

**PERSEPSI DAN MINAT PENDENGAR
PADA PROGRAM MUSIK J-RADIO BANJARMASIN
(STUDI KUANTITATIF J RADIO PROGRAM “RENDEZVOUS”
BANJARMASIN)**

M.Fahrianoor Ramadhan

NPM : 14.11.0011

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

M. Fahrianoor Ramadhan, 2018. *Persepsi Dan Minat Pendengar Pada Program Musik J-Radio Banjarmasin (Studi Kuantitatif J Radio Program “Rendezvous” Banjarmasin)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan (Uniska) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

Kata Kunci: Persepsi, Minat Pendengar

Latar Belakang pada program hiburan ini sangat diminati oleh remaja karena mereka bisa request lagu dari program tersebut dan bisa melihat secara langsung acara tersebut ditelivisi daerah yang diperdengarkan setiap malam hari. Pada segmen berikutnya juga ada sesi tanya jawab untuk membahas masalah dalam bermusik khususnya sesuai dengan edisi pada setiap episode-nya.

Tujuan Penelitian menganalisis hubungan persepsi dengan minat pendengar dalam mendengarkan program radio (studi kuantitatif J Radio program RENDEZVOUS Banjarmasin).

Metode penelitian yaitu Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian korelasional. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Adapun jumlah sampel yang diteliti adalah 210 orang responden. Uji Hipotesis dan Uji linearitas hubungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan dengan tingkat taraf signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ atau dengan tingkat korelasi yaitu 0,570 artinya dilihat dari hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sedang. Hal ini berhubungan makin baik persepsi mereka maka makin tinggi minat mereka dalam mendengarkan J Radio Banjarmasin.

ABSTRACT

M. Fahrianoor Ramadhan, 2018. Perception And Interest Of Listener At J-Radio Program Banjarmasin (Quantitative Study A Radio Program "Rendezvous" Banjarmasin). Faculty of Social and Political Sciences Islamic University of Borneo (Uniska) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

Keywords: Perception, Interest Listener

Background on this entertainment program is in great demand by teenagers because they can request songs from the program and can see firsthand the event ditelivisi area that is played every night. In the next segment there is also a question and answer session to discuss issues in music especially in accordance with the edition of each episode.

The purpose of the study analyzed the relationship of perception with the interest of listeners in listening to radio programs (quantitative study J Radio program RENDEZVOUS Banjarmasin).

The research method is Approach in this research is quantitative approach, because this research is presented with numbers of its kind this research including correlational research. The sample is a partial or representative of the population under study. The number of samples studied was 210 respondents. Hypothesis Test and Test linearity relationship.

The results showed that there is a relationship with the level of significant level 0.000 0,05 or with a correlation level of 0.570 means that seen from the results indicate a moderate relationship. This is related to the better their perception then the higher their interest in listening to J Radio Banjarmasin.

PENDAHULUAN

Radio merupakan teknologi di bidang komunikasi dan informasi, perkembangan radio dimulai ketika Hendrik (1988) mentransmisikan aliran gelombang-gelombang di udara. Hal ini memberikan inspirasi bagi Guglielmo Marconi yang pada tahun 1901

mengirimkan pesan-pesan radio melintas Laut Atlantik, disusul dengan penambahan tabung hampa udara pada radio oleh Lee De Forest pada tahun 1906 (Liliweri, 1991 : 14). Seiring dengan adanya reformasi yang menimbulkan kebebasan informasi, maka perkembangan radio sebagai media informasi yang menimbulkan

kebebasan informasi maka perkembangan radio sebagai media informasi mengalami perkembangan dalam kuantitas dengan bermunculnya stasiun-stasiun radio. Dalam upaya menyiasati serta mempertahankan kredibilitas di mata para pendengarnya dengan memunculkan program-program unggulan. Auto Radio merupakan sebuah Radio yang memiliki gelombang siar yang lebih ditujukan untuk anak muda.

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang dipandang sebagai the fifth estate (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 sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara (Romli, 2011: 17). Radio merupakan media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia

dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lain (Ardianto, 2012 : 123). Sebagai unsur dari proses komunikasi massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya yaitu bersifat audial (Ardianto, 2012: 18).

