

“PROGRAM ACARA LEK-LEKAN SOLO DI SOLO RADIO”

(Studi korelasi antara motivasi dan perilaku dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio bagi perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio/Lek-lekan Community)



Oleh :

Mohammad Firman Prasetyo

D1206540

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI MASSA NON REGULER
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2008**

Persetujuan

Telah disetujui oleh dosen Pembimbing untuk diajukan dan
dipertahankan didepan panitia ujian skripsi Jurusan Ilmu komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Pembimbing I,

Pembimbing II,

(Drs. Pawito, Ph.D.)
NIP. 131 478 706

(Sri Hastjarjo. S.Sos, Ph.D.)
NIP. 132 206 606

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan disahkan oleh panitia ujian skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 16 Oktober 2008

PANITIA UJIAN

1. Ketua : Drs. Subagyo SU (.....)
2. Sekretaris : Dra. Sri Urip Haryati, M.Si (.....)
3. Penguji I : Drs. Pawito, Ph.D (.....)
4. Penguji II : Drs. Sri Hastjarjo S.Sos, Ph.D (.....)

Mengetahui,
Dekan

Drs. Supriyadi, SN. SU
NIP. 130 936 616

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.

Dengan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penulisan skripsi ini:

1. Bapak Drs. Supriyadi, SN. SU, selaku Dekan FISIP UNS.
2. Bapak Drs. Pawito, Ph.D, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan memberikan bimbingan dan saran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan Skripsi Penulis.
3. Bapak Drs. Sri Hastjarjo. S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang juga telah memberikan banyak masukan dalam penulisan Skripsi Penulis. Terima kasih atas saran dan ilmunya selama bimbingan.
4. Bapak Drs. Subagyo. SU, selaku Ketua Dosen Penguji.
5. Ibu Drs. Sri Urip Haryati. M.Si, selaku Sekretaris Dosen Penguji.
6. Ibu Dra. Christina Tri Heriyati, M.Si, selaku Pembimbing Akademik penulis.
7. Bapak Drs. Surisno Satrio Utomo, M.Si, yang telah banyak membantu dalam proses akademik penulis.
8. Papah. *Thanks for everything Pop. You're the best.*

9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Saya tidak akan dan tidak bisa menyebut nama per nama, karena kalian semua sama bermakna. Bersulang.

Surakarta, Oktober 2008
Penulis

Mohammad Firman Prasetyo

PERSEMBAHAN

Skripsi ini didedikasikan untuk ;

- **Papah & (Alm) Mamah.**

*“..there is no way I can pay you back. But the plan is to show you that I understand. You are appreciated..” taken from Tupac Shakur –Dear Mama.
Sometimes I yelled and shouting at you, won't listening to your words, saying bad things, lied, make you cry, drove you mad, and so on. But you both still there, never give up your faith on me. And I look so silly and small, compared to what I've done to you with your endless Love. Now it's my time to repay the faith you both have been showing to me all this time.*

For every single mistakes I've done, I beg for millions of forgiveness. And I would like to say thanks for everything.

This is for you, Mom and Pop!

Love,

Your beloved son

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Pemikiran dan Landasan Teori.....	9
F. Hipotesis.....	21
G. Definisi Konseptual dan Operasional.....	21

1. Definisi Konseptual.....	21
2. Definisi Operasional	23
H. Metodologi Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Metode Penelitian	34
3. Lokasi Penelitian.....	34
4. Populasi dan Sampel	34
5. Jenis Data.....	35
6. Teknik Pengumpulan Data.....	35
7. Analisa Data	36
BAB II : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	38
A. Gambaran Umum Solo Radio.....	38
1. Sejarah Berdirinya Solo Radio.....	38
2. Visi Solo Radio.....	41
3. Misi Solo Radio	42
4. Manajemen.....	43
5. Spesifikasi Teknik.....	46
6. Networking	46
7. Musik dan Informasi.....	47
8. Deskripsi Program Acara di Solo Radio.....	48
B. Deskripsi Program Acara Lek-Lekan Solo.....	52
C. Deskripsi Perkumpulan Pendengar Lek-Lekan Solo	55

BAB III : PENYAJIAN DATA.....	57
A. Motivasi Mendengarkan Program Acara Lek-Lekan Solo	57
B. Perilaku Mendengarkan Program Acara Lek-Lekan Solo	69
C. Kepuasan Mendengarkan Program Acara Lek-Lekan Solo	82
BAB IV : ANALISA DATA	94
A. Hubungan antara variabel x dengan variabel z.....	96
B. Hubungan antara variabel z dengan variabel y.....	103
BAB V : PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Motivasi memperoleh informasi seni budaya.....	59
Tabel 2 Motivasi memperoleh informasi kehidupan anak muda.....	60
Tabel 3 Motivasi mendapatkan hiburan atau kesenangan	61
Tabel 4 Motivasi mengisi waktu luang.....	62
Tabel 5 Motivasi sarana relaksasi atau penyaluran emosi.....	63
Tabel 6 Motivasi membagi pengalaman dengan orang lain	64
Tabel 7 Motivasi membantu dalam pergaulan sehari-hari.....	65
Tabel 8 Motivasi memperkuat hubungan dengan orang lain.....	66
Tabel 9 Motivasi sarana referensi memecahkan masalah.....	67
Tabel 10 Kesimpulan variabel Motivasi.....	68
Tabel 11 Frekuensi mendengarkan.....	70
Tabel 12 Waktu mendengarkan	71
Tabel 13 Tingkat perhatian dalam mendengarkan.....	73
Tabel 14 Kebiasaan dalam mendengarkan	74
Tabel 15 Tingkat interaksi dalam mendengarkan.....	75
Tabel 16 Penggunaan media lain dalam mencari informasi seni budaya	76
Tabel 17 Pendiskusian materi acara.....	77
Tabel 18 Pemilihan penyiar	78
Tabel 19 Pemilihan lagu	79
Tabel 20 Kesimpulan variabel Perilaku Mendengarkan.....	80

Tabel 21 Kepuasan akan informasi seni budaya.....	83
Tabel 22 Kepuasan akan informasi anak muda	84
Tabel 23 Kepuasan akan hiburan atau kesenangan	85
Tabel 24 Kepuasan akan pengisian waktu luang	86
Tabel 25 Kepuasan akan sarana relaksasi.....	87
Tabel 26 Kepuasan akan pembagian pengalaman dengan orang lain.....	88
Tabel 27 Kepuasan akan membantu pergaulan sehari-hari	89
Tabel 28 Kepuasan akan memperkuat hubungan dengan orang lain.....	90
Tabel 29 Kepuasan akan sarana referensi memecahkan masalah.....	91
Tabel 30 Kesimpulan variabel Kepuasan	92
Tabel 31 Ranking yang disesuaikan pada variabel X	93
Tabel 32 Nilai T pada variabel X.....	94
Tabel 33 Ranking yang disesuaikan pada variabel Z.....	95
Tabel 34 Nilai T pada variabel Z	96
Tabel 35 Ranking yang disesuaikan pada variabel Y	104
Tabel 36 Nilai T pada variabel Y	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Uses and Gratification Model	19
Gambar 2 Logo Solo Radio	40
Gambar 3 Bagan Struktur Organisasi Solo Radio	45
Gambar 4 Program Siaran Solo Radio.....	115

ABSTRAK

MOHAMMAD FIRMAN PRASETYO. D 1206540. **PROGRAM ACARA LEK-LEKAN SOLO DI SOLO RADIO (STUDI KORELASI ANTARA MOTIVASI DAN PERILAKU DENGAN KEPUASAN MENDENGARKAN PROGRAM ACARA LEK-LEKAN SOLO DI SOLO RADIO BAGI PERKUMPULAN PENDENGAR PROGRAM ACARA LEK-LEKAN SOLO DI SOLO RADIO/LEK-LEKAN COMMUNITY). FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA. 2008.**

Radio siaran adalah format yang cukup digemari oleh masyarakat. Solo Radio adalah salah satu radio siaran swasta di kota Solo. Lek-Lekan Solo adalah salah satu program acara di Solo Radio. Acara ini membahas seputar masalah seni budaya. Walaupun acara ini baru mengudara lepas tengah malam, acara ini cukup mendapat tempat di hati para pendengar. Terbukti dengan dibentuknya sebuah perkumpulan penggemar acara Lek-Lekan Solo yang diberi nama Lek-lekan Community. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah motif dan bagaimanakah perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio bagi perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

Penelitian ini menggunakan studi korelasi, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian pengujian hipotesis dengan model *Uses and Gratifications*. Berdasarkan model *Uses and Gratifications* tersebut penulis akan berusaha menemukan hubungan dari variabel-variabel yang diukur. Disini penulis hanya meneliti beberapa variabel yaitu variabel independen (motivasi mendengarkan), variabel intervening (perilaku mendengarkan), dan variabel dependen (kepuasan mendengarkan). Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dimana penelitian ini untuk menjawab hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Dalam hal ini peneliti melakukan pengujian hipotesis. Subjek yang diteliti adalah perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio, yaitu Lek-lekan Community. Karena penelitian ini penelitian kuantitatif, maka dalam penelitian ini data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan teknik statistik. Analisa data dilakukan dengan menggunakan tata jenjang Spearman.

Sebagian besar perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo mendengarkan program acara Lek-Lekan untuk mendapatkan informasi tentang seni budaya, sebanyak 76 % responden. Dengan sebanyak 50 % responden yang merasa terpenuhi kebutuhannya akan motivasi mendapatkan informasi seputar seni budaya.

Variabel pertama yang diuji adalah variabel motivasi mendengarkan (X) dengan perilaku mendengarkan (Z). Dan variabel kedua yang diuji adalah variabel perilaku mendengarkan (Z) dengan kepuasan mendengarkan (Y). Dengan memperhatikan derajat kebebasan $df = N - 2 = 50 - 2 = 48$ serta taraf signifikannya 0.05 maka nilai t terletak antara angka 40 dan 60 sehingga dapat diketahui t tabelnya antara 1,684 dan 1,671.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, diambil kesimpulan bahwa hipotesis yang dibuat oleh penulis adalah benar. Ada hubungan yang signifikan antara motivasi mendengarkan. Dan perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio adalah salah satu alat komunikasi yang cukup digemari oleh masyarakat, karena radio dapat berfungsi sebagai media informasi maupun hiburan. Sebagai sebuah media massa, radio termasuk dalam jenis media massa elektronik. Sebagai media massa yang muncul belakangan, radio baru berperan selama enam puluh tahun terakhir. Radio dan televisi lahir setelah adanya beberapa penemuan teknologi seperti telepon, telegraf, fotografi (yang bergerak maupun tidak bergerak), dan rekaman suara.

Hal penting yang pertama kali perlu diketahui adalah kenyataan yang menunjukkan bahwa radio pada mulanya merupakan teknologi yang mencari kegunaan, bukannya sesuatu yang lahir sebagai respon terhadap suatu kebutuhan pelayanan baru. Seperti yang dikutip oleh Raymond Williams.

“..Berbeda dengan jenis teknologi komunikasi terdahulu, radio dan televisi merupakan sistem yang dirancang terutama untuk kepentingan transmisi dan penerimaan yang merupakan proses abstrak, yang batasan isinya sangat terbatas atau bahkan sama sekali tidak ada..”¹

Bentuk awal radio dipercaya tercipta pada akhir abad 19 dan awal abad ke 20. Adalah seorang ilmuwan asal Italia, Guglielmo Marconi yang menemukan cikal bakal radio. Di awal sejarah radio, Marconi mencoba untuk membuat sebuah

¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta, 1996, hal 15

media komunikasi baru yang bisa menyampaikan pesan dalam jarak jauh. *Wireless telegraph* adalah bentuk awal radio yang diciptakan Marconi.

Pada awal diciptakannya, radio belum berbentuk *compact* dan fleksibel. Gelombang yang tertangkap pun masih berkualitas buruk dan pelan. Hal itu mengharuskan pendengarnya menggunakan *headphone* bila ingin menangkap siaran radio dengan jelas. Namun sejak pertengahan era 1920an, *headphone* mulai ditinggalkan. Sebagai gantinya, perangkat penguat suara seperti *loud speaker* yang umum digunakan. Namun karena sifatnya yang tidak praktis, memakan banyak tempat dan berharga mahal, *loud speaker* mulai ditinggalkan. Lalu muncullah perangkat radio seperti yang kita kenal sekarang. Berharga lebih murah dan jauh lebih praktis.

Pada intinya, siaran radio menggunakan gelombang elektromagnetik yang kemudian dipancarkan melalui gelombang udara dari stasiun pengirim (*transmitter*) yang kemudian diterima oleh stasiun penerima (*receiver*). Proses ini dapat berlangsung dalam jarak jauh, yang oleh karena itu tidak membutuhkan kabel (*wireless*). Semakin tinggi dan kuat daya jangkauan *transmitter*, maka semakin jauh siaran radio dapat dipancarkan.

Namun karena keterbatasan kemampuan stasiun pemancar (*transmitter*), membuat jarak siaran yang dapat dipancarkan menjadi terbatas. Biasanya siaran radio hanya mampu menjangkau sebuah jarak tertentu saja yang tidak lebih jauh dari satu atau dua kota. Namun seiring perkembangan jaman dan kemajuan teknologi, kini siaran radio dari sebuah stasiun dapat dinikmati di seluruh penjuru dunia. Memanfaatkan jaringan internet, siaran radio dapat dipancarkan melalui

media *streaming*. Dengan media ini, pendengar tidak membutuhkan sebuah pesawat radio untuk mendengarkan, melainkan melalui sebuah komputer yang sudah terkoneksi dengan internet. Pendengar yang ingin mendengarkan siaran radio dari negara lain tinggal mengakses alamat *web streaming* radio yang dituju dan ia pun dapat mendengarkannya. Hal ini dikenal juga dengan istilah *net radio*.

Radio siaran adalah format yang cukup digemari oleh masyarakat. Materi siarannya yang berupa suara penyiar dan lagu-lagu cukup mendapat tempat di hati pendengar. Berbeda dengan televisi yang bersifat audio visual, radio siaran memiliki karakteristik sendiri. Sebagai media yang hanya mengandalkan suara penyiar, musik dan *sound effect*, radio adalah sebuah media yang buta. Disebut seperti itu karena kita tidak dapat melihat sosok sang penyiar seperti yang lumrah dapat kita saksikan di televisi. Hal itu juga yang menyebabkan resiko ambiguitas akan pesan yang dipancarkan menjadi tinggi. Hal ini senada dengan yang dikatakan Andrew Crisell²

“..how, then, is radio distinguishable from these other modes of mass communication? Very largely in ways which seem to redound to its disadvantage. There is no image and no text. The contact, or medium as I will now term it, is utterly non visual: the receivers, who are listeners, or collectively an audience, cannot see the broadcaster or the sender as they can on television or film; nor are they offered the compensation of a visible and lasting message as they are in literature. Radio’s codes are purely auditory, consisting of speech, music, sounds and silence, and since, as we shall see, the ear is not the most ‘intelligent’ of our sense organs their deployment has to be relatively simple. The risks of ambiguity or complete communication failure are high..”

