

PENGARUH INTENSITAS MENDENGARKAN, MOTIVASI DAN SIKAP TERHADAP PERSEPSI PENDENGAR TENTANG PROGRAM ACARA ASRI & STENY IN THE MORNING DI RADIO DELTA FM SEMARANG

KRISTI FEBIANI

Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

Seungrivictory03@gmail.com

ABSTRAKSI

Radio sebagai media massa merupakan salah satu pilihan masyarakat untuk memperoleh informasi dan hiburan. Demikian juga dengan Radio Delta FM. Salah satu acara andalannya yaitu Asri & Steny in The Morning tiap hari Senin – Jumat pukul 06.00 – 10.00 WIB berhasil menarik perhatian pendengarnya dengan konten acara yang padat dan informatif. Namun pada kenyataannya, menurut survey yang diadakan oleh Radio Delta FM Semarang, terjadi penurunan jumlah pendengar selama 6 (enam) bulan terakhir. Untuk itulah penelitian ini dibuat untuk mengetahui Pengaruh Sikap, Motivasi dan Sikap Pendengar Terhadap Persepsi Acara Asri & Steny in the Morning di Radio Delta FM Semarang. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah uses and Gratification Theory. Dengan metode explanatory research atau tipe penelitian penjelasan, dengan mengkaji hubungan antar variabel penelitian. Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat dikatakan bahwa bahwa persepsi tentang Program Acara Asri & Steny in The Morning di radio Delta FM Semarang didukung oleh: (1) intensitas mendengarkan; (2) motivasi mendengarkan program acara, dan; (3) sikap pendengar tentang Program Acara Asri & Steny in The Morning di radio Delta FM Semarang.

Kata kunci : Intensitas, Persepsi, Sikap, Motivasi

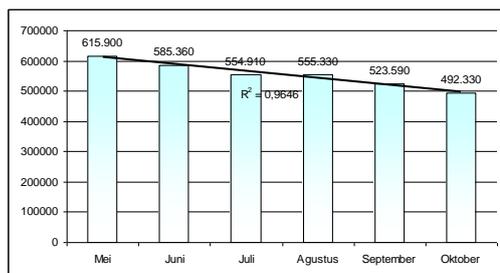
A. Pendahuluan

Salah satu program unggulan DeltaFM saat ini adalah program siaran pagi dengan nama “Asri & Steny in The Morning” setiap hari Senin-Jumat pukul 06.00-10.00 WIB dan disiarkan secara *relay* di 8 kota jaringan DeltaFM yakni Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Makassar, Manado, Bandung, Medan dan

Surabaya. Kali ini perubahan terletak pada format siaran menjadi dibawakan oleh 2 (dua) orang penyiar, dengan konten yang akan membuat orang tersenyum, terinspirasi dan sekaligus terhibur dengan susunan lagu-lagu enaknya, seperti masa dulu ketika masih dibawakan Farhan bersama Asri Welas.

Hasil survey AC Nielsen memberikan generalisasi bahwa terdapat fenomena penurunan konsumsi mendengarkan radio di pulau Jawa. Hal ini bersesuaian dengan observasi yang dilakukan peneliti terhadap radio DeltaFM, di mana selama 6 (enam) bulan terakhir terus mengalami penurunan jumlah pendengar, walaupun pada saat yang sama manajemen DeltaFM juga mengembangkan strategi tagline baru “100% Lagu Enak”. Hal ini sebagaimana terungkap dari catatan manajemen DeltaFM Semarang seperti gambar di bawah.

Gambar 1. Rata-rata jumlah Pendengar Radio DeltaFM Mei s/d Oktober 2015



Sumber: HRD Radio Delta FM Semarang, 2015.

Terjadi penurunan jumlah pendengar Radio DeltaFM yang cukup drastis selama kurun waktu 6 (enam) bulan terakhir, yang diperkirakan ratio penurunan setiap bulannya sebesar $100\% - 96,46\% = 3,54$ persen. Kondisi semacam ini memerlukan jalan keluar yang komprehensif, karena apabila tidak mendapatkan solusi diperkirakan dalam kurun 28 bulan, Radio

DeltaFM akan mengalami collapse, karena tiada lagi pendengar yang memperhatikannya, sehingga di saat yang sama akan kehilangan iklan sebagai salah satu pendapatan utamanya.

Sesuai hasil survey AC Nielsen dan observasi langsung di DeltaFM, di mana konsumsi media penduduk di Jawa lebih banyak ke internet, serta diikuti penurunan jumlah pendengar radio, maka dapat diduga bahwa telah terjadi perubahan perilaku konsumsi media pada warga Kota Semarang. Observasi dari DeltaFM juga menegaskan bahwa jumlah penurunan pendengar tersebut umumnya berlangsung malam hari. Kalau era dulu individu baik ketika belajar maupun bekerja, ditemani suara radio, era sekarang dengan semakin maraknya media sosial yang bisa diakses dari *handphone* dan *android*, perilaku seperti itu sudah jarang ditemukan lagi. Hal ini di antaranya dikarenakan media radio kalah menarik apabila dibandingkan alat komunikasi *handphone* dan *android*, sehingga berimbas munculnya persepsi yang kurang kondusif terhadap acara-acara di radio Delta FM yang sebelumnya banyak diminati kalangan muda, khususnya program acara *Asri & Steny in The Morning*.

Persepsi individu terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*, dengan demikian dipengaruhi oleh bagaimana penangkapan individu sehingga

membentuk struktur keyakinan tertentu tentang obyek yang dalam hal ini ditentukan oleh faktor psikologis, yang menurut Severin dan Tankard dalam Rakhmat (2004), bahwa persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis, seperti asumsi, motivasi, penghargaan terhadap nilai-nilai budaya, minat, sikap dan kemampuan khalayak, yang dalam operasionalnya ditentukan oleh intensitas individu dalam mengkonsumsi program acara *Asri & Steny in The Morning* di Radio Delta FM Semarang.

