

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PENYIAR RADIO PRO 2 RRI BANDAR
LAMPUNG TERHADAP MINAT DENGAR PROGRAM CERITA PENUTUP
HARI**

(Skripsi)

Oleh

**SITI SOLEHA
1916031026**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PENYIAR RADIO PRO 2 RRI BANDAR LAMPUNG TERHADAP MINAT DENGAR PROGRAM CERITA PENUTUP HARI

Oleh

Siti Soleha

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur besar pengaruh gaya komunikasi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari. Bayu Nitin Pratiwi (2017) menyebutkan bahwa gaya komunikasi berperan penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pendengar program Cerita Penutup Hari Pro 2 RRI Bandar Lampung dengan kategori yang ditentukan berdasarkan tujuan penelitian atau yang disebut dengan purposive sampling dan dianalisis melalui regresi linier sederhana dibantu program IBM SPSS versi 20.0. P. Berdasarkan hasil pencarian melalui SPSS 20.0 didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,323. Nilai tersebut diartikan bahwa gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung memberi pengaruh terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari dengan persentase sebesar 32,3%. Sedangkan 67,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Media Massa, Radio, Penyiar Radio, Gaya Komunikasi, Pro 2 RRI Bandar Lampung.

ABSTRACT

THE EFFECT OF RADIO PRO 2 BANDAR LAMPUNG ANNOUNCERS'S COMMUNICATION STYLE ON INTEREST IN LISTENING TO THE CERITA PENUTUP HARI PROGRAM

by

Siti Soleha

This study aims to investigate and measure the influence of Radio Pro 2 RRI Bandar Lampung announcer's communication style on interest in listening to Cerita Penutup Hari program. Bayu Nitin Pratiwi (2017) states that communication style plays an important and useful role because it will expedite the communication process and create harmonious relationships. This study used a survey method with a quantitative approach where data was collected through questionnaires that distributed to 100 respondents who are the listeners of Cerita Penutup Hari with determined categories that based on research objectives or what is called purposive sampling and analyzed through simple linear regression assisted IBM SPSS program version 20.0. P. Based on the search results through SPSS 20.0, the correlation coefficient value is 0.323. This value means that the radio Pro 2 RRI Bandar Lampung announcer's communication style has an influence on listening interest on the Cerita Penutup Hari program about 32.3% percent while the other 67.7% is influenced by other factors that not examined in this study.

Keywords: *Mass media, radio, radio announcer, communication style, Pro 2 RRI Bandar Lampung*

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PENYIAR RADIO PRO 2 RRI BANDAR
LAMPUNG TERHADAP MINAT DENGAR PROGRAM CERITA PENUTUP
HARI**

Oleh

SITI SOLEHA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Dengar Program Cerita Penutup Hari**

Nama Mahasiswa : Siti Soleha

Nomor Pokok Mahasiswa : 1916031026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. **Komis Pembimbing**

Andi Windah, S. Ikom., M.Comn&MediaSt.
NIP 198308292008012010

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Andi Windah, S. Ikom., M.Comn&MediaSt.**

Penguji Utama : **Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Soleha
NPM : 1916031026
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Ikan Kerisi No. 28 Teluk Betung, Bandar Lampung.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Dengar Program Cerita Penutup Hari”** 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.

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

Bandar Lampung, 02 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



Siti Soleha
NPM 1916031026

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Siti Soleha, lahir pada tanggal 14 Januari 2002 di Bandar Lampung. Merupakan anak kelima dari lima bersaudara, anak-anak dari Bapak M. Syafri (Alm) dan Ibu Novirice Sanggam (Alm). Penulis menamatkan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 2 Teluk Betung Pada Tahun 2013 kemudian melanjutkan pendidikan di SMP N 23 Bandar Lampung hingga tahun 2016, dan menyelesaikan pendidikan di SMA N 4 Bandar Lampung pada tahun 2019 sebelum akhirnya menjadi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada tahun yang sama.

Selama menjalankan perkuliahan penulis aktif dalam berbagai organisasi dan kegiatan baik dalam dan luar universitas. Penulis menjadi bendahara umum HMJ Ilmu Komunikasi, Kepala Reporter dan Presenter Universitas Lampung Tv, Kepala Sub Bidang Media Sosial UKM PIK R Raya Universitas Lampung, Duta Genre Berbakat Universitas Lampung tahun 2021, Top 25 Puteri Hijab Lampung tahun 2020, dan aktif menjadi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung. Penulis percaya bahwa segala keputusan datang beriringan dengan konsekuensi serta tanggung jawab. Hal tersebut yang membuat penulis berhasil menjaga keseimbangan antara perkuliahan, organisasi, dengan pekerjaan yang penulis lakukan selama proses menyelesaikan perkuliahan.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, kupersembahkan karya ini untuk:

Papa (Alm. M. Syafri) dan Mama (Almh. Novirice Sanggam)

Dua sosok paling berharga dan panutan dalam hidupku.

Sosok yang memberikan pelukan terhangat, nasihat hidup paling bermanfaat, serta sosok yang meskipun wujudnya tidak dapat lagi ku jumpai tapi selalu menjadi penyemangat serta penguatku dalam menjalani hari.

Papa & Mama, ku persembahkan skripsi ini sebagai salah satu wujud baktiku kepada kalian yang semasa hidup selalu mengusahakan yang terbaik untuk pendidikanku. Terima kasih atas segalanya. Meski sosokmu tak lagi dapat ku jumpa, namun Papa dan Mama selalu ku sertakan dalam doa.

MOTTO

“Never Stop Dreaming till your dream come true”

-Justin Bieber

“It didn't matter how many times I got knocked on the floor

You knew one day I would be standing tall”

-Justin Bieber, Believe.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil`alaamiin. Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT yang selalu memberikan berkah dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul **Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Dengar Program Cerita Penutup Hari** ini dapat terselesaikan yang berguna untuk pemenuhan syarat penulis menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa membantu dalam doa, materi, maupun semangat kepada penulis, yaitu:

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.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., Mcomn&MediaSt., selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih atas kesediaan dan keikhlasannya dalam memberikan pengarahan, bimbingan, serta ilmu dan pengetahuan baru sehingga skripsi ini dapat terselesaikan hingga akhir.
5. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si. selaku dosen penguji dalam penelitian ini. Terima kasih atas bantuan, edukasi, kritik dan saran yang telah bapak berikan kepada penulis selama melaksanakan penelitian ini.
6. Ibu Fri Rejeki, S.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terimakasih atas segala bantuannya selama empat tahun perkuliahan. Semoga Ibu dan keluarga diberikan kesehatan dan kebahagiaan selalu.

7. Seluruh dosen, *staff*, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi. Khususnya Mas Redy dan Bu Iis. Terima kasih banyak untuk bantuannya.
8. Tante Penulis (Dra. Deasy), terima kasih sudah baik hati mengasuh penulis setelah kepergian Mama dan Papa. Semoga kebaikan Tante diberikan balasan oleh Allah Swt.
9. Mak Uwo, Uni Vivi dan kakak-kakak sepupu lainnya dari keluarga besar Papa. Terima kasih atas segala kebaikannya setelah kepergian Mama dan Papa.
10. Kakak-kakakku, Bang Kiki, Bang Deni, Bang Dedy, Ayuk Meri, Mbak Tuti. Terima kasih atas dukungan dan doa-doanya.
11. Bang Agung, orang yang paling paham gimana sulitnya hidup tanpa Mama dan Papa. Terima kasih udah bertahan dan buat segala dukungannya meskipun setiap ketemu kita ga pernah akur. Semangat buat apapun yang lagi dihadapin dan apapun nantinya yang akan datang.
12. Tante Tuti, Kak Dian, Ibu Maya, keluarga, serta pihak lainnya yang sudah memberikan dukungan secara finansial dan nasihat untuk melanjutkan pendidikan meskipun tanpa Mama dan Papa. Terselesaikannya pendidikan penulis tidak dapat terlepas dari bantuan kalian semua. Terima kasih yang sebesar-besarnya.
13. Sahabat sejak SMP Sosialita Solehah, Sabrina, Dela, Nada, Vony, Sherin. Terima kasih telah tumbuh dan berbagi berbagai momen bersama.
14. Sahabat-sahabatku, “Diskusi Senja” dan “Sista Fisabilillah” yang telah menemani penulis sejak masa SMA.
15. Sahabat-sahabat kuliah ku, Ali, Amal, Tegar, Abdul, Khansa, Caca, Dinda. Terima kasih sudah banyak membantu selama proses perkuliahan.
16. Teman-teman dan kakak-kakak Universitas Lampung TV. Terimakasih untuk segala momen dan ilmunya. Terimakasih sudah menjadi keluarga dan tempat bermain selama perkuliahan.
17. Alfhi dan Tri yang telah banyak berkontribusi selama perkuliahan dan penyusunan skripsi. Terima kasih banyak, beneran deh kalo nggak ada kalian nggak tau gimana jadinya. Semoga kalian sehat dan sukses selalu ya.

18. Kak Ano, Kak Al, Kak Vinka, Kak Regis, Kak Mega, Kak Hemas, Bang Adi, Bang Heza, Bang Iqbal, Bang Bung, Bang Rifky. Terima kasih abang-abang dan kakak-kakak untuk dukungannya selama satu tahun ini.
19. Kak Yordhi, Kak Widya, dan kakak-kakak senior Jurusan Ilmu Komunikasi lainnya yang sudah banyak memberikan bimbingan dan masukan selama menyusun skripsi.
20. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019. Terima kasih sudah banyak membantuk penulis selama proses perkuliahan.
21. Gilang Nugroho. *Even now we're not close as we used to I still wanna thank you for being there during my difficult times. Sorry for messed everything up, Lang. I really wish you nothing but happiness in life.*
22. Mega Almira dan Khansa Ranbia Audreyzova Olova. Terima kasih selalu menjadi tempat ternyaman untuk bercerita dan berkeluh kesah. Terima kasih sudah membersamai setiap cerita bahagia dan duka.
23. *Broadcaster Academy Batch 4*. Terima kasih sudah banyak membersamai masa-masa sulit selama 2 tahun belakangan ini. Terima kasih sudah menjadi tempat berproses, bertukar pikiran dengan orang-orang hebat, bahkan menjadi tempat pelarian saat rumah bukan lagi tempat yang nyaman untuk beristirahat.
24. Kantorku, PT Enam Xavia Indonesia. Terima kasih Kang Fico, Bang Aris, Bang Helmi sudah memberikan keringanan dan mendukung penulis untuk menyelesaikan pendidikan.
25. M. Rakha Fadhila. *Despite whatever will happen next I'm sure I won't regret this paragraph.* Terima kasih sudah hadir di masa-masa sulit selama tiga tahun ini, menyaksikan bagaimana aku jatuh, hilang harapan, sampai akhirnya bangkit lagi. Terima kasih sudah mendengarkan bahkan mendukung segala ambisiku, terima kasih sudah bertahan bahkan setelah melihat sisi terburukku. Thank you for all the support, love, and thank you for all the nights you've spent just to argue with me. Ayo selesaiin skripsinya, emang boleh ya lulusnya selama itu?

26. Last, the one who truly deserves the appreciation, Me. Thank you for stay alive even you've been through a lot of thing since your 12. Maaf untuk segala hal yang harus kamu lalui sendiri dan untuk malam-malam dimana kamu berharap ada mama dan papa. Sekali lagi terima kasih ya. Tanpa keyakinan, kerja keras, dan kemauan dari kamu kita nggak akan bisa di tahap ini. Terima kasih sudah menjadi kuat namun tetap memanusiakan diri sendiri, terima kasih karena ketika gagal kamu selalu belajar dan bangkit lebih kuat dari sebelumnya. Cheers to everything we've been through since 2014 and cheers for all the things to come.