² Andrew Crisell, *Understanding Radio*, Routledge, London, 1994, hal 5

Format radio siaran yang hanya berupa suara sang penyiar dan lagu-lagu yang diputar menuntut pendengar radio untuk berimajinasi. Karena radio hanya bersifat audio, pendengarnya harus ‘menyediakan’ aspek visual untuk melengkapi imajinasinya, mengikuti apa yang penyiar radio katakan. Salah satu contohnya adalah acara drama radio, dimana pendengar hanya mendengar suara percakapan tokoh-tokohnya beserta efek suara yang digunakan untuk membangun suasana. Jika ada dua orang yang mendengarkan acara drama ini, maka akan ada dua pemahaman sesuai dengan imajinasi masing-masing individu. Segi imajinasi inilah yang menjadi salah satu faktor kelebihan radio bila dibandingkan media audio visual seperti televisi dan film.

Motif pendengar dalam mendengarkan radio siaran bermacam-macam. Salah satunya adalah kebutuhan untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Itulah mengapa banyak radio siaran yang berlomba-lomba membuat program acaranya sebaik mungkin.

Solo Radio adalah salah satu radio siaran swasta di kota Solo. Walaupun usianya masih tergolong muda –didirikan tahun 2003- tetapi kehadirannya cukup mendapat tempat di hati pendengar radio siaran di kota Solo dan sekitarnya. Solo Radio menasar *target market* pendengar yang berusia 16-25 tahun. Dengan jenjang pendidikan mulai dari pendengar yang masih bersekolah di SMU hingga pendengar yang sudah kuliah.

Lek-Lekan Solo adalah salah satu program acara di Solo Radio. Acara ini mengudara setiap hari mulai jam 12 malam hingga jam 2 pagi, sesuai dengan nama acaranya yang berarti ‘begadang’ dalam Bahasa Indonesia. Acara ini

membahas seputar masalah seni budaya. Konsep acaranya sendiri adalah perbincangan interaktif, dimana pendengar dapat ikut berinteraksi melalui SMS dan telepon. Penyiar dalam membawakan acara selalu membuka topik dan mengundang pendengar untuk berinteraksi bersama. Topik yang selalu diangkat adalah hal-hal seputar seni budaya.

Selain membahas masalah budaya, acara Lek-lekan Solo kerap memberikan informasi yang tentu saja masih berkisar seputar budaya. Kadangkala penyiar juga mengikutsertakan narasumber yang berkompeten dan berkaitan dengan tema yang diangkat. Acara ini cukup berbeda dengan jenis acara lain yang disiarkan di Solo Radio, yang lebih berorientasi kepada pendengar yang duduk di bangku SMP hingga SMU. Lek-Lekan Solo dikemas lebih serius dengan gaya siaran dari penyiar yang membawakan acara.

Walaupun acara ini baru mengudara lepas tengah malam, namun mendapat respons yang baik dari pendengar. Hal ini dapat diindikasikan dari *feedback* yang berupa SMS dan telepon yang diterima. Selain itu, acara ini juga cukup mendapat tempat di hati para pendengar. Terbukti dengan dibentuknya sebuah perkumpulan penggemar acara Lek-Lekan Solo yang diberi nama Lek-lekan Community. Dan hingga sejauh ini, baru Lek-Lekan Solo program acara di Solo Radio yang memiliki perkumpulan pendengarnya sendiri walaupun tidak didirikan secara resmi.

Wadah perkumpulan penggemar tersebut adalah suatu wujud nyata bentuk interaksi yang terjalin antara radio dan pendengar dan menunjukkan adanya

sebuah hubungan yang timbal balik. Karena sebegus apapun sebuah program acara dikonsep dan dieksekusi, tanpa pendengar acara itu tidaklah berarti.

Peneliti mencoba melihat apakah motivasi yang melatar belakang pendengar radio Solo Radio yang tergabung dalam komunitas pendengar acara Lek-lekan Solo dalam mendengarkan acara Lek-Lekan Solo dan sejauh mana kepuasan yang diperoleh dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas bila kita cermati dengan seksama maka nampak ada beberapa inti permasalahan yang dapat diambil:

1. Apakah ada hubungan yang signifikan antara motivasi mendengarkan dengan perilaku mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio?
2. Apakah ada hubungan yang signifikan antara perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara motivasi mendengarkan dengan perilaku mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio
2. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian yang bagus jika memiliki manfaat. Manfaatnya adalah:

1. Secara teoritis : dapat memberikan sumbangan keilmuan.
2. Secara praktis : dapat dijadikan sebagai titik tolak untuk melakukan penelitian serupa dalam ruang lingkup yang lebih luas dan lebih mendalam.

E. Kerangka Pemikiran dan Landasan Teori

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi merupakan kegiatan yang paling banyak dilakukan dalam hidup manusia. Karena sebagai makhluk sosial, manusia selalu berinteraksi melalui komunikasi, baik itu dengan bahasa verbal dan non verbal maupun dengan menggunakan lambang dan simbol yang telah disepakati bersama.

Menurut Carl I. Hovland, komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimuli (biasanya terdiri dari lambang dan kata-kata) untuk membentuk tingkah laku orang lain.³

Menurut Harold Lasswell cara yang terbaik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut : “*who-say what-in which channel-to whom-with what effect?*”

Jadi berdasarkan Lasswell, jawaban bagi pertanyaan tersebut merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu ;

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel*)

³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992, hal 4.

- Komunikasikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)⁴

Jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Salah satu cara yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan akan informasi adalah media massa.

Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Di lain pihak, institusi media diatur oleh masyarakat. Sementara media massa adalah sebuah sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.⁵

Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga kesan yang diterima secara serempak dan sesaat.⁶

Dari uraian diatas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi massa mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Proses komunikasi massa berlangsung satu arah.
2. Komunikator melembaga
3. Pesan bersifat umum

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, hal 253

⁵ McQuail, *op cit*, hal 3

⁶ Effendy, *op cit*, hal 6

4. Media menimbulkan keserempakan
5. Komunikasi bersifat heterogen.⁷

Salah satu media komunikasi massa yang dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak adalah radio. Sebagai alat atau saluran dalam komunikasi massa, radio memiliki karakteristik seperti yang telah disebutkan di atas. Tapi kemajuan teknologi mengubah sebagian dari karakteristik radio di atas.

Karakteristik yang berubah adalah yang menyangkut proses komunikasi yang berjalan satu arah, sekarang dapat diubah menjadi dua arah. Salah satu contoh yang dapat digunakan adalah acara interaktif. Acara itu mengundang pendengar untuk berpartisipasi, melalui telepon ataupun sms (*short message service*) seperti yang sudah lumrah dilakukan saat ini.

Sebagai alat atau medium dari komunikasi massa, maka radio menjalankan fungsi komunikasi massa sebagai berikut;

- **Informasi** : Pengumpulan, penyampaian, pemrosesan. Penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- **Sosialisasi (pemasyarakatan)** : Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- **Motivasi** : Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihannya dan

⁷ Ibid, hal 22-25

keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang dikejar.

- **Pendidikan** : Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- **Memajukan Kebudayaan** : Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
- **Hiburan** : Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, musik, komedi, olahraga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok maupun individu.
- **Integrasi** : Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar dapat saling kenal, mengerti dan saling menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.⁸

Itulah fungsi dari komunikasi massa yang dirumuskan oleh Sean McBride. Dari kesemua fungsi itu, fungsi yang paling terlihat dominan di radio adalah fungsi hiburan. Akan tetapi, sebenarnya radio dapat merupakan jembatan bagi pendidikan secara lebih intensif, yaitu dengan merangsang perhatian komunikan. Fungsi radio sebagai hiburan perlu ditinjau secara lebih mendalam lagi. Hiburan dapat digunakan untuk pendidikan mental secara tidak langsung dan selanjutnya penggunaan atau penyiaran hiburan

⁸ Ibid, hal 27

tradisional yang bersifat dialog atau petuah dan lain-lain merupakan sumbangan yang sangat besar dari radio bagi pendidikan mental budaya masyarakat Indonesia.⁹

Adanya informasi atau pengetahuan tidaklah menjamin bahwa individu menerima atau menyimpannya. Dengan kata lain, peran komunikator secara aktif mengendalikan info yang mereka olah dengan melihat selektifitas, dimana individu dapat memilih bagi dirinya informasi apa saja yang ingin ia terima. Informasi apa yang diingatnya dan informasi apa yang akan disalurkan kepada orang lain. Dalam hal ini khalayak tidak bisa dipaksa untuk menggunakan media tertentu. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan yang didapat dalam mendengarkan radio di stasiun radio 92,9 FM Solo Radio, akan menggunakan model *Uses and Gratification*.

Sekitar tahun 1950-an, Bernard Berelson pesimis terhadap perkembangan penelitian komunikasi massa yang menurutnya hampir kolaps dan bahkan hampir mati. Kepesimisan Berelson itu beralasan sekali, dimana pada waktu itu hampir semua penelitian komunikasi massa menunjukkan bahwa media hampir tidak berpengaruh sama sekali dalam mempengaruhi massa. *Limited effect* ini antara lain ditunjukkan oleh hasil penelitian Paul Lazarsfeld, *People Choice (1984)*. Kondisi sepertinya menjungkir-balikkan penelitian-penelitian tahun-tahun sebelumnya yang selalu melihat media berpengaruh besar pada khalayak (*powerfull effect*). Kepesimisan Berelson tersebut dijawab oleh Elihu Katz pada tahun 1959 yang melontarkan konsep *Uses and Gratifications*. Teori *Uses and Gratifications* dibangun dari teori fungsionalis oleh peneliti sosiologi yaitu Jay Blumler dan Elihu Katz melihat yang mati sebenarnya adalah komunikasi massa sebagai suatu bentuk persuasi komunikasi massa pada khalayak, kecil sekali. Kondisi ini seharusnya menyadarkan peneliti untuk merubah fokus penelitiannya

⁹ Astrid S. Susanto, *Komunikasi Massa*, Binacipta, Bandung, 1982, hal 22

dengan variabel lain yang lebih memperlihatkan efek, seperti kelompok yang berpengaruh (khalayak).¹⁰

Model ini digambarkan sebagai “*a dramatic break with effects tradition of the past*” (Swanson, 1979), suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini muncul istilah *Uses and Gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (Blumler, 1979: 265). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.¹¹

Fokus penelitian ini tidak lagi melihat apa yang dilakukan media pada khalayak, tetapi apa yang dilakukan khalayak pada media. *What do people do with media?*¹². Khalayak tidak lagi dianggap pasif menerima segala informasi dari media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.¹³ Sejalan dengan pernyataan tersebut W. Daniels Handoyo Sunyoto menyatakan ada tiga faktor yang mempengaruhi audiens dalam memilih media yang disukainya :

¹⁰ Prahastiwi Utari, *Makalah Pendekatan Penelitian Uses and Gratifications*, FISIP, UNS, Solo, 1998, hal 2

¹¹ Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc, *Metode Penelitian Komunikasi*, CV Remadja Karya, Bandung, 1984, hal 73-74.

¹² Ibid, hal 1.

¹³ Jalluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998, hal 65

1. *Selective exposure*, artinya manusia pada umumnya hanyalah membuka hati terhadap program yang disukainya.
2. *Selective perception*, artinya orang-orang selalu cenderung untuk memberikan suatu penafsiran pada program radio dan TV yang menyetujui pendapat mereka sendiri.
3. *Boomerang effect*, artinya hasil daripada program itu bertentangan dengan apa yang sebenarnya dimaksud oleh program itu.¹⁴

Ketiga pendapat diatas tersebut bisa diartikan bahwa individu yang menjadi khalayak akan memilih program yang disukainya serta akan menyukai media yang dapat memenuhi keinginan tersebut.

Elihu Katz, Jay Blumler dan Michael Gurevitch merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori *Uses and Gratifications*, yaitu :

1. Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana

¹⁴ W. Daniels Handoyo Sunyoto, *Seluk Beluk Programa Radio*, Mandar Maju, Bandung, 1998, hal 205

kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.

4. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.¹⁵

Dalam penelitian ini khalayak dianggap individu yang mempunyai pilihan (*preference*) serta selektif dalam menggunakan media. Preferensi menggunakan media, khalayak dihadapkan pada referensi yang mempengaruhinya yaitu motif atau tujuan pemenuhan kebutuhan tertentu. “*Audience members are conscious of media-related needs that arise in personal (individual) and social (shared) circumstances and can voice these terms of motivations.*”¹⁶

Khalayak sadar hubungan media dengan kebutuhan, muncul dari keadaan individu dan sosial yang diistilahkan sebagai motivasi. Selektivitas khalayak menentukan media yang dikonsumsinya. Khalayak akan menggunakan media massa tertentu yang mampu memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini media tersebut mempertahankan kebutuhan sosial dan pribadinya.

Katz, Blumler, Gurevich meneliti model ini dengan melihat tujuh hal, yaitu :

1. Sumber sosial dan psikologi (*social and psychology origins of*).
2. Kebutuhan yang melahirkan (*needs which generate*).

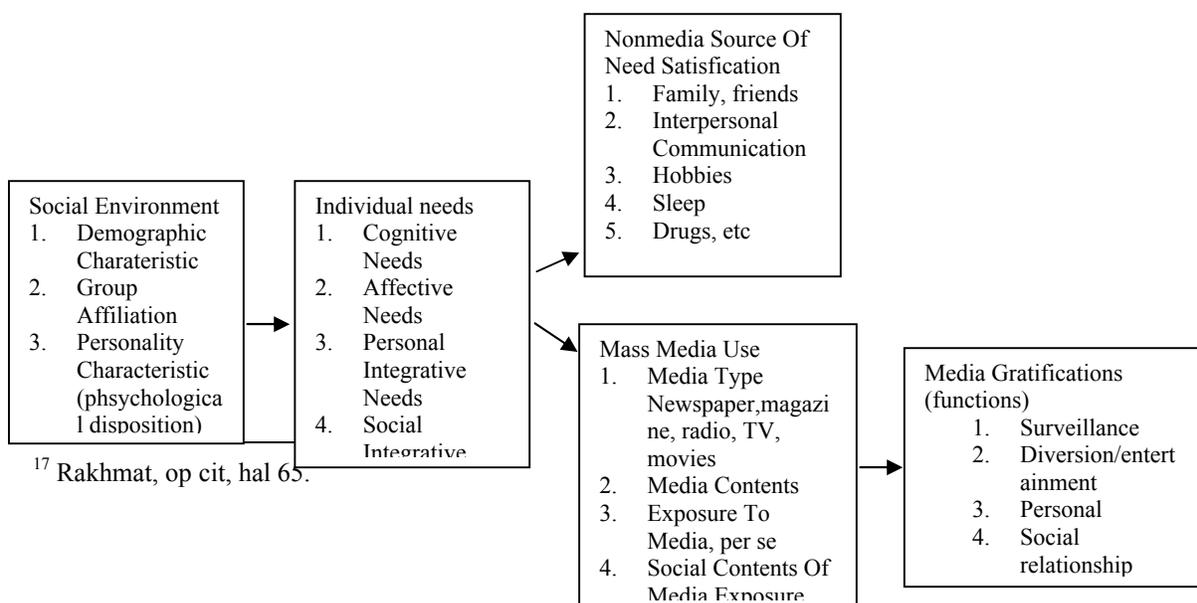
¹⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikoogi Komunikasi*, PT Rosdakarya, Bandung, 1998, hal 205.