Perumusan Masalah

Dalam rangka untuk mengetahui apakah program acara “*Asri & Steny in The Morning*” yang dimiliki oleh radio DeltaFM sesuai dengan selera anak muda di Kota Semarang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :“Apakah terdapat pengaruh intensitas mendengarkan, motivasi, dan sikap terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang?”.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh intensitas mendengarkan terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang; 2) Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The*

Morning di radio Delta FM Semarang; dan 3) Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Signifikansi Penelitian

1. Signifikansi akademis
Memberikan pemahaman teoritis mengenai ilmu komunikasi yang terkait dengan bidang penyiaran radio, khususnya dalam membongkai sebuah program acara radio yang menarik khalayak melalui kajian pendalaman aspek motivasi dan sikap khalayak.
2. Signifikansi praktis
Secara praktis hasil penelitian akan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan atau juga sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan pentingnya dalam mengembangkan aktivitas penyiaran program acara radio yang lebih efektif dalam membidik konsumen target. Pentingnya membangun sebuah program acara bagi segmen tertentu itu pada akhirnya akan memberikan nilai tambah, baik secara sosial maupun ekonomi.
3. Signifikansi sosial
Memberikan pengetahuan secara umum mengenai bagaimana sebuah penyusunan program acara radio diterima secara nyaman oleh motivasi dan sikap khalayak, sehingga dengan

memahami dan mengenalinya, khalayak akan mendapatkan daya dan hasil guna yang positif dalam pengembangan landasan rasional untuk mengkonsumsi media radio di masa mendatang.

Kerangka Teori

1. Paradigma Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini adalah positivisme, yaitu suatu pandangan bahwa komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim pesan atau komunikator untuk mengubah perilaku penerima pesan yang pasif. Hal ini berarti komunikasi terjadi secara sengaja dilakukan oleh seseorang untuk menyampaikan rangsangan dalam membangkitkan respon orang lain. Penelitian ini mendasarkan diri pada tradisi sosiopsikologis. Tradisi sosiopsikologis menekankan bahwa dalam rangka memenuhi kebutuhan komunikasi, setiap individu mutlak memerlukan interaksi dengan lingkungan sosialnya, baik lingkungan sosial kecil, terpaan media, aktualisasi diri, integrasi dan lain sebagainya, sehingga setiap individu bisa memaknai tanda, simbol ataupun pesan yang disampaikan oleh orang lain sesuai dengan struktur kognitif dan persepsi yang dikembangkan dalam diri individu (Littlejohn dan Foss, 2009:63-65).

2. State of The Art

Maurina (2006) dalam studinya “Hubungan antara Intensitas Mendengarkan Program Acara Putuss terhadap Persepsi Pendengar tentang Radio Prambors Semarang sebagai Radio Anak Muda” menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas mendengarkan program acara Putuss dengan persepsi pendengar tentang radio Prambors Semarang sebagai radio anak muda. Semakin tinggi intensitas mendengarkan program acara Putuss, maka semakin positif persepsi pendengar tentang radio Prambors Semarang.

Saputra (2014) dalam penelitian “Persepsi Audiens tentang RRI sebagai Radio Berita (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Persepsi Pendengar di Daerah RW 18 Kelurahan Mojolangu Dalam Program Acara Siaran Berita di RRI Programa I Stasiun Malang)” menemukan bahwa intensitas audiens dalam mendengarkan program siaran berita adalah jangka waktu yang dimiliki oleh pendengar dalam mendengarkan program siaran, terutama terkait dengan intensitas audiens mendengarkan siaran berita di RRI Malang. Faktor ini sangat berpengaruh terhadap kualitas persepsi audiens terhadap sesuatu yang menjadi perhatiannya, yaitu untuk

mengetahui latar belakang ketertarikan (motivasi dan sikap) audiens dalam mendengarkan program siaran berita di RRI Program 1 Malang.

Elven (2011) dalam studinya “Persepsi Pendengar terhadap Program “Elshinta News and Talk” di Radio Elshinta (Studi Kasus Pada Pengendara Mobil di Jakarta)” menemukan bahwa audiens yang membutuhkan informasi tentang situasi lalu lintas dan kemacetan di jalan raya Jakarta merasakan puas terhadap program acara News and Talk, sehingga audiens memiliki persepsi tentang program secara positif dan akan menggunakan program tersebut sesuai kebutuhan.

3. *Uses and Gratification Theory*

Uses and Gratification Theory) adalah salah satu teori komunikasi di mana titik-berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Pemirsa atau pendengar dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Penggunaan teori *uses and gratification* dengan kontekstualisasi penelitian ini adalah bahwa audiens yang dalam kapasitas selektivitas pemilihan program acara radio senantiasa

akan menggunakan persepsinya tentang suatu program acara. Audiens akan memilih dan tidak memilih suatu program acara radio sesuai dengan kebutuhan akan informasi yang diinginkannya. Semakin tinggi intensitas mendengarkan suatu program acara di radio, maka dapat dikatakan bahwa audiens tersebut memiliki persepsi yang positif tentang program yang bersangkutan. Hal ini sebagaimana studi Maurina (2006) yang menemukan bahwa semakin tinggi intensitas mendengarkan program acara Putuss, maka semakin positif persepsi pendengar tentang radio Prambors Semarang sebagai radio anak muda.

Di pihak lain, persepsi audiens tentang suatu program acara radio juga ditentukan oleh sejauhmana kedalaman dan motivasi dan sikap audiens terhadap program acara radio yang bersangkutan. Hal ini sebagaimana ditemukan Elven (2011) bahwa audiens yang membutuhkan informasi tentang situasi lalu lintas dan kemacetan di jalan raya Jakarta merasakan puas terhadap program acara News and Talk, sehingga audiens memiliki persepsi tentang program secara positif dan akan menggunakan program tersebut sesuai kebutuhan. Saputra (2014) memperkuat temuan di atas

melalui studinya bahwa intensitas audiens dalam mendengarkan program siaran berita adalah jangka waktu yang dimiliki oleh pendengar dalam mendengarkan program siaran, terutama terkait dengan sudah atau belum lamanya audiens mendengarkan siaran berita di RRI Malang.

4. Persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning*.

Menurut (Masduki, 2004:36) radio merupakan media auditif dan suara adalah merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan dalam kemasan auditif. Menurut Alten (2010:56) menyatakan suara adalah suatu efek benturan molekul yang didorong oleh transmisi elastik. Suara memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar. Berbicara tentang radio, berarti bicara tentang semua orang sebab radio adalah media suara yang merakyat.