Bandar Lampung, 02 Juli 2023
Yang Membuat Pernyataan

Siti Soleha

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Kerangka Pikir.....	9
1.6. Hipotesis	11
II. LANDASAN TEORI	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Komunikasi Massa	16
2.3. Radio	17
2.4. Kekurangan dan Kelebihan Radio.....	19
2.5. Program Siaran Radio	21
2.6. Penyiar Radio	22
2.7. Gaya Komunikasi Penyiar Radio	24
2.8. Minat	26
2.9. Teori Uses and Effect	29
III. METODE PENELITIAN	31
3.1. Tipe Penelitian.....	31
3.2. Metode Penelitian.....	31

3.3. Variabel Penelitian	32
3.3.1. Variabel Bebas atau <i>independent</i> (X).....	32
3.3.2. Variabel Terikat atau <i>dependent</i> (Y).....	32
3.4. Definisi Konseptual	32
3.5. Definisi Operasional.....	35
3.6. Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.6.1. Populasi	37
3.6.2. Sampel	38
3.7. Teknik Pengumpulan Data	40
3.7.1. Kuesioner.....	40
3.7.2. Studi Pustaka	40
3.8. Sumber Data	40
3.8.1. Data Primer.....	40
3.8.2. Data Sekunder	40
3.9. Teknik Pengolahan Data	41
3.10. Skala Data dan Penentuan Skor.....	41
3.11. Teknik Pengujian Instrumen.....	42
3.12. Teknik Analisis Data	43
3.13. Teknik Pengujian Hipotesis.....	44
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Uji Validitas	46
4.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.3. Karakteristik Responden	51
4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mendengarkan ...	54
4.3.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Mendengarkan	54
4.3.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Sikap Pendengar	55
4.4. Hasil Penelitian.....	55
4.4.1. Deskripsi Variabel X (Gaya Komunikasi	55

4.4.2. Deskripsi Variabel Y.....	83
4.4.3. Persentase Kumulatif Variabel X dan Y.....	95
4.4.4. Rata-rata Persentase Likert (perdimensi).....	98
4.5. Analisis Data.....	99
4.5.1. Uji Korelasi.....	100
4.5.2. Uji Regresi Linear Sederhana.....	101
4.5.3. Koefisien Determinasi.....	102
4.6. Uji Hipotesis.....	103
4.7. Pembahasan Penelitian.....	105
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1. Simpulan.....	125
5.2. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Survei Pendengar Radio oleh We Are Social.....	3
Gambar 2. Kerangka Pikir diolah oleh peneliti, 2023.....	11
Gambar 3. Data Audiens Media Sosial Pro 2 RRI Bandar Lampung	39
Gambar 4. berdasarkan jenis kelamin responden.....	52
Gambar 5. berdasarkan usia responden.....	52
Gambar 6. Diagram berdasarkan pekerjaan responden.....	53
Gambar 7. Diagram berdasarkan domisili responden.	53
Gambar8. Diagram berdasarkan frekuensi mendengarkan responden.....	54
Gambar 9. Diagram berdasarkan durasi mendengarkan responden.....	54
Gambar 10. Diagram berdasarkan sikap responden.....	55
Gambar 11. Data Audiens Media Sosial Pro 2 RRI Bandar Lampung	121

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2. Definisi Operasional.....	36
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Gaya Komunikasi (X):	47
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Minat Dengar (Y)	49
Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel X.....	50
Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	50
Tabel 7. Kriteria Reliabilitas.....	51
Tabel 8. Pernyataan nomor 1 kronologi topik yang disiarkan sistematis.....	56
Tabel 9. Pernyataan nomor 2 Penyiar menjelaskan peristiwa pada topik yang dibawakan secara rinci.....	57
Tabel 10. Pernyataan nomor 3 Informasi yang disampaikan oleh penyiar merupakan informasi yang akurat.....	57
Tabel 11. Pernyataan nomor 4 penggunaan kalimat sederhana.....	58
Tabel 12. Pernyataan nomor 5 Topik dan Informasi yang disampaikan penyiar dapat dipahami.....	58
Tabel 13. Pernyataan nomor 6 Kalimat yang digunakan oleh mudah dicerna.....	59
Tabel 14. Pernyataan nomor 7 siaran yang dilakukan khas.....	59
Tabel 15. Pernyataan nomor 8 Penyiar mencoba terdengar akrab dengan pendengar saat melakukan siaran.....	60
Tabel 16. Pernyataan nomor 9 Penyiar berusaha menyentuh perasaan personal pendengar.....	60
Tabel 17. Pernyataan nomor 10 Penyiar dapat memanjakan telinga pendengar.....	61
Tabel 18. Rekapitulasi Jawaban Indikator Kejelasan.....	61

Tabel 19. Pernyataan nomor 11. Kata-kata yang digunakan penyiar tersusun rapi ...	62
Tabel 20. Pernyataan nomor 12 Penyiar pandai dalam memilih kata-kata untuk digunakan saat melakukan siaran	63
Tabel 21. Pernyataan nomor 13 Penyiar dapat menyentuh perasaan personal pendengar dengan kata-kata	63
Tabel 22. Pernyataan nomor 14 pendengar menantikan punchline	64
Tabel 23. Pernyataan 15 penyiar menantikan siaran Cerita Penutup Hari.....	64
Tabel 24. Pernyataan 16 Penyiar membuat pendengar merasa rindu jika siaran Cerita Penutup Hari tidak ada	65
Tabel 25. Pernyataan 17 Penyiar membawakan siaran dengan berkarakter	65
Tabel 26. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kelincahan	66
Tabel 27. Pernyataan 18 Siaran yang dilakukan penyiar enak didengar.....	67
Tabel 28. Pernyataan 19 Penyiar lincah dalam mengolah kata-kata.....	67
Tabel 29. Pernyataan 20 Penyiar mengucapkan kata-kata dalam siaran dengan penuh daya tarik	68
Tabel 30. Pernyataan 21 Pendengar dapat langsung mencerna apa setiap kata yang penyiar ucapkan.....	68
Tabel 31. Pernyataan 22 Penyiar kerap memberikan punchline pada saat melakukan siaran.....	69
Tabel 32. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Keanekaragaman.....	69
Tabel 33. Pernyataan 23 Penyiar menggunakan bahasa informal saat melakukan siaran.....	70
Tabel 34. Pernyataan 24 Penyiar menggunakan kata-kata yang digunakan dalam percakapan sehari-hari	71
Tabel 35. Pernyataan 25 Penyiar menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti..	71
Tabel 36. Pernyataan 26 Penyiar menggunakan kata-kata sederhana.....	72
Tabel 37. Rekapitulasi Dimensi Bahasa Tutur.....	72
Tabel 38. Pernyataan 27 Penyiar menggunakan kalimat sederhana	73
Tabel 39. Pernyataan 28 Penyiar mampu manajemen waktu sebaik mungkin saat siaran.....	73

Tabel 40. Pernyataan 29 Penyiar mampu membuat siaran menjadi menarik namun tidak bertele-tele	74
Tabel 41. Pernyataan 30 Kalimat yang digunakan penyiar memudahkan pendengar untuk memahami maksudnya	74
Tabel 42. Pernyataan 31 Penyiar merespon pendengar dengan singkat namun menyentuh inti pembahasan	75
Tabel 43. Rekapitulasi Dimensi KISS	75
Tabel 44. Pernyataan nomor 32 Penyiar selalu menyederhanakan fakta saat bersiaran	76
Tabel 45. Pernyataan nomor 33 Penyiar menghindari detail yang tidak diperlukan ..	77
Tabel 46. Pernyataan nomor 34 Penyiar fokus untuk membahas inti pembahasan ...	77
Tabel 47. Pernyataan nomor 35 Penyiar menghindari membahas hal-hal yang tidak relevan dengan topik.....	78
Tabel 48. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Global	78
Tabel 49. Pernyataan nomor 36 Penyiar memilih kata yang dapat mengembangkan imajinasi pendengar	79
Tabel 50. Pernyataan 37 Penyiar menggunakan intonasi yang bervariasi dalam melakukan siaran sehingga pendengar dapat merasakan emosi yang penyiar sampaikan	79
Tabel 51. Pernyataan 38 Penyiar membuat pendengar merasa berada di situasi yang digambarkan	80
Tabel 52. Pernyataan 39 Penyiar membuat pendengar dapat merasakan panca indra saat mendengarkan siaran (merasakan gambaran, aroma, atmosfer suasana, hal-hal yang terasa, dan segala lintasan yang terjadi di lokasi) ..	80
Tabel 53. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Imajinatif.....	81
Tabel 54. Pernyataan 40 penyiar melakukan siaran dengan metode bercerita	82
Tabel 55. Pernyataan 41 Penyiar melakukan bridging sebelum masuk ke topik utama	82
Tabel 56. Pernyataan 42 Penyiar melakukan siaran seperti sedang mendengarkan dan bercerita dengan teman sebaya	83

Tabel 57. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Bercerita.....	83
Tabel 58. Pernyataan 1 Pendengar tertarik untuk mendengarkan program Cerita Penutup Hari hingga selesai	84
Tabel 59. Pernyataan 2 Pendengar menunggu program Cerita Penutup Hari setiap harinya	85
Tabel 60. Pernyataan 3 Pendengar meluangkan waktu untuk mendengarkan program Cerita Penutup Hari	85
Tabel 61. Pernyataan 4 Pendengar rela menunda pekerjaan lain demi fokus mendengarkan Program Cerita Penutup Hari.....	86
Tabel 62. Pernyataan 5 Program Cerita Penutup Hari menjadi program yang selalu Pendengar nantikan di Pro 2 RRI Bandar Lampung	86
Tabel 63. Pernyataan 6 Saat jauh dari frekuensi siaran radio Pro 2 RRI Bandar Lampung, pendengar melakukan streaming untuk mendengarkan program Cerita Penutup Hari.....	87
Tabel 64. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Rasa Tertarik.....	87
Tabel 65. Pernyataan 7 Pendengar memperhatikan topik yang dibahas setiap kali mendengarkan program Cerita Penutup Hari dengan baik dan seksama ..	88
Tabel 66. Pernyataan 8 Pendengar menerima dan memahami isi pesan yang disampaikan oleh penyiar pada program Cerita Penutup Hari	88
Tabel 67. Pernyataan 9 pendengar selalu mengikuti topik yang dibahas oleh penyiar pada program Cerita Penutup Hari hingga akhir	89
Tabel 68. Pernyataan 10 pendengar memperhatikan respon yang diberikan oleh penyiar program Cerita Penutup Hari saat membacakan tanggapan pendengar.....	89
Tabel 69. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Memberi Perhatian.....	90
Tabel 70. Pernyataan 11 pendengar mempertimbangkan ajakan dan masukan yang diberikan oleh penyiar program Cerita Penutup Hari.....	91
Tabel 71. Pernyataan 12 pendengar selalu berpartisipasi saat diberikan kesempatan berinteraksi dengan penyiar baik berupa SMS, telpon, maupun melalui social media seperti whatsapp dan Instagram	91

Tabel 72. Pernyataan 13 pendengar tidak ragu membagikan cerita mereka kepada penyiar pada program Cerita Penutup Hari	92
Tabel 73. Pernyataan 14 Pembawaan penyiar membuat pendengar merasa aman untuk menceritakan permasalahan mereka.....	92
Tabel 74. Pernyataan 15 pendengar akan bercerita setiap kali topik yang dibahas sesuai dengan pengalaman yang mereka punya	93
Tabel 75. Pernyataan 16 Meskipun pendengar tidak memiliki pengalaman seperti topik yang sedang dibahas, mereka tidak melewatkan kesempatan untuk berinteraksi dengan penyiar meskipun hanya sekedar menyapa dan memberi salam.....	93
Tabel 76. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Aktivitas.....	94
Tabel 77. Kategori persentase nilai setiap pertanyaan	95
Tabel 78. Kategori item pada variabel X	95
Tabel 79. Kategori item pada variabel Y	97
Tabel 80. Rata-rata persentase skala likert.....	98
Tabel 81. Hasil Koefisien Korelasi.	100
Tabel 82. Derajat Hubungan	101
Tabel 83. Hasil Uji Regresi Linear	101
Tabel 84. Koefisien Determinasi.....	102
Tabel 85. Uji T	104

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Interaksi dan komunikasi merupakan hal yang pasti dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-harinya, hal tersebutlah yang membuat manusia disebut sebagai makhluk sosial. Dalam kehidupannya, manusia memiliki banyak kebutuhan yang harus terpenuhi, salah satunya ialah kebutuhan akan informasi. Untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut, manusia melakukan komunikasi di mana menurut James A. F. Stoner, komunikasi merupakan sebuah proses pada seseorang yang berusaha untuk memberikan pengertian dan informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain. Dalam prosesnya, komunikasi dapat disampaikan secara langsung ataupun melalui saluran (*channel*) dalam bentuk media tertentu yang memungkinkan manusia untuk dapat berkomunikasi tanpa mengharuskan bertatap muka bahkan terdapat media-media yang dapat menjangkau masyarakat secara serentak dan luas yang disebut dengan media massa.