¹⁶ Denis McQuail, *Audience Analysis*, Sage Publications, London, 1997, hal 71

3. Harapan-harapan (*expectations*).
4. Media massa atau sumber-sumber lain yang menyebabkan (*of mass media or other source*).
5. Perbedaan pola terpaan media atau keterlibatan dengan kegiatan lain, dan menghasilkan (*differential pattern of mass media exposure or engagement in other activities, resulting in*).
6. Pemenuhan kebutuhan dan (*need gratification and*).
7. Akibat-akibat lain, bahkan seringkali akibat yang tidak dikehendaki (*other consequences, perhaps mostly unintended ones*).¹⁷

Dari sini dapat dipahami bahwa untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis, orang cenderung menggunakan media massa, dan berharap media massa memberikan kepuasan terhadap kebutuhannya antara lain berupa hiburan, ilmu pengetahuan dan informasi.

Guna memperoleh kejelasan mengenai model uses and gratification ini dapat dikaji pada gambar 1 yang dikemukakan oleh Katz, Blumer, Gurevitch berikut ini:



Gb. 1 Uses and Gratification Model

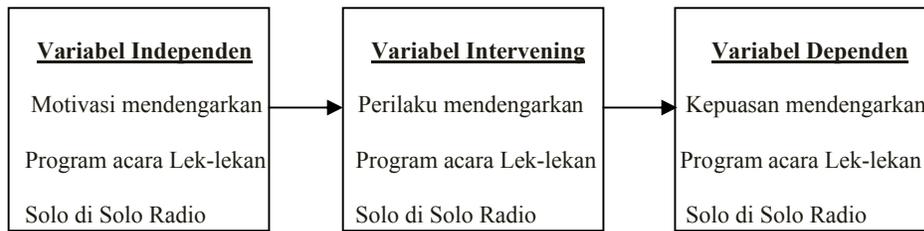
Dalam penelitian model ini seringkali hanya meneliti sebagian dari komponen-komponen di atas. Berdasarkan model *Uses and Gratifications* tersebut penulis akan berusaha menemukan hubungan dari variabel-variabel yang diukur. Disini penulis hanya meneliti beberapa variabel yaitu variabel independen (motivasi mendengarkan), variabel intervening (perilaku mendengarkan), dan variabel dependen (kepuasan mendengarkan).

Variabel antara atau *intervening variabel* merupakan variabel yang mengantarai hubungan yang terjadi diantara dua variabel. Suatu variabel disebut variabel apabila dengan masuknya variabel tersebut hubungan statistik yang semula nampak antara dua variabel menjadi lemah atau bahkan lenyap. Hal ini disebabkan karena hubungan yang semula nampak antara kedua variabel pokok bukanlah hubungan langsung tetapi melalui variabel lain.¹⁸

Variabel kedua adalah perilaku mendengarkan terdiri dari frekuensi mendengarkan, intensitas dan perhatian. Variabel kepuasan mendengarkan yaitu efek media dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan pada khalayak.

Dari uraian diatas maka dapat digambarkan hubungan antar variabel yang diteliti sebagai berikut:

¹⁸ Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 1989, hal.39



E. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara atau proposisi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.¹⁹ Hipotesis yang baik harus memenuhi dua kriteria. Pertama, hipotesis harus menggambarkan hubungan antara variabel-variabel. Kedua, hipotesis harus memberikan petunjuk bagaimana pengujian hubungan tersebut. Dalam penelitian ini penulis menyusun hipotesis sebagai berikut :

1. Ada hubungan yang signifikan antara motivasi mendengarkan dengan perilaku mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.
2. Ada hubungan yang signifikan antara perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

G. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

¹⁹ F.N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, 2nd ed. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1973, hal.12

Untuk menjelaskan penelitian ini dibutuhkan batasan mengenai konsep-konsep yang ada. Fungsi dari definisi konseptual ini adalah untuk menghindari perbedaan pengertian tentang variabel-variabel penelitian yang akan diuji antara konsep peneliti dan pembaca. Sesuai dengan hipotesis maka definisi konseptual ditentukan sebagai berikut :

a. Motivasi mendengarkan

Motivasi merupakan dorongan keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya sendiri untuk melakukan sesuatu. Motivasi mendasari tujuan dan arah kepada tingkah laku kita.

Dalam penelitian ini digunakan tiga orientasi motivasi dari Blumler, yaitu :

- Orientasi Kognitif, yaitu kebutuhan akan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas.
- Orientasi Diversi, yaitu kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.
- Orientasi Identitas Personal, yakni menggunakan isi media untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

b. Perilaku Mendengarkan.

Perilaku adalah hasil pengalaman dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhannya untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan.²⁰

²⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, op cit, hal 22

Mendengarkan adalah mendengar akan sesuatu dengan sungguh-sungguh, dan memasang telinga baik-baik untuk mendengarkan.²¹ Perilaku disini adalah mendengarkan radio, di stasiun radio 92,9 FM Solo Radio.

c. Kepuasan Mendengarkan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari pemakai barang-barang hasil industri atau jasa yang dihasilkan oleh suatu produsen. Jadi kepuasan mendengarkan stasiun radio 92.9 FM Solo Radio adalah perasaan senang atau kecewa dari pendengar ketika kebutuhan yang berkaitan dengan motivasinya terpenuhi.

d. Program Acara

Apa-apa yang ditampilkan dalam siarannya.²² Acara yang dimaksud disini adalah Lek-lekan Solo di Solo Radio yang disiarkan setiap hari pukul 00.00-02.00 WIB. Acara ini merupakan sebuah acara yang berkaitan dengan budaya, baik yang tradisional maupun modern.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional dipergunakan karena konsep-konsep sosial yang sudah diterjemahkan menjadi satuan yang lebih operasional yakni variabel dan

²¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum, Pengantar Psikologi Umum*, Yayasan Psikologi UGM, Yogyakarta, 1975, hal 18

²² Ensiklopedi Nasional Indonesia, Jilid 4, PT. Cipta Adi Karya, Jakarta, 1989, hal. 79

konstruk biasanya belum siap diukur. Hal ini disebabkan variabel dan konstruk sosial mempunyai beberapa dimensi yang dapat diukur berbeda.²³

a. Motivasi mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio

Motivasi mendengarkan stasiun radio 92,9 FM Solo Radio dioperasikan sebagai dorongan pendengar untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan budaya, baik budaya modern maupun tradisional, mendapatkan hiburan dan menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri. Motivasi dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Motivasi Kognitif, yang merupakan kebutuhan akan informasi. Diukur dari pertanyaan sebagai berikut:

- Apakah anda mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio terdorong hal-hal berikut ini?
 - Memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya.
 - Memperoleh informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda.

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Setuju yang diberi nilai 3. (b) Kurang Setuju diberi nilai 2, dan (c) Tidak Setuju diberi nilai 1.

Motivasi Diversi, yang merupakan dorongan untuk mendapatkan hiburan. Pelepasan ketegangan atau tekanan pikiran. Motivasi ini diukur dari sejauh mana anggota

²³ Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, op cit, hal 46

perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo mendapatkan hiburan, sarana relaksasi, penyaluran emosi atau mengisi waktu luang. Diukur dari pertanyaan sebagai berikut:

- Apakah anda mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio terdorong akan hal-hal berikut ini?
 - Mendapatkan hiburan atau kesenangan
 - Mengisi waktu luang
 - Sarana relaksasi atau penyaluran emosi

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Setuju yang diberi nilai 3. (b) Kurang setuju diberi nilai 2, dan (c) Tidak setuju diberi nilai 1.

Motivasi Identitas Personal, yang merupakan dorongan untuk menggunakan media untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan khalayak sendiri. Motivasi ini diukur dari sejauh mana perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo untuk mengidentifikasi diri. Diukur dari pertanyaan sebagai berikut:

- Apakah anda mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio terdorong hal-hal berikut ini?
 - Membagi pengalaman dengan orang lain
 - Membantu pergaulan anda
 - Memperkuat hubungan dengan orang lain
 - Mempunyai referensi untuk memecahkan masalah

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Setuju yang diberi nilai 3. (b) Kurang Setuju diberi nilai 2, dan (c) Tidak Setuju diberi nilai 1.

b. Perilaku mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio

Perilaku mendengarkan stasiun radio 92,9 FM Solo Radio dioperasikan sebagai berikut :

- Frekuensi responden dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan menggunakan pertanyaan:

Seberapa sering anda mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio?

Dari penelitian awal terhadap responden ternyata mereka tidak mendengarkan program acara Lek-lekan Solo setiap hari. Responden yang paling jarang mendengarkan ternyata hanya mendengarkan acara tersebut selama satu kali dalam seminggu. Sementara responden yang paling sering mendengarkan, dalam satu minggu mereka bisa tujuh kali mendengarkan acara tersebut. Untuk menentukan tiga kategori frekuensi, maka harus dicari interval kelasnya terlebih dahulu dengan cara;

$$i = \frac{\text{batas atas} - \text{batas bawah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$i = \frac{7-1}{3}$$

$$i = \underline{6}$$
$$3$$

$$i = 2$$

Keterangan

i = interval kelas

Maka ketiga kategori frekuensi mendengarkan ditentukan sebagai berikut:

- Tinggi : Jika responden mendengarkan 5-7 kali dalam satu minggu, diberi nilai 3.
- Sedang : Jika responden mendengarkan 3-4 kali dalam satu minggu, diberi nilai 2.
- Rendah : Jika responden mendengarkan 1-2 kali dalam satu minggu, diberi nilai 1.

- Lama waktu responden dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan menggunakan pertanyaan:

Berapa lama waktu yang diperlukan responden dalam mendengarkan program program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio dalam satu episode?

Acara ini disiarkan selama 120 menit, sehingga diperoleh tiga kategori sebagai berikut:

- Tinggi : Jika responden mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.selama 90 – 120 menit, diberi nilai 3
- Sedang : Jika responden mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.selama 60 – 90 menit, diberi nilai 2
- Rendah : Jika responden mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.selama 30 – 60 menit, diberi nilai 1

- Tingkat perhatian pendengar dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimanakah tingkat perhatian anda dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Mendengarkan tanpa diselingi aktivitas lain yang diberi

nilai 3. (b) Mendengarkan sembari diselingi aktivitas lain diberi nilai 2, dan (c) Mendengar sambil sepintas lalu diberi nilai 1.

- Kebiasaan pendengar dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Apakah anda dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio bersama dengan orang lain?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Selalu yang diberi nilai 3. (b) Kadang-Kadang diberi nilai 2, dan (c) Tidak Pernah diberi nilai 1.

- Tingkat interaksi pendengar dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Apakah dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio turut berinteraksi melalui telepon dan SMS?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Selalu yang diberi nilai 3. (b) Kadang-Kadang diberi nilai 2, dan (c) Tidak Pernah diberi nilai 1.

- Penggunaan media lain oleh pendengar dalam memperoleh informasi seputar seni budaya selain mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Apakah anda menggunakan media lain selain program acara Lek- Lekan Solo di Solo Radio untuk mencari informasi seputar seni budaya?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Selalu yang diberi nilai 3. (b) Kadang-Kadang diberi nilai 2, dan (c) Tidak Pernah diberi nilai 1.

- Pendiskusian materi acara oleh pendengar dengan orang lain setelah mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Apakah anda mendiskusikan dengan orang lain apa yang anda dapatkan dari program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Selalu yang diberi nilai 3. (b) Kadang-Kadang diberi nilai 2, dan (c) Tidak Pernah diberi nilai 1.

- Pemilihan penyiar sebagai penentuan pendengar dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio berdasarkan pemilihan penyiar?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Selalu yang diberi nilai 3. (b) Kadang-Kadang diberi nilai 2, dan (c) Tidak Pernah diberi nilai 1.

- Pemilihan lagu-lagu yang diputar sebagai penentuan pendengar dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio berdasarkan pemilihan lagu yang diputar?

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Selalu yang diberi nilai 3. (b) Kadang-Kadang diberi nilai 2, dan (c) Tidak Pernah diberi nilai 1.

c. Kepuasan dalam mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

Yaitu perasaan senang atau kecewa dari pendengar ketika kebutuhan yang berkaitan dengan motivasinya terpenuhi. Apakah program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.mampu memenuhi kebutuhan individu untuk memperoleh informasi, mendapatkan

hiburan atau membantu pendengar dalam menonjolkan diri di dalam lingkungannya.

Diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

- Apakah program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio membantu memenuhi kebutuhan anda sesuai dengan motivasi anda mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio?
 - Memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya.
 - Memperoleh informasi yang berhubungan dengan kehidupan anak muda
 - Mendapatkan hiburan atau kesenangan
 - Mengisi waktu luang
 - Sarana relaksasi atau penyaluran emosi
 - Membagi pengalaman dengan orang lain
 - Membantu pergaulan anda
 - Memperkuat hubungan dengan orang lain
 - Mempunyai referensi untuk memecahkan masalah

Kemudian dari pertanyaan tersebut disediakan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) Memenuhi yang diberi nilai 3. (b) Cukup Memenuhi diberi nilai 2, dan (c) Tidak Memenuhi diberi nilai 1.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi korelasi yaitu menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian pengujian hipotesis. Metode ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan itu.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dimana penelitian ini untuk menjawab hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Dalam hal ini peneliti melakukan pengujian hipotesis.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuisisioner yang berisi butir-butir pertanyaan yang dibagikan kepada responden. Jawaban kuisisioner tersebut akan ditindak lanjuti dengan penganalisaan.

3. Lokasi Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan adalah perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

b. Objek Penelitian.

Objek penelitian yang diteliti adalah stasiun radio 92,9 FM Solo Radio.

4. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian kali ini adalah perkumpulan pendengar program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio. Berdasarkan data awal yang diperoleh dari pra survei, anggota kelompok pendengar ini berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling* atau pengambilan sampel secara acak yang distratifikasi.²⁴

Sedangkan tehnik pengambilan sampel yang mewakili keseluruhan populasi digunakan rumus **Yamane**, yaitu:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

5. Jenis data

a. Data Primer

Data yang didapat secara langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Data primer dari responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidaklangsung, yaitu mengutip dari sumber-sumber sekunder yang sudah jadi seperti buku, arsip, dan dokumen lain yang dianggap relevan untuk melengkapi penelitian ini.

²⁴ Ibid, hal 162

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan menggunakan metode :

a. Kuisioner

Yaitu suatu daftar pertanyaan atau angket yang diajukan kepada responden guna memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Kelebihan dari teknik ini adalah tidak membuang waktu dan data cepat masuk.

b. Studi Kepustakaan

Dengan mencatat data atau informasi dari referensi-referensi yang mendukung kelengkapan data dalam penelitian.

7. Analisa Data

Karena penelitian ini penelitian kuantitatif, maka dalam penelitian ini data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan teknik statistik

Analisa data dilakukan dengan menggunakan tata jenjang Spearman, dengan rumus :

$$rs = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum X^2 \cdot \sum Y^2}}$$

Dimana :

$$\sum X^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Ty$$

$$\sum Y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Ty$$

$$\sum Tx = \frac{tx^3 - tx}{12}$$

$$\sum Tx = \frac{tx^3 - tx}{12}$$

keterangan :

R_s = koefisien korelasi variabel xy

$\sum d^2$ = jumlah kuadrat selisih antar jenjang

T_x = jenjang kembar pada variabel x

T_y = jenjang kembar pada variabel y

$\sum x^2$ = jumlah jenjang kembar pada variabel x

$\sum y^2$ = jumlah jenjang kembar pada variabel y

BAB II

DESKRIPSI LOKASI

1. Gambaran Umum Solo Radio

A. Sejarah Berdirinya Solo Radio

Akhir tahun 2002, Robby Koesnaedhi, Budi Soesetyo dan Budi Arifianto dari Solo serta Arifin Gandawijaya dari Bandung yang merupakan Direktur Utama Radio Ardan, sepakat untuk mendirikan usaha radio di Solo. Untuk merealisasikan usaha tersebut, pada bulan Mei 2003 keempat Komisaris tersebut menunjuk Pedhet Wijaya yang pada saat itu berprofesi sebagai Broadcast Management Consultant, sebagai General manager Putri Solo Radio. Pada tahun 1985-2000 beliau mengembangkan Radio Ardan Bandung, dari radio baru sampai dengan radio terkemuka di Bandung. Setelah beliau mengadakan riset, dimungkinkan di kota Solo berdiri sebuah stasiun radio baru yang memiliki prospek menjadi terkemuka, dengan pendengar dan pendapatan iklan terbanyak di kota Solo.

Pada bulan Mei 2003 ditetapkan Putri Solo Radio, atau yang biasa disebut dengan Solo Radio sebagai nama radio tersebut. Berlokasi di Jl. Menteri Supeno No. 6, Manahan, Solo. Setelah 2 bulan pembangunan fisik radio, dimulailah perekrutan karyawan untuk memperlancar mekanisme kerja di Solo Radio. Perekrutan tersebut guna menjaring putra-putri terbaik di kota Solo dalam bidang *broadcast*. Perekrutan dilakukan dalam 4 tahap seleksi, yaitu tahap fit & proper test yang dilakukan oleh Pedhet Wijaya tahap seleksi kemampuan bahasa asing,

tahap interview I dan II yang diselenggarakan di salah satu hotel berbintang di kota Solo. Karyawan yang lolos tahap interview II efektif bekerja pada bulan September 2003.

Pemilihan nama Putri Solo Radio didasarkan pada ciri khas kota Solo yang harus tetap dipertahankan yaitu kelembutan, keluwesan dan keayuan sehingga warganya memiliki kebanggaan tersendiri atas kotanya. Dalam pengembangan usaha ini, Putri Solo Radio memiliki sebuah konsep siaran yang unik yaitu Famous, Fit & Fashionable dan memiliki *corporate sport* “tennis” yang dapat mencairkan sekat-sekat dalam ketiga divisi yang ada di Putri Solo Radio. Semua nama program siaran Putri Solo Radio berkaitan dengan istilah-istilah dalam olahraga tenis. Famous, Fit & Fashionable sendiri merupakan visi dari kota Solo yang ingin terkenal sehat dan bergaya hidup modern.

Pemilihan warna logo Putri Solo Radio yaitu merah, hijau dan kuning didasarkan pada keinginan untuk mengembalikan ciri khas kota Solo yang sudah melekat sejak dahulu. Untuk keterangan lebih rincinya dapat dilihat pada logo Solo Radio dibawah ini, yang diambil dari *company profile* perusahaan.



Gb. 2. Logo Solo Radio

Logo Solo Radio diatas tersebut adalah logo baru yang berasal dari logo lama yang diperbaharui. Di logo lama, terdapat tulisan ‘putri’, yang diambil dari kata Putri Solo Radio. Namun seiring perkembangan, nama Putri Solo Radio berubah menjadi hanya Solo Radio. Berikut adalah penjelasan dari logo diatas:

- Tulisan ‘Solo’ – warna hijau, digambarkan sebagai kota Solo yang tetap sejuk.
- Tulisan ‘ Radio’ – warna kuning, sebagai penggambaran persahabatan.
- Icon *smile* pada huruf ‘O’, digambarkan sebagai keramahtamahan kota Solo.
- Tanda titik dua dan kurung tutup pada huruf ‘O’ (kata ‘Radio’), sebagai penggambaran Putri Solo Radio dilengkapi dengan teknologi tinggi (teknologi informasi)
- Tanda garis bawah – warna merah, sebagai penggambaran penggabungan dua kata menjadi satu *variable* kata dan simbol ini memiliki nilai yang sangat penting.

Dalam perkembangannya, nama Putri Solo Radio menjadi lebih familiar dikenal dengan nama Solo Radio.

B. Visi Solo Radio

Kota Solo telah memiliki keunikan yang tidak dimiliki kota lain sebagai ciri khas yang harus terus dipertahankan sehingga warganya memiliki kebanggaan atas kotanya dan pada gilirannya akan meningkatkan partisipasinya dalam

pembangunan kota. Ciri itu adalah adanya 2 keraton, Kasunanan dan Mangkunegaran yang tetap ‘hidup’ di hati warga kota sebagai ‘kiblat’ budi pekerti dan seni budaya yang *adiluhung*.

Sebagai pusat kekuasaan tertua sebelum Indonesia merdeka, kota Solo memiliki *social capital* yang paling besar, sehingga tidak mustahil jika kemudian pusat perdagangan busana Pasar Klewer tetap eksis hingga sekarang, termasuk penyelenggaraan Pekan Olahraga Nasional (PON) I yang diadakan di kota Solo, mengingat disini paling siap sarana dan prasarana *olah kanuragan*.

Kota Solo perlu memiliki media komunikasi massa yang berfungsi sebagai perekat dan kontrol sosial, sehingga melalui media tersebut segenap potensi dan partisipasi masyarakat dapat disinergikan untuk peningkatan kesejahteraan sosial seluruh warganya.

Solo Radio berpandangan bahwa ketiadaan media yang mengartikulasikan ‘keayuan’ (*ngadi saliro busono*) kota Solo, akan berakibat kurang baik pada citra atau eksistensi kota dan kurangnya rasa *handarbeni* (memiliki) warga terhadap kotanya.

C. Misi Solo Radio

Solo Radio menjadi media terbaik dalam mengartikulasikan ‘keayuan’ kota Solo dengan bahasa metropolitan, serta menjadi kebanggaan warga Solo.

Solo Radio menjadi media interaksi terpercaya seluruh elemen masyarakat. Serta berperan aktif dalam upaya menjaga dan meningkatkan citra kota Solo sebagai pusat perdagangan busana dan pusat *olah kanuragan*, serta

menampilkan keelokan kota dan sportifitas warganya dalam konsep siaran yang disebut : **Famous, Fit & Fashionable**.

Dengan makna memasyarakatkan kepedulian kepada hal-hal yang bersifat kesehatan jasmani & rohani, menjunjung tinggi sikap sportif, menjaga keelokan diri dan kotanya (*ngadi saliro busono*), dan akan bermuara pada kota & masyarakat Solo yang '*misuwur lan moncer kuncarane*).

D. Manajemen

Sistem:

Solo Radio didukung pengalaman sistem manajemen radio siaran yang telah teruji puluhan tahun di berbagai daerah, dan mengantarkan radio-radio tersebut menjadi terbaik dalam pelayanan di kotanya, serta senantiasa berkembang paling cepat. Radio-radio tersebut adalah : Radio Ardan-Bandung (*high tech* FM, target anak muda hingga dewasa berdaya beli tinggi), Radio Kuta FM-Denpasar, Bali (*all about surfing*, target anak muda hingga dewasa berdaya beli tinggi), Radio Star FM-Tangerang (*indo gateway*, target anak muda hingga dewasa berdaya beli tinggi).

Operasional:

Selain kegiatan *on air* yang telah tercantum dalam program siaran, Solo Radio juga menyelenggarakan kegiatan *off air* yang bersifat *community*

development, berdasarkan pengalaman puluhan tahun dari para personilnya. Misalkan: *rally mobil, turnamen tennis, music show, customer education, riset pemasaran, promo tour, road show, launching party*, dan lain-lain.

Personil Manajemen:

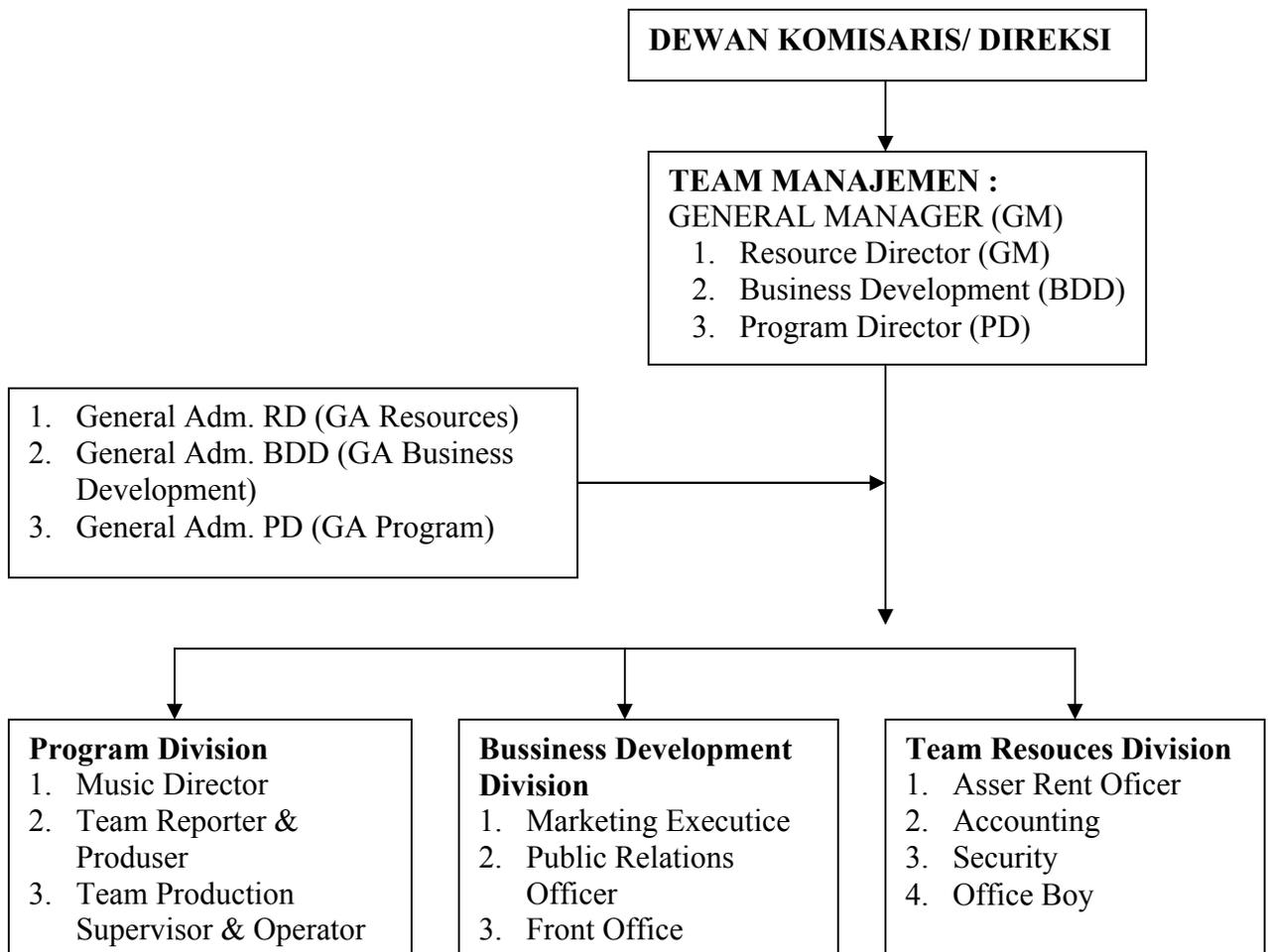
Personil dalam manajemen maupun operasional terdiri dari putra-putri terbaik di kota Solo yang terjaring dengan sistem perekrutan yang profesional. Manajer-manajer kuncinya memiliki pengalaman puluhan tahun, dan atau lulusan universitas-universitas terkemuka di Indonesia.

Komisaris:

Beberapa komisaris memiliki jaringan usaha yang sangat luas, baik sebagai pemegang saham maupun bermitra usaha di beberapa kota seperti, Solo, bandung, Jakarta, dan lain-lain.

Untuk penjelasan lebih lanjut, bisa dilihat dalam struktur organisasi Solo Radio, yang diambil dari *company profile* perusahaan Solo Radio di halaman berikut.

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
PT. RADIO BINTANG MEDIA SWARA
(SOLO RADIO)



Gb. 3. Bagan Struktur Organisasi Solo Radio

F. Spesifikasi Teknik

Data teknik standard dari Solo Radio adalah sebagai berikut. Pemancar: BE Inc, USA. *Solid State transmitter*, FM *Digital Audio Processor*, ERI, USA – 4 Bay *Circularly FM Antenna*, *Self-support Tower* 80 meter, *Audiotronics*, USA. 12 CH *Audio Mixer*, *Digital Radio automation systems*, *Digital audio Workstation for radio production*. Selain menggunakan peralatan siaran *professional* berstandard international, Solo Radio menambahkan teknologi yang belum dimiliki radio siaran lain di Solo maupun Jawa Tengah yang memungkinkan Solo Radio melayani lebih baik, lebih akurat dan lebih cepat kepada pendengar maupun mitra bisnis. Adapun frekuensi dari Solo Radio adalah FM 92.9 Mhz, dengan daya pancar 3000 watt. Daya sebesar itu mampu menghasilkan *coverage area* atau radius pancar sejauh 60 Km efektif. Adapun radius siarannya mencakupi wilayah Solo, Karanganyar, Wonogiri, Klaten, Boyolali, Sragen, Pacitan, Gunung Kidul, Jepara, dan masih banyak lagi.