Dalam jurnalistik radio bahan berita atau informasi akan disiarkan secara elektronik melalui penyiar maka penyusunan bahan berita atau informasi tersebut harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diterima oleh pendengar dalam sekilas dengar artinya begitu

terdengar pada saat itu pula pendengar mengerti sepenuhnya sebab mereka tidak mungkin mengkajinya seperti pada surat kabar yang dapat dibaca berulang-ulang, karena pada radio, pendengar tidak mungkin meminta kepada penyiar untuk mengulanginya lagi. Seperti halnya jurnalistik surat kabar, jurnalistik radio mengalami perkembangan untuk memenuhi kebutuhan informasi pendengarnya, yang tidak hanya memerlukan informasi namun opini dengan berbagai variasi.

Dalam pembentukan persepsinya terhadap radio DeltaFM Semarang, tiap individu mempunyai sumber acuan yang berbeda-beda. Pemilihan acuan tersebut juga tergantung pada tiap individu masing-masing. Audience media massa, tersegmentasi atas 2 (dua) faktor, yaitu: demografis dan psikografis (Bittner, 1996:35). Secara demografis, adalah pengelompokan audience media massa dipandang dari sudut sosial politik. Misal: umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan latar belakang etnik. Psikografis, adalah pengelompokan audience media massa dipandang dari sudut psikologisnya. Misalnya: tingkah laku, opini, sikap, nilai-nilai yang dianutnya, *self-esteem*, gaya hidup, motivasi dan lain

sebagainya. Remaja termasuk dalam segmentasi yang didasarkan pada kelompok demografis karena dilihat dari umurnya. Remaja tentu memiliki pengetahuan yang luas karena pengalaman dan tingkat kedewasaan yang lebih matang.

Dari perbedaan lamanya mendengarkan radio tersebut, masing-masing pendengar akan mempunyai dampak atau pengaruh yang berbeda pula yang akan dikaitkan dengan ikatan emosional yang diasumsikan pendengar yang memiliki intensitas mendengar lebih sedikit (*light listener*) akan cenderung menganggap berbagai informasi yang diterima hanya sambil lalu saja dan tidak memperngaruhi tingkah lakunya, sedangkan yang intensitasnya mendengar radio lebih banyak (*heavy listener*) akan cenderung lebih mempercayai informasi dari radio sehingga perubahan tingkah lakunya dipengaruhi oleh radio (mengalami proses imitasi atau peniruan).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Persepsi sangat dipengaruhi oleh perhatian, menurut *Kenneth Andersen*

perhatian adalah proses mental ketika stimuli lainnya melemah. Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan (Rakhmat, 2004:51-52).

Persepsi merupakan proses internal individu dalam menyeleksi, mengevaluasi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar. Secara mudahnya, persepsi dapat dikatakan sebagai proses individu mempertahankan kontak atau hubungan dengan dunia sekelilingnya, dengan cara mendengar, melihat, mencium, meraba, merasa, kita dapat mengenal lingkungan dan sadar mengenai apa yang terjadi diluar diri kita..

Ada 2 (dua) dimensi pokok atau fundamentalis dari persepsi, dimensi ini secara bersama-sama bertanggung jawab atas hasil-hasil persepsi pendengar, sehingga pengertian tentangnya akan memberikan gambaran tentang bagaimana persepsi terjadi. Dimensi tersebut antara lain :

- a. dimensi persepsi secara fisik.
Dimensi ini menggambarkan perolehan kita akan informasi tentang dunia luar. Tahap permulaan ini mencakup karakteristik-karakteristik stimulasi yang berupa energi, hakikat, dan fungsi

mekanisme penerimaan manusia (mata, telinga, hidung, mulut dan kulit). Serta transmisi data melalui sistem syaraf menuju otak untuk kemudian diubah kedalam bentuk yang bermakna..

b. dimensi persepsi secara psikologik.

Dibandingkan dengan penanganan stimuli secara fisik tadi, keadaan individual (kepribadian, kecerdasan, pendidikan, emosi, keyakinan, nilai, sikap, motivasi, dan sebagainya) mempunyai dampak jauh lebih menentukan pada persepsi pendengar tentang lingkungan dan perilaku. Dalam tahap-tahap inilah manusia menciptakan struktur, stabilitas dan makna bagi persepsi serta penafsiran mengenai dunia luar (Tubbs & Moss, 2000:35-37).

Berdasarkan dari pendekatan ini, intensitas mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning* memiliki hubungan yang jika ditarik benang merahnya akan menimbulkan persepsi pendengar mengenai radio DeltaFM Semarang sebagai radio anak muda di kalangan remaja. Radio telah menentukan ciri-ciri tertentu tentang hal yang dianggap sedang trend dan gaul saat ini, kemudian

menampilkannya, dan memberikan suatu gambaran tentang apa yang menarik dan sedang trend, sehingga pendengar akan memiliki persepsi yang sama mengenai sesuatu yang disampaikan oleh radio tersebut.

5. Intensitas Mendengarkan Program Acara

Melvin De Fleur dalam Effendy (2002:275) melalui *individual defference theory* atau teori perbedaan individu mencoba menelaah perbedaan di antara individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa informasi, sehingga menimbulkan efek tertentu. Individu sebagai khalayak sasaran media massa secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika berkaitan langsung dengan kepentingan, konsisten dengan sikap-sikap yang sesuai dengan kepercayaan, yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapan terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Efek media massa tidak sama tetapi beragam, ini disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Paradigma di atas sejalan dengan teori *individual difference theory* De Fleur dalam Effendy (2002) yang memberikan pengertian bahwa individu yang memiliki kepentingan terhadap program acara *Asri & Steny in*

The Morning, secara langsung maupun tidak langsung berusaha memberikan respon terhadap pesan sesuai kadar intelektual dan emosional yang dimiliki sesuai motivasi dan sikap individu terhadap obyek tersebut. Komponen intelektual dan emosional tersebut secara psikologis merupakan cerminan pola pemikiran khas dari masing-masing individu yang mana dalam pemberian makna informasinya lebih banyak ditentukan oleh kondisi intelektual dan emosionalnya.