Media massa memiliki peran sentral dalam penyampaian informasi untuk masyarakat. Media massa dapat mendukung keterbukaan informasi publik dan mampu membingkai isu yang berdampak pada reputasi objek (Gunawibawa, Oktiani, & Wibawa, 2020). Media massa hadir sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat yang tidak hanya berupa informasi namun juga berupa hiburan. Tuntutan kebutuhan tersebut membuat media massa hadir dengan berbagai bentuk yang terbagi menjadi dua yakni media elektronik yang terdiri dari radio, televisi, dan internet serta media cetak yang terdiri dari koran, tabloid, dan juga

majalah. Adapun seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, media-media tersebut turut berkembang yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dan hiburan dimanapun serta kapanpun dibutuhkan.

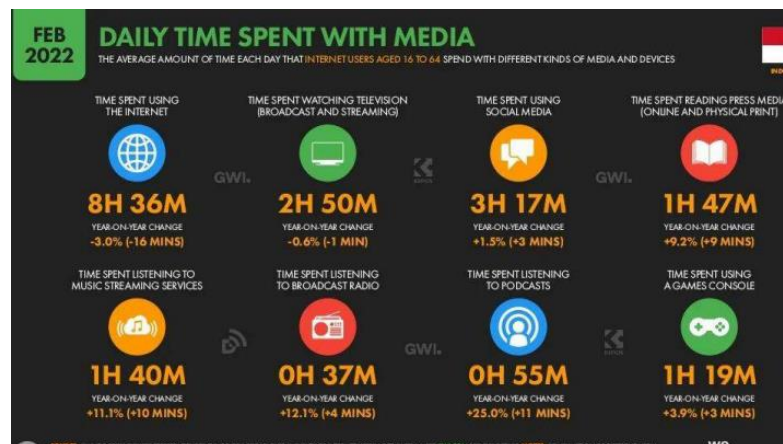
Salah satu media massa yang sejak dulu sudah ada dan telah memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Indonesia adalah radio. Radio merupakan sebuah media massa yang bersifat auditif dan telah hadir menjadi media komunikasi di Indonesia sejak 1991 serta berperan penting dalam kemerdekaan Indonesia karena kerap dijadikan alat transmisi informasi kekuasaan dan konflik-konflik yang terjadi pada saat itu. Menurut Undang-undang (UU) Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Karena produknya hanya suara maka radio siaran memiliki karakteristik selintas, cepat, mengundang imajinasi pendengarnya, serta dapat dinikmati sambil melakukan hal lain (*secondary medium*).

Media dan masyarakat selalu tidak dapat dipisahkan. Cukup dengan membuat mereka menjadi lebih ekstrovert, memberi mereka tautan ke bagian lain dunia atau berkreasi kesempatan untuk berhubungan dengan seseorang yang tidak pernah mereka harapkan sebelumnya (Windah, 2017). Oleh karena itu, keberadaan media telah memainkan peran penting dalam kehidupan manusia saat ini. Sebagai media lama, hingga saat ini radio tetap mampu bertahan dalam mendistribusikan informasi dan memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat meskipun di era serba digital.

Dikutip dari *website* resmi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, menurut survei yang tertera di *website* tersebut diketahui jika pada 2014 pendengar radio menghabiskan waktu untuk mendengarkan radio selama 16 jam per minggu. Sedangkan pada 2015 mengalami kenaikan, yakni 16 jam 14

menit, dan pada 2016 kembali naik menjadi 16 jam 18 menit per minggu. Data tersebut kemudian didukung oleh data terbaru temuan Nielsen Advertising Intelligence yang dirilis Nielsen Media Indonesia pada 2019 menunjukkan, total belanja iklan radio mencapai Rp1,7 Triliun. Diketahui bahwa di tengah pandemi yang melanda jumlah pendengar radio konvensional justru meningkat tajam sebanyak empat juta pendengar di daerah Jakarta Raya. Kedua data tersebut juga diperkuat oleh Hasil survei terbaru yang dinyatakan oleh Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) DKI Jakarta yang menunjukkan bahwa jumlah pendengar radio mengalami peningkatan hingga 21% sejak tahun 2017. Radio menjangkau 22,759 Juta orang per hari di sepuluh kota dengan rata-rata mendengar sebanyak 120 menit per hari atau lebih dari dua jam.

Namun, berdasarkan survei yang dilakukan oleh We Are Social, diketahui bahwa rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan sebanyak 1 jam 40 menit setiap harinya untuk mendengarkan aplikasi penyedia layanan *streaming* musik. Sedangkan, masyarakat Indonesia hanya menghabiskan waktu sebesar 30 menit setiap harinya untuk mendengarkan radio.



Gambar 1. Survei Pendengar Radio oleh We Are Social.

Data tersebut menunjukkan bahwa kehadiran layanan *streaming* musik menjadi ancaman tersendiri bagi eksistensi radio. Untuk itu diperlukan inovasi-inovasi dan strategi dalam produksi program siaran. Radio sebagai media massa tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, kebutuhan akan hiburan yang tidak kalah besarnya menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pengelola radio. Salah satu program hiburan yang kerap dihadirkan oleh pengelola radio adalah program acara musik yang tidak hanya memungkinkan pendengar untuk mendengarkan musik namun juga memungkinkan pendengar untuk melakukan *request* musik-musik yang ingin didengarkan sehingga terjadi interaksi langsung antara pendengar dan penyiar radio sebagai komunikator.

Interaksi secara langsung antara pendengar dan penyiar tersebut tidak hanya dapat diwujudkan dalam bentuk *request* pada program acara musik. Banyak radio-radio yang memiliki program interaktif lainnya dengan pendengar yang memungkinkan terjadinya interaksi antara pendengar dan penyiar. Interaksi tersebut dapat berupa penyampaian pendapat oleh pendengar maupun pengungkapan perasaan pendengar kepada penyiar atau kerap yang disebut dengan curhat.

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah Lembaga Penyiaran Publik yang menyelenggarakan kegiatan radio yang bersifat independen, netral dan berfungsi memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran radio yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Radio Republik Indonesia (RRI) merupakan satu-satunya radio sebagai lembaga penyiaran publik (LPP) yang menyandang nama negara, mendapatkan operasional dari APBN untuk stasiun pusat yang berada di Jakarta dan APBD untuk stasiun daerah.

Dana operasional dapat juga berasal dari iuran masyarakat maupun usaha-usaha stasiun tersebut yang sah. RRI saat ini memiliki 99 stasiun siaran yang tersebar di seluruh Indonesia dengan klasifikasi Stasiun Penyiaran Tipe A di Ibukota Negara satu stasiun, Stasiun Penyiaran Tipe B di Ibukota Provinsi 30 stasiun, Stasiun Penyiaran Tipe C di Ibukota Provinsi (Kabupaten/Kota) 34 stasiun, Pusat Pemberitaan Jakarta (Programa 3/Kantor Berita Nasional), Stasiun Siaran Luar Negeri di Jakarta (Voice Of Indonesia), Studio Produksi RRI di daerah perbatasan/daerah terpencil sebanyak 32 studio produksi.

RRI Bandar Lampung merupakan salah satu dari 99 stasiun penyiaran yang tersebar di seluruh Indonesia. RRI Bandar Lampung termasuk kepada stasiun penyiaran tipe B dengan empat program siaran yakni Programa 1 atau Programa 1 dengan frekuensi siaran 90,9 Mhz , Programa 2 atau Programa 2 dengan frekuensi siaran 92,5 Mhz , Programa 3 atau Pro 3 dengan frekuensi siaran 87,7 Mhz dan Programa 4 dengan frekuensi siaran 88,5 Mhz.

Dengan karakteristik dan segmentasinya yang mengarah kepada anak muda dengan sasaran usia 15-30 tahun (remaja awal hingga remaja akhir), Programa 2 RRI Bandar Lampung hadir dengan *tagline* siaran bertajuk “Teman Terbaik Kamu”. Perwujudan dari *tagline* tersebut berusaha ditunjukkan oleh Pro 2 RRI Bandar Lampung melalui siaran yang disiarkan setiap harinya baik berupa siaran langsung oleh penyiar ataupun melalui produk-produk siaran seperti iklan layanan masyarakat, *filler*, *jingle*, *spot program* hingga konten-konten yang diunggah pada sosial media. Berbagai program siaran yang menghibur, mendidik, serta mengedepankan kreativitas di siarkan sejak pukul 05.00 WIB hingga 24.00 melalui frekuensi 92,5 Mhz setiap harinya.

Pro 2 RRI Bandar Lampung menghadirkan program-program serta produk-produk siaran yang bersifat *up to date* dan mengacu pada gaya hidup atau *life style* dan hadir menawarkan diri sebagai wadah bagi para anak muda untuk menyampaikan aspirasi, menampilkan karya-karya serta potensi diri yang

dimiliki, serta mengekspresikan perasaan yang mereka rasakan melalui program-program yang mereka miliki. Salah satu program yang dimiliki oleh Pro 2 RRI Bandar Lampung adalah program dengan nama Cerita Penutup Hari.

Program yang kerap disingkat dengan kata CPH ini merupakan sebuah program interaktif antara penyiar dengan para pendengar di mana penyiar akan berperan sebagai seorang “teman” bagi para pendengar yang siap mendengarkan cerita-cerita di penghujung hari mereka. Adapun topik yang kerap diangkat pada program ini adalah seputar percintaan dan permasalahan kehidupan yang kerap dirasakan oleh kalangan usia remaja hingga dewasa awal lainnya. Program ini menonjolkan salah satu ciri khas dari radio yaitu *theatre of mind* di mana penyiar berusaha untuk membuat pendengarnya berimajinasi atau berkhayal melalui kekuatan kata, suara penyiar, musik-musik, serta bunyi-bunyi yang disiarkan selama kegiatan siaran.

