

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING* RADIO
TERHADAP KEPUASAN MEMPEROLEH INFORMASI
PENCEGAHAN STUNTING DI KABUPATEN PRINGSEWU
(Studi pada Penonton Program Siaran “PRINCES (Pringsewu Cegah
Stunting)” di Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM)**

(Skripsi)

Oleh

RAFA KHOLIDAH

NPM 1716031054



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2022

ABSTRAK

PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING* RADIO TERHADAP KEPUASAN MEMPEROLEH INFORMASI PENCEGAHAN STUNTING DI KABUPATEN PRINGSEWU (Studi pada Penonton Program Siaran “PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting)” di Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM)

Oleh

RAFA KHOLIDAH

LPPL Rapemda Pringsewu FM menyajikan konten siaran informatif yang menawarkan peluang baru untuk terus meningkatkan kualitas pemerintahan dengan cara peningkatan partisipasi masyarakat dengan menyajikan program siaran dialog interaktif bertema PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook memberikan pengaruh terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting sebesar 52,8%. Sedangkan 47,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis menyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel X (intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook) dengan variabel Y (kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting). Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y berdasarkan hasil uji korelasi sebesar 0,727. Artinya tingkat hubungan antara variabel X dengan variabel Y berada pada derajat hubungan yang kuat dengan kategori nilai antara 0,60-0,79 berdasarkan pada derajat hubungan menurut Sugiyono. Intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook dengan dimensi motif, tujuan, perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi mempengaruhi kepuasan penonton dalam memperoleh informasi pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu dilihat dari kebutuhannya meliputi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif individu, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelepasan.

Kata kunci: intensitas menonton, kepuasan informasi, *live streaming* radio, pencegahan stunting.

ABSTRACT

THE EFFECT OF WATCHING THE INTENSITY OF LIVE STREAMING RADIO ON SATISFACTION OF GETTING INFORMATION: STUNTING PREVENTION IN THE PRINGSEWU DISTRICT

(Audience Research on "PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting)" Broadcast Program on Rapemda Pringsewu FM Facebook Account)

By

RAFA KHOLIDAH

LPPL Rapemda Pringsewu FM presents informative broadcast content that offers new opportunities to continuously improve the quality of government by increasing public participation by presenting an interactive dialogue broadcast program themed PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting). This study aims to determine how much influence the intensity of watching live streaming radio on Facebook has on the satisfaction of obtaining information on stunting prevention in Pringsewu Regency on the Rapemda Pringsewu FM Facebook account. This study uses a survey method with a descriptive quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling. The findings in this study indicate that the intensity of watching live streaming radio on Facebook indicates that it has an effect on satisfaction in obtaining information on stunting prevention by 52.8%. while the other 47.2% is influenced by other factors not examined in this study. The results of hypothesis testing stated that H₀ was rejected and H₁ was accepted. This means that there is an effect between variable X (intensity of watching live streaming radio on Facebook social media) and variable Y (satisfaction with getting information on stunting prevention). There is a significant relationship between variable X and variable Y based on the results of the correlation test of 0.727. This means that the level of relationship between variable X and variable Y is at a strong degree of relationship with a value category between 0.60-0.79 based on the degree of relationship according to Sugiyono. The intensity of watching live streaming radio on Facebook social media with the dimensions of motive, purpose, attention, appreciation, duration, and frequency affects audience satisfaction in obtaining information on stunting prevention in Pringsewu Regency seen from their needs, including cognitive needs, affective needs, individual integrative needs, integrative needs social, and disengagement needs.

Keywords: watching intensity, information satisfaction, live streaming radio, stunting prevention.

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING* RADIO
TERHADAP KEPUASAN MEMPEROLEH INFORMASI
PENCEGAHAN STUNTING DI KABUPATEN PRINGSEWU
(Studi pada Penonton Program Siaran “PRINCES (Pringsewu Cegah
Stunting)” di Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM)**

Oleh

Rafa Kholidah

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING* RADIO TERHADAP KEPUASAN MEMPEROLEH INFORMASI PENCEGAHAN STUNTING DI KABUPATEN PRINGSEWU (Studi pada Penonton Program Siaran “PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting)” di Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM)**

Mahasiswa : *Rafa Kholidah*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1716031054

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



[Signature]
Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.
NIP. 197810282001122001

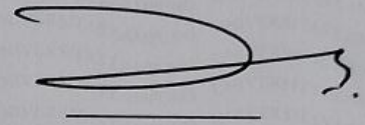
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

[Signature]
Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

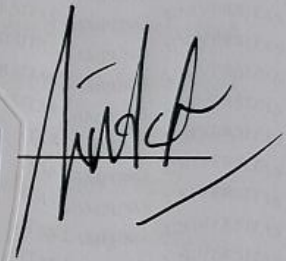
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama : **Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **10 Agustus 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rafa Kholidah
NPM : 1716031054
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Pringsewu, Lampung
No. Handphone : 082280828277

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Menonton *Live Streaming* Radio Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Pencegahan Stunting di Kabupaten Pringsewu (Studi pada Penonton Program Siaran “PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting)” di Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Rafa Kholidah
NPM 1716031054

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Rafa Kholidah yang lahir di Pringsewu, Lampung pada tanggal 3 Oktober 1999, sebagai anak keempat dari empat bersaudara, dari Bapak Margono (Alm) dan Ibu Mustaromah.

Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Utama Karya Podomoro diselesaikan pada tahun 2005, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SD Negeri 3 Podomoro pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan di SMP Negeri 3 Pringsewu pada tahun 2014, Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan di MAN 1 Pringsewu pada tahun 2017.

Pada tahun 2017, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Unila melalui jalur SBMPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti organisasi kampus seperti Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi tahun 2018-2019 sebagai anggota bidang Advertising dan Unila TV sebagai Produser Program Kabar Unila pada tahun 2019. Penulis berkesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada periode September-Oktober 2020 di LPPL Rapemda Pringsewu FM divisi penyiaran sebagai penyiar program acara Selamat Pagi Pringsewu. Di tahun yang sama, penulis bergabung di LPPL Rapemda Pringsewu FM sebagai seorang penyiar hingga saat ini.

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-
Mu telah memberiku kekuatan, membekaliku dengan ilmu, serta
memperkenalkanku dengan cinta. Dari semua yang telah Engkau tetapkan, atas
karunia serta kemudahan yang Engkau berikan untuk dapat menyelesaikan karya
sederhana ini dengan baik.

Ku persembahkan skripsi ini untuk orang tercinta, tersayang, dan terkasih
Bapak Margono (Alm) dan Ibu Mustaromah.

Terima kasih telah selalu bersamaku melalui semua perjuangan, rasa sakit, hingga
rasa bahagia. Terima kasih atas segala doa, cinta, dan dukungan yang terus kalian
berikan. Teruntuk cinta pertamaku, hadirmu yang kini tak lagi ada disisi
senantiasa tak putus semangatku untuk melanjutkan perjuanganmu karena cinta
dan kasihmu yang selalu membekas. Teruntuk madrasah pertamaku, berkat
berjuta doa yang kau panjatkan untukku, kini satu cita telah ku gapai.

Semoga niat tetap lurus

Semoga menjadi ibadah

Semoga bermanfaat

Aamiin

MOTTO

“Dia memberikan hikmah kepada siapa yang Dia kehendaki. Barang siapa diberi hikmah, sesungguhnya dia telah diberi kebaikan yang banyak. Dan tidak ada orang yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang mempunyai akal sehat.”

(QS. Al Baqarah (2): 269)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar bin Khattab)

“Kalau belum bisa membahagiakannya, setidaknya jangan membuatnya berair mata.”

(Rafa Kholidah, 2022)

SANWACANA

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT., karena telah memberikan karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton *Live Streaming* Radio Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Pencegahan Stunting di Kabupaten Pringsewu (Studi pada Penonton Program Siaran “PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting)” di Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM)” sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan kelemahan. Namun demikian, penulis berusaha semaksimal mungkin dengan menggunakan pengetahuan serta kemampuan yang penulis miliki untuk menyusun skripsi ini sebaik mungkin. Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu saja penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
2. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan penulis ilmu yang bermanfaat serta arahan, masukan, dan nasehat dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas kesediaannya untuk memberikan bimbingan, terima kasih atas segala

kesabaran, kebaikan hati, keramahtamahan, serta kemudahan yang telah Ibu Hestin berikan pada penulis selama proses bimbingan skripsi.

5. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt selaku Dosen Pembahas Skripsi. Terima kasih untuk segala masukan dan saran yang bermanfaat kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, serta kebaikan hati dan kemudahan yang telah Ibu Windah berikan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, terkhusus Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku, Bapak Margono (Alm) dan Ibu Mustaromah. Terima kasih atas dukungan, doa dan semangat yang kalian berikan selama ini. Terima kasih atas kesabaran dan kepercayaan yang kalian berikan sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih karena selalu ada bersama ku untuk mewujudkan salah satu cita yang kelak dapat terus membuat kalian bangga dan bahagia.
8. Kepada Kakakku, Rizal Prananto. Terima kasih karena turut memberikan dukungan, motivasi, nasehat dan selalu membantuku. Terima kasih karena selalu sabar. Engkau sosok kakak yang sangat aku banggakan.
9. Kepada seseorang yang aku cintai dan sayangi, Rahmatulloh. Terima kasih untuk semua dukungan dan semangat yang kau berikan serta waktu yang kau sempatkan untukku. Terima kasih karena menjadi tempat bercerita dan sambat ternyaman yang selalu ku rindukan. Terima kasih untuk tetap menjadi bagian indah dari hidupku kini, esok, dan nanti. *You'll always be the biggest part of me.*
10. Kepada Ulfi Istiningdiah. Terima kasih untuk semua ketulusanmu selama ini. Terima kasih sudah bertahan dan menjadi temanku sedari bangku sekolah hingga saat ini bahkan seterusnya. Terima kasih atas dukungan, doa, dan semangat yang kau berikan.
11. Kepada Nabella Saputri, bestiku di dunia perkampusan, panutanku yang selalu berdua kemana pun. Vikria Julianne Virly dan Vinda Shela Tri

Ayuni, teman yang selalu memberikan canda tawa dan emosi yang tak luput di dalamnya tetapi membuat hari-hariku selama kuliah menjadi berwarna. Terima kasih untuk kalian yang sudah bertahan dan mau menjadi temanku selama perkuliahan. Terima kasih juga untuk dukungan, doa dan semangatnya selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga kedepannya kita dapat terus menjalin pertemanan dan komunikasi tetap terjalin.

12. Kepada Putri Selsa Della dan Leony Putri. Terima kasih sudah memberikan semangat dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah bersedia mendengarkan curahan hati dan keluh kesahku, terima kasih untuk canda tawa yang kalian hadirkan disela-sela pekerjaan dan aktivitas kita. Semoga kedepannya pertemanan ini tetap sehat dan silaturahmi selalu terjalin.
13. Kepada Ria Halimatus Sya'diah, Aqila Moza Giarinni, dan Annisa Junita Pratiwi. Terima kasih sudah mau menjadi teman seperjuangan skripsi yang selalu ada mendengarkan curhatan ku, terima kasih atas dukungan, doa, dan semangat yang selalu kalian berikan pada ku di masa-masa sulit. Terima kasih banyak atas bantuan yang sudah kalian berikan selama ini.
14. Kepada LPPL Rapemda Pringsewu FM. Terima kasih untuk pembelajaran dan pengalaman kerja yang sangat membantu dan bermanfaat untuk penulis. Terima kasih untuk seluruh kru Rapemda Pringsewu FM yang tak luput memberikan doa, dukungan, dan semangat untuk penyusunan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman seperjuangan, angkatan 2017 Ilmu Komunikasi dan HMJ Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas pengalaman dan kenangan berharga semasa kuliah.
16. Kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015, 2016, dan 2018. Terima kasih atas pengalaman dan kenangan yang telah diberikan.
17. Untuk Jurusan Ilmu Komunikasi dan Universitas Lampung. Terima kasih untuk segala pembelajaran berharga dan ilmu bermanfaat selama perkuliahan yang telah membuat penulis menjadi orang yang lebih baik.

Akhir kata, penulis mohon maaf apabila selama masa perkuliahan ada perkataan serta perbuatan penulis yang kurang berkenan terhadap teman-teman, maupun pada kata-kata yang tertulis pada kata pengantar ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih atas semua doa dan dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak.

Bandar Lampung,
Penulis,

Rafa Kholidah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13
1.6 Hipotesis Penelitian	15
II. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Konseptual	19
2.2.1 Radio sebagai Media Komunikasi Massa	19
2.2.2 Radio Streaming	22
2.2.3 Lembaga Penyiaran Publik Lokal	23
2.2.4 Stunting	25
2.2.5 Program Siaran Dialog Interaktif	30
2.2.6 Karakteristik Pendengar Radio.....	34
2.2.7 Hubungan Individu dengan Media Massa.....	38
2.2.8 Media Sosial Facebook.....	39
2.2.9 <i>Live Video Streaming</i> di Media Sosial	44
2.2.10 Intensitas Penggunaan Media	46
2.2.11 Motif Mendengarkan Siaran Radio	48
2.3 Kajian Teoritis	49
2.3.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	49
2.3.2 Teori Ekologi Media	56
III. METODE PENELITIAN	58
3.1 Tipe Penelitian	58

3.2	Metode Penelitian	58
3.3	Variabel Penelitian	59
3.4	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	59
	4.4.1 Definisi Konseptual	59
	4.4.2 Definisi Operasional	63
3.5	Populasi dan Sampel	65
3.6	Sumber Data	68
3.7	Teknik Pengumpulan Data & Pemberian Skor	68
3.8	Teknik Pengujian Instrumen Penelitian	70
3.9	Teknik Pengolahan Data	71
3.10	Teknik Analisis Data	72
3.11	Uji Hipotesis	73
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1	Gambaran Umum	75
	4.1.1 Sejarah LPPL Rapemda Pringsewu FM	75
	4.1.2 Visi & Misi	78
	4.1.3 Logo LPPL Rapemda Pringsewu FM	78
	4.1.4 Struktur Organisasi	78
	4.1.5 Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM	79
4.2	Stunting sebagai Program Pemerintah Kab. Pringsewu	82
4.3	Hasil Pengujian Instrumen	85
	4.3.1 Uji Validitas	85
	4.3.2 Uji Reliabilitas	87
4.4	Hasil Penelitian	89
	4.4.1 Deskripsi Data Responden	89
	4.4.2 Deskripsi Variabel X.....	94
	4.4.3 Deskripsi Variabel Y.....	113
4.5	Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	125
4.6	Analisis Data	127
	4.6.1 Uji Korelasi	127
	4.6.2 Uji Regresi Linear Sederhana	129
	4.6.3 Koefisien Determinasi	130
4.7	Uji Hipotesis	132
4.8	Pembahasan Penelitian.....	133
	4.8.1 Pembahasan Variabel X	134
	4.8.2 Pembahasan Variabel Y	142
	4.8.3 Pengaruh Variabel X dan Y	150
4.9	Perspektif Teori <i>Uses and Gratifications</i> dan Teori Ekologi Media....	151

V. SIMPULAN DAN SARAN	157
5.1 Simpulan	157
5.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	165
1. Kuesioner Penelitian	166
2. Tabulasi Data Jawaban Kuesioner Responden	175
3. Olahan Data IBM SPSS 23	184
4. Laman Facebook Rapemda Pringsewu FM	190

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Persentase Penduduk yang Mendengarkan Radio	2
2. Penelitian Terdahulu	17
3. Tipologi Pendengar	35
4. Definisi Operasional	63
5. Pemirsa Teratas Berdasarkan Kota/Wilayah	67
6. Program Siaran LPPL Rapemda Pringsewu FM	77
7. Struktur Organisasi LPPL Rapemda Pringsewu FM	78
8. Hasil Uji Validitas Variabel X	86
9. Hasil Uji Validitas Variabel Y	87
10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	88
11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	88
12. Data Responden Berdasarkan Usia	89
13. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
14. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
15. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
16. Data Responden Berdasarkan Perangkat Elektronik	92
17. Data Responden Berdasarkan Jenis Operator Seluler	92
18. Dimensi Instrumen Intensitas Menonton	93
19. Pernyataan No. 1	94
20. Pernyataan No. 2	94
21. Pernyataan No. 3	95
22. Pernyataan No. 4	95
23. Pernyataan No. 5	96
24. Pernyataan No. 6	97
25. Pernyataan No. 7	97
26. Pernyataan No. 8	98
27. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Motif	99
28. Pernyataan No. 9	100
29. Pernyataan No. 10	100
30. Pernyataan No. 11	101
31. Pernyataan No. 12	101

32. Pernyataan No. 13	102
33. Pernyataan No. 14	102
34. Pernyataan No. 15	103
35. Pernyataan No. 16	103
36. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tujuan	104
37. Pernyataan No. 17	105
38. Pernyataan No. 18	105
39. Pernyataan No. 19	106
40. Pernyataan No. 20	106
41. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Perhatian	107
42. Pernyataan No. 21	107
43. Pernyataan No. 22	108
44. Pernyataan No. 23	108
45. Pernyataan No. 24	109
46. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Penghayatan	110
47. Pernyataan No. 25	110
48. Pernyataan No. 26	111
49. Pernyataan No. 27	112
50. Pernyataan No. 28	112
51. Dimensi Instrumen Kepuasan	113
52. Pernyataan No. 29	114
53. Pernyataan No. 30	114
54. Pernyataan No. 31	115
55. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Kognitif	115
56. Pernyataan No. 32	116
57. Pernyataan No. 33	116
58. Pernyataan No. 34	117
59. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Afektif	117
60. Pernyataan No. 35	118
61. Pernyataan No. 36	118
62. Pernyataan No. 37	119
63. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Integratif Individu	120
64. Pernyataan No. 38	120
65. Pernyataan No. 39	121
66. Pernyataan No. 40	121
67. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Integratif Sosial	122
68. Pernyataan No. 41	123
69. Pernyataan No. 42	123
70. Pernyataan No. 43	124
71. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Pelepasan	124
72. Kategori Persentase Nilai Tiap Pernyataan	125
73. Kategori Nilai Pada Variabel X	126

74. Kategori Nilai Pada Variabel Y	127
75. Hasil Uji Korelasi	128
76. Derajat Hubungan	128
77. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	129
78. Koefisien Determinasi	131
79. Hasil Uji Hipotesis	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1. Persentase Media Sosial di Indonesia	6	
2. Persentase Pengguna Facebook di Indonesia	7	
3. Segmentasi Penonton Rapemda	8	
4. Postingan Siaran Dialog Interaktif	9	
5. <i>Insight</i> Postingan	9	
6. Ringkasan Siaran Langsung	11	
7. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	15	
8. Logo LPPL Rapemda Pringsewu FM	78	
9. Laman Facebook Rapemda Pringsewu FM	80	
10. Segmentasi Penonton pada halaman Facebook	81	
11. Postingan Siaran Dialog Interaktif Bertema PRINCES.....	82	
12. Diagram Pertanyaan Motif ke-1.....	134	
13. Diagram Pertanyaan Motif ke-2.....	135	
14. Diagram Pertanyaan Tujuan ke-1	136	
15. Diagram Pertanyaan Tujuan ke-2	136	
16. Diagram Pertanyaan Perhatian.....	137	
17. Diagram Pertanyaan Penghayatan	139	
18. Diagram Pertanyaan Durasi ke-1	140	
19. Diagram Pertanyaan Durasi ke-2	140	
20. Diagram Pertanyaan Frekuensi ke-1	141	
21. Diagram Pertanyaan Frekuensi ke-2	142	
22. Diagram Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Kognitif	143	
23. Diagram Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Afektif	145	
24. Diagram Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Integratif Individu	146	
25. Diagram Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Integratif Sosial	148	
26. Diagram Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kebutuhan Pelepasan	149	

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa dalam kehidupan manusia telah memainkan peranan yang begitu krusial. Berkontribusi dalam penyebarluasan informasi kepada masyarakat, serta sebagai sarana kontrol masyarakat dalam merespon berbagai informasi dan peristiwa yang sedang berlangsung. Dalam UU No. 32 Tahun 2002 pasal 4 ayat 1 menyebutkan bahwa penyiaran adalah kegiatan komunikasi massa yang berfungsi sebagai sarana informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan perekat sosial, maka setiap informasi di media massa harus memuat unsur-unsur yang sesuai dengan fungsi lembaga penyiaran di mana lembaga penyiaran menjamin publik untuk mendapatkan informasi yang tepat dan sesuai dengan hak asasi manusia serta harus dibuat secara sistematis. Hal tersebut bersifat wajib karena diatur dalam undang-undang.

