/d > 25 tahun	25	53,2
2	25 s/d > 30 tahun	21	44,7
3	> 30 tahun	1	2,1
Jumlah		47	100

Tabel 1.3: Tempat Tinggal Responden

No.	Tempat Tinggal	f	%
1	Rumah Orang Tua	13	27,7
2	Rumah Saudara	2	4,3
3	Rumah Kontrakan	4	8,5
4	Rumah Kost	28	59,6
Jumlah		47	100

Tabel 1.4: Mendengarkan Siaran Radio *Sturada* 104.00 FM

No.	Mendengar Siaran Radio <i>Sturada</i> 104.00 FM	f	%
1	Ya	47	100,0
2	Tidak	0	0,0
Jumlah		47	100

Tabel 1.5: Cara Mendengarkan Radio *Sturada* 104.00 FM

No.	Cara Mendengar Radio <i>Sturada</i> 104.00 FM	f	%
1	Mendengar di handphone	2	4,3
2	Mendengar di radio streaming online	4	8,5
3	Mendengar di tempat kost	29	61,7
4	Mendengar di rumah	10	21,3
5	Mendengar di mobil	1	2,1
6	Mendengar di rumah teman	1	2,1
Jumlah		47	100

Tabel 1.6: Frekuensi Mendengarkan Radio *Sturada* 104.00 FM

No.	Frekuensi Mendengar Radio <i>Sturada</i> 104.00 FM	f	%
1	1 kali seminggu	10	21,3
2	2-3 kali seminggu	19	40,4
3	4-5 kali seminggu	9	19,1
4	Setiap hari	9	19,1
Jumlah		47	100

Tabel 1.7: Alasan Mendengarkan Radio *Sturada* 104.00 FM

No.	Alasan Mendengar Radio <i>Sturada</i> 104.00 FM	f	%
1	<i>Sturada</i> 104.00 FM adalah radio keluarga	1	2,1
2	<i>Sturada</i> 104.00 FM adalah radio berkualitas	36	76,6
3	<i>Sturada</i> 104.00 FM adalah <i>radio</i> yang memiliki pendengar terbesar	5	10,6
4	Lain-lain	5	10,6
Jumlah		47	100

**Tabel 1.8:
Pengetahuan Program Siaran Informasi di Radio *Sturada* 104.00 FM**

No.	Mengetahui Keberadaan Siaran Informasi di Radio <i>Sturada</i> 104.00 FM	f	%
1	Ya	47	100,0
2	Tidak	0	0,0
Jumlah		47	100

**Tabel 1.9:
Kebiasaan Mendengar Program Siaran Informasi di *Sturada* 104.00 FM**

No.	Kebiasaan Mendengar Program Siaran di Radio Informasi di <i>Sturada</i> 104.00 FM	f	%
1	Hanya mendengar judulnya saja	1	2,1
2	Hanya mendengar ilustrasi musiknya	5	10,6
3	Mendengar sebagian yang Anda anggap penting/menarik saja	22	46,8
4	Mendengar keseluruhan hingga tuntas	19	40,4
Jumlah		47	100

**Tabel 1.10:
Pendapat tentang Peran Informasi di Program Siaran di *Sturada* 104.00 FM**

No.	Pendapat tentang Peran Informasi di Program Siaran Informasi	f	%
1	Tidak berperan apa-apa	0	0,0
2	sebagai penghias program siaran	1	2,1
3	sebagai pelengkap program siaran informasi	3	6,4
4	Sebagai penjelas informasi yang disiarkan	43	91,5
Jumlah		47	100

Data Penelitian

Berikut ini akan diuraikan masing-masing variabel dan dimensi berdasarkan item pertanyaannya dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 1.11:
Kontribusi Siaran Informasi pada Program Siaran *Sturada* 104.00 FM

Variabel	Kategori	f	%
Kontribusi Informasi pada program Siaran Informasi di <i>Sturada</i> 104.00 FM	Besar	39	83,0
	Cukup	8	17,0
	Kurang	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Pendapat responden tentang Kontribusi Informasi pada Program Siaran *Sturada* 104.00 FM yang menjawab besar yaitu sebanyak 39 orang (83,0%), yang menjawab cukup yaitu delapan orang (17,0%), dan tidak ada yang menjawab kontribusinya kurang. Dengan kata lain, gejala yang ada diatas menyimpulkan bahwa peranan informasi yang menyertai program siaran informasi mempunyai porsi yang penting dan cukup besar.