6. Motivasi

Motivasi menurut Sarwono (2003;2-4) adalah dorongan bertindak untuk memuaskan suatu kebutuhan. Dorongan muncul karena adanya kebutuhan sehingga diwujudkan dalam bentuk tindakan atau perilaku. Motivasi yang tinggi biasanya akan menghasilkan tindakan yang kuat, demikian juga sebaliknya. Motivasi juga dapat diartikan sebagai suatu model dalam menggerakkan dan mengarahkan individu menyelesaikan tugasnya masing-masing untuk mencapai sasaran dengan penuh kesadaran, kegairahan dan tanggung jawab (Anoraga, 2002:39). Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong ke arah tujuan (Walgito, 2002;220). Sedangkan menurut Irwanto (2002:189)

motivasi adalah penentu (determinan) perilaku.

Maslow menekankan peningkatan kebutuhan manusia secara hirarki yang ketat. Dengan kata lain, apabila manusia telah memperoleh atau mencapai kebutuhan tingkat terendah (*Physiological Needs*), maka akan berusaha untuk meningkat ke pemenuhan kebutuhan di atasnya, hingga mencapai tahapan kebutuhan tertinggi yaitu *Self Actualization*. Maslow juga menambahkan apabila manusia belum terpenuhi pada tingkat kebutuhan tertentu, maka individu tetap akan berusaha semaksimal mungkin mencapai, sebelum menginjak pemenuhan kebutuhan di atasnya.

Teori yang secara langsung menghubungkan antara variabel motivasi dengan persepsi pendengar antara lain sebagaimana dikemukakan oleh Maslow. Dalam teori tersebut dinyatakan bahwa setiap manusia memiliki 5 (lima) hirarki kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar (makan, minum, sandang dan papan), hingga aktualisasi diri. Jika individu memperoleh pemenuhan kebutuhan semakin tinggi, maka akan semakin baik pula persepsinya terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*. Dengan memberikan persepsi yang baik terhadap program acara *Asri &*

Steny in The Morning, individu akan memperoleh penghargaan sosial, di mana aspek-aspek tersebut umumnya merupakan tujuan individu dalam interaksi sosial. Dari uraian terdahulu, maka dapat dipahami bahwa upaya meningkatkan motivasi pendengar untuk mengkonsumsi program acara *Asri & Steny in The Morning* secara kontinue dan intensif akan mampu meningkatkan persepsi individu tentang radio DeltaFM Semarang.

7. Sikap

Menurut Thurston dalam Walgito (2001:23) sikap adalah suatu peningkatan efek yang bersifat baik positif maupun negatif dalam hubungannya dengan objek-objek psikologis. Efek positif yaitu senang, adanya sikap menerima, dan efek negatif yaitu efek tidak senang atau menunjukkan sikap menolak. Dengan demikian dapat dipahami bahwa sikap adalah suatu kesiapan atau kecenderungan individu untuk bertindak yang didasari oleh pandangan, keyakinan, perasaan, serta adanya tanggapan, dan bersifat positif maupun negatif yang merupakan daya dorong bagi individu untuk bertingkah laku sesuai dengan respon yang diterimanya.

Azwar (2008:45) mengemukakan ada 6 (enam) faktor yang mempengaruhi

terbentuknya sikap seseorang yaitu:

- a. Pengalaman Pribadi
- b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting.
- c. Pengaruh kebudayaan
- d. Emosional
- e. Media Massa
- f. Tingkat pendidikan dan agama

Hipotesis

1. Intensitas mendengarkan berpengaruh terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang
2. Motivasi mendengarkan berpengaruh terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang
3. Sikap berpengaruh terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Definisi Operasional

1. Intensitas mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning* adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya secara kuantitatif dan kualitatif terhadap sejumlah waktu yang digunakan dalam mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning* yang disiarkan oleh radio DeltaFM Semarang setiap harinya. Indikator-indikator yang digunakan adalah:

- a. Frekuensi. Tingkat keseringan responden dalam mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - b. Durasi. Lama waktu yang dipergunakan responden untuk mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - c. Kontinuitas. Keteraturan responden dalam mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - d. Perhatian. Tingkat perhatian responden terhadap stimulus yang diberikan dalam program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - e. Pemahaman. Tingkat pemahaman responden terhadap stimulus yang diberikan dalam program acara *Asri & Steny in The Morning*.
2. Motivasi mendengarkan program acara, dengan indikator:
 - a. Ketertarikan. Tingkat ketertarikan pendengar terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*, atau tingkat selektivitas terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - b. Keterlibatan emosi. Respon psikologis audien di saat mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - c. Keseriusan. Tingkat keseriusan yang dimiliki pendengar dalam mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 - d. Kepuasan. Tingkat kepuasan informasi yang diperoleh pendengar dalam mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*.
 3. Sikap individu dengan indikator:
 - a. Tingkat kesesuaian pandangan individu dengan program acara
 - b. Tingkat kesesuaian keyakinan individu dengan program acara
 - c. Derajat kesesuaian perasaan individu dengan program acara
 - d. Tingkat kesesuaian tanggapan individu dengan program acara
 - e. Tingkat kesesuaian daya dorong bagi individu untuk bertingkah laku sesuai dengan respon
 4. Persepsi pendengar adalah penilaian atau pendapat di benak kawula muda mengenai radio DeltaFM Semarang setelah mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*. Indikatornya adalah:
 - a. Preferensi atau tingkat pengalaman pendengar. Tingkat pengalaman masa lalu pendengar yang pernah dialami atau didapat.
 - b. Tingkat pengetahuan. Tingkat pengetahuan pendengar pada isi acara dan tujuan yang disampaikan penyiar pada

acara *Asri & Steny in The Morning*.

- c. Tingkat pemahaman atau penafsiran. Bagaimana pendengar memahami atau menafsirkan informasi yang ada pada isi acara dan tujuan yang disampaikan penyiar dalam program acara *Asri & Steny in The Morning*.
- d. Orientasi. Pendengar berorientasi atau mempunyai motif personal pada isi acara dan tujuan yang disampaikan oleh penyiar dalam program acara *Asri & Steny in The Morning*.