Radio sebagai salah satu lembaga penyiaran sangat berperan penting dalam pemerataan akses masyarakat terhadap informasi dan menjadi media yang berfungsi sebagai sarana ekonomi, politik, sosial dan budaya. Pada kondisi tertentu, radio memiliki pengaruh kuat terhadap khalayaknya karena sifatnya yang dapat diakses dengan mudah serta tidak diperlukan keterampilan khusus dari khalayak sasaran karena radio merupakan media imajinatif. Radio merupakan media komunikasi massa dalam arti saluran terbuka dan memancarkan gelombang suara, dalam bentuk program-program reguler yang isinya nyata dan mencakup aspek kehidupan masyarakat.¹

¹ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: ARMICO, 1984), hal. 81

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018, terdapat persentase penduduk berusia >5 tahun yang mendengarkan radio dalam sepekan terakhir menurut provinsi, jenis wilayah, dan jenis kelamin. Jumlah pendengar di Provinsi Lampung pada data berikut ini bisa dikatakan cukup rendah dibandingkan dengan provinsi lainnya yang ada di Pulau Sumatera.

Tabel 1. Persentase Penduduk Pulau Sumatera Yang Mendengarkan Siaran Radio Tahun 2018

Provinsi	Perkotaan			Perdesaan			Perkotaan+Perdesaan		
	Pria	Wanita	Pria & Wanita	Pria	Wanita	Pria & Wanita	Pria	Wanita	Pria & Wanita
Aceh	19,14	18,50	18,82	10,47	10,26	10,36	13,27	12,87	13,07
Sumatera Utara	13,07	15,07	14,08	8,13	8,36	8,25	10,80	12,01	11,40
Sumatera Barat	10,83	11,52	11,18	4,34	4,32	4,33	7,38	7,69	7,54
Riau	8,27	9,81	9,02	5,62	5,93	5,77	6,68	7,51	7,08
Jambi	14,32	11,27	12,80	5,04	4,81	4,93	8,00	6,93	7,48
Sumatera Selatan	12,14	8,26	10,19	5,78	5,85	5,82	8,10	6,76	7,44
Bengkulu	15,11	15,15	15,13	5,22	4,55	4,90	8,40	8,14	8,27
Lampung	9,12	7,10	8,11	6,36	5,19	5,79	7,18	5,78	6,50
Kepulauan Bangka Belitung	13,51	13,59	13,55	13,12	12,35	12,76	13,33	13,04	13,19
Kepulauan Riau	17,40	16,73	17,07	11,47	15,05	13,17	16,71	16,54	16,63

Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik), 2019, bps.go.id (Diakses pada 24 Juni 2021).

Sementara itu pada data Nielsen tahun 2017 pada kuartal III, ada 62,3jt pendengar radio di seluruh Indonesia. Pendengarnya terbagi menjadi 56% anak muda dan 44% lainnya dewasa (Miranda, 2020: 738). Selanjutnya, pada data Nielsen tahun 2019, radio terus didengarkan dengan 57% pendengar yang didominasi oleh generasi Y & generasi Z. Adapun 4 dari 10 orang yang mendengarkan radio melalui *smartphone* dengan durasi 14 jam 47 menit

perminggu.² Data tersebut menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2 tahun, radio masih diminati oleh masyarakat. Pendengar radio tersebar di sejumlah stasiun radio dengan khalayak yang beragam mulai dari radio remaja, radio wanita, radio dewasa muda, radio olahraga, radio berita, dan sebagainya.

Menurut Masduki (2001: 6-7) ada beberapa alasan mengapa radio masih memiliki tempat dihati pendengarnya. *Pertama*, kedekatan siaran langsung surat kabar radio sangat baik atau dikatakan sudah menjadi primadona, karena objektivitas dan aktualitasnya dijamin tanpa rekayasa ulang. *Kedua*, sifat paket radio yang semakin beragam sehingga memudahkan pendengarnya untuk memilih paket yang sesuai dengan mereka dan mencatat waktu siaran sesuai dengan jadwal sibuk mereka. *Ketiga*, sifat alokasiya sebagai sarana komunikasi publik sebab radio menganut kedekatan geografis dan perilaku sosial masyarakat sekitarnya. Prinsip ini mengharuskan radio bersifat sangat lokal sehingga radio lebih mampu menyerap aspirasi lokal lebih dalam dan menyalurkannya.

Program acara yang beragam merupakan hal yang wajib ada pada lembaga penyiaran radio. Hal ini untuk membuat para pendengar tetap setia mendengarkan radio, serta agar informasi yang diinginkan dan disampaikan pun bervariasi sesuai dengan kebutuhan pendengar. Seperti halnya Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) Kabupaten Pringsewu atau Rapemda Pringsewu FM sebagai satu-satunya lembaga penyiaran publik lokal (LPPL) di Kabupaten Pringsewu. Stasiun radio yang *On Air* setiap hari Senin-Sabtu mulai pukul 06.00 - 22.00 WIB dan memiliki 6 program siaran yang berbeda sesuai dengan *genre*-nya. Terdapat sebuah program siaran unggulan yakni “Rapemda & Aktivitas” yang menyajikan berbagai informasi dan peristiwa seputar Kabupaten Pringsewu khususnya program-program pembangunan pemerintah daerah.

² Miranda, Pritta dan Reny Yuliati, 2020, *Keunikan Karakteristik Radio: Daya Tarik Bagi Khalayak dalam Mendengarkan Radio*, Jurnal Komunikasi Vol 4(3), hal. 738.

Program siaran “Rapemda & Aktivitas” mempunyai format siaran yang berbentuk *talkshow* atau interaktif dengan membangun komunikasi 2 atau 3 arah yakni antara penyiar dengan narasumber, antara penyiar dengan para penonton yang memberikan respon atau mengajukan pertanyaan terkait topik yang sedang dibahas, maupun dengan para reporter di lapangan. Namun sesi dialog interaktif yang terdapat pada program siaran tersebut tidak setiap hari dihadirkan karena ada jadwal tersendiri untuk dialog interaktif dengan pejabat pemerintah daerah terkait program pembangunan yang direncanakan. Salah satunya adalah program pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu. Program tersebut lebih dikenal dengan nama PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting).

Stunting menjadi indikator terkait rendahnya kualitas SDM yang memengaruhi produktivitas dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, pencegahan dan pengendalian stunting sangatlah penting. Berdasarkan Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, menunjukkan bahwa angka stunting pada balita di Indonesia mengalami penurunan sebesar 7% dibandingkan tahun 2013 yaitu 37,2%, sehingga menjadi 30,7% pada tahun 2018. Studi tersebut menunjukkan bahwa angka stunting pada anak usia 2 tahun adalah 29,9%. Namun berdasarkan hasil Pemantauan Status Gizi (PSG) balita di Provinsi Lampung, persentasenya terus mengalami peningkatan. Masalah stunting tidak dapat diselesaikan dengan program gizi saja, tetapi harus terintegrasi dengan berbagai program lainnya. Kompleksitas masalah stunting dan banyaknya pemangku kepentingan yang terlibat dalam intervensi gizi spesifik dan intervensi gizi sensitif memerlukan implementasi yang terkoordinasi dan terintegrasi dengan tujuan prioritas.

Pada tahun 2021 Kabupaten Pringsewu menjadi lokus untuk kegiatan penurunan stunting serta penurunan angka kematian ibu dan bayi berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/319/2020 Tentang Lokus Kegiatan Penurunan Angka

Kematian Ibu dan Bayi Tahun 2021 dan Keputusan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor Kep 42/M.PPN/HK/04/2020 terkait Penetapan Perluasan Kabupaten/Kota Lokasi Fokus Intervensi Terpadu Untuk Mengurangi Stunting Tahun 2021. Prevalensi stunting di Kabupaten Pringsewu berdasarkan Riskesdas tahun 2018 adalah 20,19% dan berdasarkan data hasil entry E PPGBM (aplikasi kemenkes) prevalensi stunting Tahun 2019 menurun yaitu 10,37% dan di 2020 prevalensi stunting 8,38% (2.414 balita stunting) dengan desa prioritas I (satu) ada 21 desa/kelurahan.

Suatu program pembangunan pemerintah tidak akan diketahui dan tidak akan mampu menggerakkan partisipasi publik jika mereka tidak memperoleh sosialisasi dan informasi terkait program pembangunan pemerintah yang akan dilaksanakan. Maka dari itu, diperlukan suatu media massa yang dapat menjadi sumber utama informasi bagi pemerintah untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat terkait program-program pembangunan. Transparansi informasi ini adalah salah satu komponen administrasi kebijakan publik menuju tata pemerintahan yang baik.³

LPPL Rapemda Pringsewu FM merupakan lembaga penyiaran yang didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pringsewu No. 21 Tahun 2013 yang dikemudian dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Mempunyai frekuensi 107.2 MHz, LPPL Rapemda Pringsewu FM konsisten dengan pelayanan publik yang dihadirkan dalam berbagai variasi program siaran sesuai kebutuhan khalayak sasaran. Sebab tanpa adanya program siaran yang bervariasi, sebuah media tidak akan bisa mempertahankan eksistensinya di dunia penyiaran.

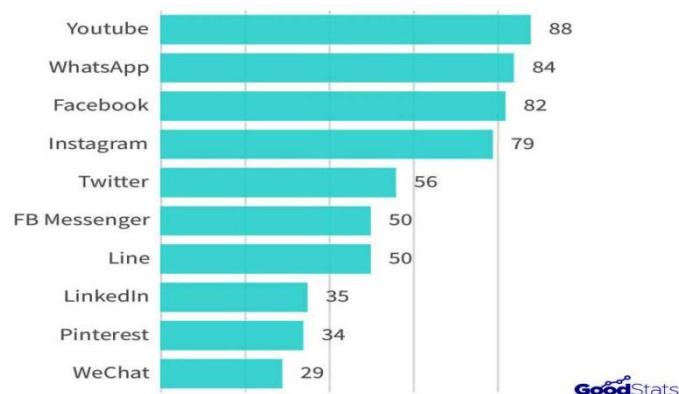
LPP atau lembaga penyiaran publik mampu menggerakkan partisipasi dan akses informasi dalam kehidupan masyarakat karena memperluas wawasan pengetahuan publik. Keberadaan LPP sebagai ruang publik memberikan ruang bagi publik untuk belajar memahami satu sama lain dan menyelaraskan

³ Yantos, *Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal dalam Mendukung Pemerintah Daerah*, Jurnal RISALAH, vol. 26(2), hal. 95.

semangat pluralisme. Untuk mendukung terselenggaranya pembangunan daerah, telah dikembangkan struktur komunikasi massa sebagai sarana pelayanan informasi kepada masyarakat.

Inovasi dalam penyiaran radio seperti radio streaming sangat diperlukan agar penikmatnya bisa dijangkau diseluruh wilayah Indonesia. Salah satunya dengan menggunakan media sosial Facebook. Facebook adalah salah satu media sosial yang memiliki fitur-fitur aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya, mulai dari informasi, pendidikan, bisnis, dan *entertainment*. Banyak kegiatan kehidupan yang dikembangkan di situs jejaring sosial ini. Dengan Facebook, penikmat radio bisa berperan aktif dengan cara menonton siaran langsung program siaran radio yang disajikan, memberikan komentar, kritik, dan saran melalui fitur komentar, menyapa antar sesama pengguna, bersosialisasi, dan sebagainya.

Dalam Laporan survei Tren Digital, jumlah pengguna Facebook global pada 2020 mencapai 3,3 miliar orang, 140 juta orang di antaranya berada di Indonesia. Per Januari 2021, platform besutan Mark Zuckerberg ini memiliki 2,7 miliar MAU (*monthly active user*), menempatkannya sebagai medsos terpopuler dan paling banyak digunakan di dunia. Di Indonesia sendiri, Facebook menempati peringkat 3 teratas dalam daftar media sosial yang paling sering digunakan oleh penduduk dengan rentang usia 16 hingga 64 tahun.

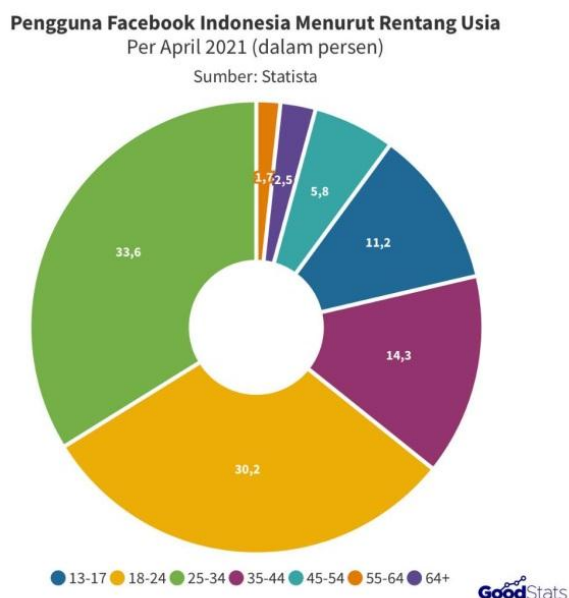


Gambar 1. Persentase Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia

Sumber: Data Good News From Indonesia, *Pengguna Facebook Indonesia dalam Bingkai Statistik*, 2021 (Diakses pada 18 November 2021).

Indonesia juga masuk dalam daftar 7 besar negara pengguna Facebook terbanyak di dunia. Hingga Kuartal II 2021, pengguna Facebook di Indonesia mencapai 176,5 juta atau naik 1,2 juta pengguna dari Kuartal I 2021 (175,3 juta). Angka tersebut setara dengan 63,4 persen dari total populasi yang mencapai 276,36 juta jiwa (estimasi 2021) atau 76,8 persen dari pengguna internet di Tanah Air. Jika dilihat berdasarkan demografi pengguna, secara global, pengguna Facebook terbanyak berada pada kalangan umur 18-34 tahun untuk perempuan dan 25-34 tahun untuk laki-laki.

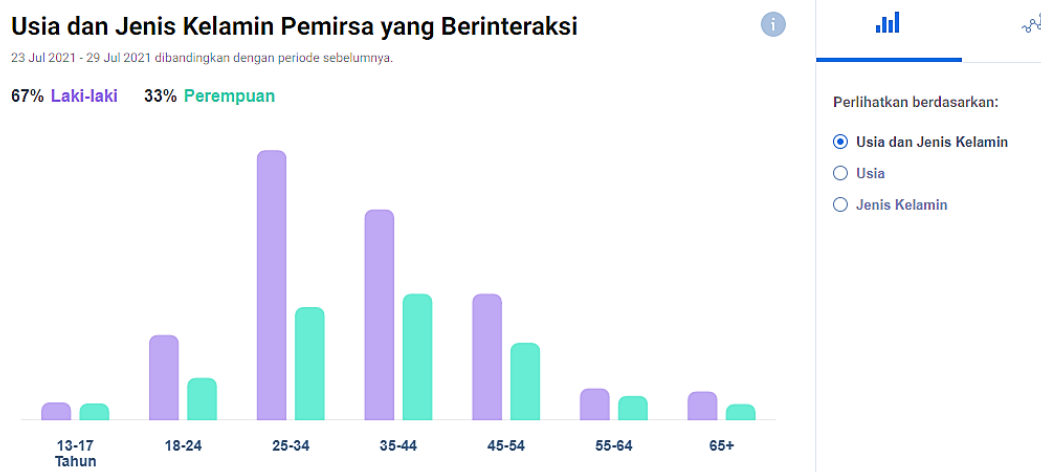
Di Indonesia, pengguna Facebook masih didominasi kalangan muda tepatnya generasi Z dan generasi milenial. Hal itu tercermin dari laporan yang bersumber dari Statista periode April 2021, di mana 33,6% pengguna Facebook di Tanah Air berada di rentang usia 25-34 tahun, kemudian 30,2% berada di rentang usia 18-24 tahun. Sisanya, 14,3% berada di rentang usia 35-44 tahun, 11,2% di rentang usia 13-17 tahun, 5,8% di rentang usia 45-54 tahun, 2,5% di atas 64 tahun, dan yang paling sedikit berada di rentang usia 55-64 tahun dengan persentase 1,7%.



Gambar 2. Persentase Pengguna Facebook di Indonesia Menurut Rentang Usia.

Sumber: Good News From Indonesia, *Pengguna Facebook Indonesia dalam Bingkai Statistik*, 2021 (Diakses pada 18 November 2021).