Sebagai sebuah program yang bersifat interaktif dan berusaha untuk menjadi teman curhat yang baik bagi setiap pendengar sehingga pendengar tertarik untuk mencurahkan perasaan dan permasalahan mereka yang mungkin tidak berani mereka curahkan kepada siapapun tentunya penyiar pada program ini harus pandai dalam memilih kata-kata yang akan disampaikan. Penyiar harus hati-hati dalam menyampaikan opininya sehingga pendengar tidak merasa dihakimi dan diejek serta perlu menonjolkan salah satu kelebihan dari radio yakni bersifat hangat.

Sifat radio yang auditori atau sekilas didengar membuat segala informasi yang disampaikan mudah dilupakan, namun hal tersebut tidak serta merta membuat penyiar bisa bebas berucap. Penyiar memiliki peran sebagai ujung tombak sebuah program siaran, di mana mereka dituntut untuk dapat membuat pendengar tertarik dengan siaran yang disiarkan. Inilah mengapa seorang penyiar perlu memiliki *air personality* di mana seorang penyiar dituntut untuk menampilkan keunikan, orisinalitas, sekaligus menawarkan persahabatan, dan

ketulusan. Mereka juga harus bisa membuat pendengar nyaman dan terhibur sehingga perlu adanya kemampuan mengolah kata-kata dan penerapan gaya komunikasi yang baik serta berkualitas dalam memberikan informasi dan berinteraksi dengan pendengar.

Agar seorang penyiar dapat sukses membawakan sebuah program siaran, penyiar sebagai komunikator harus mampu membuat suasana menjadi “hidup” dan menarik pendengar untuk berinteraksi, untuk itu seorang penyiar harus menentukan gaya komunikasi yang akan digunakan selama siaran. Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik (Widjaja, 2000: 57). Bayu Nitin Pratiwi (2017) menyebutkan bahwa gaya komunikasi berperan penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Gaya komunikasi yang dimaksud ini dapat berbentuk verbal yakni kata-kata ataupun non verbal dalam bentuk berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak.

Gaya komunikasi yang digunakan oleh setiap penyiar tentunya akan berbeda-beda, Widjaja (2000) mengemukakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Dalam konteks penyiar radio, seorang penyiar radio harus mampu menguasai program siaran yang dibawakannya dan membawakan program tersebut sesuai dengan gaya atau konsep yang telah ditentukan.

Gaya komunikasi dalam bersiaran akan disesuaikan dengan program yang dibawakan sehingga dapat menghasilkan interaksi serta membuat pendengar tertarik untuk mendengarkan penyiar dalam membawakan program tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faisal Bahri sebuah program siaran yang bersifat interaktif cenderung menggunakan gaya komunikasi *equalitarian style* yang memberlakukan arus penyebaran pesan-

pesan verbal secara lisan maupun yang bersifat dua arah (*two way traffic of communications*). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah dan Endang Setiowati menyatakan bahwa terdapat pengaruh gaya siaran dan penggunaan media terhadap sikap pendengar.

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian dengan judul : **“Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Radio Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap Minat Dengar Program Cerita Penutup Hari”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat peneliti adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh gaya komunikasi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari?
2. Seberapa besar pengaruh gaya komunikasi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

Untuk mengetahui dan mengukur besar pengaruh gaya komunikasi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi massa.

2. Secara Praktis

- a. Kajian ini diharapkan semoga dapat bermanfaat secara praktis bagi pihak pengelola radio sebagai referensi guna dijadikan bahan untuk senantiasa mengambil langkah-langkah konkrit dan melakukan berbagai terobosan yang lebih baik dalam upaya melakukan penyiaran.
- b. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

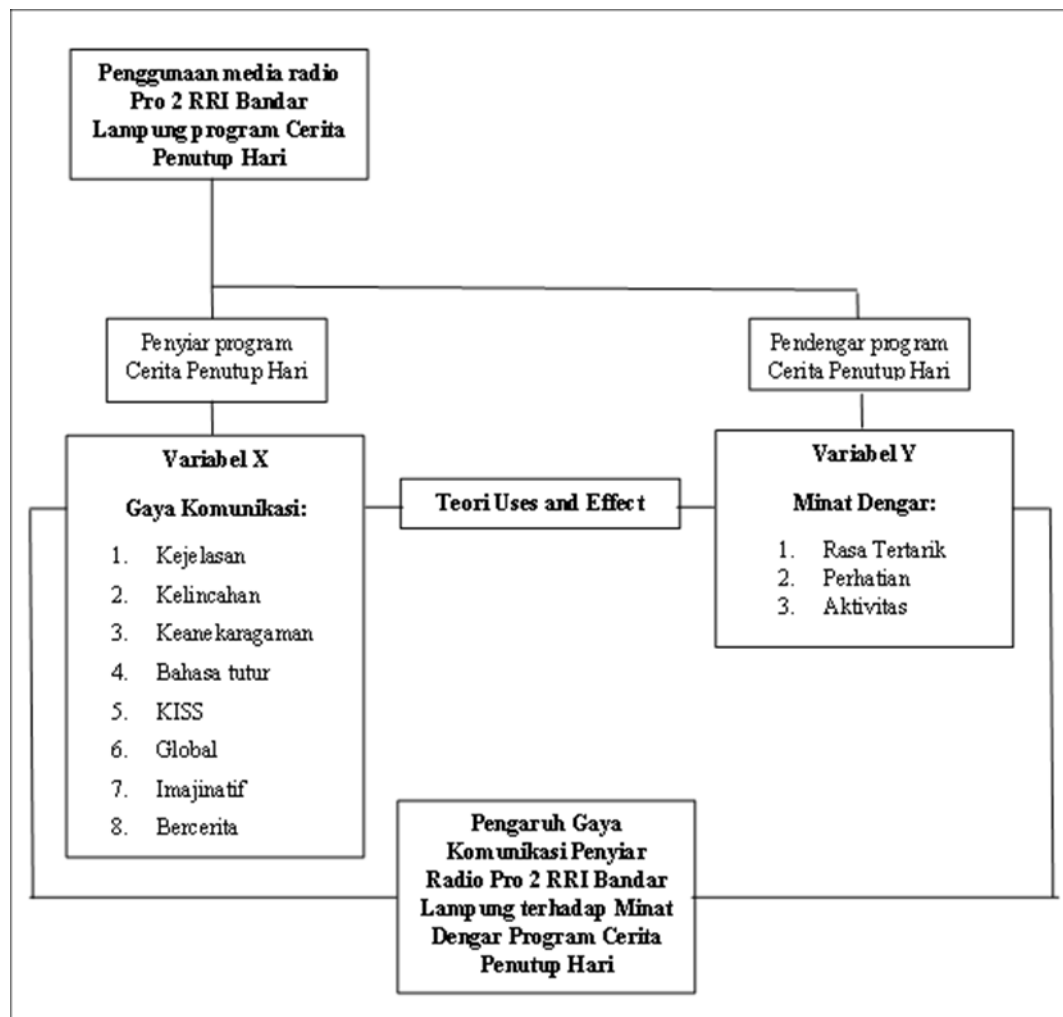
1.5. Kerangka Pikir

Teori *uses and effects* menganggap bahwa karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa (Senjaya, 2007, h.5.44). Teori ini juga memiliki anggapan bahwa terdapat hasil yang ditentukan sebagian oleh isi media dan sebagian lainnya oleh penggunaan media itu sendiri. Karena terdapat dua proses yang bekerja secara bersamaan, hasilnya disebut 'consequence effects' (gabungan antara konsekuensi dan efek).

Pengguna media memiliki beragam karakteristik kepentingan, tujuan dan kebutuhan yang perlu dipenuhi sehingga dalam penggunaan media mereka memiliki harapan bahwa media tersebut dapat memenuhi apa yang diharapkan. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis apakah terdapat efek yang timbul berupa minat dengar setelah seorang pendengar radio mendengarkan program Cerita Penutup Hari radio Pro 2 RRI Bandar Lampung di mana efek tersebut hadir akibat salah satu faktor yakni karakteristik isi program tersebut.

Karakteristik isi dari sebuah program dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya ialah penyiar. Sukses atau tidaknya sebuah program siaran radio ditentukan oleh kemampuan penyiar sebagai komunikator. Penyiar sebagai komunikator harus mampu membuat suasana menjadi “hidup” dan menarik pendengar dengan karakteristik beragam untuk berinteraksi, untuk itu seorang penyiar harus menentukan gaya komunikasi yang akan digunakan selama siaran. Terdapat delapan gaya komunikasi penyiar yakni kejelasan, kelincahan, keanekaragaman, bahasa tutur, KISS, global, imajinatif, bercerita.

Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar karakteristik isi media yang dalam hal ini adalah gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung dapat menimbulkan efek bagi pendengarnya berupa minat dengar pada program Cerita Penutup Hari. Adapun gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung menjadi variabel bebas (variabel X) pada penelitian ini di mana variabel bebas tersebut dapat menimbulkan efek berupa minat dengar pendengar program Cerita Penutup Hari yang menjadi variabel terikat (variabel Y) dari penelitian ini. Menitik beratkan pada gaya komunikasi sebagai karakteristik isi media, peneliti akan meneliti tentang seberapa besar hal tersebut memberikan efek dalam mempengaruhi minat dengar pendengar program Cerita Penutup Hari. Tentunya hal ini akan dihitung berdasarkan data-data hasil survei yang diperoleh dalam penelitian di lapangan.



Gambar 2. Kerangka Pikir diolah oleh peneliti, 2023

1.6. Hipotesis

Hipotesis dirumuskan dengan tujuan untuk memberikan arah bagi peneliti tentang

penelitian yang akan dilaksanakan. (Morissan, 2014:18) mendefinisikan bahwa hipotesis juga bertujuan untuk mencegah peneliti untuk melakukan penelitian coba-coba (trial and error research) yaitu penelitian untung-untungan dengan harapan menemukan sesuatu yang penting. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengan program Cerita Penutup Hari
- H_1 : Terdapat pengaruh antara gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengan program Cerita Penutup Hari

II. LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Untuk mempermudah penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan tolak ukur serta perbandingan. Iksan (1996) menyatakan bahwa tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian : teori, konsep-konsep, analisis, kesimpulan, kelemahan dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (Masyhuri, 2008 : 100).