B. METODOLOGI PENELITIAN

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau tipe penelitian penjelasan, dengan mengkaji hubungan antar variabel penelitian.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga masyarakat Kota Semarang dengan kriteria usia 30-39 tahun yang terpapar siaran DeltaFM serta pernah mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning* di DeltaFM, minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Berdasarkan hasil observasi

diketahui bahwa wilayah Kota Semarang yang terpapar siaran DeltaFM adalah kecamatan Pedurungan, Semarang Selatan, Semarang Utara, Gajah Mungkur, Semarang Tengah, Gayamsari, Banyumanik, Tembalang dan Candisari. Sesuai area terpapar tersebut kemudian dilakukan observasi di BPS Kota Semarang untuk mendapatkan data monografi sebagai acuan penentuan jumlah populasi, yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1 Data Monografi Umur 30-39 Tahun

No	Kecamatan	Jumlah	%
1	Pedurungan	3.857	13,70
2	Semarang Selatan	3.124	11,10
3	Semarang Tengah	3.035	10,78
4	Semarang Utara	3.362	11,94
5	Gajah Mungkur	2.768	9,83
6	Gayamsari	3.341	11,87
7	Candisari	2.483	8,82
8	Banyumanik	3.228	11,47
9	Tembalang	2.952	10,49
	Jumlah	28.150	100,00

Sumber: BPS Kota Semarang yang sudah diolah, 2016.

Dengan demikian jumlah populasi diasumsikan sebanyak 28.150 orang, walaupun dalam perhitungan kasar, namun peneliti beranggapan bahwa penggunaan data kasar di atas minimal berfungsi untuk rujukan dalam penentuan *sample size* nantinya.

b. *Sample Size*

Sample size merupakan ukuran sampel yang hendak dijadikan responden. Secara metodologis ukuran sampel yang dipandang representatif untuk mewakili populasi menggunakan rumus dari Yamane dalam Rakhmat (2004:82), karena jumlah populasi diketahui secara pasti, sebagai berikut:

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

Di mana:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

d : sampling error 10% (0,1)

Ukuran atau besarnya sampel yang diperlukan dari seluruh populasi yang berjumlah 28.150 orang dengan cara diundi atau diacak adalah:

$$n = \frac{28150}{28150 \cdot 0,01 + 1} = 99,65$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Yamane di atas diperoleh sampel sebanyak 99,65, dibulatkan menjadi 100 responden.

c. *Sampling Technique*

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling*, karena sampel

terbagi dalam beberapa wilayah di mana masing-masing wilayah memiliki jumlah unit analisis yang berbeda secara proporsi.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner.

b. Riset kepustakaan

4. Analisis Data

Analisis yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden dan diolah dalam bentuk angka-angka serta pembahasannya melalui perhitungan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Alat ukur statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda, tercakup uji t dan uji F.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Intensitas Mendengarkan Program Acara (X1) terhadap Persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Nilai t-hitung untuk variabel intensitas membaca pemberitaan (X1) sebesar 2,427 (lihat lampiran-6) dengan probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,017. Oleh karena sig sebesar $0,017 < 0,05$, maka inferensi yang diambil ialah

secara partial variabel intensitas mendengarkan program acara (X1) berpengaruh positif terhadap variabel persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y), walaupun tanpa dukungan dari variabel motivasi pendengar (X2) dan sikap pendengar (X3). Adapun besarnya pengaruh variabel intensitas mendengarkan program acara (X1) terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y) adalah sebesar 0,208 atau 20,8 persen.

2. Pengaruh Motivasi Mendengarkan Program Acara (X2) terhadap Persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Nilai t-hitung untuk variabel motivasi pendengar (X2) sebesar 2,015 (lihat lampiran-6) dengan probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,047. Oleh karena $\text{sig} = 0,047 < 0,05$, maka inferensi yang diambil ialah secara partial variabel motivasi mendengarkan program acara (X2) berpengaruh positif terhadap variabel persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y), walaupun tanpa dukungan dari variabel intensitas mendengarkan

program acara (X1) dan sikap pendengar (X3). Adapun besarnya pengaruh variabel motivasi mendengarkan program acara (X1) terhadap persepsi pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y) adalah sebesar 0,274 atau 27,4 persen.

3. Pengaruh Sikap pendengar (X3) terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Nilai t-hitung untuk variabel sikap pendengar (X3) sebesar 3,755 (lihat lampiran-6) dengan probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,000. Oleh karena $\text{sig} = 0,000 < 0,05$, maka inferensi yang diambil ialah secara partial variabel sikap pendengar (X3) berpengaruh positif terhadap variabel Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y), walaupun tanpa dukungan dari variabel intensitas mendengarkan program acara (X1) dan motivasi mendengarkan program acara (X2). Adapun besarnya pengaruh variabel sikap pendengar (X3) terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y) adalah sebesar 0,448 atau 44,8 persen.

4. Pengaruh Intensitas mendengarkan, Motivasi mendengarkan program acara dan sikap pendengar terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Berdasarkan perhitungan dengan F-test diperoleh nilai F-hitung sebesar 114,852 (lihat lampiran-6) dengan probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,000. Oleh karena sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka inferensi yang diambil adalah menerima hipotesis penelitian mayor. Dengan kata lain variabel intensitas mendengarkan, motivasi mendengarkan program acara dan sikap pendengar berpengaruh positif terhadap persepsi individu tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang.

Berdasarkan perhitungan regresi dan uji t di atas, dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi persepsi individu tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang (Y) berturut-turut adalah; sikap pendengar (X3) sebesar 44,8 persen, motivasi mendengarkan program acara (X2) sebesar 27,4 persen dan terakhir yang terkecil adalah pengaruh dari variabel intensitas mendengarkan program acara (X1) sebesar 20,8 persen. Dari uraian di atas juga diketahui pengaruh ketiga variabel bebas terhadap

variabel Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang yang dinyatakan dengan nilai *Adjusted R²*, yaitu sebesar 0,775 atau 77,5 persen. Hal ini berarti, sebesar 77,5 persen variasi yang terjadi pada variabel Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang disebabkan oleh perubahan yang terjadi pada variabel intensitas mendengarkan (X1), motivasi mendengarkan program acara (X2) dan sikap pendengar (X3) secara simultan. Dengan demikian masih terdapat sebesar 100 persen – 77,5 persen = 22,5 persen yang merupakan kontribusi variabel bebas lain di luar variabel bebas; intensitas mendengarkan (X1), motivasi mendengarkan program acara (X2) dan sikap pendengar (X3).