LPPL Rapemda Pringsewu FM memanfaatkan media sosial Facebook sebagai alternatif strategi menjangkau pendengar di tengah perkembangan teknologi informasi yang kian pesat. Dengan radio streaming ini pendengar dapat menonton apa yang sedang didengarkan melalui media sosial Facebook dengan *live streaming*. Program-program siaran di LPPL Rapemda Pringsewu FM seluruhnya dihadirkan secara langsung. Khalayak juga tetap bisa mendengarkan melalui frekuensi 107.2 FM dan bisa juga melalui aplikasi Rapemda Pringsewu FM atau aplikasi RRI PlayGo. LPPL Rapemda Pringsewu FM mempunyai pendengar aktif yang disebut dengan Sahabat Pringsewu FM. Akun Facebook Rapemda Pringsewu FM mempunyai lebih dari 18.000 pengikut atau penonton yang tersebar diseluruh Indonesia bahkan manca negara dengan latar belakang yang berbeda. Berikut segmentasi penonton setia LPPL Rapemda Pringsewu FM yang mendengarkan melalui *live streaming* pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.



Gambar 3. Segmentasi Penonton Rapemda Pringsewu FM Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.

Sumber: https://business.facebook.com/creatorstudio/insights_audience (Diakses pada 28 Juli 2021).

Pada laman Facebook Rapemda Pringsewu FM, penyiar dan penonton dapat berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar yang tersedia. Dalam hal ini, penyiar juga bisa melihat jumlah penonton aktif yang sedang menyaksikan siarannya secara langsung. Terkait jumlah khalayak dan respon

yang bisa diketahui secara langsung oleh penyiar, digitalisasi penyiaran radio dalam hal ini memberikan dampak yang signifikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari akun *Facebook* Rapemda Pringsewu FM pada postingan siaran sesi dialog interaktif bertema PRINCES, dapat dilihat berapa banyak respon yang diberikan penonton aktif dan jumlah khalayak yang dapat dijangkau.



Gambar 4. Postingan Siaran Dialog Interaktif Bertema PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) dengan Dinas Perpustakaan & Kearsipan Kab. Pringsewu pada 16 September 2021.



Gambar 5. *Insight* Postingan.

Sumber: <https://web.facebook.com/rapemdapringsewu/videos/407374760821714>
(Diakses pada 8 Oktober 2021).

LPPL Rapemda Pringsewu FM sebagai fokus lokasi penelitian ini karena stasiun penyiaran radio tersebut merupakan satu-satunya lembaga penyiaran publik lokal yang ada di Kabupaten Pringsewu yang menghadirkan siaran informasi, tips, serta berbagai peristiwa terkini seputar Bumi Jejama Secancangan. LPPL Rapemda Pringsewu FM juga menghadirkan siaran secara *live streaming* di mana penonton dapat menonton apa yang didengarkan melalui media sosial Facebook pada akun Rapemda Pringsewu FM.

Dipilihnya program siaran “Rapemda & Aktivitas” dalam penyusunan penelitian ini karena program tersebut merupakan satu-satunya program yang menyajikan sesi dialog interaktif dengan pejabat pemerintah daerah Kabupaten Pringsewu untuk membahas program-program pembangunan pemerintah daerah. Tidak hanya itu, dalam program siaran tersebut juga menghadirkan berbagai informasi atau peristiwa terkini seputar Kabupaten Pringsewu melalui laporan langsung dari reporter atau *live report* ketika ada agenda pemerintah daerah yang harus dilaporkan pada saat itu juga serta tips menarik untuk para penonton setianya. Hal inilah yang menjadi latar belakang pemilihan media serta program siaran yang akan diteliti.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti akan berfokus pada penonton aktif yang menonton melalui *live streaming* di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM. Fokus penelitian ini dilihat dari bagaimana penonton memberikan respon berupa teks/stiker pada kolom komentar ketika sesi dialog interaktif dengan tema PRINCES “Pringsewu Cegah Stunting”. Seberapa intens khalayak mendengarkan radio sehingga akan menimbulkan pengaruh atau efek kepuasan di mana penonton merespon dengan cara mengajukan pertanyaan, kritik dan saran melalui *whatsapp* dan/atau komentar pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM hingga membagikan postingan siaran langsung tersebut kepada sesama pengguna Facebook lainnya. Segmentasi penonton dalam penelitian ini mencakup penonton yang berada di Kabupaten Pringsewu yang sering mendengarkan program “Rapemda & Aktivitas” di LPPL Rapemda Pringsewu 107.2 FM mulai pukul 09.00-11.00 WIB melalui *live streaming* pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.

Menggunakan metode penelitian survey untuk mengumpulkan data penelitian di mana informasi dikumpulkan dari responden yang telah ditentukan menggunakan kuesioner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook dengan kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting

di Kabupaten Pringsewu oleh penonton pada program siaran radio “PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting)”.

Berikut ini data ringkasan siaran langsung sesi dialog interaktif pada program acara “Rapemda & Aktivitas” yang diperoleh dari laman Facebook Rapemda Pringsewu FM. Data ini meliputi jumlah penonton, tanggapan, komentar, dan jumlah orang yang membagikan postingan.



Gambar 6. Ringkasan Siaran Langsung Sesi Dialog Interaktif bertema *PRINCES* dengan Dinas Perpustakaan & Kearsipan Kab. Pringsewu pada 16 September 2021.

Sumber : https://business.facebook.com/creatorstudio/content_posts (Diakses pada 8 Oktober 2021).

Jumlah penonton yang melihat postingan Facebook Pringsewu FM juga mengalami perubahan di setiap harinya. Maka dari itu, penting untuk mengetahui bagaimana pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi yang dihadirkan pada program “Rapemda & Aktivitas” khususnya terkait program pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu. Sebab hal tersebut bisa menjadi acuan dan evaluasi oleh tim produksi untuk konsisten memberikan konten-konten yang informatif serta dapat menggerakkan partisipasi

masyarakat dalam mendukung visi pembangunan pemerintah daerah khususnya pencegahan stunting.

Melalui lembaga penyiaran publik lokal (LPPL), mengembangkan konten siaran yang informatif tentunya menawarkan peluang baru untuk terus meningkatkan kualitas pemerintahan dengan cara peningkatan partisipasi masyarakat dan peningkatan infrastruktur informasi global. Hal ini sebagai jalan untuk mewujudkan tata pemerintahan yang baik agar pelayanan pemerintah berjalan secara transparan, pelayanan juga dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan efisien serta unsur penyimpangan dapat dihindarkan.⁴

Berbagai fakta di atas menggugah penulis untuk membuat sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton *Live Streaming* Radio Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Pencegahan Stunting di Kabupaten Pringsewu.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “seberapa besar pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penyusunan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan penonton memperoleh informasi tentang Pencegahan Stunting di Kabupaten Pringsewu ditinjau dari respon penonton pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.

⁴ Yantos, op.cit. hal 96

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kegunaan baik secara teori ataupun secara praktis. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Secara Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman teoritis terkait pengembangan pada kajian ilmu komunikasi bidang penyiaran radio.
2. Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terutama yang relevan dengan radio streaming dan karakteristik penontonnya.

b. Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berhubungan dengan program siaran radio bertema stunting di LPPL Rapemda Pringsewu FM.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu dan keterkaitannya dilihat dari respon yang diberikan penonton di media sosial Facebook.
3. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Pringsewu diharapkan dapat memberi masukan serta bahan pertimbangan dan evaluasi pemerintah daerah supaya kinerjanya dapat terus ditingkatkan dalam program pembangunan daerah khususnya dalam pencegahan dan penanganan stunting di Kabupaten Pringsewu.

1.5 Kerangka Pemikiran

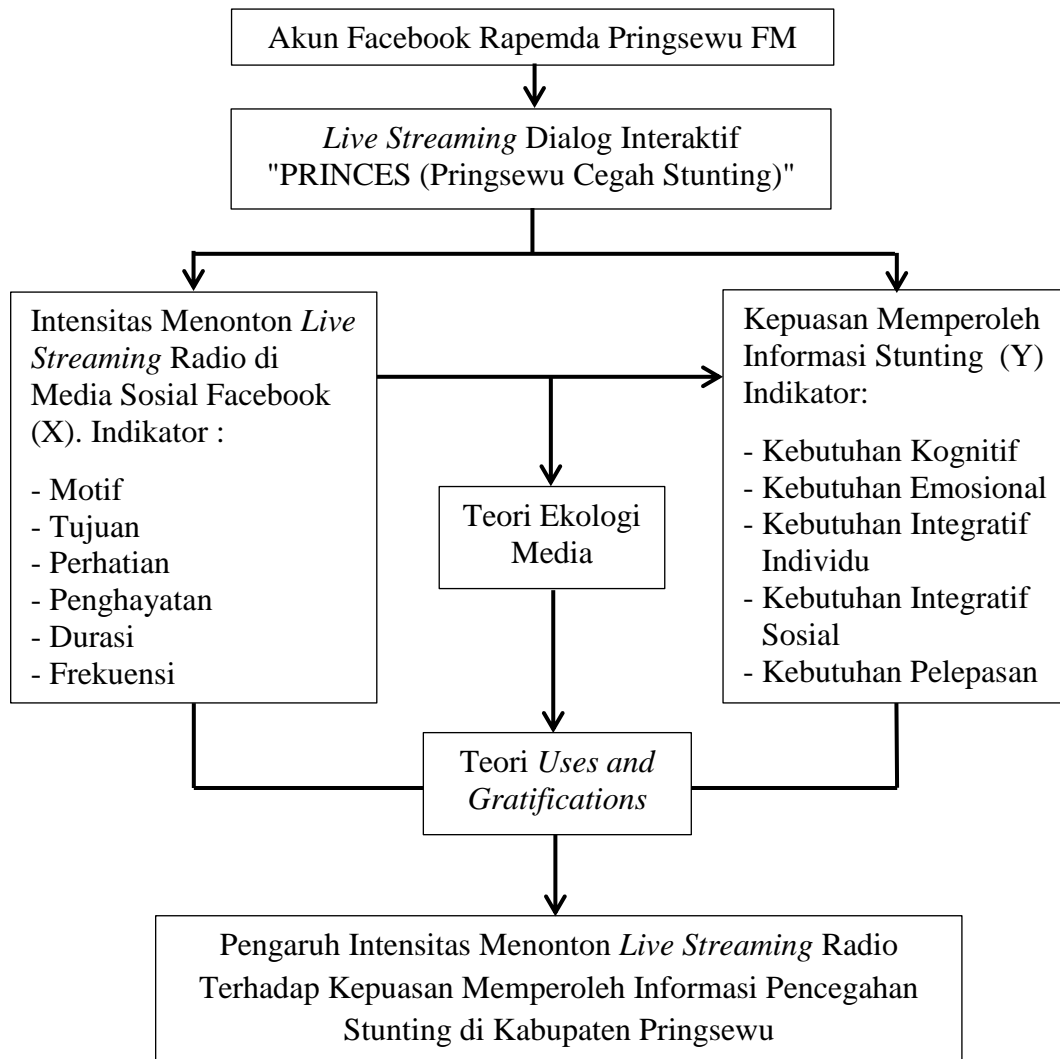
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana hubungan antar variabel dan teori yang digunakan. LPPL Rapemda Pringsewu FM sebagai lembaga penyiaran publik lokal yang ada di Kabupaten Pringsewu memanfaatkan media sosial Facebook dalam penyelenggaraan siarannya untuk menjangkau lebih banyak pendengar di era digitalisasi penyiaran radio. Menyajikan berbagai informasi terutama terkait program pembangunan

pemerintah daerah setempat yang dikemas dalam program siaran “Rapemda & Aktivitas” pada sesi dialog interaktif. Program pembangunan yang menjadi fokus penelitian ini adalah PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) yang disosialisasikan melalui Rapemda Pringsewu FM sejak bulan Agustus 2021 dengan berbagai narasumber dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kabupaten Pringsewu.

Intensitas menonton *live streaming* radio menjelaskan seberapa lama dan seberapa sering waktu yang digunakan dalam menggunakan media massa. Intensitas menonton atau seringnya seseorang menonton media massa baik elektronik maupun digital membawa pengaruh dan memberikan dampak yang besar terhadap siapa saja yang menontonnya. Pengaruh yang dapat ditimbulkan berupa reaksi dalam diri mereka baik rasa empati, memenuhi rasa ingin tahu, menghilangkan rasa bosan bahkan dapat memberikan pengetahuan baru dan mengembangkan wawasan lewat tayangan-tayangannya yang bersifat informatif dan mendidik. Pengaruh tersebut memberikan kepuasan tersendiri bagi individu yang menonton *live streaming* radio melalui akun Facebook Rapemda Pringsewu FM. Kepuasan diperoleh karena individu merasa berbagai kebutuhannya terpenuhi.

Dari pembahasan di atas, maka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori ekologi media. Teori ekologi media berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi dan teknologi yang akan tetap menjadi pusat untuk hampir semua lapisan masyarakat. Artinya masyarakat sangat bergantung pada teknologi di mana untuk mendapatkan informasi kini bisa dengan mudah didapatkan melalui media baru atau media sosial. Selain teori ekologi media, teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bagaimana setiap individu menggunakan media massa. Teori ini digunakan untuk menguji penikmat radio ketika merasa berbagai kebutuhannya terpenuhi, rasa puas atau tidak puas terhadap media akan muncul dari bagaimana pengguna memberikan responnya. Menggunakan media tersebut

untuk memenuhi kebutuhannya atau beralih ke media lain. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penyusunan penelitian ini.



Gambar 7. Kerangka Pemikiran Penelitian.

Sumber: diolah peneliti, 2021.

1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan tanggapan sementara terhadap suatu masalah yang belum teruji secara empiris, apakah klaim tersebut dapat diterima atau ditolak (Burhan Bungin, 2017:85). Hipotesis dinyatakan sementara sebab jawaban yang diberikan hanya berdasar pada teori-teori yang relevan tidak didasarkan pada bukti empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Kebenaran

hipotesis dibuktikan dari penelitian yang dilakukan. Sesuai penelitian, hipotesis yang dijelaskan mungkin benar, tetapi juga bisa salah.

Menurut Sugiyono (2013: 253) jika hipotesis benar, maka hipotesis diterima, dikenal juga sebagai hipotesis alternatif, dan notasi H_1 diberikan. Sedangkan jika hipotesis salah, maka hipotesis ditolak, yang juga dikenal sebagai hipotesis nol, dan notasi H_0 diberikan. Pada penelitian ini, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting.

H_1 : Terdapat pengaruh dari intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian ini, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan sebagai pembanding, referensi, dan tolak ukur untuk penelitian yang sedang diteliti. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian.

1. *Analisis Produksi Acara Siaran Radio (Studi Pada Acara Sitkom Kosan Udara RRI Pro 2 FM Bandar Lampung)*, oleh Dwitya Mahadika (2019);
2. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 FM*, oleh Ita Suryani, Liliyana, dkk (2020);
3. *Pengaruh Intensitas Mendengarkan, Motivasi dan Sikap Terhadap Persepsi Pendengar Tentang Program Acara Asri & Steny In The Morning di Radio Delta FM Semarang*, oleh Kristi Febiani (2017);
4. *Pengaruh Intensitas Menonton Program Siaran Mata Najwa Terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Ilmu Politik UIN Alauddin Makassar*, oleh Fatmawati (2020).

Berikut ini adalah gambaran tabel dari penelitian terdahulu.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Aspek Penelitian	Keterangan
1	Dwitya Mahadika (Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Lampung 2019)	Judul	Analisis Produksi Acara Siaran Radio (Studi pada Acara Sitkom Kosan Udara RRI Pro 2 FM Bandar Lampung)
		Bentuk	Skripsi
		Perbedaan	Penelitian ini berfokus pada analisis produksi program siaran

			radio
		Kontribusi	Sebagai referensi yang berguna dalam penyusunan penelitian yang berkaitan dengan program radio
2	Ita Suryani, Liliyana, dkk (P.S. Hubungan Masyarakat dan P.S. Penyiaran, Universitas Bina Sarana Informatika 2020)	Judul	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 FM
		Bentuk	Jurnal
		Perbedaan	Perbedaan terletak pada metode penelitiannya yaitu metode penelitian kualitatif
		Kontribusi	Sebagai referensi yang berguna dalam penyusunan penelitian terkait media sosial Facebook dalam penyiaran radio streaming
3	Kristi Febiani (Ilmu Komunikasi, FISIPOL Universitas Diponegoro Semarang 2017)	Judul	Pengaruh Intensitas Mendengarkan, Motivasi dan Sikap Terhadap Persepsi Pendengar Tentang Program Acara <i>Asri & Steny In The Morning</i> di Radio Delta FM Semarang
		Bentuk	Majalah Ilmiah Inspiratif
		Perbedaan	Perbedaan terletak pada teori yang digunakan serta fokus penelitian terkait persepsi pendengar terhadap sebuah program acara radio
		Kontribusi	Sebagai referensi dalam menyusun penelitian mengenai hubungan dan pengaruh intensitas mendengar dengan motif mendengarkan radio
4	Fatmawati (Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar, 2020)	Judul	Pengaruh Intensitas Menonton Program Siaran Mata Najwa Terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Ilmu Politik UIN Alauddin Makassar
		Bentuk	Skripsi
		Perbedaan	Perbedaan terletak pada fokus media massa dan jenis penelitian yaitu penelitian eksplanatori
		Kontribusi	Sebagai referensi yang berguna dalam penyusunan penelitian mengenai intensitas menonton

			tayangan di media massa untuk kebutuhan khalayak dan penggunaan teori <i>uses and gratifications</i>
--	--	--	--

Sumber: data peneliti, November 2021

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Radio sebagai Media Komunikasi Massa

Sebagai media komunikasi, radio dijuluki sebagai kekuatan ke lima setelah pers dianggap kekuatan ke empat. Hal ini disebabkan oleh tiga faktor sebagai berikut.

1. Bersifat Langsung

Untuk menjangkau khalayak pendengar, program siaran yang akan disiarkan tidak melalui proses yang rumit atau sempurna. Dibandingkan dengan distribusi surat kabar, radio lebih cepat dan mudah dalam menyebarkan informasi.

2. Daya Tembus

Pendengar dapat mengubah saluran dan mendengarkan siaran radio dengan frekuensi atau internet dan menentukan stasiun radio yang diinginkan dari berbagai negara di dunia.

3. Mengandung Daya Tarik

Daya tarik radio dilatarbelakangi oleh keaktifannya berkat tiga unsur berikut :

- a. Musik, ketika suatu program disiarkan, radio menyajikan musik-musik yang disukai pendengar.
- b. Kata-kata, di radio seorang penyiar harus mampu menyampaikan kata-kata yang memberi kesan kepada pendengar bahwa penyiar sedang berbicara kepada mereka.
- c. Efek Suara, radio juga menawarkan efek suara atau jingle yang dapat menyentuh emosi pendengar dan membuat pendengar berimajinasi.