Berikut tabel mengenai penelitian terdahulu dan bagaimana perbedaannya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1	Peneliti	Saraswati / Fakultas Dakwah dan Komunikasi /Universitas Islam Negeri (UIN)/ 2018
	Judul	Pengaruh Skill Penyiar Radio Fatwa Terhadap Minat Dengar Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam
	Fokus	Mengetahui pengaruh dari <i>skill</i> yang dimiliki oleh penyiar terhadap minat dengar pendengar radio Fatwa
	Pendekatan	Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuantitatif

Tabel 1. (Lanjutan)

	Teori	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SMCR (Sender-Message-Channel-Receiver dan SOR (Stimulus-Organisme-Respon).
	Simpulan	Hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 41 orang responden ini adalah <i>skill</i> penyiar Radio Fatwa tergolong sedang, begitu pula dengan minat dengar mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang juga tergolong sedang. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>skill</i> penyiar Radio Fatwa terhadap minat dengar mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.
	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	Penelitian di atas meneliti tentang pengaruh <i>skill</i> penyiar radio Fatwa dengan minat dengar pendengar radio tersebut, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan akan meneliti pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar pendengar. Adapun selain fokus penelitian yang berbeda, perbedaan lainnya terletak di teori yang digunakan. Pada penelitian di atas peneliti menggunakan dua teori yakni S-C-M-R dan S-O-R, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan hanya menggunakan teori S-O-R.
	Kontribusi Penelitian	Berdasarkan penelitian di atas peneliti mendapatkan gambaran pengaruh <i>skill</i> yang dimiliki oleh penyiar Radio Fatwa terhadap minat dengar pendengar Radio Fatwa.
2	Peneliti	Muhammad Faisal Bahri / Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi / Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta / 2021
	Judul	Gaya Komunikasi Penyiar di Motion Radio 97.5 FM Studi Komparatif Program <i>Motion Breakfast</i> dengan <i>3 Hours Commercial Free</i> .
	Fokus	Fokus dari penelitian ini adalah untuk membandingkan gaya komunikasi yang dilakukan oleh penyiar Motion 97.5 FM pada program <i>Motion Breakfast</i> dan <i>3 Hours Commercial Free</i> .
	Pendekatan	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif komparatif.
	Teori	Penelitian ini menggunakan Teori Logika Desain Pesan oleh Barbara O'Keefe

Tabel 1. (Lanjutan)

	Simpulan	Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan hasil perbandingan antara kedua gaya komunikasi penyiar program acara <i>Motion Breakfast</i> dan <i>3 Hours Commercial Free</i> , yaitu adanya sejumlah perbedaan dan persamaan yang menjadikan kedua program acara tersebut memiliki ciri tersendiri. Program acara <i>Motion Breakfast</i> dengan menggunakan gaya komunikasi <i>equalitarian style</i> , <i>controlling style</i> , logika retorika, logika ekspresif, serta logika konvensional. Sedangkan program acara <i>3 Hours Commercial Free</i> menggunakan gaya komunikasi <i>controlling style</i> , dan logika ekspresif dalam melakukan siarannya
	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	Meskipun sama-sama meneliti tentang Gaya Komunikasi Penyiar, namun kedua penelitian ini memiliki perbedaan pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif komparatif sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan akan menggunakan metode kuantitatif.
	Kontribusi Penelitian	Berdasarkan penelitian di atas penulis mendapatkan gambaran mengenai bentuk-bentuk dari gaya komunikasi yang dapat dilakukan oleh penyiar radio.
3	Peneliti	Rocky Simarmata / Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik / Universitas Brawijaya / 2018
	Judul	Hubungan Antara Karakteristik Program Reality Show Rumah Uya Di Trans7 Terhadap Minat Menonton (Studi Kuantitatif Eksplanatif Karakteristik Program Reality Show Rumah Uya Di Trans7 Terhadap Minat Menonton Di Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)
	Fokus	Fokus penelitian ini adalah melihat korelasi antara variabel karakteristik reality show Rumah Uya terhadap minat menonton mahasiswa.
	Pendekatan	Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif.
	Teori	Penelitian ini menggunakan Teori <i>Uses and Effect</i>
	Simpulan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik program reality show Rumah Uya terhadap minat menonton mahasiswa dengan nilai sebesar 0,541 yang termasuk dalam kategori menengah. Serta berdasarkan hasil analisis rata-rata, indikator alur cerita merupakan indikator yang paling berpengaruh terhadap minat menonton mahasiswa.

Tabel 1. (Lanjutan)

Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	Perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang diteliti. Dimana pada penelitian ini peneliti meneliti tentang tayangan televisi, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan akan meneliti tentang radio.
Kontribusi Penelitian	Berdasarkan penelitian di atas peneliti mendapatkan informasi bagaimana karakteristik sebuah tayangan media dapat mempengaruhi minat audiensnya.

2.2. Komunikasi Massa

Gerbner (1967) mendefinisikan, “*Mass communication is technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies.*” Yang artinya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dalam prosesnya komunikasi massa memanfaatkan media massa baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan.

Terdapat tiga dimensi efek komunikasi massa yaitu:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek ini meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Media massa tidak hanya memberikan efek kognitif semata, media massa juga dapat memberikan efek prososial di mana ia dapat memberikan manfaat yang dikehendaki masyarakat. Ss

2. Efek Afektif

(Karlinah, 1999) menyatakan bahwa tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, melainkan lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang

diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan attitude (sikap) seseorang.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral ini merupakan efek yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Contohnya adalah acara yang mengandung adegan kekerasan dapat menyebabkan orang menjadi beringas. Acara memasak dapat membuat ibu-ibu meniru resep masakan yang ditampilkan.

2.3. Radio

Salah satu media massa yang sejak dahulu telah ada dan berperan penting pada kemerdekaan Republik Indonesia. Istilah radio merujuk kepada keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian diterima oleh berbagai pesawat penerima. Oleh karena itu, istilah radio tidak hanya memiliki maksud radio sebagai bentuk fisiknya saja tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Adapun apabila pengertian radio diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus. Radio merupakan media yang bersifat auditif yang penyampaiannya dilakukan secara lisan. Kekuatan terbesarnya terletak pada karakteristiknya sebagai media imajinatif sebab sebagai media yang buta, radio menstimuli begitu banyak suara, dan berusaha memvisualisasi suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Morissan, 2005).

Radio dipandang sebagai *the fifth state* (Kekuatan kelima) setelah Lembaga eksekutif (pemerintah, legislatif (parlemen), yudikatif (Lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan

langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik tersendiri.

Menurut (Effendy, 2005) radio juga memiliki karakteristik yang menjadi ciri khas , diantaranya :

- a. Auditori, *Sound Only*, Auditif. Radio merupakan “suara” yang dikonsumsi atau dirasakan dengan hati dan panca indra atau didengarkan oleh khalayak, hal tersebut berarti bahwa apapun yang disampaikan melalui radio harus berupa suara yang mampu ditangkap oleh indra pendengaran, sehingga khalayak dapat menerima pesan dengan baik.
- b. Transmisi, proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan (pendengar) dilakukan melalui pemancar yang jangkauannya sangat luas, sehingga penyebaran informasi juga ditentukan dengan daya dari pemancar yang digunakan oleh station radio.
- c. Mengandung gangguan, kondisi sebuah radio dari sinyal radio tidak menentu tergantung dengan kondisi cuaca atau kondisi alam saat siaran dilakukan. Hal tersebut dikarenakan radio menggunakan gelombang sebagai perantara sinyal yang penerimaannya dapat terganggu apabila kondisi cuaca sedang tidak baik.
- d. *Theatre Of Mind*, sebuah radio harus mampu membuat pendengarnya berimajinasi atau berkhayal melalui kekuatan kata, suara penyiar, musik-musik, serta bunyi-bunyi yang disiarkan selama kegiatan siaran. Jika diibaratkan, radio harus mampu membangun sebuah ruang bioskop yang berada dalam pikiran imajinasi pendengar.
- e. Identik dengan musik, secara umum radio digunakan untuk mendengarkan musik atau lagu tertentu. Singkatnya radio digunakan sebagai media untuk mencari hiburan. Sebuah radio harus memiliki strategi khusus untuk menyajikan program musik mengingat beraneka ragamnya musik yang ada dan ingin didengarkan oleh pendengar. Sebuah radio akan menentukan satu jalur musik yang dibagi menjadi beberapa jalur dalam satu jenis musik atau

yang kerap disebut sebagai radio *one segment* dan tidak jarang pula sebuah radio menyajikan beraneka ragam musik dalam satu program acara sekaligus (*radio all segment*).

2.4. Kekurangan dan Kelebihan Radio

Menurut Romli (2010, hal. 26), radio memiliki kelebihan radio dibandingkan media massa lainnya, yaitu:

1. Cepat dan langsung.

Dalam distribusi informasi, radio tidak menempuh proses yang memakan banyak waktu dan kompleks layaknya televisi ataupun media cetak. Hal tersebut dikarenakan radio hanya membutuhkan *router* radio bahkan siapapun dapat secara langsung memberikan atau menyampaikan peristiwa yang sedang terjadi. Hal-hal tersebutlah yang membuat radio menjadi media massa tercepat jika dibandingkan dengan koran ataupun televisi dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat.

2. Hangat.

Radio merupakan media massa yang dapat membangun bahkan menguasai emosional pendengarnya melalui perpaduan dari kata-kata, musik, efek suara, serta pembawaan dari penyiar. Pendengar akan merespon atas kehangatan suara penyiar radio bahkan menganggap bahwa penyiar radio merupakan seorang teman (Romli, 2010, hal. 26).

3. Murah.

Untuk mendengarkan sebuah radio pendengar tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar seperti saat berlangganan media cetak ataupun televisi. Jika dibandingkan dengan televisi, listrik yang digunakan untuk mendengarkan radio jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan menonton televisi.

4. Fleksibel.

Siaran radio dapat didengarkan sambil mengerjakan hal lain atau sering disebut dengan *multitasking* tanpa menghambat aktivitas yang lain: seperti mengemudi, belajar, dan membaca koran (Romli, 2010, hal. 26).

Sama seperti media massa lainnya, selain memiliki kelebihan radio juga memiliki kekurangannya. Adapun kekurangan-kekurangan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Selintas.

Berbeda dengan media cetak yang informasinya dapat dibaca berulang-ulang, informasi yang disampaikan melalui radio cepat hilang dan mudah terlupakan ketika tidak didengarkan dengan konsentrasi yang tinggi. Ketika ada informasi yang terlewat seorang pendengar tidak akan bisa meminta penyiar untuk mengulang apa yang diucapkan.

2. Batasan Waktu.

Radio sendiri mempunyai waktu siaran yang relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, ini cukup berbeda dengan surat kabar yang dapat menambah jumlah halaman dengan bebas. Hal ini berbeda dengan waktu, karena 24 jam tidak bisa ditambah menjadi 25 jam bahkan lebih.

3. Beralur Linier.

Seluruh program siaran yang disiarkan oleh radio dan didengarkan oleh pendengar berlangsung sesuai dengan urutan program yang sudah dijadwalkan. Suka ataupun tidak suka, seorang pendengar akan tetap mendengarkan program yang sedang berlangsung di jam tersebut. Hal ini berlawanan dengan koran di mana pembaca dapat langsung menuju ke halaman tertentu dan mengakses informasi yang mereka butuhkan atau sukai saja.

4. Mempunyai Gangguan.

(Romli, 2004, hal. 22) menjelaskan bahwa gangguan yang dideskripsikan merupakan gangguan sinyal, seperti muncul-hilang atau gangguan teknis atau suara menjadi tidak jernih

2.5. Program Siaran Radio

Bouthm Norgafh Weiss dalam Christiany (2016:49) mengungkapkan bahwa istilah *programming* adalah membuat program atau acara radio. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membentuk kepribadian sebuah radio di mana hal tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah radio. Setiap program yang dibuat untuk disiarkan memiliki visi, misi, target pendengar, isi siaran, format musik, gaya siaran, bahasa siaran, dan durasi yang berbeda-beda. Romli (2009:74-80) menyebutkan terdapat berbagai macam program siaran radio, beberapa diantaranya ialah:

1. *Music Program*

Umumnya merupakan program utama bagi sebuah radio, namun tidak berlaku bagi radio berita yang tidak memiliki program pemutaran lagu. Program ini umumnya mengandung siaran berupa tangga lagu, *request* lagu, dan lainnya.

2. *News Program*

Merupakan program siaran yang berisi informasi terhangat dan isu-isu teraktual yang beredar dikalangan masyarakat.

3. Siaran *Talkshow*

Merupakan program siaran yang berisi bincang-bincang atau dialog interaktif yang menghadirkan narasumber untuk diajak berdialog sesuai dengan materi yang akan dibawakan pada saat itu.

4. Program Siaran Dakwah

Program siaran dakwah umumnya berbentuk ceramah dari ustadz, murottal, memutar lagu-lagu religi atau lagu-lagu mancanegara “Barat” bertempo slow. Program ini umumnya disiarkan pada waktu subuh sekitar pukul 05:00-06:00 dan menjelang adzan magrib.