D. KESIMPULAN

1. Pengaruh sikap pendengar terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang adalah variabel sikap pendengar. Hipotesis yang berbunyi semakin kondusif sikap pendengar, maka akan semakin baik persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The*

Morning di radio Delta FM Semarang pada individu yang bersangkutan. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji-t dapat diketahui bahwa sikap pendengar berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang. Hasil penelitian ini diperkuat pula oleh temuan berdasarkan tabel silang yang secara umum dapat dikatakan bahwa peningkatan persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* diawali oleh peningkatan kondusivitas sikap mendengarkan pada responden tentang program acara *Asri & Steny in The Morning*, di mana apabila semakin kondusif sikap pendengar terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*, maka akan semakin baik persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning*. Hal ini dapat pula ditunjukkan dari koefisien asosiasi sebesar 0,82, sehingga dapat dikatakan bahwa antara sikap pendengar tentang program acara dengan persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio DeltaFM terdapat hubungan yang sangat kuat.

Hal ini berarti bahwa tingginya kondusivitas sikap pendengar pada responden maka

akan meningkatkan persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang pada individu yang bersangkutan, sehingga hipotesis tersebut dapat diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Saputra (2014) dalam judul “Persepsi Audiens tentang RRI sebagai Radio Berita (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Persepsi Pendengar di Daerah RW 18 Kelurahan Mojolangu dalam Program Acara Siaran Berita di RRI Program I Stasiun Malang)”. Saputra (2014) menemukan bahwa intensitas audiens dalam mendengarkan program siaran berita adalah jangka waktu yang dimiliki oleh pendengar dalam mendengarkan program siaran, terutama terkait dengan sudah atau belum lamanya audiens mendengarkan siaran berita di RRI Malang. Faktor ini sangat berpengaruh terhadap kualitas persepsi audiens terhadap sesuatu yang menjadi perhatiannya, yaitu untuk mengetahui latar belakang ketertarikan (motivasi dan sikap) audiens dalam mendengarkan program siaran berita di RRI Program 1 Malang. Studi Saputra (2014:29) secara tersirat juga memberikan arahan bahwa persepsi khalayak mendengarkan program berita di RRI dipengaruhi oleh faktor;

kepentingan, kebutuhan, kesukaan, motivasi, kecenderungan dan sikap khalayak terhadap RRI.

Dalam perspektif teori Gestalt, persepsi seseorang merupakan manifestasi secara utuh dan nyata terhadap keseluruhan obyek yang dipersepsi. Dalam perspektif Gestalt, manusia dikatakan sebagai pendengar yang aktif dalam rangka aktivitas proses belajar. Baginya mendengarkan radio ibarat proses belajar yaitu aktifitas yang bertujuan dan ditujukan kepada suatu sasaran yang akan memberi kepuasan kepadanya. Seseorang mendengarkan radio bukan hanya memberi atau menghubungkan suatu respon atau suatu stimulus, tetapi berusaha untuk melakukan tingkah laku yang akan menuju kepada suatu tujuan tertentu. Dengan kata lain, seseorang mendengarkan program acara di radio merupakan sesuatu untuk menuju kepada suatu kondisi di mana sehingga individu memiliki tingkah laku tertentu yang dapat mengantarkannya ke tujuan tersebut.

Teori Gestalt atau seringkali disebut dengan *field theory* atau teori medan atau *insighfull learning* oleh Purwanto (2000) dikatakan bahwa: 1) Dalam belajar faktor pemahaman atau pengertian atau *insight*

merupakan faktor yang penting Dengan belajar dapat memahami atau mengerti hubungan antara pengetahuan dan pengalaman; 2) Dalam belajar pribadi atau organisme memegang peranan penting sentral. Belajar tidak hanya dilakukan secara reaktif mekanisme belaka tetapi dilakukan sadar, bermotif dan bertujuan.

Dalam belajar, yang terpenting adalah persepsi merupakan tahapan penyesuaian pertama yaitu melalui respon atau sikap yang tepat. Belajar yang terpenting bukan mengulangi hal-hal yang harus dipelajari, tetapi mengerti atau memperoleh pencerahan (*insight*). Melalui aktivitas mendengarkan yang berulang-ulang, individu akan semakin mengenali dan memahami suatu obyek sehingga melahirkan sikap tertentu, yaitu menolak atau menerima obyek sebelum akhirnya individu yang bersangkutan memberikan evaluasi secara gestalt terhadap obyek yang bersangkutan. Dalam belajar faktor pemahaman atau pengertian merupakan faktor yang penting dengan belajar dapat memahami atau mengerti hubungan antara pengetahuan dan pengalaman. dalam belajar pribadi memegang peran yang sangat sentral, sebab belajar tidak dilakukan secara reaktif mekanistik, tetapi harus dilakukan

dengan sikap sadar, bermotif dan bertujuan.

Menurut Dahlan (2013:26) secara sederhana dapat dimaknai bahwa teori persepsi Gestalt menitikberatkan pada hal-hal bahwa; 1) Belajar itu berdasarkan pada keseluruhan. Hal ini mengandung arti bahwa mengajarkan (mendengarkan) keseluruhan kalimat akan lebih berarti daripada mengajarkan huruf-huruf atau kata-katanya; 2) Belajar adalah proses perkembangan. Hal ini berarti bahwa individu hanya akan melakukan aktivitas belajar (mendengarkan radio) bilamana situasi kelas (kondisi psikologis) dirasakannya kondusif dengan disertai sikap positif mengenai informasi yang disampaikan oleh guru (penyiar).

Sikap adalah suatu kesiapan atau kecenderungan individu untuk bertindak yang didasari oleh pandangan, keyakinan, perasaan, serta adanya tanggapan, dan bersifat positif maupun negatif yang merupakan daya dorong bagi individu untuk bertingkah laku sesuai dengan respon yang diterimanya. Pembentukan dan perubahan sikap individu tentang program *Asri & Steny in The Morning* dipengaruhi oleh pengalaman pribadi (baik yang menyenangkan atau tidak menyenangkan), pengaruh orang lain yang

dianggap penting, pengaruh kebudayaan, usia, media massa, tingkat pendidikan dan agama, faktor emosi dalam diri individu tentang bagaimana individu menanggapi dunia luarnya yang bersifat selektif, hubungan secara langsung antara individu dengan individu yang lain, antara individu dengan kelompok atau antara kelompok dengan kelompok.