Seperti media massa lainnya, radio berfungsi untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran guna memenuhi kebutuhan

komunikannya baik secara langsung ataupun secara tidak langsung. Ada tiga bentuk kebutuhan yakni informasi, pendidikan, dan hiburan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, ada tiga fungsi radio sebagai media massa yang dikenal dengan konsep *Radio for Society*.

Pertama, radio berperan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dari berbagai pihak yang dapat berupa pemerintah, lembaga/organisasi, dan kelompok masyarakat. *Kedua*, radio sebagai media publik menyampaikan pendapatnya agar dapat memengaruhi kebijakan tertentu melalui dialog interaktif pada program siaran radio. *Ketiga*, radio berfungsi sebagai sarana untuk berdiskusi dan mempererat kebersamaan serta semangat kemanusiaan antar sesama (Masduki, 2001:3).

Dalam penyebarluasan pesan, informasi yang disampaikan dikemas dalam sebuah program dan memiliki caranya sendiri yang disebut sebagai gaya radio, meliputi bahasa, lagu atau musik, dan efek suara yang menjadi identitas tersendiri bagi masing-masing stasiun radio. Menurut Effendy, terdapat dua faktor yang memengaruhi adanya gaya radio yakni sifat radio dan sifat pendengar radio. Untuk sifat pendengar radio, meliputi kegemaran, kebiasaan, minat, dan keinginannya. Sedangkan sifat radio siaran meliputi karakteristik sebagai berikut.

- a. Imajinatif, karena radio sebagai media komunikasi massa hanya dapat dinikmati dengan cara didengar maka dalam hal ini pendengar dibawa untuk bisa membayangkan apa yang terjadi dan bagaimana informasi tersebut bisa terjadi. Imajinasi setiap pendengar bisa beragam persepsinya. Radio juga dapat menciptakan *theatre of mind* dengan kekuatan kata-kata dan suara penyiar serta efek suara yang mendukung.
- b. Auditori, segala sesuatu yang disiarkan di radio harus berupa suara yang dapat ditangkap oleh indera pendengaran manusia

sehingga pendengar dapat menerima informasi dengan baik dan jelas.

- c. Akrab, seorang penyiar menyampaikan informasi melalui radio secara individual/personal sehingga sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada pendengar seorang diri dan mampu menjadikan penyiar seolah berada di sekitar pendengar tersebut. Dalam hal ini radio bisa menjadi “teman” bagi para pendengarnya.
- d. Gaya Percakapan, bahasa yang digunakan dalam program siaran radio adalah bahasa atau gaya percakapan sehari-hari yang membuat para pendengar lebih mudah menangkap pesan yang disampaikan kecuali untuk program siaran yang menyajikan berita.

Komunikasi yang terdapat pada radio dalam proses penyebaran informasi sama seperti media komunikasi massa lainnya, maka radio memiliki sifat dari media massa yang meliputi :

- a. Publisitas, disebarluaskan kepada masyarakat tanpa adanya batasan. Publik dapat menentukan sikap terhadap mendengarkan atau tidaknya media massa radio tanpa adanya paksaan.
- b. Universal, atau bersifat umum, yakni membahas mengenai berbagai aspek kehidupan masyarakat yang bersifat umum, meliputi interaksi atau hubungan sosial, bisnis, dan sebagainya.
- c. Periodisitas, bersifat tetap/berskala.
- d. Kontinuitas, bersifat terus menerus sesuai dengan jadwal program acaranya di stasiun radio tersebut.
- e. Aktualitas, selalu menghadirkan sesuatu yang baru, tips baru dengan berbagai macam bidang. Aktualitas juga memiliki makna kecepatan dari penyebaran informasi kepada masyarakat.

Dengan demikian radio merupakan pengemban kewajiban publik untuk menjadikan masyarakat *well informed* terhadap lingkungan

sosialnya. Sebab sebagai media massa, radio juga sebagai institusi masyarakat yang harus seimbang dalam menjalankan fungsinya.

2.2.2 Radio Streaming

Radio streaming merupakan layanan streaming audio/suara yang disiarkan melalui internet. Radio tersebut memiliki media *streaming* yang mampu memberikan saluran suara dan tidak ada kontrol siaran operasional seperti umumnya media siaran konvensional. Radio streaming memudahkan penikmatnya untuk mendengarkan radio di mana pun mereka berada. Jarak tidak lagi menjadi kendala seperti era sebelumnya.

Menurut data Bappenas, di Indonesia hampir 438 stasiun radio *streaming* sudah dikembangkan & disiarkan. Ada banyak stasiun radio yang sudah memanfaatkan teknologi radio streaming dalam upaya untuk meningkatkan pengguna radio.⁵ Kehadiran radio *streaming* di masyarakat juga semakin memudahkan pihak lainnya untuk memproduksi radio tanpa harus memiliki perusahaan penyiaran dan tanpa membutuhkan peralatan yang lengkap seperti radio konvensional.

Perkembangan radio *streaming* dapat dijelaskan dengan menggunakan konsep dasar teknologi komunikasi, yakni konsep mediamorfosis yang dijelaskan oleh Roger Fidler. Mediamorfosis adalah transformasi media yang disebabkan oleh keterkaitan kompleks antara kebutuhan yang dirasakan, persaingan, tekanan politik, dan berbagai inovasi teknologi.⁶ Konsep ini memungkinkan untuk mengamati bagaimana perubahan dan evolusi sistem teknologi merupakan bagian dari

⁵ Rocky Prasetyo Jati & Mira Herlina, 2013, Hubungan antara Radio Streaming dengan Presepsi dan Kepuasan Audience di PT. MNC Skyvision Jakarta, Jurnal Komunikasi ASPIKOM, vol 2 (1), hal. 591.

⁶ Roger Fidler, 2003, Mediamorfosis, Yogyakarta: Bentang Budaya, hal. 35.

kelangsungan teknologi lain yang dapat dikelompokkan ke dalam enam prinsip dasar yaitu⁷ :

1. *Coevolution* dan *Coexistence*, prinsip ini memungkinkan bahwa seiring dengan perkembangan dan adaptasi yang panjang, telah terjadi evolusi bentuk media komunikasi yang terjadi secara bersamaan. Mediamorfosis artinya dukungan baru muncul secara bertahap dan melalui proses yang tidak spontan.
2. *Propagation*, memberikan pemahaman bahwa pengaruh perkembangan media baru telah menanamkan dominasi.
3. *Survival*, memberi pengertian bahwa semua teknologi komunikasi dan media harus melalui proses adaptasi dan pengembangan jika ingin terus eksis.
4. *Opportunity and Need*, menekankan motivasi sosial, politik, dan ekonomi.
5. *Delayed Adoption Technology*, media baru membutuhkan waktu yang lebih lama dalam proses pengembangan untuk menjadi lebih efisien.

2.2.3 Lembaga Penyiaran Publik Lokal

Lembaga Penyiaran Publik diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik. Lembaga Penyiaran Publik atau disingkat LPP merupakan organisasi penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan menjalankan fungsi pelayanan untuk kepentingan masyarakat dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat dengan memperlakukan masyarakat sebagai warga negara yang harus dilindungi dalam memperoleh informasi, dan bukan sebagai objek keuntungan semata dari industri media penyiaran.⁸

⁷ Ibid, hal. 44.

⁸ Yayat, op.cit, hal. 14.

Sebagai negara kepulauan, lembaga penyiaran publik memiliki fungsi identitas nasional, menyatukan bangsa dan pembentuk citra positif bangsa. Lembaga penyiaran publik memiliki empat prinsip diantaranya sebagai berikut.⁹

1. Siarannya harus dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Mampu mencerminkan keragaman yang merefleksikan struktur realitas sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat.
3. Programnya harus mencerminkan identitas dan budaya nasional.
4. Penyajian siarannya hendaknya bervariasi.

Lembaga penyiaran layanan publik merupakan bagian dari pemerintah daerah yang memberikan layanan informasi kepada masyarakat agar segala kebijakan dan program pembangunan dapat segera diketahui masyarakat. Perkembangan pelayanan informasi melalui Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) tentunya memberikan peluang baru untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemerintah daerah, karena informasi merupakan kunci perubahan, terutama dari media yang berperan penting dalam meginformasikan kepada masyarakat.

Pendirian Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di daerah yang berkembang pesat, khususnya radio pemerintah daerah yang dapat memberikan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, pelayanan kontrol sosial, dan dapat menjadi pelestari budaya daerah bagi semua kepentingan masyarakat. Radio pemerintah daerah adalah organisasi penyiaran publik lokal yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio yang bersifat independen, netral, dan tidak komersial dengan fungsi memberikan layanan informasi untuk kepentingan masyarakat.¹⁰

⁹ Ibid, hal. 15.

¹⁰ Andiwi Meifilina, 2017, *Kekuatan Komunikasi Media Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Dalam Pelestarian Budaya dan Kearifan Lokal Pada Lembaga Penyiaran*

Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Siaran Pemerintah Daerah (Rapemda) Pringsewu didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pringsewu Nomor 21 Tahun 2013. Visi dari LPPL Rapemda Pringsewu adalah menjadi media informasi utama di Kab. Pringsewu, dapat mendidik, menghibur, dan mencerdaskan masyarakat menuju Kabupaten Pringsewu yang Berdaya Saing, Harmonis, dan Sejahtera (BERSAHAJA). Pendirian LPPL Rapemda Pringsewu bertujuan untuk menyelenggarakan penyiaran menurut prinsip radio yang independen, netral, dan yang program siarannya selalu berorientasi kepada kepentingan publik dan menyebarkan informasi pembangunan.

2.2.4 Stunting

Stunting merupakan sebuah masalah kurang gizi kronis yang disebabkan oleh kurangnya asupan gizi dalam waktu yang cukup lama, hal ini menyebabkan adanya gangguan di masa yang akan datang yakni mengalami kesulitan dalam mencapai perkembangan fisik dan kognitif yang optimal. Anak stunting mempunyai *Intelligence Quotient* (IQ) lebih rendah dibandingkan rata – rata IQ anak normal (Kemenkes RI, 2018: 5). Stunting menjadi masalah gagal tumbuh yang dialami oleh bayi di bawah lima tahun yang mengalami kurang gizi semenjak di dalam kandungan hingga awal bayi lahir, stunting sendiri akan mulai nampak ketika bayi berusia dua tahun (Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, 2017). Pada akhirnya secara luas stunting akan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kemiskinan dan memperlebar ketimpangan.

Di Indonesia, sekitar 37% (hampir 9 Juta) anak balita mengalami stunting (Riset Kesehatan Dasar/ Riskesdas 2013) dan di seluruh dunia, Indonesia adalah negara dengan prevalensi stunting kelima terbesar. Balita/Baduta (Bayi dibawah usia Dua Tahun) yang

mengalami stunting akan memiliki tingkat kecerdasan tidak maksimal, menjadikan anak menjadi lebih rentan terhadap penyakit dan di masa depan dapat beresiko pada menurunnya tingkat produktivitas. Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 menunjukkan prevalensi stunting sebesar 30,8%. Dibandingkan dengan hasil SSGBI angka stunting berhasil ditekan 3,1% dalam setahun terakhir. Menkes berharap angka stunting dapat terus turun 3 persen setiap tahun, sehingga target 19% pada tahun 2024 dapat tercapai.

a. Penyebab Stunting

Stunting disebabkan oleh faktor multi dimensi dan tidak hanya disebabkan oleh faktor gizi buruk yang dialami oleh ibu hamil maupun anak balita. Intervensi yang paling menentukan untuk dapat mengurangi prevalensi stunting perlu dilakukan pada 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK) dari anak balita. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab stunting yaitu sebagai berikut (Aryu Candra, 2020: 15).

a. Faktor Genetik

Faktor genetik adalah faktor yang tidak dapat diubah sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang dapat diubah.

b. Status Ekonomi

Status ekonomi kurang dapat diartikan daya beli juga rendah sehingga kemampuan membeli bahan makanan yang baik juga rendah. Kualitas dan kuantitas makanan yang kurang menyebabkan kebutuhan zat gizi anak tidak terpenuhi. Pengetahuan pengasuh tentang gizi juga mempengaruhi kejadian stunting pada anak. Kurangnya konsumsi sayur dan buah akan menimbulkan defisiensi mikronutrien yang bisa menyebabkan gangguan pertumbuhan.¹¹

¹¹ Candra A, Puruhita N, JS. *Risk Factors Of Stunting Among 1-2 Years Old Children In Semarang City*. Medical bulletin. MEDIA Med Indones [Internet]. 2011, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmi/article/view/3254>.

c. Jarak Kelahiran

Jarak kelahiran dekat membuat orangtua cenderung lebih kerepotan sehingga kurang optimal dalam merawat anak. Hal ini disebabkan karena anak yang lebih tua belum mandiri dan masih memerlukan perhatian yang sangat besar.

d. Riwayat BBLR

Berat badan lahir rendah (BBLR) menandakan janin mengalami malnutrisi di dalam kandungan sedangkan *underweight* menandakan kondisi malnutrisi yang akut. Stunting sendiri terutama disebabkan oleh malnutrisi yang lama.

e. Anemia pada Ibu

Anemia pada ibu hamil sebagian besar disebabkan oleh defisiensi zat gizi mikro terutama zat besi. Akibat defisiensi zat besi pada ibu hamil akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan janin sehingga janin yang dilahirkan sudah malnutrisi.

f. Sanitasi

Sanitasi yang baik akan mempengaruhi tumbuh kembang seorang anak. Sanitasi dan keamanan pangan dapat meningkatkan risiko terjadinya penyakit infeksi (Kemenkes RI, 2018: 7).

g. Defisiensi Zat Gizi

Asupan zat gizi yang menjadi faktor risiko terjadinya stunting dapat dikategorikan menjadi 2 yaitu asupan zat gizi makro atau mkronutrien dan asupan zat gizi mikro atau mikronutrien.¹² Berdasarkan hasil-hasil penelitian, asupan zat gizi makro yang paling mempengaruhi terjadinya stunting adalah asupan protein, sedangkan asupan zat gizi mikro yang paling

¹² Candra A., Nugraheni N., *Hubungan Asupan Mikronutrien Dengan Nafsu Makan Dan Tinggi Badan Balita*, Jnh (Journal Of Nutrition And Health), Vol. 3, No. 2, Aug. 2015.

mempengaruhi kejadian stunting adalah asupan kalsium, seng, dan zat besi.

b. Dampak Stunting

Dampak stunting antara lain yaitu mudah sakit, kemampuan kognitif berkurang, saat tua berisiko terkena penyakit berhubungan dengan pola makan, fungsi-fungsi tubuh tidak seimbang, mengakibatkan kerugian ekonomi, postur tubuh tidak maksimal saat dewasa (Buku Saku Stunting Desa, 2017: 8). Dampak buruk yang dapat ditimbulkan oleh stunting dapat dibagi menjadi 2 kategori yaitu jangka pendek dan jangka panjang.

Dampak stunting dalam jangka pendek adalah terganggunya perkembangan otak, kecerdasan, gangguan pertumbuhan fisik, dan gangguan metabolisme dalam tubuh. Dalam jangka panjang akibat buruk yang dapat ditimbulkan adalah menurunnya kemampuan kognitif dan prestasi belajar, menurunnya kekebalan tubuh sehingga mudah sakit, dan risiko tinggi untuk munculnya penyakit diabetes, kegemukan, penyakit jantung dan pembuluh darah, kanker, stroke, dan disabilitas pada usia tua.

c. Pencegahan Stunting

Tingginya prevalensi stunting di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor meliputi faktor ibu (tinggi badan ibu kurang dari normal, mengalami malnutrisi terutama pada waktu hamil dan menyusui); faktor ayah (tinggi badan ayah kurang dari normal, ayah perokok/peminum alkohol); faktor anak (berat badan lahir rendah, tidak memperoleh ASI eksklusif, sering mengalami infeksi, asupan zat gizi kurang); faktor lingkungan (lingkungan sosial dan lingkungan biologis).

Berdasarkan prevalensi stunting tersebut, maka program pencegahan stunting harus dilaksanakan secara komprehensif dan

melibatkan seluruh komponen. Program pencegahan yang bisa dilakukan antara lain¹³ :

a. Mempersiapkan Pernikahan Yang Baik

Variasi genetik harus dipertimbangkan untuk mendapatkan keturunan yang bebas dari risiko penyakit termasuk gangguan pertumbuhan. Hal inilah yang menyebabkan adanya larangan pernikahan sesama saudara atau keluarga.

b. Pendidikan Gizi

Pendidikan kesehatan dan gizi diberikan sejak dini yang berisi informasi umum tentang kesehatan dan gizi diberikan dalam bentuk mata pelajaran dan diaplikasikan dalam kehidupan sekolah sehari-hari sehingga siswa mempunyai pengetahuan dan kebiasaan hidup sehat. Pendidikan gizi juga dapat diberikan secara non formal di masyarakat melalui penyuluhan, konseling secara langsung kepada masyarakat atau melalui media komunikasi seperti media cetak, media elektronik dan media sosial di internet.

c. Suplementasi Ibu Hamil

Status kesehatan dan status gizi ibu yang baik sangat dibutuhkan oleh janin supaya dapat tumbuh dan berkembang dengan normal.

d. Suplementasi Ibu Menyusui

Air Susu Ibu (ASI) merupakan makanan utama bagi bayi. Oleh karena itu kuantitas dan kualitas ASI tidak boleh kurang. Kualitas dan kuantitas ASI sangat tergantung pada asupan gizi ibu menyusui.

e. Suplementasi Mikronutrien Untuk Balita

Berdasarkan hasil penelitian, di Indonesia sebagian besar mengalami defisiensi mikronutrien seperti vitamin A, zat besi,

¹³ Candra, Aryu, 2020, *Epidemiologi Stunting*, Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro, hal. 33-44

seng, kalsium, vitamin D, dll. Seng dan zat besi merupakan zat gizi yang penting untuk imunitas.

- f. Mendorong Peningkatkan Aktivitas Anak di Luar Ruangan.
Aktivitas di luar ruangan artinya aktivitas yang dilakukan di luar ruangan sehingga anak terpapar sinar matahari secara langsung untuk membentuk vitamin D sehingga anak terhindar dari defisiensi vitamin D. Aktivitas fisik meliputi bermain, permainan, olahraga, transportasi, pekerjaan rumah, rekreasi, pendidikan jasmani, atau olahraga yang direncanakan, dalam konteks kegiatan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Tujuan aktivitas fisik untuk meningkatkan kebugaran kardiorespirasi dan otot, kesehatan tulang.

d. Cara Mengatasi Stunting

Berikut adalah beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko anak mengalami stunting.¹⁴

- a. Memenuhi Kebutuhan Gizi Sejak Hamil
- b. Beri ASI Eksklusif Sampai Bayi Berusia 6 Bulan
- c. Dampingi ASI Eksklusif Dengan MPASI Sehat
- d. Terus Memantau Tumbuh Kembang Anak
- e. Selalu Jaga Kebersihan Lingkungan

2.2.5 Program Siaran Dialog Interaktif

Program siaran radio adalah serangkaian acara pada lembaga penyiaran radio yang disiarkan setiap harinya. Format produksi radio dimaksudkan agar tayangannya menarik dan dapat menarik perhatian pendengar dengan perencanaan yang sesuai dengan tema dan isi materi yang disiarkan. Sedangkan format siaran diartikan sebagai bentuk atau pola dalam ciri tertentu yang mendominasi siarannya, menjadi salah satu identitas lembaga penyiaran.