Selain itu keunggulan radio siaran adalah murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Seiring dengan perkembangan zaman, radio bukan hanya media hiburan dan informasi, namun radio sudah menjadi media activation. Karena itulah, setiap stasiun radio memiliki idealisme tersendiri untuk menarik pendengarnya (Fanani, 2013 : 133) Tentu saja dalam menyampaikan informasi dibutuhkan kecakapan dari seorang penyiar. Secara umum penyiar adalah orang yang pekerjaannya melakukan komunikasi antar manusia. Sebagai seorang komunikator, penyiar memiliki tugas memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan

menyampaikan informasi yang dibutuhkan orang banyak atau pendengar (Fanani, 2013 : 97). Seorang penyiar harus ahli dalam berkomunikasi secara efektif dan efisien (Wardana, 2009 : 3).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto 2015: 12) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Menurut Azwar (2007:5) penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya dalam data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya

penelitian kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau sigifikansi hubungan variabel yang diteliti.

3.1 Jenis Penelitian

Suryabrata (2012:24) sedangkan dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian korelasional, yang bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor yang berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarakan koefisien korelasi. Dalam penelitian ini variabel yang ingin diketahui adalah variabel persepsi (Y) dan variable minat (Y).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Dengan demikian populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki (Ahmad Tanzeh, Suyitno, 2010: 50). Sedangkan pendapat lain, populasi adalah “Sekelompok subjek baik manusia, gejala, nilai tes ataupun peristiwa (Winarno Surachman, 2012: 93). Pengertian populasi menurut Marzuki adalah keseluruhan bahan atau elemen

yang diselidiki (Marzuki, 2011: 52).

Populasi ini bisa berupa manusia, suatu gejala, benda/barang, bahan tulisan atau apa saja yang dapat membantu atau mendukung penelitian tersebut “metodologi penelitian kuantitatif” bahwa populasi dapat dibedakan atas populasi tak hingga dan populasi terbatas. Bagaimanapun terbatasnya populasi hendaknya diperhitungkan urgensinya bagi kehidupan yang relatif luas.

Di samping itu dikenal pula populasi yang homogen dan heterogen. Kedua jenis pengelompokan ini, akan mempunyai makna tersendiri dalam pengambilan sampel.

Sehubungan dengan definisi di atas, maka yang

menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang mendengarkan program music melalui data SMS, Chat, Whatsapp dan BBM yang terdaftar di J Radio dari bulan Januari hingga bulan Mei 2018 yaitu Musik di J Radio program RENDEZVOUS dari pukul 20.00-22.00.

3.2.2 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan kriteria atau ciri-ciri tertentu (Sugiyono. 2014:85). Sampel yang diambil disini adalah keseluruhan populasi dengan kriteria yang sering SMS, Chat, Whatsapp dan BBM saat program Musik di J Radio program

RENDEZVOUS dari pukul 20.00-22.00 siaran.

Menurut Arikunto jika meneliti dari sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Adapun jumlah sampel yang diteliti adalah 210 orang responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan 2 bentuk yaitu

3.3.1 Sumber data Primer

Sumber data ini adalah pertanyaan yang dilandasi dari kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu pendengar program musik J Radio Banjarmasin. Instrument

penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.

Karena instrument penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala (Sugiyono,2014:92) Pada penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert, menurut Sugiyono (2014: 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini menggunakan respon yang

dikategorikan dalam empat macam kategori jawaban yaitu:

Skor 1. (STS) Sangat tidak setuju

Skor 2. (TS) Tidak Setuju,

Skor 3. (RR) Ragu-Ragu,

Skor 4. (S) Setuju,

Skor 5. (SS) Sangat Setuju,

Skala likert ini meniadakan kategori jawaban yang ditengah yaitu (R) berdasarkan tiga alasan yaitu: kategori undecided itu mempunyai arti ganda, dapat diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban.

3.3.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder ini berhubungan dengan data jumlah pendengar Musik di J Radio program RENDEZVOUS dari pukul 20.00-22.00.

3.4 Definisi Operasional

Adapun penegasan dari judul ini maka dapat dijadikan pengertian dari indikator penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi Pendengar

Menurut Robbins yang dikutip oleh Herdian Maulana dalam bukunya Psikologi Komunikasi dan Persuasi (2013: 49) mengemukakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi :

1. Faktor dari pelaku persepsi

Bila seorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sarat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individual itu. Selanjutnya yang mempengaruhi persepsi dalam diri yaitu sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan.