Tabel 1.12:
Kontribusi Siaran Informasi pada Program Siaran *Sturada* 104.00 FM

Sub Variabel	Kategori	f	%
Daya Tarik Pesan	Menarik	42	89,4
	Cukup Menarik	5	10,6
	Tidak Menarik	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Pada penelitian ini indikator dari daya tarik pesan informasi diantaranya, pesona program siaran informasi yang ditampilkan lewat suara penyiar, ketepatan pemilihan tema informasi, kesesuaian antara ilustrasi sound efect dengan materi yang diulas, Pendapat responden tentang daya tarik pesan pada program siaran informasi di *Sturada* 104.00 FM yang menjawab menarik yaitu sebanyak 42 orang (89,4%), cukup menarik yaitu lima orang (10,6%), dan tidak ada yang menjawab tidak menarik. Data yang lebih detil lagi bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.13: Daya Tarik Penyiaran

Sub Variabel	Kategori	f	%
Daya Tarik Penyiaran	Menarik	30	63,83
	Cukup Menarik	16	34,04
	Tidak Menarik	1	2,13
Jumlah		47	100,0

Sedangkan indikator dari daya tarik penyiaran informasi diantaranya, tata letak ilustrasi musik, durasi waktu, jumlah kutipan yang ditampilkan. Pendapat responden tentang daya tarik penyajian pada program siaran informasi di Sturada 104.00 FM yang menjawab menarik yaitu sebanyak 30 orang (63,83%), cukup menarik yaitu 16 orang (34,04%), dan hanya satu orang (2,13%) yang menjawab tidak menarik. Tabel-tabel dibawah ini menggambarkan tentang daya tarik penyajian siaran informasi pada Program Siaran Informasi.

Tabel 1.14: Kualitas Artistik

Variabel	Kategori	f	%
Kualitas Artistik	Besar	28	59,6
	Cukup	19	40,4
	Kurang	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Adapun indikator dari kualitas artistik ilustrasi suara pada penelitian ini adalah Ketepatan Pengambilan/*Angle* suara ilustrasi, ilustrasi suara voice over, ketepatan pemilihan sumber berita, Kejelasan Intonasi sumber berita/ilustrasi. Pendapat responden tentang Kualitas Artistik pada rubrik program siaran informasi di Sturada 104.00 FM yang menjawab baik yaitu sebanyak 28 orang (59,63%), cukup baik yaitu 19 orang (40,04%), dan tidak ada yang menjawab buruk atau kurang. Data yang lebih spesifik lagi bisa dilihat pada tabel-tabel dibawah ini.

**Tabel 1.15:
Sikap Positif Pembaca Program Siaran Informasi di Sturada 104.00 FM**

Sub Variabel	Kategori	f	%
Sikap Positif Pembaca Program Siaran Informasi di Sturada 104.00 FM	Tinggi	33	70,2
	Sedang	14	29,8
	Rendah	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Pendapat responden tentang Sikap Pendengar pada program siaran informasi di Sturada 104.00 FM 33 responden (70,2%) mempunyai sikap positif yang tinggi dan 14 responden (29,8%) sikap sedang atau biasa saja.

Tabel 1.16: Komponen Kognitif

Sub Variabel	Kategori	f	%
Kognitif	Tinggi	39	83,0
	Sedang	8	17,0
	Rendah	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Sesuai dengan definisi dari Zimbardo dan Ebbesen yang mendefinisikan bahwa “Komponen kognitif telah dikonseptualisasikan sebagai *beliefs* seseorang atau pengetahuan nyata tentang objek atau orang”, yang dalam hal ini diwakili oleh pengetahuan atau informasi baru yang berhubungan dengan siaran-siaran informasi yang disiarkan di Sturada 104.00 FM. Dari data di atas sebanyak 39 responden (83,0%) mendapatkan pengetahuan baru yang tinggi, artinya informasi yang di hadirkan bisa diterima oleh responden, dan delapan responden (17,0%) mendapat pengetahuan sedang atau biasa-biasa saja Dengan kata lain, gejala yang ada menyimpulkan bahwa keseluruhan dari responden mendapatkan informasi/pengetahuan baru tentang objek wisata.