¹⁴ DIREKTORAT PROMOSI KESEHATAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KEMENTERIAN KESEHATAN RI, available: <https://promkes.kemkes.go.id/pencegahan-stunting>, 2019, (Diakses pada 18 Januari 2022).

Pringle Star McCavitt (dalam Morissan, 2009: 223) menyebutkan bahwa ada tiga format penyiaran radio yaitu format musik, format informasi yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu dominasi informasi dan dominasi percakapan, dan format khusus yaitu kombinasi dari format musik dan format informasi yang disebut dengan *talk-news* atau *news-talk*.

Program radio secara umum terdiri dari dua jenis, yaitu musik dan berita, dan kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk seharusnya mampu memenuhi kebutuhan musik dan informasi publik (Failasufah, 2013: 21). Interaktif artinya melibatkan sebanyak mungkin pendengar, baik dalam menjawab pertanyaan maupun mengajukan persoalan. Siaran interaktif merupakan keterampilan dalam sebuah siaran dengan memadukan dua atau lebih penyiar dalam suatu program di radio.

Program siaran interaktif dapat dimaknai sebagai *talkback* radio yang berarti menggambarkan adanya suatu interaksi antara penyiar dengan pendengar. Pendengar sebagai penikmat sekaligus berperan aktif memberikan informasi layaknya. Program siaran interaktif membuka keterbukaan komunikasi, sekaligus muncul harapan masyarakat bisaberkomunikasi dengan perorangan dan lembaga yang bertanggung jawab terhadap pelayanan publik, terutama dalam suasana demokratisasi yang sedang berproses.¹⁵

Setiap pembahasan dalam dialog interaktif memang memiliki unsur, supaya dialog tersebut tidak monoton. Unsur-unsur dalam dialog interaktif sama seperti berita, yakni memuat 5W+1H yang meliputi :

1. *What*, dialog harus memiliki apa saja hal- hal yang akan di bahas.

¹⁵ Rochmad Effendy, *Program Siaran Interaktif (Talk Back Radio) Sebagai Ruang Publik Masyarakat Untuk Mengembangkan Demokrasi Lokal*, Jurnal Komuniiasi, Vol. 9 (1), diakses pada 10 Juni 2022.

2. *Who*, di dalam dialog interaktif sendiri juga harus ada siapa saja yang ikut didalam dialog.
3. *When*, kapan dialog interaktif tersebut di lakukan.
4. *Where*, dialog interaktif di adakan dimana.
5. *Why*, alasan kenapa dialog interaktif ini wajib untuk di adakan.
6. *How*, mengenai bagaimana proses dan juga hasil dialog nya.

Adapun saat melakukan dialog interaktif, perlu ada hal-hal yang harus diperhatikan. Ini bertujuan supaya tidak terlewatnya informasi yang penting. Hal-hal yang harus diperhatikan adalah:

1. Tema. Harus di tentukan sebelum acara diskusi dialog interaktif dilakukan.
2. Narasumber. Merupakan narasumber yang sudah ahli untuk masalah yang tengah diangkat menjadi topik diskusi.
3. Opini dari narasumber. Pendapat dari narasumber juga wajib untuk segera diperhatikan dengan benar. Misalnya, apakah opini dari narasumber tersebut memiliki sangkut-pautnya dengan data dan juga fakta yang sudah ada.
4. Kesimpulan. Adanya rangkuman mengenai hal- hal yang penting pada saat dialog interaktif dilakukan.

Ada beragam jenis program interaktif diantaranya :

1. Pilihan pendengar, pendengar bisa menelpon penyiar di studio untuk diputarkan lagu pilihannya, sekaligus bisa berbincang tentang berbagai hal.
2. Kuis, dewasa ini radio selalu menggunakan telepon sebagai penghubung pendengar dengan penyiar untuk kebutuhan kuis radio.
3. Program pengaduan, masyarakat bisa mengadukan tentang hal apapun, termasuk *public service*, pelayanan pemerintah, *traffic*, dll.

4. Konseling pribadi, biasanya radio akan menghadirkan psikolog dan pendengar bisa melakukan konsultasi lewat udara untuk mendapatkan solusi dari segala permasalahan yang dihadapi.
5. Diskusi atau perdebatan, lazimnya ditentukan terlebih dulu topik yang akan dibicarakan. Ada pakar yang dihadirkan di studio yang sesuai dengan topik yang akan dibahas. Terkadang pendengar juga ikut diundang untuk ikut berpartisipasi dalam diskusi radio ini.

Seperti program siaran lain, struktur dari *talk* program radio terdiri dari : *opening*, *body*, dan *closing*.

- a) *Opening* dalam talk program biasanya diisi dengan pengantar pada topik, alasan mengapa topik ini diangkat, apa yang diharapkan dari diskusi yang akan berlangsung. Kemudian penyiar akan mengenalkan narasumber dan latar belakang narasumber.
- b) *Body* berisikan pokok permasalahan diskusi, dalam talk program dibagi menjadi beberapa segmen. Ditiap jeda segmen disajikan iklan, lagu, atau yang lain. Agar pembahasan mudah dicerna oleh pendengar dan lebih mudah pembahasannya oleh narasumber, disarankan agar setiap segmen berisikan satu isu, aspek, atau subtema.
- c) *Closing* atau penutup. Biasanya kesimpulan dari perbincangan diutarakan lagi disegmen terakhir ini dalam kalimat yang singkat, boleh disampaikan oleh penyiar, atau oleh narasumber. Tidak lupa ucapan terima kasih dan informasi lain yang berkaitan dengan tindak lanjut talk program tersebut.

2.2.6 Karakteristik Pendengar Radio

Pendengar radio adalah orang-orang yang ramah dan setia serta memiliki rasa kekeluargaan yang kuat dengan stasiun radio yang mereka dengarkan. Namun mereka juga dapat mengubah frekuensi

jika stasiun radio tidak memiliki siaran sesuai keinginan atau kebutuhan mereka.¹⁶

Dapat dikatakan bahwa pendengar setia radio akan cenderung membuat pilihan berdasarkan kebutuhan, keinginan, minat, dan selera mereka. Tetapi tidak menutup kemungkinan pendengar akan setia hanya pada satu acara radio. Hal ini membuat batasan pendengar terbagi pada beberapa segmentasi menjadi suka atau tidak suka pada program radio yang dihadirkan stasiun radio tertentu.¹⁷ Dalam interaksinya dengan radio, ada enam jenis perilaku mendengarkan radio.

1. Rentang konsentrasi mendengarkannya pendek karena mereka mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain.
2. Perhatiannya mudah mudah teralihkan oleh orang atau kejadian disekitarnya.
3. Tidak dapat menyerap banyak informasi dalam satu kali dengar karena keterbatasan memori akibat berlalunya aktivitas mendengarkan radio.
4. Lebih tertarik pada hal-hal yang secara langsung memengaruhi kehidupan mereka.
5. Dapat dengan mudah mematikan radio.
6. Secara umum, pendengar tidak selalu terdeteksi sehingga sulit untuk mengetahui apakah mereka heterogen atau tidak fanatik.

Selain sifat medianya yang khas, pendengar radio juga memiliki tipologi tersendiri. Masduki dalam bukunya *Menjadi Broadcaster Profesional* (2004) mengklasifikasikan tipologi pendengar seperti pada tabel berikut.

¹⁶ Harley Prayudha, 2005, *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang: Bayumedia Publishing, hal. 65.

¹⁷ Ibid, hal. 119.

Tabel 3. Tipologi Pendengar Menurut Skala Partisipasi Terhadap Acara Siaran

No	Tipologi	Penjelasan
1.	Pendengar Spontan	Tidak berencana dan bersifat kebetulan untuk mendengarkan siaran radio atau acara tertentu.
2.	Pendengar Aktif	Mendengarkan siaran radio secara teratur dan tidak terbatas
3.	Pendengar Pasif	Senang mendengarkan radio untuk mengisi waktu luangnya, menjadikan radio sebagai teman setia.
4.	Pendengar Selektif	Mendengarkan radio hanya pada waktu atau acara tertentu, menjadi fanatik terhadap program atau stasiun tertentu, dan meluangkan waktu khusus untuk mendegarkannya.

Sumber : Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Pustaka Populer LKis, hal. 18-21.

Pada proses penyiaran radio, pendengar merupakan sasaran komunikasi massa yang memiliki sifat-sifat tertentu. Menurut Onong Uchjana Effendy beberapa sifat pendengar radio adalah sebagai berikut.

1. Heterogen, pendengarnya adalah massa artinya jumlah orang yang sangat banyak, heterogen dan tersebar di berbagai tempat.
2. Pribadi, isi pesan atau informasi akan diterima dan dipahami jika bersifat pribadi tergantung pada situasi dan lokasi pendengar.
3. Aktif, jika pendengar menemukan sesuatu yang menarik di sebuah stasiun radio, mereka akan aktif berpikir dan bertindak secara aktif.
4. Selektif, pendengar akan memilih program yang disukainya.

2.8.1 Persepsi Pendengar

Desideranto (dalam Jalaludin Rakhmat, 2008: 16) mengatakan bahwa persepsi memberi makna pada rangsangan sensorik. Hubungan antara persepsi dan sensasi sudah jelas, sensasi merupakan bagian dari persepsi. Namun, menafsirkan makna

informasi sensorik tidak hanya melibatkan perasaan, tetapi juga perhatian, motivasi, harapan, dan memori.

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi seseorang menurut Miftah Thoha (2003: 143) berbeda satu sama lain: *pertama*, faktor internal, meliputi perasaan individu, prasangka, sikap dan kepribadian, harapan atau keinginan, perhatian (konsentrasi), pembelajaran, kondisi fisik, gangguan psikologis, nilai dan kebutuhan individu, serta motivasi dan minat. *Kedua*, faktor eksternal, meliputi informasi yang diperoleh, riwayat keluarga, pengetahuan dan budaya sekitar, dimensi, lawan, pengulangan gerakan, hal-hal baru dan akrab atau asing tentang suatu objek tertentu.

Dilihat dari faktor-faktor yang memengaruhi persepsinya, proses pembentukan persepsi seseorang meliputi beberapa tahapan, antara lain sebagai berikut (Miftah Thoha, 2003: 145).

1. Stimulus/rangsangan. Timbulnya persepsi dimulai ketika seseorang dihadapkan pada satu atau lebih stimulus di lingkungannya.
2. Perekaman. Pada proses perekaman, gejala yang muncul merupakan mekanisme fisik berupa persepsi dan pengaruh sarafnya melalui indera yang dimilikinya.
3. Interpretasi, adalah aspek kognitif yang sangat penting dari persepsi yaitu proses memahami stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tergantung bagaimana itu diperdalam, pada motivasi dan pada kepribadian masing-masing.
4. Umpan Balik. Setelah melalui proses interpretasi, informasi yang diterima dirasakan oleh seseorang sebagai umpan balik terhadap rangsangan atau stimulus.

2.8.2 Kepuasan Pendengar Radio

Pada penelitian ini, kepuasan pendengar dipelajari menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai bahan referensi. Teori ini berkaitan dengan apa yang dilakukan individu terhadap media karena khalayak diharapkan secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Fokus teori ini adalah memusatkan studi pada perhatian penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang (Ardianto, 2007: 73).

Aktivitas pendengar dalam penggunaan sarana radio akan memberikan tanggapan setelah penggunaan media, puas atau tidak, sesuai dengan hipotesis kegunaan dan gratifikasi, khususnya hipotesis bahwa masyarakat memilih media dan menggunakannya sesuai dengan kebutuhannya dan dengan demikian memberikan penilaian terhadap penggunaan media. Dapat memahami interaksi orang lain dengan media melalui penggunaan media oleh seseorang (*uses*) dan kepuasan yang dicapai (*gratifications*).

McQuail, Blumler, dan Brown (2011: 72) fokus pada empat kategori kepuasan publik terhadap media, yaitu :

1. Informasi: mencari informasi terkait peristiwa dan kondisi yang sesuai dengan lingkungan masyarakat dan dunia sekitarnya. Berbagai masalah praktis, pendapat dan pertanyaan terkait pilihan. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum. Belajar melatih diri, memperoleh rasa damai dengan memperbanyak ilmu.
2. Identitas Pribadi: menemukan nilai-nilai pribadi yang disukai, menemukan panutan, mengidentifikasi dengan nilai lain di media dan meningkatkan pemahaman diri.
3. Interaksi dan Integrasi Sosial: memperoleh pengetahuan tentang orang lain (empati dengan diri sendiri), mengidentifikasi dengan orang lain dan meningkatkan rasa

memiliki, menetapkan percakapan interaksi sosial, berteman dan membantu memainkan peranan sosial. Ini memungkinkan seseorang untuk menghubungi kerabat, teman, dan komunitas mereka.

4. Hiburan atau Pengalihan: melarikan diri dari masalah, bersantai, memperoleh kesenangan mental dan estetika, mengisi waktu luang, menyakurkan emosi, dan membangkitkan gairah.

2.2.7 Hubungan Individu dengan Media Massa

Penggunaan media digital dalam banyak hal juga telah mengubah pola hubungan media massa-publik, dimana dalam pemberitaan sebelumnya media massa ditempatkan pada posisi 'superior' di atas publik. Khalayak akan berpengaruh pada perubahan atau arah pola pikir (kognitif), pada apa yang dirasakan (afektif), dan pada akhirnya pada perubahan sikap dan perilaku masyarakat sebagai sasaran media khalayak.

Siapapun yang menggunakan media tertentu harus mengharapkan kepuasan dari media yang mereka gunakan. Termasuk Sahabat Pringsewu FM yang mendengarkan LPPL Rapemda Pringsewu FM. Jika kepuasan diperoleh, jelas pendengar aktif akan selalu menggunakan Rapemda Pringsewu FM sehingga lahir hubungan antara pendengar setia dengan Rapemda Pringsewu FM.

Menurut Tankard & Severin dalam bukunya *Historical Communication Theory, Methods dan Exposure in Mass Media* (2005: 357) media massa merupakan salah satu alat yang digunakan setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya atau sekedar untuk berinteraksi secara *online*. Media massa yang dikelompokkan menjadi lima kategori sebagai berikut.

- a. Kebutuhan kognitif (perolehan informasi, pengetahuan dan pemahaman);

- b. Kebutuhan afektif (pengalaman emosional, kesenangan, atau estetis);
- c. Kebutuhan integratif personal (penguatan kredibilitas, kepercayaan diri, stabilitas, dan status);
- d. Kebutuhan integratif sosial (penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dll);
- e. Kebutuhan untuk melepaskan ketegangan, pelarian, pengalihan, dan untuk bersenang-senang.

2.2.8 Media Sosial Facebook

Media sosial adalah tempat yang menggunakan teknologi berbasis web untuk bersosialisasi, bertukar informasi atau pengetahuan secara cepat dengan semua pengguna internet kapan saja, dimana saja. Media sosial dalam hal ini juga menyediakan dan membentuk cara baru untuk berkomunikasi. Dalam perkembangannya, media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan mulai dari berteman, mempromosikan program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dll), hingga mempromosikan, memasarkan produk atau layanan tertentu dan mempublikasikan kegiatan.

Setiap orang dapat membuat, mengedit dan mempublikasikan berita, promosi, artikel, foto, dan video mereka sendiri. Dalam hal ini, bagaimana memanfaatkan media sosial seperti Facebook sebagai sarana promosi dan publikasi, termasuk publikasi program pembangunan pemerintah daerah. Membangun keterkaitan dengan publik merupakan hal yang penting, karena bermanfaat untuk mempererat hubungan, loyalitas, membangun kepercayaan, dan citra yang bertujuan untuk memperkuat *positioning* suatu institusi pemerintahan.¹⁸

¹⁸ Ita Suryani, Liliyana, dkk, 2020, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 FM*, Journal Komunikasi Vol 11 (1), hal. 68.

Menurut Wijayanto dalam *Social Media: Definisi, Fungsi, dan Karakteristik*, media memiliki beberapa fungsi diantaranya :

1. Media sosial adalah media yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Media sosial telah berhasil mengubah praktik komunikasi satu arah dalam media audiovisual dari lembaga media multipublik (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis diantara banyak khalayak (*many to many*).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, mengubah pengguna konten pesan menjadi pencipta pesan itu sendiri.

Sebagai media komunikasi, persepsi publik bisa dibentuk dengan media berupa media massa dan media online. Media dapat membentuk opini publik melalui pemberitaan yang sensasional dan berkesinambungan. Opini publik seperti yang diungkapkan oleh Alexis S. Tan (dalam Nurudin, 2013: 65) adalah sebagai berikut.

1. Fungsi memberikan informasi; memahami lingkungan, mempelajari ancaman dan peluang, memverifikasi kenyataan, dan membuat keputusan.
2. Fungsi mendidik; media memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat untuk berfungsi secara efektif dalam masyarakatnya, mereka mempelajari nilai-nilai, perilaku yang sesuai untuk diterima oleh masyarakat.
3. Fungsi Persuasif, media membuat keputusan, mengadopsi nilai-nilai, perilaku dan aturan yang cocok untuk diterima di masyarakatnya.
4. Fungsi Kesenangan, yaitu memenuhi kebutuhan komunikator, mendorong, melemaskan syaraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang harus dipecahkan.

Selanjutnya, pendapat McQuail (2005: 71) mengenai fungsi utama media bagi masyarakat adalah :

1. Informasi, terdiri dari inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
2. Korelasi, kondisi untuk menjelaskan, menafsirkan, dan mengomentari suatu makna peristiwa dan informasi, mendukung otoritas norma yang diterapkan, mengkoordinasi berbagai kegiatan, dan menyimpulkan kesepakatan.
3. Kontinuitas, bentuk ekspresi budaya dominan dan mengenali budaya keberadaan tertentu (*subculture*) serta pengembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
4. Hiburan, sebagai bentuk pengalih perhatian, cara untuk bersantai, dan meredakan ketegangan sosial.
5. Mobilisasi, suatu bentuk kampanye untuk tujuan masyarakat di bidang pembangunan ekonomi, politik, pendudukan, dan bahkan dibidang agama.