2.6. Penyiar Radio

Yulia (2010:17) mendefinisikan penyiar sebagai seseorang yang dapat menyampaikan pesan berupa gagasan, konsep, atau ide, dan ia juga bertanggung jawab memandu program dalam siaran radio dengan lancar. Modal utama dari seorang penyiar ialah suara. Selain harus pandai bicara dan ramah, seorang penyiar dituntut memenuhi ketentuan lain untuk menunjang profesionalitas dalam bekerja (Romli, 2009: 38-40). Ahli siaran radio Ben G. Henneke merumuskan beberapa *skill* yang harus dimiliki oleh seorang penyiar radio, yakni:

1. Komunikasi gagasan (*Communications of ideas*)

Merupakan proses penyampaian pemikiran, ide, serta opini dari komunikator ke komunikan. Dalam melakukan siaran penyampaian ini dapat dilakukan dengan cara yang bervariasi untuk menarik minat pendengar dan mencegah pendengar merasa bosan dengan cara penyampaian penyiar. Karena itulah seorang penyiar dituntut untuk memiliki perbendaharaan kata yang banyak agar tidak kehabisan topik dalam berbicara. Kemampuan penyiar dalam menyampaikan ide dengan gaya bahasa dan seolah-olah mengalir begitu saja, hal ini dilakukan dengan tiga pelengkap yaitu:

- a. Bicara lancar berdasarkan banyaknya *talking point* di kepalanya
- b. Pemanfaatan perangkat ekspresi lainnya, seperti suara dan bahasa tubuh yang membantu menunjang kesan “tidak terhenti” bicaranya
- c. Nafas yang lancar dan tidak terdengar / mengganggu selama bersiaran

2. Komunikasi kepribadian (*Communications of personality*)

Komunikasi kepribadian diartikan sebagai kemampuan penyiar dalam memahami tingkah laku, pikiran, perasaan, dan kegiatan manusia.

3. Proyeksi kepribadian (*Projection of personality*)

Proyeksi kepribadian mencakup keaslian (*naturalness*), yakni keaslian suara atau tidak dibuat-buat. Artinya seorang penyiar perlu menjadi dirinya

sendiri, bukan memaksakan diri menjadi orang lain. Selain itu seorang penyiar perlu memiliki kelincahan (*vitality*) dalam berbicara sehingga dinamis dan penuh semangat. Begitu pula dengan keramah-tamahan (*friendliness*), penyiar harus sopan, hangat dan akrab. Cakupan yang terakhir yaitu kesanggupan menyesuaikan diri (*adaptability*) sehingga dapat bekerja dalam tim, siap menghadapi resiko pekerjaan seperti dijadwal tidak sesuai dengan keinginan atau bahkan menerima kemarahan dari atasan atau pendengar.

4. Pengucapan (*pronunciation*)

Pengucapan (*pronunciation*) meliputi aksentuasi, kecepatan dan artikulasi. Aksentuasi (*accentuation*) atau logat, dialek. Seorang penyiar harus tahu kapan harus melakukan penekanan pada kata-kata tertentu ketika melakukan siaran. Kecepatan (*speed*) erat kaitannya dengan kejelasan dan durasi, untuk itu seorang penyiar perlu menggunakan kecepatan atau kelambatan secara bervariasi. Artikulasi (*articulation*), yaitu kejelasan pengucapan kata-kata. Setiap kata yang diucapkan oleh penyiar harus jelas dan dapat dimengerti oleh pendengar.

5. Kontrol suara (*voice control*)

Kontrol suara merupakan cara yang dilakukan seorang penyiar untuk mengontrol suaranya sehingga layak untuk disiarkan. Hal ini meliputi Tempo, yaitu kecepatan dalam berbicara akan memberi kesan tertentu kepada penyiar, terutama kesan bahwa penyiar tersebut sedang malas, tidak bersemangat, atau sebaliknya. Lalu ada kerasnya suara, suara keras harus diiringi dengan irama atau lagu ketika bertutur. Hal ini penting untuk diketahui oleh para penyiar agar mampu tampil lebih komunikatif, suara variatif, dan tidak monoton. Selain itu ada pola titinad yang merupakan tekanan tinggi rendahnya suara penyiar untuk menciptakan variasi dan daya tarik saat siaran. Terakhir ada yang disebut dengan kadar suara, yaitu kualitas suara dari penyiar, bagus atau tidak untuk siaran.

2.7. Gaya Komunikasi Penyiar Radio

Bagi seorang penyiar radio, gaya komunikasi dimaknai sebagai *personality* atau kepribadian dari mereka. Setiap penyiar memiliki kepribadian dan melakukan pendekatan dengan cara yang berbeda dari satu sama lain. Pendekatan yang dilakukan pun beragam, mulai dari sebagai seorang teman, tetangga, hingga seorang profesional yang menjaga tutur katanya. Gaya-gaya itu bisa dikembangkan dan diperluas, namun penyiar harus menggambarkan seseorang yang diterima oleh pendengar.

Setiap penyiar harus menentukan gaya komunikasi yang paling sesuai dengan dirinya. Namun, seorang penyiar juga harus mampu mengembangkan berbagai gaya dan pendekatan menurut acara-acara yang dibawakannya. Seorang penyiar dituntut untuk dapat fleksibel dan mampu beradaptasi secara cepat dengan keadaan tertentu.

Walter K. Kingson, Rome Cowgill, dan Ralph Levy dalam *Broadcasting, Television and Radio* (1955), mengemukakan tiga kiat sukses dalam melakukan siaran radio, ditambah lima unsur yang dikemukakan oleh Romli (2003: 77, 81- 83). Dengan demikian semuanya menjadi delapan unsur, yang diantaranya yaitu:

1. Kejelasan

Setiap pesan yang disiarkan melalui radio harus memenuhi unsur kejelasan baik berupa sumber, perincian peristiwa, akurasi, susunan kalimat, akurasi, dan pilihan katanya. Sumber merujuk kepada narasumber dan siapa orang yang memberikan pernyataan, perincian peristiwa berkaitan dengan penyampaian kronologi peristiwa yang disiarkan agar terdengar logis dan sistematis, akurasi menyangkut data dan detail informasi yang disiarkan telah diteliti, dicek ulang, dan terbukti benar. Sedangkan, susunan kalimat dan pilihan katanya, merujuk kepada pola penyajian pesan dalam bahasa jurnalistik radio yang khas, ringkas, akrab, personal, dan benar benar memanjakan telinga, enak didengar.

2. Kelincahan

Seorang penyiar radio diibaratkan seorang *striker* sepak bola yang harus mampu menguasai bola yang dibawanya. Namun, bagi seorang penyiar radio bola adalah kata-kata. Dalam penyiaran kata-kata itu harus tersusun rapi dalam kalimat-kalimat pendek. Penyiar yang memiliki kelihaian mengolah, memilih, dan menembakkan kata-kata akan selalu dinantikan dan dirindukan pendengar serta dinilai berkarakter.

3. Keanekaragaman

Penyiar tidak hanya dituntut untuk piawai dalam beretorika, namun harus mampu menulis sesuai dengan formula ELF (*easy listening formula*) yang berarti apapun yang diucapkan harus enak didengar. Penyiar harus mampu menyajikan kata-kata dengan lincah dan penuh daya tarik agar pendengar dapat langsung mencerna setiap kata atau kalimat yang diucapkan.

4. Bahasa Tuter

Seorang penyiar harus menggunakan bahasa tutur dalam siarannya, di mana bahasa tutur merupakan bahasa percakapan, informal, atau kata-kata dan kalimat yang biasa dikemukakan dalam kalimat percakapan sehari-hari.

5. KISS

KISS merupakan kependekan dari *keep it simple and short*. Penggunaan kalimat yang panjang oleh penyiar akan menyulitkan penyiar dalam pengucapannya dan menyulitkan pendengar dalam memahami apa yang penyiar ucapkan. Sedangkan, penggunaan kalimat yang pendek akan memudahkan pendengar untuk memahami apa yang penyiar sampaikan. Kalimat yang sederhana dan singkat akan memudahkan pendengar serta penyiar.

6. Global

Dalam memberikan informasi seorang penyiar perlu menyederhanakan fakta dan menghindari detail yang tidak perlu. Sebab pada dasarnya pendengar hanya perlu inti berita dan waktu yang dimiliki oleh penyiar pun terbatas. Misalnya, informasi tentang sebuah sidang pengadilan, tidak perlu mengungkap secara detail pasal-pasal dan ayat KUHP yang dinilai telah melanggar terdakwa, tetapi cukup dengan mengemukakan bahwa terdakwa dinilai melakukan tindak pidana pencurian.

7. Imajinatif

Salah satu sifat radio adalah *theatre of mind*, untuk itu seorang penyiar harus mampu dapat mengembangkan imajinasi pendengar hanya dengan kekuatan kata-kata, dukungan musik, dan suara penyiar. Meskipun pada dasarnya radio bersifat auditori, seorang penyiar harus mampu membuat pendengar dapat merasakan seluruh panca inderanya dengan menghadirkan gambaran, bau atmosfer suasana, hal-hal yang terasa, dan lintasan-lintasan pemikiran yang muncul di lokasi.

8. Bercerita

Naskah yang dibuat oleh penyiar harus berupa naskah yang bercerita yakni menceritakan orang berbicara apa, di mana, bagaimana, mengapa. Untuk itu seorang penyiar perlu menghindari penggunaan kalimat langsung.

2.8. Minat

Minat merupakan kecenderungan hati atau gairah terhadap sesuatu yang berasal dari luar. The Liang Gie (2014: 28) memberikan Pengertian yang paling mendasar tentang minat” minat artinya sibuk, tertarik, atau terlibat dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu. Selain itu Agus Sujanto (2013: 92) memberikan Pengertian tentang minat “sesuatu

pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya’.

Minat merupakan aspek yang sangat penting bagi seseorang dalam mencapai tujuan yang ingin dituju. Crow and Crow berpendapat bahwa minat erat hubungannya dengan daya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda atau bisa juga sebagai pengalaman efektif yang dipengaruhi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan tersebut.

Terdapat dua aspek yang terdapat dalam minat, yakni aspek kognitif dan aspek afektif. Pada aspek kognitif minat digambarkan selalu didahului oleh pengetahuan, pengetahuan, pemahaman dan konsep yang diperoleh dan dikembangkan dan pengalaman atau hasil interaksi dengan lingkungannya. Sedangkan aspek afektif menggambarkan minat yang mengandung derajat emosional yang dinyatakan dalam bentuk proses menilai untuk menentukan kegiatan yang disenangi. Ketika seorang individu memiliki minat terhadap sesuatu maka ia akan mencurahkan perhatiannya dengan baik terhadap aktivitas tersebut.

Berdasarkan deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa adanya minat dalam diri individu dapat mendorong individu tersebut untuk melakukan sesuatu dan tidak segan mengorbankan waktu dan tenaga demi aktivitas tersebut. Crow & Crow dalam (Susilowati, 2010:32) mengatakan bahwa terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat.

1. Faktor dorongan dari dalam (Internal)

Merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seorang individu. Faktor ini erat kaitannya dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa

lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Monks dalam bukunya (1998:189) memaparkan bahwa faktor intrinsik, terdiri atas:

a. Rasa Tertarik

Rasa tertarik merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpati kepada sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu objek. Hal tersebut sejalan dengan Winkell (1983: 30) yang mendefinisikan rasa tertarik sebagai penilaian positif terhadap suatu objek.

b. Perhatian

Bimo Walgito (2002: 98) mendefinisikan perhatian sebagai pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada suatu objek.

c. Aktivitas

Aktivitas merupakan tahap lanjut yang dilakukan setelah seseorang tertarik dan memberikan perhatian terhadap suatu objek atau kegiatan adalah bergabungnya seseorang dalam kegiatan tersebut.