G. Networking

Bagi para komisaris, Solo Radio merupakan akumulasi pengalamannya dalam mendirikan bisnis yang memenangkan persaingan usaha di bidangnya masing-masing secara sehat dan professional. Oleh karena itu usaha-usaha para

komisaris Solo Radio menjadi pilar utama dari jaringan usaha PT. Bintang Media Swara sebagai penyelenggara Solo Radio.

Perusahaan-perusahaan itu adalah Radio Ardan di Bandung, radio #1 di Bandung sejak 1984. Radio Cosmo, radio dangdut paling keren di Bandung sejak 2001. B Radio, radio yang peduli kesehatan di Bandung sejak 2001. Kallista, perusahaan *garment* orientasi ekspor di Solo sejak 1995. Putri Salju, perusahaan es di Solo sejak 1987. Orient Restaurant, restoran *Chinese Food* terkenal di kota Solo. PT. Panggung Motor, *main dealer* Yamaha Motor. Hotel Pondok Asri di Tawangmangu, penginapan paling eksklusif. Dan Farm, sebuah peternakan ayam, sapi, babi dan kambing.

H. Musik & Informasi

Musik yang disiarkan di Solo Radio sangat beragam jenis dan *genrenya*. Antara lain adalah musik yang termasuk dalam Top 40, atau musik yang sedang digemari di berbagai tangga lagu/*chart*. Lalu ada musik R&B, Rock, Pop (indie & mainstream), Musik Humor Solo dan Jazz yang disiarkan setiap hari Jum'at.

Untuk informasi yang disiarkan di Solo Radio antara lain, *Infotainment*, yang mencakupi informasi tentang musik, film, *modelling/fashion*, dan *showbiz*. Selain infotainment, informasi lain yang kerap disiarkan di Solo Radio adalah olahraga, dengan cakupan tennis (lokal Solo, Indonesia, serta *international tournament*), *Fitness* (lokal Solo, Indonesia, serta *international tournament*), Bulutangkis (lokal Solo, Indonesia, serta *international tournament*), Volley (lokal

Solo, Indonesia, serta *international tournament*), dan Basket (lokal Solo, Indonesia, serta *international tournament*).

Seni & budaya, baik itu yang lokal maupun internasional juga menjadi informasi yang kerap disajikan di Solo Radio. Cakupan dari seni dan budayanya antara lain, busana, kejawen, tari, teater, lukis, desain, tata boga, kriya, dan tata kota.

J. Deskripsi Program Acara Di Solo Radio

Solo Radio mengudara setiap hari dimulai dari pukul 05.30 pagi hingga 02.00 dini hari. Berikut adalah perincian acara-acara yang disiarkan di Solo Radio, dengan tabel jadwal dilampirkan sebagai gambar. Data diambil dari *company profile* dan data perusahaan.

1. Solo Baseline: Acara yang mengudara pertama kali di pagi hari. Mengetengahkan konsep *morning show*, dengan sisipan info-info yang terangkum dalam Solo Info. Pendengar dapat berinteraksi untuk mengikuti topik harian maupun hanya sekadar *merequest* lagu melalui telepon dan SMS. Dipandu oleh 2 orang penyiar dan memiliki tema yang berbeda-beda setiap harinya.

2. Court to Court: Acara *request* lagu-lagu dalam negeri yang diselingi dengan info-info terbaru. Pendengar dapat meminta lagu-lagu Indonesia kesukaan mereka melalui telepon dan SMS.

3. Solo Impact: Sebuah acara yang menasar target pendengar usia 18-25 tahun. Berisi berbagai macam tips dan trik seputar kehidupan, percintaan, karier dan gaya hidup. Dibawakan oleh 2 orang penyiar dengan gaya siaran yang lebih dewasa.

4. Cah Solo: Acara musik yang khusus memutar lagu-lagu lokal yang *cutting edge* dan masih *underrated*. Sekaligus sebagai media bagi musisi asal kota Solo untuk bisa memperdengarkan lagu-lagunya.

5. Volley Time: Acara *request* lagu-lagu mancanegara.

6. Solo Digital: Membahas seputar teknologi elektronik terbaru. Mulai dari *gadget, game, software/hardware* komputer hingga teknologi ponsel.

7. Sport Preview: Mengangkat topik tentang dunia olahraga dari berbagai macam cabang, seperti tenis, sepakbola, basket, F1, moto GP, dll.

8. Kongkow-Kongkow: Acara *full request*. Pendengar dapat meminta lagu kesukaan mereka, baik dalam maupun luar negeri dan berkirim salam melalui telepon dan SMS.

9. The Blue Sky: Acara yang membahas seputar dunia sepakbola. *Review* pertandingan, berita terbaru hingga kabar transfer pemain.

10. Abrakadabrar: Dengan *tagline* ‘masalah anda adalah masalah anda sendiri’, pendengar bisa menyampaikan keluhan mereka melalui telepon dan SMS. Dan sesuai *taglinenya*, penyiar tidak akan memberikan solusi dari masalah yang dialami oleh pendengar, melainkan hanya melontarkan gurauan seputar masalah itu sendiri. Sebuah acara hiburan.

11. AADC? (Ada Apa Dengan Cinema?): Sebuah acara yang berisi informasi seputar dunia film.

12. Kost in the City: Membahas topik seputar kehidupan anak kost dan sukadukanya. Mulai dari kost mahasiswa hingga pegawai. Setiap edisinya selalu mengundang kost tamu dan di akhir bulan, kost-kost tamu yang telah diundang tersebut akan dipertemukan dalam sebuah acara *battle*.

13. Dejiro: Sebuah acara yang membahas seputar budaya Jepang.

14. Sound D’Beat: Program acara yang khusus memutar lagu-lagu hip-hop, R&B, soul.

15. God Save The Pop: Acara berdurasi 2 jam yang khusus membahas serta memutar musik-musik dari band pop *cutting edge*, baik dari dalam maupun luar negeri.

16. Jomblo of the Week: Acara semacam kontak jodoh yang mengundang pendengar berstatus jomblo untuk berpartisipasi secara *on-air* sebagai tamu siaran.

17. Smash U'r Ass: Khusus memutar musik-musik keras, seperti *metal*, *hardcore*, *punk rock*, dll. Salah satu acara dengan *rating* tinggi dan digemari oleh banyak pendengar.

18. Boy's Talk: Acara dengan target pendengar berusia 18 tahun ke atas, yang membahas topik seputar seks.

19. Room 92.9: Acara berdurasi 2 jam yang disiarkan setiap sabtu malam, dan khusus memutar lagu-lagu *dance*, *electronica*, *trance*, *house*, *drum n bass*, dll.

20. Classic Spin: Sebuah acara yang mengajak pendengar untuk bernostalgia ke masa lalu melalui pengangkatan topik-topik yang berhubungan dengan masa lalu. Lagu yang diputar juga lagu-lagu lama.

21. Lek-Lekan Solo: Sebuah acara yang membahas masalah seni budaya dan seputar kehidupan anak muda. Disiarkan setiap hari selama seminggu penuh.

K. Deskripsi Program Acara Lek-Lekan Solo

Lek-Lekan Solo adalah sebuah program acara yang khusus membahas seputar masalah seni budaya dan kehidupan anak muda. Acara ini mengudara setiap hari selama seminggu mulai pukul 24.00-02.00 dini hari. Berformat interaktif, sehingga pendengar juga dapat turut berpartisipasi melalui telepon dan SMS. Target pendengar yang disasar adalah dengan usia 18-25 tahun.

Acara ini merupakan satu-satunya acara yang tidak dibawakan oleh penyiar reguler. Penyiar yang membawakan acara ini adalah Team Produser dan Production Supervisor. Tercatat ada 3 orang penyiar/Produser yang membawakan acara ini secara bergantian selama seminggu. Lek-Lekan Solo memiliki beberapa sub tema yang berlainan setiap harinya. Dengan perincian sebagai berikut:

1. Senin

Di hari Senin, acara Lek-Lekan dibawakan oleh Produser Gilang dan Production Supervisor Tomy. Format yang disajikan lebih mengarah ke anak muda, dengan topik-topik yang dibahas lebih ringan dan dapat dijumpai di kehidupan sehari-hari.

2. Selasa

Pada hari Selasa, Lek-Lekan dipandu oleh Produser Raka. Di hari Selasa ini, materi siaran yang dibawakan bertema besar seni. Narasumber yang rutin hadir setiap hari Selasa adalah Darsono. Ia adalah Pembantu Rektor 3 ISI Surakarta. Ia mengaitkan berbagai peristiwa sehari-hari dengan teori seni, yang, tentunya,

sudah dikuasainya. Narasumber yang terkadang mendampingi Darsono adalah seniman-seniman dari kota Solo.

3. Rabu

Produser Raka masih membawakan acara Lek-Lekan di hari Rabu. Ia mendatangkan seorang narasumber, yaitu Rus yang juga menjabat sebagai Ketua Guru Honorer se-Surakarta dan Ketua Forum Kebangsaan. Di hari Rabu ini, tema yang diangkat adalah seputar dunia teater. Dengan narasumber pengiring yang biasanya hadir dari perkumpulan teater di kota Solo, baik itu dari teater kampus, SMU maupun umum.

4. Kamis

Yang hadir sebagai narasumber di hari Kamis adalah Gusti Prabu. Dia adalah Dewan Kebijakan dari Dewan Kesenian Surakarta. Acara Lek-Lekan masih dipandu oleh Raka. Topik yang diangkat di hari Kamis adalah topik seputar masalah budaya. Gusti Prabu dan Raka biasanya selalu diiringi oleh komunitas Tari dari kota Solo dan pendengar Lek-Lekan Solo.

5. Jumat

Di hari Jum'at ini, Darsono kembali menjadi narasumber dengan penyiar yang membawakan acara adalah Raka. Namun di hari Jum'at ini, keduanya ditemani oleh komunitas Ketoprak Balekambang.

6. Sabtu

Penyiar yang membawakan acara Lek-Lekan di hari Sabtu adalah Produser Bollie dan Production Supervisor Dodo. Topik yang dibahas dan format siaran hampir sama seperti hari Senin, dengan menitik-beratkan pada topik yang ringan dan suasana santai yang coba dibangun lewat guyonan-guyonan segar.

7. Minggu

Di hari Minggu, Lek-Lekan menampilkan Ruang Sastra. Sesuai dengan namanya, Lek-Lekan mengundang komunitas-komunitas sastra di kota Solo. Beberapa komunitas yang secara rutin hadir sebagai narasumber adalah komunitas sastra Meja Bolong, tabloid sastra Alis dan Rumah sastra Pawon. Hari Minggu merupakan salah satu edisi Lek-Lekan yang cukup berbeda, karena biasanya narasumber membacakan puisi karya mereka dan juga membacakan puisi karya pendengar yang dikirim melalui layanan SMS.

L. Deskripsi Perkumpulan Pendengar Lek-Lekan Solo (Lek-Lekan Community)

Perkumpulan pendengar Lek-Lekan, atau yang dikenal dengan nama Lek-Lekan Community, pertama kali terbentuk pada tahun 2006. Perkumpulan ini dibentuk atas dasar prakarsa dari pendengar Lek-Lekan Solo. Mereka menginginkan adanya sebuah wadah yang bisa menampung mereka. Lalu usulan tersebut ditanggapi oleh Dedy, yang saat itu adalah pembawa acara Lek-Lekan Solo.

Lek-Lekan Community ini pertama kali berkumpul di Solo Radio pada bulan Desember 2006. Di pertemuan pertama tersebut hadir kurang lebih sekitar 100 orang. Perkumpulan ini bukanlah sebuah perkumpulan resmi, melainkan hanya sekelompok pendengar Lek-Lekan Solo yang ingin saling bertemu dengan sesamanya. Mereka umumnya menyenangi acara Lek-Lekan Solo karena acara ini adalah salah satu acara di radio swasta Solo yang masih beroperasi di atas jam 12 malam dan juga materi siaran dan penyiarinya dirasa sesuai dengan kesukaan mereka.

Lek-Lekan Community sendiri setelah pertemuan itu hingga sekarang, masih rutin bertandang ke Solo Radio pada saat acara mengudara. Mereka juga beberapa kali diundang ke dalam studio untuk siaran bersama dengan pembawa acara/penyiar. Hal itu dilakukan semata-mata sebagai bentuk kepedulian pihak radio, khususnya penyelenggara acara Lek-Lekan Solo yang ingin menghargai para pendengar setianya. Dan juga sekaligus sebagai wadah sosialisasi dan forum silaturahmi antara penyiar dan pendengar.

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini akan dideskripsikan tentang motivasi, perilaku dan kepuasan dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Pendeskripsian tersebut didasarkan pada hasil penyebaran kuesioner kepada anggota perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo sebagai responden dalam penelitian ini.

Terdapat tiga variabel yaitu variabel independent (X) dengan motivasi mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Variabel dependen (Y), yaitu kepuasan dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Kemudian variabel *intervening* yang dapat ikut mempengaruhi tingkat kepuasan, yaitu perilaku mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio.

A. Variabel Independen Motivasi mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo

Untuk mengukur variabel independen motivasi mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio, penulis menggunakan beberapa indikator yaitu:

- a. Untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya.
- b. Untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda
- c. Untuk mendapatkan hiburan atau kesenangan
- d. Untuk mengisi waktu luang
- e. Untuk sarana relaksasi atau penyaluran emosi
- f. Untuk membagi pengalaman dengan orang lain
- g. Untuk membantu pergaulan anda
- h. Untuk memperkuat hubungan dengan orang lain
- i. Untuk mempunyai referensi untuk memecahkan masalah

Dari pertanyaan tersebut diatas, masing-masing diberikan pilihan jawaban:

- a. Setuju, diberi nilai 3
- b. Kurang Setuju, diberi nilai 2
- c. Tidak Setuju, diberi nilai 1

1. Memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya.

Untuk mengetahui data tentang informasi yang berhubungan dengan seni budaya., diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio karena ingin mendapat informasi yang berhubungan dengan seni budaya?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1

Motivasi memperoleh informasi tentang seni budaya

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	38	76 %
2.	Kurang Setuju	8	16 %
3.	Tidak Setuju	4	8 %
	Jumlah	50	100 %

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no 1)

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo mendengarkan program acara Lek-Lekan untuk mendapatkan informasi tentang seni budaya , terbukti sebanyak 76 % responden termasuk dalam kategori yang setuju.