Menurut Karjaluoto (2008: 4), media sosial terdiri dari 6 jenis antara lain sebagai berikut :

- a. Blog atau *web blogs*, yaitu situs web yang dapat digunakan untuk memposting artikel, baik oleh seseorang maupun oleh suatu kelompok yang menyediakan ruang bagi pembaca untuk meninggalkan komentar.
- b. Forum, yaitu sebuah situs di mana terdapat banyak pengguna (*users*) dapat menentukan topik serta mengomentari topik yang dibuat. Siapapun yang mengunjungi situs forum ini dapat meninggalkan komentar. Selain itu, forum ini umumnya digunakan sebagai referensi bagi mereka yang tertarik dengan suatu topik tertentu.
- c. Komunitas Konten, yaitu sebuah situs yang memungkinkan pengguna mengunggah atau mendistribusikan suatu konten.
- d. Dunia Maya, adalah sebuah situs yang menawarkan kepada para pengunjunnya, sebuah dunia maya, dunia yang seolah-olah

nyata, karena pengunjung dapat berinteraksi dengan pengunjung lain, tetapi bagaimanapun juga, semua orang hanya ada di internet.

- e. Wikis, yaitu situs yang menghasilkan data atau dokumen. Di situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna resmi dapat mengganti atau melengkapi konten yang ada di situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia adalah contoh situs wiki.
- f. Jejaring Sosial, salah satu media sosial paling populer, adalah komunitas virtual yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan pengguna lain. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan grup seperti Facebook.

Facebook merupakan salah satu contoh jejaring sosial. Diluncurkan pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984. Dalam Laporan survei Tren Digital, jumlah pengguna Facebook global pada 2020 mencapai 3,3 miliar orang, 140 juta orang di antaranya berada di Indonesia. Per Januari 2021, platform besutan Mark Zuckenber ini memiliki 2,7 miliar MAU (*monthly active user*), menempatkannya sebagai medsos terpopuler dan paling banyak digunakan di dunia. Di Indonesia sendiri, Facebook menempati peringkat 3 teratas dalam daftar media sosial yang paling sering digunakan oleh penduduk dengan rentang usia 16 hingga 64 tahun.

Indonesia juga masuk dalam daftar 7 besar negara pengguna Facebook terbanyak di dunia. Hingga Kuartal II 2021, pengguna Facebook di Indonesia mencapai 176,5 juta atau naik 1,2 juta pengguna dari Kuartal I 2021 (175,3 juta). Angka tersebut setara dengan 63,4 persen dari total populasi yang mencapai 276,36 juta jiwa (estimasi 2021) atau 76,8 persen dari pengguna internet di Tanah Air. Jika dilihat berdasarkan demografi pengguna, secara global, pengguna Facebook terbanyak berada pada kalangan umur 18-34 tahun untuk perempuan dan 25-34 tahun untuk laki-laki.

Dampak yang timbul dari penggunaan situs jejaring sosial adalah :

1. Semakin mudahnya berinteraksi dengan orang lain karena dapat berkomunikasi secara *livetime*, para pengguna jejaring sosial dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain. Bahkan tak lagi terpengaruh oleh jarak yang sangat jauh. Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.
2. Sarana promosi kunggulan lainnya media ini dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu barang, komunitas, band dan lain-lain.
3. Sarana sosialisasi program pemerintah di Indonesia, pemerintah banyak melakukan sosialisasi dalam berbagai hal pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana, ekonomi, dan informasi yang lain. Selain menggunakan media cetak, pemerintah mensosialisasikan programnya melalui situs jejaring sosial.
4. Sarana silaturahmi. Tak dapat dipungkiri jika jejaring sosial merupakan sarana paling efektif untuk menjalin komunikasi dan silaturahmi dengan teman, sahabat maupun keluarga. Tanpa lagi dibatasi jarak, tempat dan waktu, anda bisa terus menjalin silaturahmi dengan mereka, berbagi pengalaman bahkan anda bisa merencanakan sebuah acara pertemuan keluarga dengan mereka.
5. Sarana hiburan. Para pengguna bisa bersenang-senang dan bergaul dengan orang dari seluruh penjuru dunia. Dengan perkembangan pesat dunia internet, maka sarana dan prasarana untuk bisa bersenang-senang dan bergaul di *online social networking* pun semakin banyak pilihan. Dari mulai main *game* dengan teman virtual anda, sampai kepada saling kirim kartu ucapan.

Facebook dimanfaatkan secara maksimal oleh penggunanya dalam menciptakan peluang bisnis. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah pengguna layanan Facebook dari tahun ke tahun, membuat situs

jejaring sosial ini menjadi tempat yang menarik bagi orang-orang yang senang menggali peluang bisnis. Adapun fitur di dalam Facebook antara lain, Ridwan Sanjaya (2009: 5) :

- a. Status, merupakan informasi mengenai aktivitas yang dikerjakan saat ini.
- b. *Photo & Video*, yakni koleksi gambar milik pribadi yang mungkin terkait dengan diri sendiri atau orang lain.
- c. *Group*, adalah kumpulan orang-orang yang mempunyai minat yang sama.
- d. *Page*, merupakan halaman yang menampilkan sosok atau sesuatu yang menarik banyak orang.

2.2.9 Live Video Streaming di Media Sosial

Fitur *live video streaming* pertama kali muncul dalam aplikasi-aplikasi mobile yang memang menyediakan jasa *mobile broadcasting*. Konsep *live video streaming* berusaha memberikan kebebasan bagi pengguna media sosial untuk melakukan siaran secara langsung melalui akunnya. Memiliki karakteristik yang umum dimiliki media sosial lain, yaitu *user generated content* maka pengguna diberikan kebebasan untuk memproduksi konten sendiri.

Fitur *live video streaming* pun kemudian berkembang, tidak hanya pada aplikasi mobile broadcasting saja. Tahun 2015 dan 2016 merupakan tahun-tahun kejayaan bagi aplikasi media sosial Snapchat. Fitur *video stories* yang ada dalam aplikasi Snapchat merupakan inovasi terbaru dari media sosial pada saat itu. Fitur *video stories* dari Snapchat menggunakan teknologi *augmented reality* (AR) dengan kemampuan *face tracking*, sehingga filter yang diaplikasikan dapat sesuai dengan bentuk wajah pengguna. Melihat fenomena video stories Snapchat yang menarik perhatian pengguna internet, media sosial lain seperti Instagram dan Facebook mulai memberikan fitur yang serupa. Instagram *stories*, merupakan fitur jiplakan *video stories* Snapchat yang mampu mengalahkan popularitas Snapchat. Jumlah

pengguna Instagram *stories* mampu mencapai 200 juta pengguna hanya dalam hitungan bulan (Dailysocial.id, 2017).

Tren *video stories* di media sosial saat ini sudah mulai berubah menjadi *live video streaming*, yang mana sudah dimiliki oleh beberapa platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube. Fitur *live video streaming* ini memberikan kebebasan bagi pengguna untuk melakukan siaran langsung dari gawai yang mereka miliki. Meskipun sama-sama memiliki fitur *live video streaming*, tetapi ada beberapa perbedaan dalam fitur *live video streaming* yang disediakan oleh masing-masing platform media sosial. Seperti yang ditulis di dalam situs Pejuangdigital.id (2017) perbedaan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Youtube

Sebagai media sosial yang menyediakan layanan *video sharing*, fitur *live video streaming* yang dimiliki Youtube sedikit berbeda dengan media sosial lain. Nama fitur *live video streaming* Youtube disebut juga dengan “*Stream Now*” dan “*Events*”. Proses *live video streaming* di Youtube membutuhkan *encoder software* agar video dapat masuk ke platform Youtube dan menjadi lebih mudah diakses oleh pengguna lain. Untuk ‘*Stream Now*’ membutuhkan *software encoder* khusus, sedangkan ‘*Events*’ tidak memerlukan *encoder software* khusus karena proses *encode* dilakukan dalam pengelola Youtube. Agar dapat diakses oleh siapapun dan dengan perangkat apapun, resolusi video dapat diturunkan.

b. Facebook

Live video streaming di Facebook dapat dilakukan melalui Facebook apps. Cara memulai *live video streaming* pun tidak sulit, karena langsung dapat dilakukan dengan *smartphone*. Facebook memberikan pengaturan privasi, sehingga pengguna dapat memilih siapa saja yang bisa melihat *live video streaming*

mereka. Ada batasan waktu yang diberikan dalam setiap *live video streaming* yang dilakukan, yaitu 4 jam.

c. Instagram

Pengaturan *live video streaming* di Instagram dapat dibilang cukup mudah, karena pengguna hanya perlu menggunakan aplikasi Instagram di *smartphone* tanpa perlu mengunduh aplikasi lainnya. Fitur *live video streaming* di Instagram digabung dengan fitur *Instagram Stories*. Instagram tidak memberikan batas waktu dalam setiap *live video streaming* yang dilakukan, dan setelahnya video *live* tersebut dapat kita simpan.

d. Twitter

Fitur *live video streaming* di Twitter hampir serupa dengan Facebook dan Instagram. Fitur ini merupakan hasil kerjasama Twitter dengan Periscope.tv. Setiap *live video* yang dibuat akan secara otomatis tersimpan dalam database pengguna.

2.2.10 Intensitas Penggunaan Media

Intensitas memiliki makna keseriusan, ketulusan, ketekunan, semangat, sugesti, keagungan, kedalaman, kekuatan, ketajaman. Sedangkan intens itu sendiri adalah bersemangat, energik, lembut, rajin, aktif, intens, kasar, khidmat, serius, hebat, kuat, mengejutkan, akut.¹⁹ Jadi dalam hal ini, intensitas mencakup dua istilah, yaitu intensif dan intens, yang menunjukkan keseriusan atau kesungguhan seseorang untuk melakukan pekerjaan dengan tekun dan bersemangat yang merupakan pendorong untuk mencapai tujuan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007), intensitas adalah suatu keadaan tingkatan atau ukuran. Intensitas adalah keadaan tingkatan yang mengacu pada pengertian penggunaan waktu untuk melakukan kegiatan (durasi) dengan jumlah pengulangan tertentu dan dalam jangka waktu tertentu (frekuensi). Sedangkan, Chaplin dalam

¹⁹ Departemen Pendidikan Nasional, 2009, Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa, Bandung: PT. Mizan Pustaka, hal. 242.

Yuzi Akbari menjelaskan tiga pengertian intensitas, yaitu (1) sifat kuantitatif suatu rasa, yang berkaitan dengan intensitas rangsangan, (2) kekuatan suatu perilaku atau pengalaman, (3) kekuatan yang menopang suatu pendapat atau mengalami suatu sikap.²⁰

Dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah suatu ukuran kuantitatif deteksi, untuk mengukur dimensi fisik energi atau data sensorik. Mengacu pada pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa intensitas penggunaan media adalah frekuensi individu menggunakan media tertentu untuk mengakses konten yang ada, yang ditunjukkan dengan tingkat waktu yang digunakan dalam jam, pada durasi dan frekuensi waktu, termasuk intensitas dalam mendengarkan radio. Menurut Ajzen (dalam Friznawati, 2014:52) indikator pada intensitas penggunaan media adalah :

a. Motif

Motif diartikan sebagai alasan yang mendorong seseorang untuk menggunakan suatu media. Kebutuhan seseorang yang dipengaruhi oleh keadaan psikologis dan lingkungan sosial tertentu akan memunculkan motif untuk menggunakan media. Motif penggunaan tersebut memicu seseorang untuk menggunakan media dalam rangka memenuhi kebutuhan atau tujuan penggunaan medianya.

b. Tujuan

Sesuatu hal untuk memutuskan atau merencanakan apa yang harus dilakukan dan apa yang akan dicapai oleh individu, kelompok, organisasi atau perusahaan. Dalam mengakses media sosial individu memiliki tujuan tertentu seperti mendapatkan informasi, menambah relasi, dsb.

²⁰ Yuzi Akbari, 2016, *Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten*, Skripsi Fakultas Teknik UNY, hal. 11

c. Perhatian

Ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku. Misalnya: seseorang mengakses media sosial untuk mencari informasi, melihat aktivitas idolanya, teman-temannya, atau hanya sekedar mencari hiburan.

d. Penghayatan

Pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Misalnya kita mendapat info dari akun tertentu di media sosial yang sangat bermanfaat bagi kita. Jadi, kita akan menghayati isi dari informasi tersebut.

e. Durasi

Waktu penggunaan media yang mengacu pada lamanya waktu seseorang menggunakan media. Durasi juga dipengaruhi oleh motivasi seseorang untuk mengakses media termasuk biaya penggunaan radio streaming dan internet. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).

f. Frekuensi

Frekuensi mengacu pada pemahaman yakni seberapa sering seseorang menggunakan media. Frekuensi ditunjukkan selama periode waktu tertentu (misalnya berdasarkan hari, minggu atau bulan). Sedikit berbeda dengan durasi, frekuensi dipengaruhi oleh alasan penggunaan media dan tarif penggunaan internet jika yang diakses adalah media online).

2.2.11 Motif Mendengarkan Siaran Radio

Individu dianggap sebagai partisipan dalam proses komunikasi, namun setiap individu tentunya memiliki tingkat aktivitas yang berbeda. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memengaruhi cara seseorang mendengarkan radio. Walaupun ada kecenderungan untuk mendengarkan radio melalui media baru atau

internet, namun mendengarkan radio melalui media konvensional masih banyak dilakukan. Kebutuhan setiap manusia dalam mendengarkan radio berbeda dan alasannya mengikuti keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Motif merupakan kekuatan pendorong di balik alasan dan dorongan individu untuk bertindak atau mengatakan sesuatu. Menurut Dennis McQuail ada empat kategori alasan seseorang mengkonsumsi media, antara lain:

- a. Motif informasi (*information seeking*), menggunakan konten untuk menemukan atau mencari informasi umum.
- b. Motif identitas (*personal identity*), penggunaan konten multimedia untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi.
- c. Motif integritas dan interaksi sosial (*social integration and interaction*), menggunakan konten media untuk mempererat hubungan sosial dan aktivitas kemasyarakatan.
- d. Motif hiburan atau pengalihan (*entertainment*), penggunaan konten media untuk hiburan seseorang.

Penggunaan media juga akan terus menerus jika media tersebut mampu memenuhi sebagian atau seluruh kebutuhan individu. Dalam hal ini jika publik dianggap aktif maka semua kebutuhan menyesuaikan dengan pilihan publik itu sendiri. Radio sebagai media komunikasi massa memberikan berbagai informasi tentang berbagai hal, dan khalayak dapat memperoleh informasi, pendidikan dan hiburan ketika memilih program siaran yang diinginkan sesuai dengan motivasi masing-masing individu.

2.3 Kajian Teoritis

2.3.1 Teori *Uses and Gratifications*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Teori Uses and Gratifications* sebagai salah satu teori komunikasi massa yang relevan dalam fokus penelitian ini. *Teori uses and gratifications* mengkaji

bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan sosial khalayak. Oleh karena itu, targetnya adalah khalayak aktif yang menggunakan media untuk mencapai tujuannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan yang lebih manusiawi, di mana manusia memiliki kekuatan untuk berhubungan dengan media. Publik memiliki berbagai alasan dan bebas untuk memutuskan bagaimana menggunakan media dan bagaimana media akan memengaruhi mereka. Namun, bahkan media tidak dilihat sebagai satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan publik.

Herbert Blumer dan Elihu Katz pertama kali memperkenalkan teori kegunaan dan gratifikasi (*uses and gratifications*) pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Teori ini menekankan bahwa publik bebas dalam memilih media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia dalam hal ini publik memiliki kekuatan untuk berhubungan dengan media. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media serta menemukan sumber media terbaik untuk mencoba dan memenuhi kebutuhannya sendiri. Mereka memiliki alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhannya melalui media (Onong Uchjana Effendy, 2002: 289-290).

Pada teori *uses and gratifications*, bukan bagaimana media dapat mengubah sikap atau perilaku manusia, tetapi bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialnya. Ada juga berbagai alasan manusia untuk menggunakan media. Teori ini tidak sepenuhnya mencakup proses komunikasi karena beberapa khalayak hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan minat mereka sebagai fenomena tentang proses menerima pesan atau informasi dari suatu media. Teori ini digambarkan sebagai lompatan dramatis dari model jarum suntik yang pengacu pada apa yang dilakukan publik terhadap media. Pemirsa dianggap aktif dalam penggunaan media dalam proses

pemenuhan kebutuhannya karena penggunaan media hanya merupakan sarana untuk memuaskan kebutuhan psikologisnya dan efek penggunaan media tersebut terpenuhi (Jalaluddin Rakhmat, 2005: 65).

Asumsi-asumsi dasar yang terdapat pada teori *uses and gratifications* dijelaskan oleh Katz, Blumer dan Gurevitch diantaranya :

1) Khalayak Memiliki Peran Aktif

Khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak memiliki peran dalam memilih dan menentukan isi program media. Perilaku komunikasi khalayak mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan pada motivasi, khalayak menentukan pilihan terhadap media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal lainnya.

2) Khalayak Bebas Memilih Media

Pada prinsipnya, khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Khalayak mengambil inisiatif dalam penggunaan media. Mereka memilih untuk menonton acara berita yang ada pada media massa jika sedang membutuhkan informasi begitu juga sebaliknya, mereka akan memilih tayangan komedi apabila membutuhkan hiburan.

3) Media Bukan Satu-satunya Sumber Pemuas

Media bukanlah satu-satunya sarana yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan, dan perhatian untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media semisal pergi berlibur, olahraga, menari, dsb.

4) Tujuan Pemilih Media Massa Disimpulkan dari Data yang Diberikan Anggota Khalayak atau Audiens

Individu dianggap cukup paham untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Audiensi melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya.

5) Pencegahan Signifikasi Nilai Kultural

Pertimbangan tentang nilai tentang signifikasi kultural dari media massa harus dicegah. Program atau muatan media harus bersifat global karena akan ditangkap oleh khalayak yang beragam dari kultur yang beragam pula. Namun selain itu, Katz, dkk menyatakan bahwa situasi sosial di mana audiensi berasal turut terlibat dalam mendorong atau meningkatkan kebutuhan audiens terhadap media melalui lima cara sebagai berikut:

- a. Pertama, situasi sosial dapat menghasilkan ketegangan dan konflik yang mengakibatkan orang membutuhkan sesuatu yang dapat mengurangi ketegangan melalui penggunaan media.
- b. Kedua, situasi sosial dapat menciptakan kesadaran adanya masalah yang menuntut perhatian. Media memberikan informasi yang membuat kita menyadari hal-hal yang menarik perhatian kita dan kita dapat mencari lebih banyak informasi yang menarik perhatian kita melalui media.
- c. Ketiga, situasi sosial dapat mengurangi kesempatan seseorang untuk dapat memuaskan kebutuhan tertentu dan media berfungsi sebagai pengganti atau pelengkap. Dengan kata lain, terkadang situasi yang sedang kita hadapi menjadikan media sebagai sumber terbaik atau mungkin satu-satunya yang tersedia.
- d. Keempat, situasi sosial terkadang menghasilkan nilai-nilai tertentu yang dipertegas dan diperkuat melalui konsumsi media. Orang terdidik akan memilih media yang dapat mempertegas atau memperkuat nilai-nilai yang menghargai akal sehat, kesadaran diri, dan ilmu pengetahuan. Namun

sebaliknya, media juga dapat mempertegas nilai-nilai yang bertentangan dengan akal sehat.