2. Faktor motif sosial

Merupakan faktor yang hadir akibat dorongan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Faktor ini dapat membuat seseorang terdorong untuk melakukan suatu aktivitas demi memenuhi kebutuhan sosialnya. Contohnya adalah ketika seseorang menjadi terdorong untuk mendengarkan radio agar memiliki topik pembicaraan yang sama dengan orang di sekitarnya yang mendengarkan radio.

3. Faktor emosional atau perasaan

Merupakan faktor yang dapat menumbuhkan minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

2.9. Teori Uses and Effect

Uses and effect merupakan hasil sintesis antara pendekatan teori uses and gratification dan teori tradisional mengenai efek yang dikemukakan oleh Sven Windhal pada tahun 1979 (Senjaya, 2007, h.5.43). Jika pada teori *uses and gratifications* penggunaan media dianggap pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, pada teori *uses and effects* kebutuhan hanya salah satu faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Teori *uses and effects* menganggap bahwa karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa (Senjaya, 2007, h.5.44).

Dalam *uses and gratification*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Sementara pada *uses and effect*, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media dan tingkat akses terhadap media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa. (Sendjaja, S. Djuarsa:216) Hubungan antara penggunaan dan hasil dari proses komunikasi massa, dengan memperhitungkan pula isi media memiliki beberapa bentuk yang berbeda, diantaranya :

1. Pada kebanyakan efek tradisional, karakteristik isi media menentukan seberapa besar dari hasil. Penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek.
2. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat dari penggunaan daripada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengembalikan, mencegah, atau mengurangi aktivitas lainnya. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil, maka ia disebut konsekuensi.
3. Ada anggapan bahwa hasil ditentukan oleh isi media (melalui perantaraannya) dan sebagian oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh

karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut “consequence effects” (gabungan antara konsekuensi dan efek).

Peneliti memilih menggunakan teori *uses and effect* dikarenakan teori ini dapat digunakan untuk melihat efek yang ditimbulkan oleh karakteristik isi media. Di dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis efek yang ditimbulkan oleh ragam isi media. Peneliti hanya akan menganalisis efek yang ditimbulkan dari karakteristik gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari pada mahasiswa Universitas Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif di mana penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif. Peneliti dengan penggunaan metode eksplanatif berusaha menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. (Singarimbun Masri, 2012)

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei yang merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang melibatkan penyusunan daftar pertanyaan berupa kuesioner atau angket untuk dikirimkan kepada responden. (Sugiyono, 2015:107).

3.3. Variabel Penelitian

Berikut ini dua variable yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yakni:

3.3.1. Variabel Bebas atau *independent* (X)

Variabel bebas (*independent variabel*) adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung.

3.3.2. Variabel Terikat atau *dependent* (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang X Y 306 disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel tak bebas ini menjadi. “...*primary interest to the researcher*” atau persoalan pokok bagi si peneliti, yang selanjutnya menjadi objek penelitian. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat dengar program Cerita Penutup Hari.

3.4. Definisi Konseptual

Singarimbun dan Effendi (2006: 46), mendefinisikan definisi konseptual sebagai pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Definisi konseptual digunakan sebagai batasan mengenai konsep yang dipilih atau digunakan dalam penelitian. Adapun definisi konseptual pada penelitian ini ialah:

A. Gaya Komunikasi Penyiar

Walter K. Kingson, Rome Cowgill, dan Ralph Levy dalam *Broadcasting, Television and Radio* (1955), mengemukakan tiga kiat sukses dalam melakukan siaran radio, ditambah lima unsur yang

dikemukakan oleh Romli (2003: 77, 81- 83). Dengan demikian semuanya menjadi delapan unsur, yang diantaranya yaitu:

1. Kejelasan

Setiap pesan yang disiarkan melalui radio harus memenuhi unsur kejelasan baik berupa sumber, perincian peristiwa, akurasi, susunan kalimat, akurasi, dan pilihan katanya.

2. Kelincahan

Dalam penyiaran kata-kata itu harus tersusun rapi dalam kalimat-kalimat pendek. Penyiar yang memiliki kelihaihan mengolah, memilih, dan menembakkan kata-kata akan selalu dinantikan dan dirindukan pendengar serta dinilai berkarakter.

3. Keanekaragaman

Penyiar tidak hanya dituntut untuk piawai dalam beretorika, namun harus mampu menulis sesuai dengan formula ELF. Penyiar harus mampu menyajikan kata-kata dengan lincah dan penuh daya tarik agar pendengar dapat langsung mencerna setiap kata atau kalimat yang diucapkan.

4. Bahasa Tutar

Seorang penyiar harus menggunakan bahasa tutur dalam siarannya, di mana bahasa tutur merupakan bahasa percakapan, informal, atau kata-kata dan kalimat yang biasa dikemukakan dalam kalimat percakapan sehari-hari.

5. KISS

KISS merupakan kependekan dari *keep it simple and short*. Kalimat yang sederhana dan singkat akan memudahkan pendengar serta penyiar.

6. Global

Dalam memberikan informasi seorang penyiar perlu menyederhanakan fakta dan menghindari detail yang tidak perlu. Sebab pada dasarnya

pendengar hanya perlu inti berita dan waktu yang dimiliki oleh penyiar pun terbatas.

7. Imajinatif

Salah satu sifat radio adalah *theatre of mind*, untuk itu seorang penyiar harus mampu mengembangkan imajinasi pendengar hanya dengan kekuatan kata-kata, dukungan musik, dan suara penyiar.

8. Bercerita

Naskah yang dibuat oleh penyiar harus berupa naskah yang bercerita yakni menceritakan orang berbicara apa, di mana, bagaimana, mengapa. Untuk itu seorang penyiar perlu menghindari penggunaan kalimat langsung.

B. Minat Dengar

Minat merupakan kecenderungan hati atau gairah terhadap sesuatu yang berasal dari luar. The Liang Gie (2014: 28) memberikan Pengertian yang paling mendasar tentang minat” minat artinya sibuk, tertarik, atau terlibat dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu. Selain itu Agus Sujanto (2013: 92) memberikan Pengertian tentang minat “sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya’. Crow & Crow dalam (Susilowati, 2010:32) mengatakan bahwa terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat.

1. Faktor dorongan dari dalam (Internal)

Merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seorang individu. Faktor ini erat kaitannya dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Monks dalam bukunya (1998:189) memaparkan bahwa faktor intrinsik, terdiri atas:

- a) Rasa Tertarik, merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpati kepada sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu objek.
- b) Perhatian, Bimo Walgito (2002: 98) mendefinisikan perhatian sebagai pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada suatu objek.
- c) Aktivitas, merupakan tahap lanjut yang dilakukan setelah seseorang tertarik dan memberikan perhatian terhadap suatu objek atau kegiatan adalah bergabungnya seseorang dalam kegiatan tersebut.

2. Faktor motif sosial

Merupakan faktor yang hadir akibat dorongan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Faktor ini dapat membuat seseorang terdorong untuk melakukan suatu aktivitas demi memenuhi kebutuhan sosialnya. Contohnya adalah ketika seseorang menjadi terdorong untuk pergi ke tempat yang sedang ramai diperbincangkan orang di sekitarnya.

3. Faktor emosional atau perasaan

Merupakan faktor yang dapat menumbuhkan minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

3.5. Definisi Operasional

Menurut Singarimbun dan Effendi (2001:123), definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu

variabel. Adapun definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Gaya Komunikasi Penyiar Radio Pro 2 RRI Bandar Lampung (Variabel X) Gaya Komunikasi atau <i>Communication Style</i> didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. (Senjaya, 2007).	Kejelasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan Sumber Informasi yang Diberikan oleh Penyiar 2. Kejelasan Perincian Peristiwa yang dikatakan oleh Penyiar 3. Akurasi dalam penyampaian informasi 4. Susunan kalimat yang digunakan oleh penyiar 5. Pilihan kata yang dipilih oleh penyiar 	<i>Likert</i>
	Kelincahan	Kelincahan dalam Mengolah dan Memilih Kata-kata	<i>Likert</i>
	Keanekaragaman	Enak Didengar dan Mudah Dicterna	
	Bahasa Tutar	Menggunakan Bahasa Percakapan atau Informal yang Biasa Dipakai Percakapan Setiap Hari	
	KISS (<i>keep it simple and short</i>)	Menggunakan Kata-kata dan Kalimat Sederhana dan Singkat Sehingga Mudah Dimengerti	
	Global	Menghindari Detail yang Tidak Perlu	
	Imajinatif	Mampu Mengembangkan Imajinasi Pendengar	
	Bercerita	Menggunakan Kalimat Tidak Langsung	

Tabel 2. (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat dengar program Cerita Penutup Hari (Variabel Y) The Liang Gie (2014: 28) memberikan pengertian yang paling mendasar tentang minat” minat artinya sibuk, tertarik, atau terlibat dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu.	Faktor Intrinsik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa tertarik untuk mendengarkan program Cerita Penutup Hari 2. Memberikan perhatian kepada topik/pembahasan yang diangkat oleh penyiar 3. Aktivitas dalam mendengarkan program Cerita Penutup Hari berupa memberikan respon 	<i>Likert</i>

3.6. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:117) sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007:90).

3.6.1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah pendengar program Cerita Penutup Hari radio Pro 2 RRI Bandar Lampung yang secara empiris belum diketahui berapa jumlah pastinya.

3.6.2. Sampel

Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Purposive sampling (juga dikenal sebagai judgement, selective atau subyektif sampling) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini digunakan agar sampel yang diambil sesuai dengan kriteria - kriteria tertentu berdasarkan tujuan yang diteliti. artinya semua populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Adapun kriteria sampel pada penelitian yang telah peneliti tentukan yaitu:

1. Pendengar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung
2. Pernah mendengarkan program Cerita Penutup Hari
3. Berusia 18-24 tahun

Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus Lemeshow yang dikutip dalam Ivander (2018:2) yang disebabkan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas jumlahnya diperlukan sampel yang dapat mewakili populasi menurut parameter yang telah ditentukan oleh peneliti. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

$Z\alpha$ = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 (t tabel) $\alpha=5\%$

P= maksimal estimasi 50%= 0,5

Q= 1-P

L= tingkat ketelitian 10%

maka jumlah sampel yang akan diambil menggunakan rumus tersebut adalah:

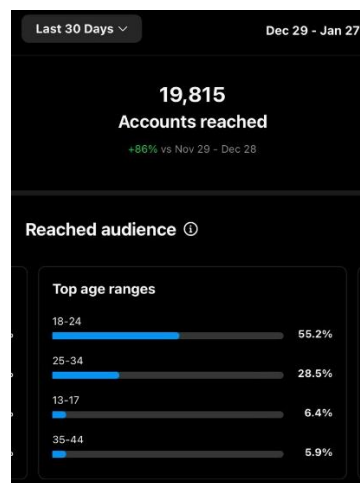
$$n = \frac{Za^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

$$n = \frac{1,96 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,01^2}$$

$$n = \frac{1,96 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,01^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Peneliti membagikan kuesioner kepada 100 responden yang tentunya harus sesuai dengan kriteria untuk mewakili populasi dengan googleform yang disebar melalui platform seperti WhatsApp dan Instagram. Pemilihan sampel acak sederhana dikarenakan cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi yang dilakukan secara acak dan tidak sengaja ditemukan sesuai dengan kriteria. Pemilihan usia 18-24 tahun didasari oleh rekapitulasi data audiens media sosial Pro 2 Bandar Lampung per tanggal 29 Desember 2022 – 27 Januari 2023 ditemukan bahwa pengakses terbanyak berasal dari kalangan usia 18-24 tahun.