Tabel 1.17: Komponen Afektif

Sub Variabel	Kategori	f	%
Afektif	Tinggi	26	55,3
	Sedang	21	44,7
	Rendah	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Masih menurut Zimbardo dan Ebbesen bahwa komponen sikap afektif adalah Komponen yang berisi evaluasi seseorang dari, kesukaan terhadap, atau respon emosional terhadap objek atau orang, komponen ini berkaitan dengan rasa suka, rasa tertarik, memilih pada objek. Komponen sikap afektif pembaca pada program siaran informasi di Sturada 104.00 FM 26 responden (55,3%) menggambarkan sikap afektif yang tinggi dan 21 responden (44,7%) sikap sedang dan tidak seorang pun yang sikapnya rendah. Artinya pada responden timbul rasa suka, rasa tertarik dan keinginan untuk memilih pada objek wisata yang telah di ulas.

Tabel 1.18: Komponen Konatif

Sub Variabel	Kategori	f	%
Konatif	Tinggi	24	51,1
	Sedang	23	48,9
	Rendah	0	0,0
Jumlah		47	100,0

Komponen sikap konatif menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, komponen sikap konatif adalah kecenderungan berperilaku, sedangkan menurut menurut Mann dalam Azwar (1998:24) berpendapat komponen sikap konasi menunjukkan perilaku atau kecenderungan untuk bertindak yang ada dalam diri seseorang, berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya terhadap sesuatu objek dengan cara-cara tertentu. Kaitan ini didasari oleh asumsi kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Dalam

penelitian ini salah satu indikator komponen konatif ini adalah timbulnya kesediaan untuk mendengarkan program-program siaran Sturada 104 Fm. Komponen sikap konatif pendengar pada penelitian ini tergambar pada 24 responden (51,1%) menggambarkan sikap konatif yang tinggi dan 23 responden (48,9%) biasa saja.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data secara keseluruhan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Program siaran Sturada 104.00 FM dapat menumbuhkan sikap kognitif pada pendengar. Pengetahuan khalayak mengenai pesan siaran dan penyiar menjadi perhatian pendengar.
2. Program siaran Sturada 104.00 FM telah mampu menumbuhkan sikap afektif pendengar. Perasaan senang terhadap daya tarik pesan siaran dan kualitas penyiar, menimbulkan perasaan tertarik, perasaan suka terhadap program siaran sturada 104.00 FM.
3. Program siaran Sturada 104.00 FM telah mampu menumbuhkan Sikap Konatif pendengar. Rasa suka, dan timbulnya keinginan pada aspek afektif pendengar, berlanjut pada aspek konatif pendengar yaitu adanya kesediaan untuk mendengarkan program-program siaran tertentu lainnya yang terdapat di Sturada 104.00 FM.

Saran-Saran

Berdasarkan hasil analisis data secara keseluruhan pada penelitian ini, maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Isi pesan siaran yang disampaikan sudah dianggap baik oleh sebagian besar responden dan hal tersebut perlu dipertahankan, bahkan kalau memungkinkan bisa ditingkatkan lagi.
2. Ada pula hal yang perlu ditingkatkan adalah kualitas penyiar. Kemampuan secara teknis dan kesesuaian penyiar dengan program siaran yang dibawakan, sebaiknya menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas program serta dalam menambah jumlah pendengar.
3. Segmentasi Program Siaran yang disesuaikan dengan khalayak sebaiknya di tinjau kembali. Agar tercipta capaian target pendengar sesuai dengan yang telah di rencanakan oleh manajemen sturada 104.00 FM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Ed Revisi VI*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kismantoroedji, Al Rasyid. 2004. *Statistika Sosial*. Bandung: Program pasca Sarjana UNPAD.

- Mantra, Ida Bagoes. 2004. *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahkmat, Jalaludin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sacuzzo P. Dennis, Kaplan M. Robert. 1993. *Psychological Testing Principles, Application and Issue*. California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Warsito, Hermawan. 1992. *Pengantar Metodologi Pendidikan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.