2. Memperoleh informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda

Untuk mengetahui data tentang informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda, maka diajukan pertanyaan sebagai berikut: “Apakah anda mendengarkan program acara *Lek-Lekan Solo* di *Solo Radio* karena ingin mendapat informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda?”.

. Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Motivasi memperoleh informasi tentang kehidupan anak muda

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	16	32 %
2.	Kurang Setuju	28	56 %
3.	Tidak Setuju	6	12 %
	Jumlah	50	100 %

Sumber : Data Primer (Kuisisioner no 2)

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendengar yang ingin memperoleh informasi seputar kehidupan anak muda cukup berimbang. Sebanyak 32 % pendengar menyatakan setuju, sementara 56% pendengar menyatakan kurang setuju. Dan 12% sisanya menyatakan tidak setuju.

3. Mendapatkan hiburan atau kesenangan

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan untuk mendapatkan hiburan atau kesenangan, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio karena ingin mendapat hiburan atau kesenangan?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Motivasi memperoleh hiburan atau kesenangan

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	31	62%
2.	Kurang Setuju	18	36%
3.	Tidak Setuju	1	12%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer (Kuisisioner no.3)

Sesuai dengan data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo untuk mendapatkan hiburan atau kesenangan. Hal itu terbukti bahwa lebih dari 50% responden, atau lebih tepatnya 62% dari responden menyatakan setuju dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo untuk mendapatkan hiburan atau kesenangan.

4. Mengisi waktu luang

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan untuk mengisi waktu luang, diajukan pertanyaan sebagai berikut :

“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio karena ingin mengisi waktu luang?”.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Motivasi mengisi waktu luang

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	21	42%
2.	Kurang Setuju	25	50%
3.	Tidak Setuju	4	8%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer (Kuisisioner no. 4)

Berdasarkan hasil tabel diatas, persentasi tertinggi berada pada jawaban Kurang Setuju, yaitu 50%. Dari data tersebut terlihat bahwa program acara Lek-Lekan Solo kurang digunakan sebagai sarana mengisi waktu luang.

5. Sarana relaksasi atau penyaluran emosi

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana relaksasi atau penyaluran emosi, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan*

Solo di Solo Radio karena ingin mendapatkan sarana relaksasi atau penyaluran emosi ?”.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5
Motivasi mendapatkan sarana relaksasi atau penyaluran emosi

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	30	60%
2.	Kurang Setuju	10	20%
3.	Tidak Setuju	10	20%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer (Kuisisioner no. 5)

Sesuai data diatas, lebih dari separuh jumlah responden atau 60% menggunakan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana relaksasi atau penyaluran emosi. Sementara yang kurang setuju maupun tidak setuju sama-sama berimbang, yaitu masing-masing 20%.

6. Pembagian pengalaman dengan orang lain

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana pembagian pengalaman dengan orang lain, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio karena ingin membagi pengalaman dengan orang lain?”* .

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Motivasi membagi pengalaman dengan orang lain

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	31	62%
2.	Kurang Setuju	15	30%
3.	Tidak Setuju	4	8%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer (Kuisisioner no.6)

Hasil menunjukkan bahwa separuh lebih dari responden yakni 62% mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana pembagian pengalaman dengan orang lain. Sedangkan hanya 8% yang tidak mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana pembagian pengalaman dengan orang lain.

7. Membantu dalam pergaulan sehari-hari

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana pembagian pengalaman dengan orang lain, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio karena ingin membantu dalam pergaulan sehari-hari?”*.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Motivasi membantu dalam pergaulan sehari-hari

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	26	52%

2.	Kurang Setuju	16	32%
3.	Tidak Setuju	8	16%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer (Kuisisioner no.7)

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden (52%) mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo untuk membantu mereka dalam pergaulan sehari-hari.

8. Memperkuat hubungan dengan orang lain

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana memperkuat hubunga dengan orang lain, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio karena ingin memperkuat hubungan dengan orang lain?”*.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8
Motivasi memperkuat hubungan dengan orang lain

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	29	58%
2.	Kurang Setuju	13	26%
3.	Tidak Setuju	8	16%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.8)

Hasil menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden yakni 58% mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo karena ingin memperkuat hubungan dengan orang lain. Mereka melihat adanya kesamaan sebagai pendengar program acara Lek-Lekan Solo.

9. Sarana referensi memecahkan masalah

Untuk mengetahui data tentang kebutuhan responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sebagai sarana referensi memecahkan masalah, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio sebagai referensi memecahkan masalah?”*.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9
Motivasi sarana referensi memecahkan masalah

No	Kategori	F	%
1.	Setuju	31	62%
2.	Kurang Setuju	13	26%
3.	Tidak Setuju	6	12%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.9)

Hasil menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden yakni 62% mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo karena ingin mendapatkan sarana referensi

dalam memecahkan masalah. Mereka melihat program acara Lek-Lekan Solo menawarkan referensi dalam memecahkan masalah yang sedang mereka hadapi.

Sebagai kesimpulan dari hasil pertanyaan yang terangkum dalam variabel motivasi, dijabarkan per poin dalam tabel dibawah ini.

Tabel 10
Tabel kesimpulan variabel motivasi

No	Kategori	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1.	Motivasi memperoleh informasi seni budaya	38 responden (76 %)	8 rponden (16 %)	4 responden (8 %)
2.	Motivasi memperoleh informasi tentang kehidupan anak muda	16 responden (32 %)	28 responden (56%)	6 responden (12%)
3.	Motivasi mendapatkan hiburan atau kesenangan	31 responden (62%)	18 responden (36%)	1 responden (12%)
4.	Motivasi mengisi waktu luang	21 responden (42 %)	25 responden (50%)	4 responden (8%)
5.	Motivasi sarana relaksasi atau penyaluran emosi	30 responden (60%)	10 responden (20%)	10 responden (20%)
6.	Motivasi membagi pengalaman dengan orang lain	31 responden (62%)	15 responden (30%)	4 responden (8%)
7.	Motivasi membantu pergaulan	26 responden (52%)	16 responden (32%)	8 responden (16%)
8.	Motivasi memperkuat hubungan dengan orang lain	29 responden (58%)	13 responden (26%)	8 responden (16%)

9.	Motivasi referensi untuk memecahkan masalah	31 responden (62%)	13 responden (26%)	6 responden (12%)
----	---	-----------------------	-----------------------	-------------------

Dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dari variabel motivasi, terlihat bahwa sebagian besar motivasi responden dalam mendengarkan acara Lek-Lekan Solo adalah untuk memperoleh informasi tentang seni budaya.

B. Variabel Intervening perilaku mendengarkan program acara Lek-Lekan

Solo

Untuk mengukur variabel intervening perilaku mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio, penulis menggunakan indikator yaitu:

- a. Frekuensi mendengarkan.
- b. Lama waktu mendengarkan
- c. Tingkat perhatian dalam mendengarkan
- d. Kebiasaan pendengar dalam mendengarkan
- e. Tingkat interaksi pendengar dalam mendengarkan
- f. Penggunaan media lain dalam memperoleh informasi seputar seni budaya
- g. Pendiskusian materi acara
- h. Pemilihan penyiar sebagai penentuan dalam mendengarkan
- i. Pemilihan lagu-lagu yang diputar sebagai penentuan dalam mendengarkan
- j. Hari apa saja dalam mendengarkan

10. Frekuensi mendengarkan

Untuk mengetahui data tentang frekuensi responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : “*Seberapa sering anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio dalam 1 (satu) minggu?*” dari pertanyaan tersebut diberikan pilihan jawaban :

- a. 5-7 kali seminggu diberi nilai 3
- b. 3-4 kali seminggu diberi nilai 2
- c. 1-2 kali seminggu diberi nilai 1.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11
Frekuensi mendengarkan Lek-Lekan Solo

No	Kategori	F	%
1.	5-7 kali seminggu	20	40%
2.	3-4 kali seminggu	15	30%
3.	1-2 kali seminggu	15	30%
	Jumlah	50%	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.10)

Hasil dari data ini menunjukkan bahwa perbedaan intensitas mendengarkan tidak begitu besar. Sebanyak 40% responden mendengarkan sebanyak 5-7 kali dalam seminggu. Sementara yang mendengarkan sebanyak 1-2 hingga 3-4 kali berimbang, masing-masing sebanyak 30% responden.

11. Lama waktu mendengarkan

Untuk mengetahui data tentang lama waktu yang responden gunakan dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut :

“Berapa lama waktu yang anda gunakan dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio dalam 1 (satu) episode?”. Dari pertanyaan tersebut diberikan pilihan jawaban :

- a. 90-120 menit diberi nilai 3
- b. 60-90 menit diberi nilai 2
- c. 30-60 menit diberi nilai 1.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12
Lama waktu mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo

No	Kategori	F	%
1.	90-120 menit	28	56%
2.	60-90 menit	8	16%
3.	30-60 menit	14	4%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.11)

Dari data ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo dalam waktu 90-120 menit per episode, dilihat dari jumlah responden yang menjawabnya sebesar 56%.

12. Tingkat perhatian dalam mendengarkan

Untuk mengetahui data tentang tingkat perhatian responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : “*Bagaimanakah tingkat perhatian anda dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio?*”. Dari pertanyaan tersebut diberikan pilihan jawaban :

- a. Mendengarkan tanpa diselingi aktivitas lain diberi nilai 3
- b. Mendengarkan dengan diselingi aktivitas lain diberi nilai 2
- c. Mendengarkan dengan sepintas lalu diberi nilai 1.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 13
Tingkat perhatian dalam mendengarkan

No	Kategori	F	%
1.	Mendengarkan tanpa diselingi aktivitas lain	7	14%
2.	Mendengarkan dengan diselingi aktivitas lain	39	78%
3.	Mendengarkan dengan sepintas lalu	4	8%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.12)

Data menunjukkan bahwa tidak banyak responden yang mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo tanpa diselingi aktivitas lain, hanya sebanyak 14%. Sementara jumlah mayoritas responden, atau sebanyak 78%, mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo sembari diiringi dengan aktivitas lain.

13. Kebiasaan dalam mendengarkan

Untuk mengetahui data tentang kebiasaan responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio bersama dengan orang lain?”*. Dari pertanyaan tersebut diberikan pilihan jawaban :

- a. Selalu diberi nilai 3
- b. Kadang-kadang diberi nilai 2

c. Tidak Pernah diberi nilai 1.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 14
Kebiasaan dalam mendengarkan

No	Kategori	F	%
1.	Selalu	9	18%
2.	Kadang-kadang	28	56%
3.	Tidak Pernah	13	26%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.13)

Hasil menunjukkan bahwa 56% responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo kadang-kadang dengan orang lain. Sementara yang selalu mendengarkan dengan orang lain hanya sebanyak 18%.

14. Tingkat interaksi dalam mendengarkan

Untuk mengetahui data tentang tingkat interaksi responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio turut berinteraksi melalui telepon dan SMS?”*.

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 15
Tingkat interaksi dalam mendengarkan

No	Kategori	F	%
1.	Selalu	5	10%

2.	Kadang-kadang	31	62%
3.	Tidak Pernah	14	28%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.14)

Hasil diatas dapat menunjukkan bahwa sebanyak 62% responden kadang-kadang turut berinteraksi dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo Sedangkan yang selalu turut berinteraksi hanya 10%.

15. Penggunaan media lain sebagai sumber informasi

Untuk mengetahui data tentang responden yang menggunakan media lain dalam mencari informasi seputar seni budaya selain mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda menggunakan media lain selain program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio dalam mencari informasi seputar seni budaya?”*

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 16
Penggunaan media lain sebagai sumber informasi

No	Kategori	F	%
1.	Selalu	22	44%
2.	Kadang-kadang	18	36%

3.	Tidak Pernah	10	20%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.15)

Data menunjukkan sebanyak 44% responden atau jumlah mayoritas, menggunakan media lain selain program acara Lek-Lekan Solo dalam mencari informasi seputar seni budaya. Sementara sebanyak 36% responden kadang-kadang menggunakan media lain dan 20% responden selalu menggunakan program acara Lek-Lekan Solo sebagai tempat mencari informasi seputar seni budaya.

16. Pendiskusan materi acara

Untuk mengetahui data tentang responden yang mendiskusikan materi acara Lek-Lekan Solo dengan orang lain, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendiskusikan dengan orang lain apa yang anda dapatkan dari program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio dalam mencari informasi seputar seni budaya?”*

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 17
Pendiskusan materi acara dengan orang lain

No	Kategori	F	%
1.	Selalu	5	10%
2.	Kadang-kadang	25	50%
3.	Tidak Pernah	20	40%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.16)

Hasil diatas menunjukkan, mayoritas responden (50%), kadang-kadang mendiskusikan apa yang mereka dapatkan dari materi program acara Lek-Lekan Solo. Hanya 10% responden yang selalu mendiskusikannya, sementara 40% sisanya tidak pernah mendiskusikan dengan orang lain apa yang mereka dapatkan dari materi program acara Lek-Lekan Solo.

17. Pemilihan penyiar yang membawakan acara sebagai dasar dalam mendengarkan.

Untuk mengetahui data tentang responden yang memilih penyiar sebagai bahan pertimbangan dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio berdasarkan pemilihan penyiar?”*

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 18
Pemilihan penyiar

No	Kategori	F	%
1.	Selalu	19	38%
2.	Kadang-kadang	20	40%
3.	Tidak Pernah	11	22%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.17)

Data menunjukkan kalau mayoritas responden yang berjumlah sebanyak 40% kadang-kadang memilih penyiar yang membawakan acara dalam mendengarkan program

acara Lek-Lekan Solo. Sementara yang selalu memilih penyiar dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo hanya berjumlah sebanyak 38% responden.

18. Pemilihan lagu yang diputar sebagai dasar dalam mendengarkan

Untuk mengetahui data tentang responden yang memilih pemilihan lagu yang diputar sebagai bahan pertimbangan dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah anda mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio berdasarkan pemilihan lagu yang diputar?”*

Data yang terkumpul dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 19
Pemilihan lagu

No	Kategori	F	%
1.	Selalu	5	10%
2.	Kadang-kadang	23	46%
3.	Tidak Pernah	22	44%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.18)

Hasil yang didapat membuktikan bahwa mayoritas responden tidaklah mendasari pemilihan lagu yang diputar sebagai acuan untuk mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo. Nilai tertinggi terdapat pada responden yang kadang-kadang mendasari pemilihan lagu, sementara data responden yang tidak pernah mendasari pemilihan lagu sebagai acuan juga tidak jauh berbeda, yaitu sebanyak 44%.