- e. Kelima, situasi sosial menuntut audiensi untuk akrab dengan media agar mereka tetap dapat diterima sebagai anggota kelompok tertentu. Dalam pergaulan sosial, seseorang yang serba tidak tahu mengenai isu-isu yang menjadi sorotan media akan dianggap sebagai orang yang tidak mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa teori *uses and gratifications* dalam pendekatan penelitiannya lebih berfokus pada kegunaan komunikasi dari perspektif khalayak berdasar pada komunikasi massa menimbulkan efek pada diri khalayaknya. Pendekatan pada teori ini menjelaskan bahwa kondisi sosial dan psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan pemuasan kebutuhan serta konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Menurut Katz et.al (1973: 164-181) kebutuhan-kebutuhan khalayak (*individual's needs*) dikategorikan sebagai berikut.

1. Kebutuhan Kognitif. Kebutuhan yang terlibat untuk memperkukuh informasi, pengetahuan, dan pemahaman sekitar. Kebutuhan ini berasaskan kepada keinginan untuk memahami dan menguasai perserikatan serta memuaskan atau untuk memenuhi perasaan ingin tahu.
2. Kebutuhan Afektif. Kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan pengalaman estetis, keindahan, dan pengalaman emosi. Keindahan dan hiburan merupakan motivasi dan dapat dipenuhi melalui media.

3. **Kebutuhan Integratif Individu.** Integratif individu adalah yang berkaitan dengan pengukuhan kredibilitas, keyakinan, stabilitas, dan status individu. Ini bermula dari keinginan individu untuk mencapai *self-esteem*.
4. **Kebutuhan Integratif Sosial.** Kebutuhan yang berkaitan dengan pengukuhan hubungan dengan keluarga, kawan, dan dunia sekitar. Ini berasaskan kepada keinginan seseorang itu untuk berafiliasi dengan kawan-kawan.
5. **Kebutuhan Pelepasan (*Escapism*).** Kebutuhan yang berkaitan untuk menghilangkan atau mengurangi tekanan dan keinginan untuk mengelak dari masalah yang dihadapi atau untuk melupakan sesuatu yang tidak menyenangkan.

Berdasar lima jenis kebutuhan manusia yang berkenaan dengan media tersebut, muncul harapan dari individu dalam menggunakan media tertentu secara selektif sesuai kebutuhannya. Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka. Inti teori *uses and gratification* sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut.

Motif merupakan suatu pengertian yang mencakup penggerak, keinginan, rangsangan hasrat, pembangkit tenaga, alasan, dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Sehingga, motif adalah energi dasar yang ada dalam diri individu dan menentukan perilaku manusia serta tujuannya. McQuail, Blumler, dan Brown (dalam Ricky Andrianto, 2014: 623) mengatakan bahwa terdapat empat motif yang mendorong dalam pemenuhan kebutuhan setiap individu, keempat motif tersebut antara lain :

1. Motif Pengawasan (*surveillance*), yaitu motif yang mendorong individu untuk mencari informasi.
2. Motif identitas pribadi (*personal identity*), yaitu motif individu untuk melakukan pemahaman terhadap diri sendiri dan mengetahui identitas pribadi.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationship*), yaitu motif yang mendorong individu menggunakan media massa untuk menjalin hubungan secara personal dengan orang lain.
4. Motif Pengalihan (*diversion*), yaitu motif individu dalam mengkonsumsi media sebagai bentuk pelarian dari rutinitas dan masalah, serta sebagai pelepasan emosi.

Aktivitas khalayak dapat dilihat dari bagaimana mereka membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya, baik itu informasi, pendidikan maupun hiburan melalui pemanfaatan berbagai media massa. Dasar teori *uses and gratifications*, pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan, sehingga menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak secara keseluruhan. Teori *uses and gratifications* menunjukkan yang menjadi permasalahan utama bukan media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi fokusnya khalayak aktif menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Kepuasan audiens dapat dilihat dari dua aspek, yakni motif pencarian kepuasan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*).

GS (*Gratification Sought*) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu, sedangkan GO (*Gratification Obtained*) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Setiap orang yang menggunakan suatu media pasti mengharapkan untuk mendapatkan kepuasan dari media tersebut. Jika kepuasan dan apa yang mereka inginkan itu sudah didapat, tentu mereka akan selalu

menggunakan media tersebut dan tentunya akan menghabiskan waktunya dengan mengkonsumsi isi media tersebut.

Pada saat setelah menggunakan media sosial akan timbul hubungan antara individu yang mengonsumsi isi media dengan media sosial. Bila timbul efek dari penggunaan media sosial tersebut, maka dapat dikatakan antar keduanya telah terjalin hubungan positif. Namun sebaliknya, akan timbul hubungan yang negatif bila individu tersebut merasa tidak puas karena mereka tidak mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginannya.

2.3.2 Teori Ekologi Media

Teori ekologi media atau *media ecology theory* adalah studi tentang bagaimana media dan proses komunikasi memengaruhi persepsi manusia, perasaan, emosi, dan nilai teknologi yang memengaruhi komunikasi melalui teknologi baru. Konsep dasar teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964. McLuhan terkenal dengan kalimat, "Medium adalah Pesan" (*Medium Is The Message*). Dalam perspektif teori ini, bukan pesan yang mempengaruhi kesadaran kita, tetapi medium. Medium yang lebih besar mempengaruhi alam bawah sadar kita. Medium yang membentuk pesan, bukan sebaliknya. Isi dari pesan yang menggunakan media adalah nomor dua dibandingkan dengan mediumnya (saluran komunikasi). Medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri dan dunia di sekeliling kita (Batubara, 2014: 137).

Teori ini sejalan dengan asumsi *technological determinism* yang menyatakan bahwa teknologi mempengaruhi kehidupan manusia sehari-hari dan tidak akan bisa hidup tanpa teknologi (West & Turner, 2007: 370). Teknologi sebagai media dinilai mampu mempengaruhi persepsi dan pemikiran manusia. Manusia dan teknologi itu sendiri memiliki hubungan yang bersifat simbiosis, artinya teknologi

merupakan sesuatu yang diciptakan oleh manusia itu sendiri, dan sebagai akibatnya, teknologi yang telah diciptakan manusia tersebut menciptakan kembali diri manusia yang menggunakan teknologi tersebut (McLuhan, 1964:85). Teori ini digunakan untuk melihat bagaimana media sosial Facebook pada akun Rapemda Pringsewu FM mampu mempengaruhi publik dalam menonton *live streaming* radio. Di mana radio yang dulu hanya dapat didengar kini dapat ditonton layaknya siaran tv sekaligus dapat berinteraksi dengan penonton lainnya sebagai bentuk respon langsung melalui kolom komentar.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan menggunakan instrumen penelitian sebagai data, dan memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2013: 8). Peneliti juga menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Menurut Resseffendi (2010: 33) penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket mengenai subjek yang sedang diteliti di mana hasil perhitungan penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh peneliti.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai metode untuk menghimpun data-data penelitian. Survei merupakan teknik penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data yang valid dengan memberikan batasan-batasan yang jelas kepada suatu obyek penelitian yang akan diteliti. Metode survei menyediakan pertanyaan-pertanyaan untuk suatu penelitian. Pertanyaan menjadi lebih akut ketika responden memberikan jawaban atas pertanyaan dengan variabel yang diinginkan.²¹ Pada metode survei, informasi dikumpulkan dari responden yang telah ditentukan menggunakan pengisian angket/kuesioner. Unit analisis dalam penelitian survei adalah individu.

²¹ Robert Groves, Survey merupakan bentuk dasar kuantitatif” dalam Robert M. Groves, *Survey Methodology* (2010), Second edition of the (2004) first edition ISBN 0-471-48348-6.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti guna memperoleh informasi mengenai sesuatu fenomena/peristiwa dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2012: 38). Variabel penelitian secara umum dibedakan menjadi dua jenis, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang keberadaannya diasumsikan menjadi penyebab munculnya variabel lain. Kemudian variabel terikat adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan sebagai akibat dari variabel kausal atau variabel bebas (Tim Pengembang Ilmu Pendidikan UPI, 2007: 341).

Terdapat dua variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Intensitas Menonton *Live Streaming* Radio di Media Sosial Facebook (X)
- b. Kepuasan Memperoleh Informasi Pencegahan Stunting (Y)

3.4 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.4.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan suatu unsur penelitian yang menjelaskan ciri-ciri suatu masalah yang akan diteliti. Artinya, definisi konseptual adalah makna konsep yang akan digunakan sedemikian rupa sehingga memudahkan peneliti. Definisi konseptual dari penelitian ini adalah :

1. Intensitas Menonton *Live Streaming* Radio di Media Sosial Facebook

Intensitas penggunaan media adalah seberapa sering individu dalam menggunakan media tertentu untuk mengakses konten-konten yang ada dilihat dari motif dan tujuannya, serta tingkatan waktu penggunaan dalam satuan jam baik durasi maupun frekuensinya. Berikut indikator intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook:

- a. Motif, alasan atau dorongan responden dalam mengakses akun Facebook Rapemda Pringsewu FM untuk menonton *live streaming* radio.
- b. Tujuan, maksud responden dalam menonton *live streaming* radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.
- c. Perhatian, ketertarikan responden pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM untuk menonton *live streaming* radio.
- d. Penghayatan, pemahaman responden terhadap sebuah tayangan audiovisual yang dihadirkan pada *live streaming* radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.
- e. Durasi, jumlah atau seberapa lamanya responden dalam mengakses akun Facebook Rapemda Pringsewu FM untuk menonton *live streaming* radio.
- f. Frekuensi, seberapa sering responden menonton *live streaming* radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.

2. Kepuasan Memperoleh Informasi Stunting

Kepuasan khalayak dalam menonton *live streaming* radio melalui media sosial yakni evaluasi kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan khalayaknya. Sehingga kepuasan khalayak akan tercapai jika media dalam hal ini radio mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*), dalam artiannya sebagai berikut :

1. *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. Dengan kata lain *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang dapat diberikan oleh media dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2006: 211).

2. *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media. *Gratification obtained* ini mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik (Kriyantono, 2006: 213).

Kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting dalam hal ini apabila responden dapat memenuhi kebutuhannya yang akhirnya akan menghasilkan pemuasan kebutuhan serta konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Kepuasan terhadap kebutuhan khalayak (*individual's needs*) dikategorikan sebagai berikut.

- a. Kebutuhan Kognitif

Dalam hal ini responden mengakses akun Facebook Rapemda Pringsewu FM untuk mencari informasi pencegahan stunting yang menjadi program pembangunan pemerintah daerah Kab. Pringsewu di mana Kab. Pringsewu menjadi lokus penurunan stunting tahun 2021.

- b. Kebutuhan Afektif

Responden memperoleh pengalaman emosional yang membuat responden lebih simpati terkait informasi stunting, pengalaman tersebut dapat dibagikan sehingga membantu lingkungan sekitar atau warga yang terindikasi mengalami stunting.

- c. Kebutuhan Integratif Individu

Responden memperoleh informasi tentang pencegahan stunting di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait informasi yang didapatkannya guna mempertahankan kredibilitasnya di lingkungan sosial tempat mereka tinggal.

d. *Kebutuhan Integratif Sosial*

Ini berasaskan kepada keinginan responden untuk berafiliasi dengan kawan-kawan, kerabat, dan kepada pengguna media sosial lainnya ketika mengakses dan menonton *live streaming* radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.

e. *Kebutuhan Pelepasan (Escapism)*

Dalam hal ini responden mengakses akun Facebook Rapemda Pringsewu FM untuk mencari hiburan, mencari ketenangan terkait masalah yang sedang dihadapi, mengurangi kejenuhan terhadap rutinitas sehari-hari.

3. *Informasi tentang Pencegahan Stunting*

Stunting adalah masalah kurang gizi kronis yang disebabkan oleh kurangnya asupan gizi dalam waktu yang cukup lama, sehingga mengakibatkan gangguan pertumbuhan pada anak yakni tinggi badan anak lebih rendah atau pendek (kerdil) dari standar usianya. Terdapat tiga hal yang harus diperhatikan dalam pencegahan stunting, yaitu perbaikan terhadap pola makan, pola asuh, serta perbaikan sanitasi dan akses air bersih.²²

a. *Pola Makan*

Masalah stunting dipengaruhi oleh rendahnya akses terhadap makanan dari segi jumlah dan kualitas gizi, serta seringkali tidak beragam. Istilah “Isi Piringku” dengan gizi seimbang perlu diperkenalkan dan dibiasakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam satu porsi makan, setengah piring diisi oleh sayur dan buah, setengahnya lagi diisi dengan sumber protein (baik nabati maupun hewani) dengan proporsi lebih banyak daripada karbohidrat.

²² Utami, Murti, 2018, *Cegah Stunting dengan Perbaikan Pola Makan, Pola Asuh dan Sanitasi*, Sehat Negeriku - Biro Komunikasi & Pelayanan Publik Kementerian Kesehatan RI, <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20180407/1825480/cegah-stunting-dengan-perbaikan-pola-makan-pola-asuh-dan-sanitasi-2/> (Diakses pada 18 Januari 2022).

b. Pola Asuh

Stunting juga dipengaruhi aspek perilaku, terutama pada pola asuh yang kurang baik dalam praktek pemberian makan bagi bayi dan balita. Dimulai dari edukasi tentang kesehatan reproduksi dan gizi bagi remaja sebagai cikal bakal keluarga, hingga para calon ibu memahami pentingnya memenuhi kebutuhan gizi saat hamil dan stimulasi bagi janin, serta memeriksakan kandungan empat kali selama kehamilan.

c. Sanitasi dan Akses Air Bersih

Rendahnya akses terhadap pelayanan kesehatan, termasuk di dalamnya adalah akses sanitasi dan air bersih, mendekatkan anak pada risiko ancaman penyakit infeksi. Untuk itu, perlu membiasakan cuci tangan pakai sabun dan air mengalir, serta tidak buang air besar sembarangan.

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah konsep yang digunakan atau dipilih dalam penelitian untuk menguji integritas variabel sehingga ditemukan item yang akan digunakan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2013: 103). Pada penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Berikut definisi operasional yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

Tabel 4. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel Bebas (X) <i>Intensitas Menonton Live Streaming Radio di Media Sosial Facebook</i>	Motif	Individu memiliki dorongan atau motif tertentu untuk mengakses <i>live streaming</i> radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.	<i>Likert</i>
	Tujuan	Individu memiliki maksud/tujuan tertentu dalam mengakses siaran langsung radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.	
	Perhatian	Individu memiliki ketertarikan khusus pada saat siaran	

		langsung program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting).	
	Penghayatan	Usaha individu dalam memahami, menikmati, menghayati, dan mampu menyimpan informasi tentang segala pesan yang disampaikan dalam siaran langsung program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting).	
	Durasi	Rentang waktu menonton program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) yang mencakup waktu dan tempat di mana khayalak menonton siaran langsung radio.	
	Frekuensi	Tingkat intensitas menonton program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) yang mencakup motif, dan tujuan khayalak menonton siaran langsung radio.	
Variabel Terikat (Y) <i>Kepuasan Penonton Memperoleh Informasi Pencegahan Stunting</i>	Kebutuhan Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> - Bertambahnya pengetahuan mengenai stunting, penyebab, dampak stunting, dan cara penanganannya. - Bertambahnya pemahaman terkait hal-hal yang harus diperhatikan dalam mencegah stunting meliputi pola makan, pola asuh, dan sanitasi. 	<i>Likert</i>
	Kebutuhan Afektif	<ul style="list-style-type: none"> - Memperoleh pengalaman emosional di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM yang membuat responden lebih simpati terkait informasi stunting. - Merasakan perasaan nyaman karena informasi yang didapatkan mudah dipahami dan menjadi lebih peka terhadap masalah stunting di lingkungan sekitar. 	
	Kebutuhan	- Menemukan nilai pendukung	

	Integratif Individu	terkait status sosialnya atau kredibilitasnya terkait informasi stunting yang diperoleh. - Bertambahnya minat dalam mengakses media sosial Facebook khususnya akun Rapemda Pringsewu FM.
	Kebutuhan Integratif Sosial	- Bertambahnya keinginan responden untuk berafiliasi dengan kerabat atau kepada pengguna media sosial lainnya ketika mengakses akun Facebook Rapemda Pringsewu FM. - Bertambahnya relasi pertemanan di media sosial Facebook karena diskusi yang dilakukan di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM ketika menonton <i>live streaming</i> program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting).
	Kebutuhan Pelepasan	- Mengurangi kejenuhan akan rutinitas sehari-hari. - Mencari hiburan/pelarian.

Sumber: Berdasarkan hasil olah data peneliti, 2021.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah himpunan yang terdiri dari semua unit (*item* atau *individual*) yang menjadi perhatian (*interes*) dari suatu kajian.²³ Sedangkan menurut Sugiyono (2013: 389) populasi didefinisikan sebagai subjek atau objek penelitian yang mempunyai ciri-ciri tertentu untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini ditentukan populasi adalah seluruh penonton aktif *live streaming* radio di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM yang berjumlah 6.448 orang.