Gambar 3. Data Audiens Media Sosial Pro 2 RRI Bandar Lampung

3.7. Teknik Pengumpulan Data

3.7.1. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan daftar pertanyaan. Penggunaan kuesioner ini merupakan *instrument* utama dalam pengumpulan data penelitian. Penulis akan menggunakan angket tutup secara langsung artinya angket akan diberikan secara langsung kepada responden tanpa perantara orang lain dan memberikan kepada responden untuk memilih alternatif jawaban yang telah disediakan. Penelitian angket menggunakan skala *likert* 1-5.

3.7.2. Studi Pustaka

Pada penelitian ini peneliti mencari dan mengumpulkan literatur berupa buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel yang relevan dengan judul peneliti.

3.8. Sumber Data

3.8.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung. Syarat dari data primer adalah peneliti harus jelas mendefinisikan populasi yang diselidiki, serta unit analisis yang membentuk populasi tersebut. Data primer di penelitian ini berasal dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.

3.8.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden. Data ini dapat diperoleh melalui tinjauan pustaka, laporan, jurnal, dan lain-lain. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan buku dan jurnal yang relevan terhadap judul yang diambil.

3.9. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, data tersebut harus melalui proses pengolahan sebelum dianalisis. Adapun proses pengolahan tersebut terdiri dari beberapa proses, yakni:

- a. *Editing*, adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, untuk memastikan seluruh data merupakan data yang dibutuhkan dan memenuhi syarat.
- b. *Koding*, adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf guna membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.
- c. *Tabulasi*, adalah proses penempatan data kedalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis data. Tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data (Siregar, 2013:86).

3.10. Skala Data dan Penentuan Skor

Skala merupakan ukuran kuantifikasi yang diatur berdasarkan nilai atau besarannya, yang bertujuan untuk mewakili atau representasi dari barang, orang atau kontinuitas. Skala *likert* merupakan skala yang memungkinkan responden untuk menilai item pada skala lima hingga tujuh poin tergantung pada jumlah perjanjian atau ketidaksepakatan mereka pada item tersebut. Dalam penelitian ini, indikator dihitung menggunakan skala likert yang dimodifikasi dengan empat pilihan respon yaitu:

- a. SS (sangat setuju) dengan skor 5
- b. S (setuju) dengan skor 4
- c. RR (Ragu-ragu) dengan skor 3
- d. TS (tidak setuju) dengan skor 2
- e. STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1

3.11. Teknik Pengujian Instrumen

Untuk memastikan keabsahan data yang diterima, perlu dilakukan uji validitas dan Reliabilitas sebagai tahap untuk menguji apakah instrumen tersebut memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Analisis ini menggunakan formula *pearson product moment* Adapun kriteria yang harus di penuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Rumus korelasi *Pearson Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara x dan y

N : Jumlah Subyek X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

(Arikunto, 2010: 211-213)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa *instrument* yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur data karena *instrument* tersebut sudah baik. (Arikunto, 2010:221). Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil relatif sama pada saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Untuk menguji tingkat reliabilitas, digunakan rumus Cronbach's Alpha yaitu :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{S^2} \right)$$

Keterangan:

α : Nilai Reliabilitas
 k : Banyaknya Item Pertanyaan
 $\sum Si^2$: Total varians butir
 S^2 : Varians Butir

3.12. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data dianalisis dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Rumus regresi linier adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

y : Nilai variabel bebas yang diramalkan
a : konstanta b : Koefisien regresi dari x
x : Nilai variabel terikat yang diramalkan

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y) - (\sum x^2)(\sum x)(\sum xy)}{n - (\sum x^2)(\sum x)^2}$$

$$b = \frac{[\sum x - (\sum xy)(\sum xy)]}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Keterangan :

y : Jumlah skor dari variabel terikat

x : Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n : Jumlah sampel

(Sugiyono, 2010: 221)

3.13. Teknik Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y) perlu dilakukan pengujian menggunakan statistik Uji “T”. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai T Hitung dengan T Tabel pada derajat kesalahan 10% ($\alpha = 0,1$). Ketentuan yang dipakai untuk menarik kesimpulan ini adalah: Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk pengujian tahap relevansi dan pengecekan hipotesis:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : harga signifikansi korelasi r

2 : koefisiensi korelasi

n : jumlah sampel

Ketentuan yang dipakai untuk menarik kesimpulan ini adalah:

Apabila nilai T hitung $>$ dari nilai T dan signifikan $<0,01$ berarti h_0 ditolak dan h_1 diterima yang mana hal tersebut berarti gaya komunikasi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung berpengaruh terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari.

Apabila nilai T hitung $>$ dari nilai T dan signifikan $>0,01$ berarti h_0 diterima dan h_1 ditolak yang mana hal tersebut berarti gaya komunikasi penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung tidak berpengaruh terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian mengenai pengaruh gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana $Y = 1238 + 0,355X$ dari variabel X (gaya komunikasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (minat dengar).
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa T hitung lebih besar dari T tabel ($6,844 > 1,290$), dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar Program Cerita Penutup Hari sehingga variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.
3. Nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,323 Nilai tersebut memiliki arti bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 32,3%. Nilai tersebut diartikan bahwa gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung memberi pengaruh terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari dengan persentase sebesar 32,3%. Sedangkan 67,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan uraian dari poin-poin tersebut hasil penelitian menyatakan bahwa gaya komunikasi penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti memberikan beberapa saran terkait penelitian selanjutnya yang dapat dipertimbangkan, antara lain:

1. Dikarenakan terdapat nilai sebesar 68,1% dari faktor lainnya yang mempengaruhi minat dengar dan tidak diteliti pada penelitian ini, peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya untuk dapat lebih mengembangkan variabel terikat, tidak hanya gaya komunikasi tetapi menambahkan variabel yang baru agar lebih bervariasi.
2. Peneliti menyarankan kepada penyiar Pro 2 RRI Bandar Lampung untuk memperhatikan aspek lainnya selain gaya komunikasi untuk meningkatkan minat dengar di radio ini. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan penelitian ini terdapat faktor-faktor lain yang jika dimaksimalkan akan lebih meningkatkan minat dengar radio ini misalnya topik-topik pembahasan dan narasumber yang digemari anak muda mengingat pada penelitian ini ditemukan data jumlah responden terbesar berada pada rentan usia 21-23 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Danial, E., & Wasriah, N. (2009). *Metode Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Bandung: Lab. Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media.
- Griffin, E. (2004). *A First Look at communication theory (5th ed.)*. The McGraw-Hill Companies.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hiebert, Ray Eldon, Donald F. Ungurait, Thomas W. Bohn. 1975. *Mass Media: An Introduction to Mass Communication*. New York: David Mc.Kay Company
- Mc Quail, Denis. 2006. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Alih bahasa oleh Agus Dharma dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Jurnal dan Skripsi

- Akil, Rafiuddin. 2020. *Gender Dalam Konsumsi Media Massa*. *Komunikata* 57. 1(1): 15-26
- Anasari, Viana Fatma. 2022. *Gaya Komunikasi Penyiar Radio As Syafi'iyah Pada Program Pesona Irama Melayu*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Andi, W. 2017. NEW SOCIAL MEDIA AND PUBLIC RELATIONS: REVIEW OF THE MEDIUM THEORY. *Sosiologi: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*.
- Alfirahmi. 2019. *Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau Dari Marketing 4.0 Dan Teori Uses And Effect*. *Jurnal Lugas*. 3(1): 24-32.
- Ardiansyah. Setiowati, Endang. *Pengaruh Gaya Siaran Terhadap Sikap Pendengar*. *Prosiding Jurnalistik*. 461-467.
- Bahri, Muhamad Faisal. 2021. *Gaya Komunikasi Penyiar Di Motion Radio 97.5 Fm Studi Komparatif Program Motion Breakfast Dengan 3 Hours Commercial Free*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Fitriansyah, Fifit. 2018. *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial Dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. *Cakrawala*. 18(2): 171-178.
- Gunawibawa, E. Y., Oktiani, H., & Wibawa, A. (2020). Media Siber dan Analisis Isi Kuantitatif: Trend Pemberitaan Terhadap Proyek Spam di Lampung. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 130-140.
- Habibie, Dedi Kusuma. 2018. *Dwi Fungsi Media Massa*. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 7(2): 79-86.

- Haidar. 2011. *Perilaku Remaja Dalam Mendengarkan Radio Komunitas (Kasus Pendengar BeTe Radio di Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Hasan, Aisya Fitria. Sarwani. Ramadhani, Muhammad Muthahhari. 2021. *Strategi Komunikasi Radio Dbs 101,9 Fm Banjarmasin Dalam Menarik Partisipasi Pendengar Pada Program Request Lagu. Mutakallimin; Jurnal Ilmu Komunikasi*. 4(1): 52-60.
- Jalil, Abdul. Aminah, St. 2018. *Gender Dalam Perspektif Budaya Dan Bahasa. Al-Maiyyah*. 11(2): 278-300.
- Muchtar, Alvin Afif. 2021. *Gender and Communication Style: Overview on Face-to-Face Communication and Online Text (Whatsapp Group)*. Al-Maiyyah. 14(1): 1-14.
- Multazamsyah. Rahman, Abdul. 2023. *Analisis Perbedaan Psikologi Penutur Laki-laki dan Perempuan dalam Kajian Sociolinguistik. Pinisi*. 3(1): 327-334.
- Nasution, Nur Hasanah. 2017. *Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. Jurnal Interaksi*. 1(2): 174-183.
- P, Sri Wahyuni. Fourqoniah, Finnah. Arsyad, Annisa Wahyuni. 2019. *Pengaruh Konten Instagram @Smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers. eJournal Ilmu Komunikasi*. 7 (1): 154-166.
- Pratiwi, Ayu, Hadiyanto. 2018. *Hubungan Pola Mendengarkan Siaran Konservasi Radio Edelweis Dengan Sikap Khalayak Terhadap Program Adopsi Pohon. Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 2018. 16(2): 218-232.
- Saraswati. 2018. *Pengaruh Skill Penyiar Radio Fatwa Terhadap Minat Dengar Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Fatah: Palembang.

- Sependi, Aptan. Dkk. 2020. *Pengaruh Gaya Bahasa Penyiar Terhadap Rating Radio Sinar Mega Swara Fm (Sms) (Kasus Masyarakat Kp Cigadog Desa Tenjolaya Kecamatan Cicurug Kabupaten Sukabumi)*. *Core*. 2(1): 75-85.
- Suryani, Ika Ali. Dkk. 2020. *Gaya Komunikasi Dramaturgi Pada Penyiar Radio Di M Radio Dan The Radio Fm Di Kota Kendari*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*. 5 (4): 252-265.
- Tambunan, Nurhalima. 2018. *Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Khalayak*. *Simbolika*. 4(1): 24-31.
- Qoniah Nur, Wijayani. 2022. *Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia*. *Jurnal Komunikasi*. 16(1): 101-120.
- Yanti, Rahma. 2020. *Gaya Komunikasi Penyiar Acara Musik Ngopi Asyik Di Radio Toss Fm*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Fakultas Dakwah Dan Komunikasi : Banda Aceh.