Sebagai kesimpulan dari hasil pertanyaan yang terangkum dalam variabel motivasi, dijabarkan per poin dalam tabel dibawah ini.

Tabel 20
Tabel kesimpulan variabel perilaku

No	Kategori	A	B	C
1.	Frekuensi mendengarkan	5-7 kali dalam seminggu: 20 responden (40%)	3-4 kali dalam seminggu: 15 responden (30%)	1-2 kali dalam seminggu: 15 responden (30%)
2.	Lama waktu mendengarkan	90-120 menit: 28 responden (56%)	60-90 menit: 8 responden (16%)	30-60 menit: 14 responden (4%)
3.	Tingkat perhatian dalam mendengarkan	Mendengarkan tanpa diselingi aktivitas lain: 7 responden (14%)	Mendengarkan dengan diselingi aktivitas lain: 39 responden (78%)	Mendengarkan dengan sepintas lalu: 4 responden (8%)
4.	Kebiasaan pendengar dalam mendengarkan	9 responden (18%)	28 responden (56%)	13 responden (26%)
5.	Tingkat interaksi pendengar	5 responden (10%)	31 responden (62%)	14 responden (28%)
6.	Penggunaan media lain dalam memperoleh informasi seputar seni budaya	22 responden (44%)	18 responden (36%)	10 responden (20%)
7.	Pendiskusian materi acara	5 responden (10%)	25 responden (50%)	20 responden (40%)
8.	Pemilihan penyiar	19 responden (38%)	20 responden (40%)	11 responden (22%)
9.	Pemilihan lagu	5 responden (10%)	23 responden (46%)	22 responden (44%)

Dari tabel diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Responden yang mendengarkan Lek-Lekan Solo sebanyak 5-7 kali dalam seminggu sebanyak 20 responden. Sebanyak 28 responden (56%) mendengarkan Lek-Lekan Solo selama 90-120 menit dalam satu episode. Responden yang mendengarkan dengan diselingi aktivitas lain sebanyak 39 responden (78%).

Jumlah responden yang tidak selalu berinteraksi melalui telepon dan SMS sebanyak 31 responden (62%). Jumlah responden yang tidak selalu mendengarkan dengan orang lain sebanyak 28 responden (56%). Sebanyak 22 responden (44%) selalu menggunakan media lain selain Lek-Lekan Solo untuk mencari informasi tentang seni budaya.

Sebanyak 25 responden (50%) tidak selalu mendiskusikan dengan orang lain materi yang mereka dapatkan dari Lek-Lekan Solo. Sebanyak 20 responden (40%) tidak selalu mendasari pemilihan penyiar sebagai bahan pertimbangan dalam mendengarkan. Dan sebanyak 23 responden (46%) tidak selalu mendasari pemilihan lagu yang diputar sebagai bahan pertimbangan dalam mendengarkan Lek-Lekan Solo.

C. Variabel Dependen Kepuasan mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio

Untuk mengukur variabel dependen kepuasan mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio, penulis menggunakan indikator yaitu:

- a. Kepuasan dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya.
- b. Kepuasan dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda
- c. Kepuasan dalam mendapatkan hiburan atau kesenangan
- d. Kepuasan dalam mengisi waktu luang
- e. Kepuasan dalam sarana relaksasi atau penyaluran emosi
- f. Kepuasan dalam membagi pengalaman dengan orang lain
- g. Kepuasan dalam membantu pergaulan anda
- h. Kepuasan dalam memperkuat hubungan dengan orang lain
- i. Kepuasan dalam mempunyai referensi untuk memecahkan masalah

Dari pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas, disediakan pilihan jawaban sebagai berikut:

- a. Memenuhi diberi nilai 3
- b. Cukup Memenuhi diberi nilai 2
- c. Tidak Memenuhi diberi nilai 1

19. Kepuasan dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan seni budaya., diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan informasi yang berhubungan dengan seni budaya?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 21
Kepuasan dalam memperoleh informasi seni budaya

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	25	50%
2.	Cukup Memenuhi	24	48%
3.	Tidak Memenuhi	1	2%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.20)

Hasil diatas menunjukkan bahwa responden sebanyak 50% terpenuhi kebutuhan informasinya akan seni budaya ketika mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo. Sedangkan yang cukup terpenuhi kebutuhan informasinya sebanyak 48%.

20. Kepuasan dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda., diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan informasi yang berhubungan dengan seputar kehidupan anak muda?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 22
Kepuasan dalam memperoleh informasi tentang anak muda

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	7	14%
2.	Cukup Memenuhi	39	78%
3.	Tidak Memenuhi	4	8%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.21)

Hasil tabel menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang cukup terpenuhi kebutuhannya atas informasi seputar kehidupan anak muda, sebanyak 78%. Dan hanya 14% yang benar-benar terpenuhi kebutuhannya akan informasi seputar kehidupan anak muda.

21. Kepuasan dalam mendapatkan hiburan atau kesenangan.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam mendapatkan hiburan atau kesenangan, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan mendapatkan hiburan atau kesenangan?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 23
Kepuasan dalam memperoleh hiburan atau kesenangan

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	14	28%

2.	Cukup Memenuhi	33	66%
3.	Tidak Memenuhi	3	6%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.22)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak cukup terpenuhi kebutuhannya akan mendapatkan hiburan atau kesenangan, yaitu sebanyak 66%. Sedangkan hanya 28% yang benar-benar tercukupi kebutuhannya.

22. Kepuasan dalam pengisian waktu luang.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam pengisian waktu luang, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan pengisian waktu luang?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 24
Kepuasan dalam mengisi waktu luang

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	16	32%
2.	Cukup Memenuhi	32	64%
3.	Tidak Memenuhi	2	4%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.23)

Data diatas menunjukkan bahwa hanya 32% responden yang terpenuhi kebutuhannya akan pengisian waktu luang. Mayoritas responden, atau sebanyak 64% hanya merasa cukup terpenuhi kebutuhannya akan pengisian waktu luang di dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo.

23. Kepuasan dalam sarana relaksasi atau penyaluran emosi.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam sarana relaksasi atau penyaluran emosi, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan sarana relaksasi atau penyaluran emosi?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 25
Kepuasan akan sarana relaksasi atau penyaluran emosi

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	28	56%
2.	Cukup Memenuhi	17	34%
3.	Tidak Memenuhi	5	10%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.24)

Hasil diatas dapat dilihat bahwa lebih besar responden terpenuhi kebutuhannya akan sarana relaksasi atau penyaluran emosi, yaitu sebanyak 50%. Sedangkan 34% responden cukup terpenuhi dan 10% sisanya tidak terpenuhi kebutuhannya akan sarana relaksasi atau penyaluran emosi.

24. Kepuasan dalam pembagian pengalaman dengan orang lain.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam pembagian pengalaman dengan orang lain, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan pembagian pengalaman dengan orang lain?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 26
Kepuasan akan pembagian pengalaman dengan orang lain

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	23	46%
2.	Cukup Memenuhi	20	40%
3.	Tidak Memenuhi	7	14%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.25)

Berdasarkan data tabel diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa porsi responden yang tercukupi dan cukup terpenuhi kebutuhannya akan pembagian pengalaman dengan

orang lain dalam mendengarkan Lek-Lekan Solo tidak jauh berbeda. Sebanyak 46% merasa tercukupi dan 40% merasa cukup terpenuhi.

25. Kepuasan dalam membantu pergaulan sehari-hari.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam membantu pergaulan sehari-hari, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan membantu pergaulan sehari-hari?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 27
Kepuasan dalam membantu pergaulan sehari-hari

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	22	44%
2.	Cukup Memenuhi	16	32%
3.	Tidak Memenuhi	12	24%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.26)

Berdasarkan hasil tabel diatas bahwa kurang dari setengah responden yang merasa tercukupi (44%), sedangkan 32% merasa cukup terpenuhi kebutuhannya akan membantu pergaulan sehari-hari.

26. Kepuasan dalam memperkuat hubungan dengan orang lain.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam memperkuat hubungan dengan orang lain, diajukan pertanyaan sebagai berikut : *“Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan memperkuat hubungan dengan orang lain?”*.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 28
Kepuasan dalam memperkuat hubungan dengan orang lain

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	20	40%
2.	Cukup Memenuhi	18	36%
3.	Tidak Memenuhi	12	24%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.27)

Sebanyak 40% responden merasa tercukupi kebutuhannya akan memperkuat hubungan dengan orang lain dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio. Porsi yang tercukupi dan tidak tercukupi kebutuhannya masing-masing 36% dan 24%.

27. Kepuasan dalam sarana referensi untuk memecahkan masalah.

Untuk mengetahui data tentang kepuasan responden dalam sarana referensi untuk memecahkan masalah, diajukan pertanyaan sebagai berikut : “*Apakah program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio memenuhi kebutuhan anda akan sarana referensi untuk memecahkan masalah?*”.

Data yang terkumpul dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 29
Kepuasan akan sarana referensi memecahkan masalah

No	Kategori	F	%
1.	Memenuhi	24	48%
2.	Cukup Memenuhi	19	38%
3.	Tidak Memenuhi	7	14%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuisisioner no.28)

Data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden, atau sebanyak 48% merasa terpenuhi kebutuhannya dalam sarana referensi untuk memecahkan masalah ketika mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo.

Sebagai kesimpulan dari hasil pertanyaan yang terangkum dalam variabel kepuasan, dijabarkan per poin dalam tabel dibawah ini.

Tabel 30
Tabel kesimpulan variabel kepuasan

No	Kategori	Memenuhi	Cukup Memenuhi	Tidak Memenuhi
1.	Kepuasan memperoleh informasi seni budaya	25 responden (50%)	24 responden (48%)	1 responden (2%)
2.	Kepuasan memperoleh informasi tentang kehidupan anak muda	7 responden (14%)	39 responden (78%)	4 responden (8%)
3.	Kepuasan mendapatkan hiburan atau kesenangan	14 responden (28%)	33 responden (66%)	3 responden (6%)
4.	Kepuasan mengisi waktu luang	16 responden (32%)	32 responden (64%)	2 responden (4%)
5.	Kepuasan sarana relaksasi atau penyaluran emosi	28 responden (56%)	17 responden (34%)	5 responden (10%)
6.	Kepuasan membagi pengalaman dengan orang lain	23 responden (46%)	20 responden (40%)	7 responden (14%)
7.	Kepuasan membantu pergaulan sehari-hari	22 responden (44%)	16 responden (32%)	12 responden (24%)
8.	Kepuasan memperkuat hubungan dengan orang lain	20 responden (40%)	18 responden (36%)	12 responden (24%)
9.	Kepuasan referensi untuk memecahkan masalah	24 responden (48%)	19 responden (38%)	7 responden (14%)

Dari data yang disajikan dalam bentuk tabel diatas, dapat dilihat kalau sebanyak 25 responden atau 50% dari jumlah keseluruhan, merasa terpenuhi kebutuhannya akan informasi seputar seni budaya.

BAB IV

ANALISA DATA

Dalam bab ini akan membahas hubungan antar variabel untuk menguji hipotesa seperti yang telah dirumuskan dalam bab pendahuluan berdasarkan data-data yang

diperoleh dari kuesioner yang diberikan pada responden. Hubungan antar variabel yang akan diuji adalah sebagai berikut :

- a. Hubungan antara motivasi mendengarkan acara Lek-Lekan Solo (sebagai variabel X) dengan perilaku mendengarkan Lek-Lekan Solo (sebagai variabel Z)
- b. Hubungan antara perilaku mendengarkan acara Lek-Lekan Solo (sebagai Variabel Z) dengan kepuasan mendengarkan acara Lek-Lekan Solo (Sebagai variabel Y)

Untuk mengetahui hubungan tersebut digunakan analisa statistik Tata Jenjang Spearman dengan rumus sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

$$\sum_x 2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TX$$

$$\sum_y 2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty$$

Keterangan :

r_s = Koefisien Korelasi Tata Jenjang Spearman

X^2 = Jumlah rangking kembar pada variabel X

y^2 = jumlah rangking kembar pada variabel Y

d^2 = kuadrat jumlah beda jenjang variabel X dan variabel Y

- N = Jumlah sampel
- T_x = Rangking kembar pada variabel X
- T_y = Rangking kembar pada variabel Y
- T = Jumlah Rangking kembar
- 2,3,12 = Nilai konstan

Sampel penelitian sebesar 50 responden, termasuk dalam kategori sampel besar, hasil perhitungan r_s yang diperoleh tidak dapat langsung dikonsultasikan dengan tabel harga kritik. Menurut Siegel untuk sampel sebanyak 10 atau lebih ($N \geq 10$), r_s yang diperoleh harus diuji dengan menghitung nilai t. adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}}$$

Dimana :

- t = harga signifikan korelasi
- r_s = koefisien korelasi Tata Jenjang Speraman
- N = Jumlah sampel

A. Hubungan antara Motivasi mendengarkan Lek-Lekan Solo (X) dengan Perilaku mendengarkan (Z)

Untuk mencari nilai koefisien variabel X dengan variabel Z dilakukan dengan scoring data untuk menentukan rangkingnya. Karena dari data yang dikumpulkan terdapat nilai yang sama, maka langkahnya dengan menyesuaikan jenjang-jenjang yang sama tersebut.