²³ Rini Dwiastuti, 2012, *Modul Metode Penelitian Sosial: Rancangan Penarikan Contoh (Sampling Design)*, Universitas Brawijaya, hal. 1

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang merupakan sumber data yang sebenarnya dalam penelitian yang bertujuan untuk memperkirakan kejadian yang ada dalam populasi. Sampel penelitian benar-benar harus mewakili (representatif) populasinya (Sugiyono, 2013: 81). Berikut adalah kriteria sampel yang telah ditentukan peneliti dalam penelitian ini :

1. Penonton aktif LPPL Rapemda Pringsewu FM khususnya program siaran “Rapemda & Aktivitas”.
2. Menonton program “Rapemda & Aktivitas” dalam durasi ± 150 menit setiap hari Senin-Jumat melalui *live streaming* pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.
3. Menonton sesi dialog interaktif bertema PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) yang disiarkan sejak bulan Agustus hingga bulan September 2021. Dilihat dari respon penonton yang memberikan komentar berupa teks/stiker.
4. Berdomisili di Kabupaten Pringsewu.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* atau sampling pertimbangan adalah pemilihan sekelompok subjek atas dasar ciri tertentu yang diyakini memiliki interaksi erat menggunakan ciri populasi yang telah ditentukan sebelumnya (Margono, 2004: 128). Dengan demikian, unit sampel yang dihubungi diadaptasi menggunakan kriteria tertentu yang diterapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM per tanggal 10 Juni 2022 terdapat 6.448 penonton/pemirsa untuk wilayah Kabupaten Pringsewu. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Pemirsa Teratas Berdasarkan Kota/Wilayah

Kota / Wilayah	Total Pengikut
Kabupaten Lampung Barat	304
Kabupaten Lampung Selatan	771
Kabupaten Lampung Tengah	309
Kabupaten Lampung Utara	128
Kabupaten Pesawaran	692
Kabupaten Pesisir Barat	273
Kabupaten Pringsewu	6.448
Kabupaten Tanggamus	633
Kota Bandar Lampung	2.885
Kota Metro	188

Sumber: https://business.facebook.com/creatorstudio/insights_audience
(Diakses pada 10 Juni 2022).

Pada penelitian ini, penulis membatasi populasi yaitu jumlah semua penonton aktif di Kabupaten Pringsewu sebanyak 6.448 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan menggunakan teknik slovin. Penentuan sampel menggunakan Rumus Slovin menurut Sugiyono (2011: 87) :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah responden/ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Pada rumus slovin ada beberapa ketentuan diantaranya :

Nilai e = 0,1 (10%), untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%), untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang bisa diambil dari rumus slovin adalah antara 10%-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 6.448 orang, sehingga persentase keuntungan yang digunakan adalah 10%. Hasil perhitungannya dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka dilakukan perhitungan berikut untuk mengetahui sampel penelitian :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \rightarrow n = \frac{6.448}{1 + 6.448(0,1)^2} \rightarrow n = \frac{6.448}{65,48} = 98,47$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah responden untuk penelitian ini disesuaikan menjadi 100 orang. Hal ini dilakukan agar memudahkan pengolahan data dan mendapatkan hasil yang terbaik.

3.6 Sumber Data

Terdapat dua sumber data penelitian yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian merupakan data yang berkaitan dan didapatkan secara langsung dari sampel. Data tersebut bisa berupa subjek penelitian atas hasil observasi, wawancara, atau pengisian angket (Kriyantono, 2014: 138). Data primer dalam penyusunan penelitian ini adalah data penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden, untuk total 100 penonton aktif dengan kriteria yang ditetapkan pada akun Facebook Rapemda Pringsewu FM yang tersebar di wilayah Kabupaten Pringsewu.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berhubungan dan didapatkan dari sumber ke dua atau sumber yang sudah ada berupa buku, arsip perusahaan, publikasi pemerintah, gambar, internet, situs web, dan sebagainya yang dapat memberikan informasi yang akurat. Data sekunder untuk penelitian ini diantaranya buku, jurnal, artikel, literatur, dan website yang berhubungan dengan penelitian.

3.7 Teknik Pengumpulan Data & Pemberian Skor

Pengumpulan data menurut Sugiyono (2011: 137), dapat dilakukan dengan berbagai konteks, sumber dan cara yang berbeda. Pengumpulan data pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data terkait penelitian. Teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dan informasi pada penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data tidak langsung yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan/kumpulan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, di mana peneliti tidak melakukan tanya jawab langsung dengan responden. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pengisian kuesioner dilakukan secara *online* oleh responden yang terdiri dari penonton aktif Rapemda Pringsewu FM yang berdomisili di Kabupaten Pringsewu.

Kuesioner untuk penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan skor 5. Pada skala *Likert*, dalam kuesioner yang akan diisi oleh responden akan dibuat serangkaian pertanyaan yang berisi pernyataan sikap (*attitude statement*) yang merupakan pernyataan tentang objek sikap. Berikut skoring yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

1. Sangat Setuju (SS) = Dengan skor 5
2. Setuju (S) = Dengan skor 4
3. Kurang Setuju (KS) = Dengan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = Dengan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = Dengan skor 1

2. Studi Pustaka

Pada penelitian ini peneliti mencari dan mengumpulkan literatur seperti buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel yang relevan dengan judul peneliti adapun website yang peneliti gunakan seperti google scholar dan website dengan domain ac.id dengan asumsi bahwa data dari website tersebut dapat divalidasi kebenarannya. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai buku teks, karya ilmiah, media massa, dll. Untuk mendukung atau menambah sumber informasi atau data yang diperlukan peneliti.

3.8 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Pengujian validitas penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan yang disampaikan kepada responden dinyatakan valid atau tidak. Uji validitas pada penelitian dilakukan pada 30 orang responden dari Kecamatan Pringsewu dan Kecamatan Gadingrejo yang mempunyai akun Facebook sebagai syarat minimal untuk uji coba validitas. Responden tersebut merupakan penonton aktif di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM yang pernah memberikan komentar berupa teks atau stiker saat siaran berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti menguji 43 pernyataan yakni 28 pernyataan untuk variabel X dan 15 pernyataan untuk variabel Y dengan 5 pilihan jawaban kenyataan yang terjadi yang dinyatakan dengan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Menurut Ghazali (2012: 52-53), suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas :

1. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Rumus korelasi *Pearson Product Moment* :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi

N : jumlah subjek

$\sum XY$: jumlah dari hasil kali nilai X dan nilai Y

$\sum X$: jumlah nilai X

$\sum Y$: jumlah nilai Y

$\sum X^2$: jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: jumlah dari kuadrat nilai Y (Arikunto, 2010: 211-213).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada suatu pemahaman bahwa alat cukup andal. Suatu tes dikatakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika memberikan hasil yang konsisten. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (α) \geq r tabel maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Ghozali, 2011: 48). Rumus untuk menghitung reliabilitas instrumen dengan menggunakan Cronbach Alpha dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = (k / (k - 1)) (1 - (\sum Si^2 / S^2))$$

Keterangan:

α : nilai reliabilitas

k : banyaknya item pernyataan

$\sum Si^2$: total varians butir

S^2 : varians total (Arikunto, 2010: 239)

3.9 Teknik Pengolahan Data

Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilakukan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*), dan proses pembeberan (*tabulating*). Setelah semua data dari lapangan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut :

1. Editing, adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan.
2. Koding, adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.
3. Tabulasi, adalah proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data.

3.10 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data dilakukan setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut :

3.10.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan metode analisis data untuk menentukan apakah satu variabel berpengaruh pada variabel lain. Analisis regresi ini digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel satu apabila nilai variabel lainnya dinaikkan atau diturunkan (Sugiyono, 2015: 215). Variabel-variabel dalam teknik analisis ini adalah variabel bebas/independen (simbol Y) atau variabel dipengaruhi dan variabel terikat/dependen (simbol X) atau variabel yang berpengaruh. Berikut rumus persamaan regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan :

Y : variabel dependen/terikat dalam penelitian

X : variabel independen/bebas dalam penelitian

α : nilai konstan atau harga Y bila $X = 0$

b : koefisien regresi merupakan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka turun (Sugiyono, 2009: 204).

Nilai a dihitung dengan menggunakan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Nilai b dihitung dengan menggunakan rumus :

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i - (\sum X_i)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

X : jumlah skor akhir dari variabel bebas

Y : jumlah skor variabel terikat

(Sugiyono, 2009: 206)

3.10.2 Koefisien Determinasi

Teknik statistik yang digunakan peneliti untuk mencari besarnya pengaruh variabel satu dengan lainnya yaitu dengan menghitung besar nilai koefisien determinasi (Sugiyono, 2013: 154). Umumnya rumus koefisien determinasi yaitu:

$$Kd = (r)^2 \cdot 100\%$$

Keterangan :

Kd : koefisien determinasi

r : koefisien korelasi (Ghozali, 2016: 83)

3.11 Uji Hipotesis

Menurut pendapat M. Iqbal Hasan (2004: 54), “Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut”. Hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara Intensitas Menonton *Live Streaming* Radio diakun Facebook Rapemda Pringsewu FM terhadap Kepuasan Penonton Memperoleh Informasi Pecegahan Stunting, kemudian

dilakukan dengan uji t dan akan menggunakan tabel t (Sugiyono, 2013: 149). Rumus berikut digunakan untuk pengujian tahap relevansi dan pengecekan hipotesis.

$$t = r\sqrt{(n - 2) / \sqrt{(1 - r^2)}}$$

Keterangan:

t : harga signifikansi korelasi

n : jumlah sampel

r^2 : koefisiensi korelasi (Riduwan, 2012: 98)

Hipotesis statistik uji t dinyatakan dengan tingkat signifikan adalah dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabelnya :

- a. Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya intensitas menonton *live streaming* radio diakun Facebook Rapemda Pringsewu FM berpengaruh terhadap kepuasan penonton memperoleh informasi pecegahan stunting.
- b. Jika $t \text{ hitung} \leq T \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya intensitas menonton *live streaming* radio diakun Facebook Rapemda Pringsewu FM tidak berpengaruh terhadap kepuasan penonton memperoleh informasi pecegahan stunting.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini yaitu mengenai seberapa besar pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, memberikan gambaran bahwa intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook dengan dimensi motif, tujuan, perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi mempengaruhi kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting pada penonton aktif program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM dilihat dari kebutuhannya meliputi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif individu, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelepasan.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X (intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook) dengan variabel Y (kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting) berdasarkan hasil uji korelasi sebesar 0,727. Nilai tersebut memiliki makna bahwa pengaruh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting berada pada derajat hubungan yang kuat dengan kategori nilai antara 0,60-0,79 berdasarkan pada derajat hubungan menurut Sugiyono.

3. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana diperoleh persamaan, $Y = 25,709 + 0,339X$. Artinya nilai konstanta (a) sebesar 25,709 menunjukkan besarnya konsisten variabel kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting yang dipengaruhi oleh intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook. Koefisien regresi sebesar 0,339 bernilai arah positif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel X (intensitas menonton *live streaming* radio) akan berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting) sebesar 0,339.
4. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebesar 52,8%. Nilai tersebut menentukan bahwa intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook memberikan pengaruh terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting pada penonton aktif program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM dengan nilai sebesar 52,8%. Sedangkan 47,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($10,480 > 1,984$), dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook terhadap kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting pada penonton aktif program siaran PRINCES (Pringsewu Cegah Stunting) di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka penulis menulis beberapa saran sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan variabel-variabel yang digunakan. Sehingga akan banyak referensi penelitian yang berhubungan dengan intensitas

menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook atau yang berkaitan dengan digitalisasi penyiaran radio dan mengetahui lebih lanjut mengenai hal-hal yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media sosial Facebook sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti lain dapat menggunakan media sosial yang berbeda dan juga dapat meneliti lebih jauh lagi mengenai dampak dari intensitas menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook dan kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting di Kabupaten Pringsewu.
3. Dari hasil penelitian ini terbukti menonton *live streaming* radio di media sosial Facebook mempunyai hubungan yang signifikan dalam kepuasan memperoleh informasi pencegahan stunting, dari hasil tersebut diharapkan masyarakat bisa lebih bijak untuk mengelola informasi yang diterima melalui media sosial Facebook, lebih memperhatikan kesehatan terutama terkait informasi pencegahan stunting yang sudah diperoleh di akun Facebook Rapemda Pringsewu FM serta dapat menerapkannya di lingkungan sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- _____. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Medika.
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: ARMICO.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fidler, Roger. 2003. *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Irianto, Agus. 2007. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. 2017. *Buku Saku Desa dalam Penanganan Stunting*.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara.
- _____. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Pustaka Populer Lkis.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Kencana
- Prayudha, Harley. 2005. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Thoha, Miftah. 2003. *Prilaku Organisasi Konsep dasar dan aplikasinya*, Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

E-Book

- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: KENCANA. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2009. *Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*. Bandung: PT. Mizan Pustaka. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Dwiastuti, Rini. 2012. *Metode Penelitian Sosial: Rancangan Penarikan Contoh (Sampling Design)*, Modul 5. Universitas Brawijaya. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Elvinaro Ardiato, dkk. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Medika. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Kriyantono. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Depok: RajaGrafindo Persada. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Severin, Werner. J dan Tankard, jr, James W. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.

Syaifuddin, Azwar. 1998. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. Tersedia pada aplikasi Google Play Book.

Internet

Badan Pusat Statistik. 2018. *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Siaran Radio Selama Seminggu Terakhir menurut Provinsi, Tipe Daerah dan Jenis Kelamin*. <https://www.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2078/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html> (Diakses pada 24 Juni 2021).

Creator Studio Rapemda Pringsewu FM. 2021. *Tayangan Dialog Interaktif bertema PRINCES dengan Dinas Perpustakaan & Kearsipan Kab. Pringsewu*. <https://web.facebook.com/rapemdapringsewu/videos/407374760821714> (Diakses pada 8 Oktober 2021)

_____. 2021. *Ringkasan Siaran Langsung Sesi Dialog Interaktif bertema PRINCES dengan Dinas Perpustakaan & Kearsipan Kab. Pringsewu*. https://business.facebook.com/creatorstudio/content_posts (Diakses pada 8 Oktober 2021)

_____. 2021. *Populasi Penonton Aktif pada akun Facebook Rapemda Pringsewu* FM. <https://web.facebook.com/rapemdapringsewu/insights/?section=navPeopl> (Diakses pada 9 Oktober 2021)

Dinas Kesehatan Kab. Pringsewu. 2021. **KEGIATAN KAMPUNG TANGGUH NESTLE DAN SOSIALISASI 1000 HARI PERTAMA KEHIDUPAN HPK DALAM RANGKA MENURUNKAN STUNTING TINGKAT KABUPATEN PRINGSEWU**, <https://dinkes.pringsewukab.go.id/detailpost/kegiatan-kampung-tangguh-nestle-dan-sosialisasi-1000-hari-pertama-kehidupan-hpk-dalam-rangka-menurunkan-stunting-tingkat-kabupaten-pringsewu> (Diakses pada 11 Oktober 2021)

Dwiastuti, Rini. 2012. *Modul Metode Penelitian Sosial: Rancangan Penarikan Contoh (Sampling Design)*. Universitas Brawijaya. http://riyanti.lecture.ub.ac.id/files/2013/02/05.-Modul-5-MPS-BL-2012_revisi.pdf (Diakses pada 8 Juli 2021).

Wijayanto, Felix. (2012). *Social Media: Definisi, Fungsi, dan Karakteristik*.
https://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/
 (Diakses pada 8 September 2021)

Jurnal

Effendy, Rochmat. 2014. Program Siaran Interaktif (*Talk Back Radio*) Sebagai Ruang Publik Masyarakat Untuk Mengembangkan Demokrasi Lokal: Studi Pada Program "Citra Publika Radio Citra 87,9 FM Kota Malang. Vol. 9 No. 1.

Erickson. (2011). Hubungan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial dengan kemampuan Interaksi Sosial pada Mahasiswa 2011 Fakultas Kedokteran UNS. (Surakarta: Perpustakaan UNS.ac.id).

FEBIANI, K. (2017). PENGARUH INTENSITAS MENDENGARKAN, MOTIVASI DAN SIKAP TERHADAP PERSEPSI PENONTON TENTANG PROGRAM ACARA ASRI & STENY IN THE MORNING DI RADIO DELTA FM SEMARANG. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(3).

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Cet. VI. Semarang: UNDIP.

Groves, Robert. Survey merupakan bentuk dasar kuantitatif' dalam Robert M. Groves, *Survey Methodology* (2010), Second edition of the (2004) first edition ISBN 0-471-48348-6.

Hadiyat, Yayat D. 2016. Lembaga Penyiaran Publik sebagai Media Penyiaran Perbatasan: Studi pada Radio Republik Indonesia Stasiun Kupang. *Jurnal Pekommas*, Vol. 1 (1): 13-20.

Hasmita, Yesi. 2008. Proses Produksi Siaran Dialog Interaktif "Walikota Menyapa" di RRI Programa 1 Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. <http://eprints.umm.ac.id/26631/2/jiptummpp-gdl-silviaaria-31669-2-babi.pdf>.

Irawan, A. 2010. *Merevitalisasi TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik dalam Yohannes Widodo (pen.). Quo Vadis Televisi? Masa Depan Televisi dan Televisi Masa Depan*. Yogyakarta, Penerbit PS Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Iriantara, Yosol. 2015. *Komunikasi Bisnis*. Universitas Terbuka Tangerang Selatan. Modul 1-9 Edisi 1 ISBN 9789790115521.

- Jati, R. P., & Herlina, M. (2013). Hubungan antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di PT MNC Skyvision Jakarta. *Jurnal Aspikom*, 2(1), 589-602.
- Meifilina, Andiwi. 2017. *Kekuatan Komunikasi Media Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Dalam Pelestarian Budaya dan Kearifan Lokal Pada Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Mahardhika FM Blitar*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1 (1): 215.
- Miranda, Pita & Reny Yuliati. 2020. *Keunikan Karakteristik Radio: Daya Tarik Bagi Khalayak dalam Mendengarkan Radio*. *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol. 4 (3): 735-748.
- Nuraini. 2011. *Intensitas Menonton Televisi. dalam A. Haidir. Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Acara Memasak di Televisi terhadap Pengetahuan Bidang Boga pada Siswa Kelas XII Jasa Boga SMK Negeri 6 Yogyakarta*. Yogyakarta: FT UNY.
- Ita Suryani, L., Handar, M., & Ekasuci, R. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAGI RADIO MERSI 93.9 FM. *Journal Komunikasi*, 11(1).
- Soares, A., Nurpratiwi, R., & Makmur, M. (2015). Peranan pemerintah daerah dalam perencanaan Pembangunan daerah. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2).
- Yantos. 2015. *Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal dalam Mendukung Pemerintah Daerah*. *Jurnal RISALAH*, Vol. 26 (2): 94-103.
- Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Perkembangan Pendidikan Universitas Riau.

Skripsi

- Mahadika, Dwitya. 2019. *Analisis Produksi Acara Siaran Radio (Studi Pada Acara Sitkom Kosan Udara RRI PRO 2 FM Bandar Lampung)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung.
- Fatmawati, F. (2020). *Pengaruh Intensitas Menonton Program Siaran Mata Najwa Terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Ilmu Politik UIN Alauddin Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*.