Dari beberapa pendapat mengenai aspek sikap di atas, maka dapat dipahami bahwa terdapat 3 komponen utama sikap individu terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning* yaitu aspek kognitif yang berisi pemikiran, keyakinan dan kepercayaan, aspek afektif yang memuat perasaan atau evaluatif, aspek konatif atau kesiapan bertindak.

2. Pengaruh Motivasi mendengarkan terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel motivasi mendengarkan berpengaruh terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang. Hipotesis yang berbunyi semakin tinggi tingkat motivasi mendengarkan pada individu, maka akan semakin baik persepsi tentang

Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang pada individu yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini diperkuat pula oleh temuan berdasarkan tabel silang yang secara umum dapat dikatakan bahwa peningkatan persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* diawali oleh peningkatan motivasi mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*, di mana apabila semakin tinggi motivasi mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*, maka akan semakin baik persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning*. Hal ini dapat pula ditunjukkan dari koefisien asosiasi sebesar 0,87, sehingga dapat dikatakan bahwa antara motivasi mendengarkan program acara dengan persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio DeltaFM terdapat hubungan yang sangat kuat.

Dengan diterimanya hipotesis di atas, maka secara eksplisit membuktikan kebenaran konsep dan teori yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara motivasi mendengarkan dengan persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio DeltaFM. Teori yang dipakai

adalah *need for achievement* yang menjelaskan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan untuk mencapai suatu keberhasilan dengan tantangan yang sulit, memiliki sasaran yang tepat, memilih mengambil keputusan yang beresiko dan mempertimbangan standar keahlian dan kemahiran yang harus dicapai. Implikasi dari teori *need for achievement* di atas adalah manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan dirinya hingga hal tersebut mampu memberikan rasa kepuasan pada dirinya. Motivasi khalayak akan semakin besar untuk mendengarkan siaran radio apabila di dalam diri seseorang tersebut dipenuhi adanya unsur kepentingan, kebutuhan, dan pemenuhan informasi dan hiburan terhadap waktu yang telah dikorbankan oleh individu tersebut dalam rangka pertemuan dengan media massa. Teori *need for achievement* secara langsung mampu menghubungkan antara variabel motivasi dengan persepsi pendengar. Jika individu memperoleh pemenuhan kebutuhan semakin tinggi, maka akan semakin baik pula persepinya terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*. Dengan memberikan persepsi yang baik terhadap program acara *Asri & Steny in The Morning*, individu akan

memperoleh penghargaan sosial, di mana aspek-aspek tersebut umumnya merupakan tujuan individu dalam interaksi sosial.

Sesuai dengan uraian dari McClelland, maka dapat dimengerti bahwa terdapat beberapa prinsip dalam memahami motivasi manusia yang tergolong unik dan rumit. Motivasi seseorang untuk berperilaku biasanya merupakan hal yang rumit, karena melibatkan faktor-faktor individu dan faktor-faktor struktural. Faktor-faktor yang bersifat individual adalah kebutuhan-kebutuhan (*needs*), tujuan-tujuan (*goals*), sikap (*attitudes*) dan kemampuan (*abilities*). Sedang tergolong faktor-faktor yang berasal dari struktural meliputi pendapatan (*income*), keamanan bekerja (*job security*), sesama kerja (*co-workers*), pengawas (*supervision*), pujian (*praise*) dan pekerja itu sendiri (*job it self*).

Fenomena mengenai rendahnya motivasi untuk mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning* menunjukkan tentang buruknya persepsi dari individu yang bersangkutan terhadap radio DeltaFM Semarang. Dari uraian terdahulu, maka dapat dipahami bahwa upaya meningkatkan motivasi pendengar untuk mengkonsumsi program acara *Asri & Steny in The Morning*

secara kontinue dan intensif akan mampu meningkatkan persepsi individu tentang radio DeltaFM Semarang.

Temuan di atas relevan juga dengan temuan Zulaikha (2008) yang mengatakan bahwa persepsi khlayak mengenai radio siaran pemberitaan ditentukan oleh penggunaan bahasa yang mudah dimengerti oleh pendengar, pemberitaan yang berimbang, independensi, materi pemberitaan yang heterogen, pola siaran yang interaktif dan motivasi khlayak.

3. Pengaruh Intensitas mendengarkan terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel intensitas mendengarkan program acara berpengaruh terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang. Hipotesis yang berbunyi semakin tinggi intensitas mendengarkan program acara pada individu, maka akan semakin baik persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang pada individu yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini diperkuat pula oleh temuan berdasarkan tabel silang yang secara umum dapat dikatakan bahwa peningkatan persepsi

pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* diawali oleh peningkatan intensitas mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*, di mana apabila semakin tinggi intensitas mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning*, maka akan semakin baik persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning*. Hal ini dapat pula ditunjukkan dari koefisien asosiasi sebesar 0,79, sehingga dapat dikatakan bahwa antara intensitas mendengarkan program acara dengan persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio DeltaFM terdapat hubungan yang sangat kuat.

Terbuktinya hipotesis di atas, maka secara langsung memberikan negasi positif terhadap relevansi *Uses and Gratification Theory* dalam penelitian ini. *Uses and Gratification Theory* adalah salah satu teori komunikasi di mana titik-berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Pemirsa atau pendengar dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan individu ini tahu kebutuhan mereka dan

bagaimana memenuhinya. Menurut Effendy (2004:27) media dianggap hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain.