2. Obyek/apa yang dipersepsikan

Karakteristik-karakteristik dalam obyek yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Orang-orang yang keras suaranya lebih mungkin untuk diperhatikan dalam suatu kelompok daripada mereka yang pendiam.

3. Situasi

Adalah penting konteks dalam mana kita melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi.

2. Minat Pendengar

Menurut Crow and Crow yang dikutip (Dimiyati Mahmud, 2012:56) yang menyebutkan bahwa ada tiga

faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

- a. Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- b. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- c. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.

3.5 Analisis Data

Analisis data penelitian ini adalah

1. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi dengan bantuan komputer program *Statistical Package Social Science* (SPSS) versi 17 for Windows. Pada uji korelasi *Product Moment* sumber data kedua variabel bebas dan terikat yang dikorelasikan adalah data ordinal, serta data dari kedua variabel tersebut berdistribusi normal, serta dalam uji korelasi ini juga menghasilkan nilai signya 0,000 dalam artoi kesalahan menolak H_0 hanyalah 0% atau mendekati 0%. Hasil pada sig. itu dapat di cek ulang dengan membandingkan r hitung 0,635 dengan r tabel untuk dk.: (jumlah sampel) dikurangi 2 (jumlah variabel) = 210. Nilai r tabel untuk 210 dengan kesalahan 5%: 0,413. Karena r hitung lebih besar dari r tabel, maka berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji linearitas hubungan

Menurut Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningsih (2000) menyatakan bahwa sebelum uji korelasi atau regresi, sebaliknya dilakukan dulu uji linearitas untuk memastikan apakah derajat hubungannya linear atau kuadrat (pangkat dua). Apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak linear maka korelasi yang dihasilkan bisa sangat rendah. Perbedaan itu sendiri diuji melalui harga F dalam sumber perbedaan kelompok tersebut. Jika $p < 0,05$ maka beda dinyatakan signifikan, sedangkan jika $p > 0,05$ maka perbedaan antara kelompok dinyatakan nilai r signifikan (Sutrisno Hadi. 2000:95). dengan bantuan komputer program *Statistical Package Social Science* (SPSS) versi 17 for windows.

HASIL PENELITIAN



PT.Radio Swara Mandiri atau lebih dikenal J-Radio , Pertama Berdiri tanggal 7 april 2004 . J-Radio Banjarmasin yang beralamat di Jorong Cafe & Resto Lt. 4 Jl.S.Parman No. 115 Banjarmasin adalah salah satu radio fm yang ada di kota Banjarmasin, Kalimantan selatan dengan segmentasi Entertainment & Lifestyle untuk kalangan muda hingga dewasa dengan mobilitas tinggi yang dinamis dan hidup mapan (kalangan menengah).

J-RADIO 91.7 FM adalah sebuah Radio yang konsisten dan konsekuen sebagai Entertainment & Lifestyle Station in Banjarmasin, J Radio memberikan perhatian lebih kepada pendengar akan informasi terupdate

tentang musik, film, gossip, lifestyle, trend fashion, olah raga, kesehatan, dunia kerja, techno dan gadget serta informasi seputar kota Banjarmasin. J Radio memutar lagu-lagu Hits Mancanegara (70%) dan Indonesia (30%).

J-Radio 91.7 fm menjadi media hiburan dan informasi seputar gaya hidup (lifestyle) yang bergengsi sehingga menjadi media yang tepat untuk pengembangan dan mengekspresikan diri bagi orang muda yang berbakat dan mempunyai keinginan yang kuat untuk terus berkreasi untuk menggapai prestasi yang lebih baik lagi. J Radio 91.7 FM Banjarmasin secara konsisten selalu menghibur pendengarnya dengan Lagu-Lagu hits dunia.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara persepsi dan minat. Adanya hubungan tersebut karena persepsi merupakan cara pandang seorang pendengar tentang masalah sebuah objek, pastilah pandangan antara satu manusia dengan manusia yang lainnya memiliki perbedaan. Meskipun tidak bisa dipungkiri jika ada juga orang yang bisa saja berpendapat sama dengan yang lainnya dalam memandang suatu objek tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yaitu Hal ini dapat dilihat dari tingkat taraf signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ atau dengan tingkat korelasi yaitu 0,570 artinya dilihat dari hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sedang.