Hubungan nilai dan rangking antara Motivasi mendengarkan Lek-Lekan Solo (X) dengan Perilaku mendengarkan Lek-Lekan Solo (Z) dan cara mencari $\sum d$ dipaparkan dalam lampiran. Sedangkan untuk mencari rangking yang disesuaikan pada variabel X dan cara mencari nilai T pada variabel X juga cara untuk mencari rangking yang disesuaikan pada variabel Z dan cara mencari nilai T pada variabel Z. Agar lebih jelas, perhitungan rangking yang disesuaikan dan nilai T pada kedua variabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 31

Tabel Kerja untuk mencari Rangking yang disesuaikan pada Variabel X

No	Nilai	Jumlah Kembar	Rangking yang disesuaikan
1	25	5	$(2+3+4+5+6) : 5 = 4$
2	24	13	$(7+8\dots+19) : 13 = 13$
3	23	12	$(20+21\dots+31) : 12 = 25.5$
4	22	5	$(32+33+34+35+36) : 5 = 34$
5	21	2	$(37+38) : 2 = 37.5$
6	20	3	$(39+40+41) : 3 = 40$
7	18	4	$(43+44+45+46) : 4 = 44.5$
8	17	3	$(47+48+49) : 3 = 48$

Setelah menemukan rangking yang disesuaikan, selanjutnya mencari nilai T dalam tabel berikut :

Tabel 32

Tabel kerja mencari nilai T pada Variabel Independen (X)

No	Nilai	Jumlah Kembar	$T = (t^3 - t):12$
1	25	5	10
2	24	13	182
3	23	12	143
4	22	5	10
5	21	2	0,5
6	20	3	2
7	18	4	5
8	17	3	2
Jumlah		$\sum Tx$	354,5

Setelah nilai-nilai tersebut diketahui, maka langsung dicari \sum_{x^2} yaitu:

$$\begin{aligned}\sum_{x^2} &= \frac{N^3 - N}{12} - \sum TX \\ &= \frac{50^3 - 50}{12} - 354,5 \\ &= 10412,5 - 354,5 \\ &= 10058\end{aligned}$$

Langkah berikutnya adalah mencari \sum_{z^2} , langkah awalnya sama dengan variabel X, yaitu mencari rangking yang disesuaikan dan mencari Tz terlebih dahulu. Berikut adalah tabel perhitungan rangking yang disesuaikan pada variabel Z:

Tabel 33

Tabel Kerja untuk Mencari Rangkaing Yang Disesuaikan pada Variabel Z

No	Nilai	Jumlah Kembar	Rangkaing yang disesuaikan
1	23	3	$(2+3+4) : 3 = 3$
2	22	3	$(5+6+7) : 3 = 6$
3	21	5	$(8+9+\dots+12) : 5 = 10$
4	20	4	$(13+14+15+16) : 4 = 14,5$
5	19	10	$(17+18\dots+26) : 10 = 21,5$
6	18	6	$(27+28\dots+32) : 6 = 29,5$
7	17	2	$(33+34) : 2 = 33,5$
8	16	5	$(35+36+37+38+39) : 5 = 37$
9	14	6	$(40+41\dots+45) : 6 = 42,5$
10	11	3	$(48+49+50) : 3 = 49$

Tabel 34

Tabel Kerja untuk Mencari Nilai T pada Variabel Dependen (Z)

No	Nilai	Jumlah Kembar	T = (t ³ -t):12
1	23	3	2
2	22	3	2
3	21	5	10
4	20	4	5
5	19	10	82,5
6	18	6	17,5
7	17	2	0,5
8	16	5	10
9	14	6	17,5
10	11	3	2
Jumlah		$\sum Tz$	149

Setelah nilai tersebut diketahui, maka langsung dicari $\sum z^2$, yaitu :

$$\begin{aligned}\sum z^2 &= \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty \\ &= \frac{50^3 - 50}{12} - 149 \\ &= 10412,5 - 149 \\ &= 9993,5\end{aligned}$$

Setelah nilai nilai tersebut diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari nilai rs. Setelah rangking disesuaikan, kemudian dicari selisih antara variabel independen dan variabel dependen, yang disebut dengan nilai d_i (lihat halaman lampiran) untuk dikuadratkan menjadi d_i^2 . Selanjutnya dari kuadrat selisih antara kedua rangking tersebut dicari nilai rs dan dari perhitungan d_i kemudian dijumlahkan secara keseluruhan menjadi $\sum d_i^2$, Setelah melalui proses penghitungan diatas, maka dapat dihitung nilai r_s dari hubungan variabel x dengan variabel z.

$$\begin{aligned}
 r_s &= \frac{\sum x^2 + \sum z^2 - \sum d_i^2}{\sqrt{(\sum x^2) \cdot (\sum z^2)}} \\
 &= \frac{10058 + 9993,5 - 12438,5}{\sqrt{10058 \times 9993,5}} \\
 &= \frac{7613}{\sqrt{100514623}} \\
 &= \frac{7613}{2.10025,70} \\
 &= 0,379
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rs sebesar 0,379. Hasil perhitungan tersebut belum dapat dikonsultasikan dengan tabel harga kritik t, karena sampel yang digunakan dalam penelitian lebih dari 10 responden. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen maka dicari nilai kritik student (t) dengan rumus :

$$\begin{aligned}
t &= r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \\
&= 0,379 \sqrt{\frac{48}{1-0,143641}} \\
&= 0,379 \sqrt{\frac{48}{0,856359}} \\
&= 0,379 \cdot \sqrt{56,06} \\
&= 0,462 \cdot 7,49 \\
&= 3,460
\end{aligned}$$

Apabila nilai tersebut dicocokkan dengan nilai kritik student dengan memperhatikan derajat kebebasan $df = N - 2 = 50 - 2 = 48$ serta taraf signifikannya 0.05 maka nilai t terletak antara angka 40 dan 60 sehingga nilai t yang dicari adalah 3,460 dan dapat diketahui t tabelnya antara 1,684 dan 1,671. dari hasil tersebut jelas bahwa harga t tabel lebih kecil dari t hitung ($3,460 > 1,684 > 1,671$). Jadi, kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

”Ada hubungan yang signifikan antara motivasi mendengarkan dengan perilaku mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio bagi perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo/Lek-Lekan Community”

Dengan dasar pengujian itu pula berarti dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang dirumuskan dalam bab pendahuluan dapat diterima.

B. Hubungan antara Perilaku mendengarkan (Z) dengan Kepuasan mendengarkan (Y)

Untuk mencari hubungan antara perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan, digunakan rumus korelasi Tata Jenjang Spearman seperti yang telah dijelaskan di atas. Langkah-langkah untuk menghitung setiap elemen juga memakai rumus seperti hubungan antara variabel sebelumnya. Untuk Nilai $\sum Tz$ dan $\sum Tz^2$ telah diketahui sebelumnya, maka tinggal mencari $\sum Ty^2$, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 35

Tabel Kerja mencari Rangking yang Disesuaikan pada Variabel Y

No	Nilai	Jumlah Kembar	Rangking yang disesuaikan
1	24	11	$(2+3\dots+12) : 11 = 7$
2	23	8	$(12+13\dots+20) : 8 = 18$
3	22	4	$(21+22+23+24) : 4 = 22,5$
4	21	4	$(25+26+27+28) : 4 = 26,5$
5	20	2	$(29+30) : 2 = 29,5$

6	19	4	$(31+32+33+34) : 4 = 32,5$
7	18	7	$(35+36...+41) : 7 = 38$
8	17	5	$(42+43...+46) : 5 = 44$
10	11	2	$(49+50) : 2 = 49,5$

Tabel 36

Tabel Kerja untuk Mencari Nilai T pada Variabel Y

No	Nilai	Jumlah Kembar	$T = (t^3-t):12$
1	24	11	110
2	23	8	42
3	22	4	5
4	21	4	5
5	20	2	0,5

6	19	4	5
7	18	7	28
8	17	5	10
10	11	2	0,5
Jumlah		$\sum Ty$	206

$$\sum_y z = \frac{N^2 - N}{12} - \sum Ty$$

$$= \frac{50^2 - 50}{12} - 206$$

$$= 10412,5 - 206$$

$$= 10206,5$$

Dari nilai diatas kita dapat menghitung rs, sebagai berikut:

$$r_s = \frac{\sum z^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum z^2)(\sum y^2)}}$$

$$= \frac{9993,5 + 10206,5 - 8872}{2\sqrt{9993,5 \cdot 10206,5}}$$

$$= \frac{20200 - 8872}{2\sqrt{101998657,8}}$$

$$= \frac{11328}{2 \cdot 10099,44}$$

$$= \frac{11328}{20198,88}$$

$$= 0,560$$

Untuk menguji hipotesa, maka hasil r_s tersebut dikonsultasikan pada harga kritik dari distribusi t dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t &= r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \\ &= 0,560 \sqrt{\frac{50-2}{1-0,3136}} \\ &= 0,560 \sqrt{\frac{48}{0,6864}} \\ &= 0,560 \sqrt{69,94} \\ &= 0,560 \cdot 8,364 \\ &= 4,683 \end{aligned}$$

Dengan perhitungan tersebut, diperoleh harga t sebesar 4,683 yang ternyata lebih besar dari t kritik sebesar 1,684 dan 1,671 ($4,683 > 1,684 > 1,671$) jadi kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat diperoleh kesimpulan bahwa :

”Ada hubungan yang signifikan antara perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio bagi perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo/Lek-Lekan Community ”

Dengan dasar pengujian itu pula berarti dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang dirumuskan dalam bab pendahuluan dapat diterima. Ini membuktikan bahwa perilaku mendengarkan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan uji statistik yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dengan menggunakan korelasi Tata Jenjang Spearman, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio, mayoritas memilih motivasi memperoleh informasi tentang seni budaya. Total responden yang memilih motivasi memperoleh informasi tentang seni budaya berjumlah 38 responden (76%).

2. Perilaku responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio sangat beragam. Responden yang mendengarkan Lek-Lekan Solo sebanyak 5-7 kali dalam seminggu sebanyak 20 responden (40%). Sebanyak 28 responden (56%) mendengarkan Lek-Lekan Solo selama 90-120 menit dalam satu episode. Responden yang mendengarkan dengan diselingi aktivitas lain sebanyak 39 responden (78%).

Jumlah responden yang tidak selalu berinteraksi melalui telepon dan SMS sebanyak 31 responden (62%). Jumlah responden yang tidak selalu mendengarkan dengan orang lain sebanyak 28 responden (56%). Sebanyak 22 responden (44%) selalu menggunakan media lain selain Lek-Lekan Solo untuk mencari informasi tentang seni budaya.

Sebanyak 25 responden (50%) tidak selalu mendiskusikan dengan orang lain materi yang mereka dapatkan dari Lek-Lekan Solo. Sebanyak 20 responden (40%) tidak selalu mendasari pemilihan penyiar sebagai bahan pertimbangan dalam mendengarkan. Dan sebanyak 23 responden (46%) tidak selalu mendasari pemilihan lagu yang diputar sebagai bahan pertimbangan dalam mendengarkan Lek-Lekan Solo.

3. Kepuasan responden dalam mendengarkan program acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio, mayoritas memilih kepuasan dalam memperoleh informasi tentang seni budaya. Total responden yang memilih kepuasan memperoleh informasi tentang seni budaya berjumlah 25 responden (50%).

4. Hubungan antara variabel

a. Hasil uji statistik hubungan antara motivasi mendengarkan Lek-Lekan Solo (X) dengan perilaku mendengarkan Lek-Lekan Solo (Z)

Dengan menggunakan metode korelasi tata jenjang spearman (rs) diketahui besarnya harga koefisien korelasi hubungan antar kedua variabel adalah 3,460 dengan $N= 50$

Dalam uji signifikan, Apabila nilai tersebut dicocokkan dengan nilai kritik student dengan memperhatikan derajat kebebasan $df = N- 2 = 50 - 2 = 48$ serta taraf signifikannya 0.05 maka nilai df terletak antara angka 40 dan 60 sehingga nilai t yang dicari adalah 3,460 dan dapat diketahui t tabelnya antara 1,684 dan 1,671. dari hasil tersebut jelas bahwa harga t tabel lebih kecil dari t hitung ($3,460 > 1,684 > 1,671$). Jadi, kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara motivasi mendengarkan Lek-Lekan Solo dengan perilaku mendengarkan Lek-Lekan Solo di kalangan perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo di Solo Radio/Lek-Lekan Community.

Dari penjelasan tersebut bisa diketahui bahwa penelitian ini telah menjawab hipotesa penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa ada hubungan yang

signifikan antara motivasi mendengarkan dengan perilaku mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

b. Hasil uji statistik Hubungan antara perilaku mendengarkan Lek-Lekan Solo (Z) dengan kepuasan mendengarkan Lek-Lekan Solo (Y).

Dengan menggunakan korelasi tata jenjang spearman (r_s) diketahui besarnya harga koefisien korelasi antara kedua variabel tersebut adalah 4,683 dengan $N= 50$.

Dalam uji signifikan, Dengan perhitungan tersebut, diperoleh harga t sebesar 4,683 dengan derajat kebebasan $df = 48$, yang ternyata lebih besar dari t kritik sebesar 1,684 dan 1,671 pada taraf signifikan 0,05 untuk uji satu arah, ($4,683 > 1,684 > 1,671$) jadi kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang signifikan.

Dengan demikian dapat diperoleh kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perilaku mendengarkan Lek-Lekan Solo dengan kepuasan mendengarkan Lek-Lekan Solo di kalangan perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo di Solo Radio/Lek-Lekan Community..

Dari penjelasan tersebut bisa diketahui bahwa penelitian ini menerima hipotesa penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu ada hubungan yang signifikan antara perilaku mendengarkan dengan kepuasan mendengarkan program acara Lek-lekan Solo di Solo Radio.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa motivasi responden dalam mendengarkan Lek-Lekan Solo sangat menentukan perilakunya dalam mendengarkan Lek-Lekan Solo. Dan perilaku mendengarkan berpengaruh terhadap kepuasan mendengarkan Lek-Lekan Solo di Solo Radio.

B. Saran-saran

1. Bagi penyelenggara acara Lek-Lekan Solo di Solo Radio

Sebagai satu-satunya program acara di Solo Radio yang memiliki perkumpulan pendengarnya sendiri, sudah sewajarnya jika penyelenggara acara tetap memperhatikan mutu dan kualitas siaran Lek-Lekan Solo. Dan sebaiknya informasi yang disampaikan dapat memberikan suatu hal yang berbobot dan menambah pengetahuan khalayak. Serta lebih menekankan pada isi informasi yang lebih banyak memberikan pengetahuan tanpa melupakan unsur hiburan yang menarik kepada khalayak.

2. Bagi perkumpulan pendengar Lek-Lekan Solo di Solo Radio/Lek-Lekan Community

Perkumpulan ini didirikan sebagai bentuk interaksi antara pendengar dengan stasiun radio Solo Radio. Pendengar juga bisa memberikan masukan kepada penyelenggara acara Lek-Lekan Solo. Dan hendaknya pendengar dapat memilah informasi mana yang berguna bagi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Crisell, Andrew. 1994, *Understanding Radio*, London, Routledge.
- Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1989, Jilid 4, Jakarta, PT. Cipta Adi Karya.
- Kerlinger, F.N. 1973, *Foundations of Behavioral Research*, 2nd ed. New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Littlejohn, Stephen W. 2002, *Theories of Human Communication*. USA, Wadsworth/Thomson Learning.
- McQuail, Denis. 1996, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta, Erlangga.
- McQuail, Denis. 1997, *Audience Analysis*, London, Sage Publications.
- Uchjana Effendy, Onong. 1992, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Susanto, Astrid S. 1982, *Komunikasi Massa*, Bandung, Binacipta.
- Utari, Prahastiwi. 1998, *Makalah Pendekatan Penelitian Uses and Gratifications*, Solo, FISIP UNS.

Rakhmat, Jalaluddin. 1998, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Sunyoto, W. Daniels Handoyo. 1998, *Seluk Beluk Program Radio*, Bandung, Mandar Maju.

Rakhmat, Jalaluddin. 1998, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT Rosdakarya.

Singarimbun, Masri. 1989, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta, LP3ES.

Walgito, Bimo. 1975, *Pengantar Psikologi Umum*, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta, Yayasan Psikologi UGM.