Penggunaan teori *uses and gratification* dengan kontekstualisasi penelitian ini adalah bahwa audiens yang dalam kapasitas selektivitas pemilihan program acara radio senantiasa akan menggunakan persepsinya tentang suatu program acara. Audiens akan memilih dan tidak memilih suatu program acara radio sesuai dengan kebutuhan akan informasi yang diinginkannya. Semakin tinggi intensitas mendengarkan suatu program acara di radio, maka dapat dikatakan bahwa audiens tersebut memiliki persepsi yang positif tentang program yang bersangkutan. Hal ini sebagaimana studi Maurina (2006) yang menemukan bahwa semakin tinggi intensitas mendengarkan program acara Putuss, maka semakin positif persepsi pendengar tentang radio Prambors Semarang sebagai radio anak muda. Prasetyo (2011) mengatakan pula bahwa Upaya menjaga keberlangsungan radio siaran swasta diupayakan melalui loyalitas pendengar, di mana

loyalitas pendengar tersebut dipengaruhi oleh pembentukan citra tentang radio yang bersangkutan kemudian akan menentukan persepsi khalayak terhadap radio siaran. Dukungan fasilitas yang memadai kepada pendengar akan meningkatkan loyalitas khalayak. Adapun yang ingin ditegaskan oleh Prasetyo adalah pendengar akan merasa loyal pada suatu program acara di radio, bila pada awalnya pendengar sudah terbangun persepsi positif tentang radio tersebut. Terlebih lagi dengan dukungan fasilitas yang kondusif, maka akan semakin membuat pendengar akan semakin meningkatkan intensitasnya dalam mendengarkan program acara yang disampaikannya.

Hal ini sebagaimana ditemukan Elven (2011) dalam studinya bahwa audiens yang membutuhkan informasi tentang situasi lalu lintas dan kemacetan di jalan raya Jakarta merasakan puas terhadap program acara News and Talk, sehingga audiens memiliki persepsi tentang program secara positif dan akan menggunakan program tersebut sesuai kebutuhan. Saputra (2014) memperkuat temuan di atas melalui studinya bahwa intensitas audiens dalam mendengarkan program siaran berita adalah jangka waktu yang dimiliki oleh pendengar dalam

mendengarkan program siaran, terutama terkait dengan sudah atau belum lamanya audiens mendengarkan siaran berita di RRI Malang. Faktor ini sangat berpengaruh terhadap kualitas persepsi audiens terhadap sesuatu yang menjadi perhatiannya, yaitu untuk mengetahui latar belakang ketertarikan audiens dalam mendengarkan program siaran berita di RRI Program 1 Malang.

4. Pengaruh Intensitas mendengarkan, motivasi mendengarkan dan sikap pendengar terhadap Persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji-F dapat diketahui bahwa ketiga variabel bebas tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang. Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat dikatakan bahwa bahwa persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang didukung oleh: (1) intensitas mendengarkan; (2) motivasi mendengarkan program acara, dan; (3) sikap pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang.

Koefisien determinasi memperlihatkan *Adjustment R²* sebesar 0,775 atau 77,5 persen yang artinya sebesar 77,5 persen variasi yang terjadi pada persepsi tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang disebabkan oleh pengaruh variabel; intensitas mendengarkan; motivasi mendengarkan program acara, dan; sikap pendengar tentang Program Acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang. Informasi atas residual statistic ini diharapkan akan memberikan jalan masuk kepada peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjutan (*development research*) atas permasalahan persepsi pendengar tentang program acara radio.

Rekomendasi

Dari pembahasan sebelumnya dapat diajukan beberapa rekomendasi bagi berbagai pihak untuk dijadikan pertimbangan.

1. Pengaruh intensitas mendengarkan program acara terhadap persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang, masih dapat ditingkatkan. Adapun salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menambahkan informasi urgent, praktis dan instan mengenai situasi sosial ekonomi (keramaian lalu lintas, situasi kewilayahan yang mengalami

rob, dan lain sebagainya), sehingga khalayak akan menjadi lebih terbantu secara langsung walaupun dirinya sedang mengendarai kendaraannya menuju kantor.

2. Pengaruh motivasi mendengarkan program acara terhadap persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang, masih dapat ditingkatkan. Adapun salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan memanfaatkan lebih banyak pendekatan psikografis dalam acara *Asri & Steny in The Morning*, sehingga mampu merepresentasikan situasi sosial maupun personal dari pendengarnya.
3. Pengaruh sikap pendengar terhadap persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang, masih dapat ditingkatkan. Adapun salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan komunikasi strategi tentang program acara *Asri & Steny in The Morning*, sehingga *image* mengenai program acara tersebut dapat tertanam lebih kuat di kalangan pendengar dengan disertai berbagai atribut positif yang secara sosial mampu mengangkat mrwah pendengar program acara *Asri & Steny in The Morning* di radio Delta FM Semarang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan penelitian untuk penelitian mendatang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. penelitian ini memiliki keterbatasan, salah satunya adalah kuesioner hanya disebar sebanyak 100 lembar kepada warga masyarakat Kota Semarang dengan kriteria usia 30-39 tahun yang terpapar siaran DeltaFM serta pernah mendengarkan program acara *Asri & Steny in The Morning* di DeltaFM, minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir, sehingga dinilai untuk meningkatkan representasinya, ke depan diperlukan development dengan mengambil sampel yang lebih besar, sehingga semakin mampu menggeneralisasi Kota Semarang pada umumnya.
2. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,775. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini, yaitu intensitas mendengarkan program acara, motivasi mendengarkan dan sikap pendengar mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di DeltaFM sebesar 77,5 persen. Hal ini berarti ketiga variabel bebas tersebut sangat dominan pengaruhnya terhadap persepsi

pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di DeltaFM, sehingga ketiganya mutlak dilibatkan oleh manajemen ketika manajemen radio berkehendak untuk meningkatkan persepsi publik tentang program acara pada umumnya. Dari temuan tersebut diketahui pula bahwa sebesar 100 persen – 77,5 persen = 22,5 persen dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar variabel bebas penelitian, sehingga masih memerlukan *development research* untuk dapat menjelaskan mengenai pengaruh variabel independen lain di luar model penelitian yang dapat mempengaruhi persepsi pendengar tentang program acara *Asri & Steny in The Morning* di DeltaFM secara lebih komprehensif.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alten, Stanley R. (2010). *Audio in Media*. New Jersey: Michael Rosenberg. Development Publisher. Editor: Megan Garvey. Assistant Editor: Erin Bosco.
- Anoraga, Panji. (2002). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saefuddin. (2008). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bittner, John R. (1996). *Mass Communication Introduction*, Fourth Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Dahlan, Abdul Choliq. (2013). *Pengembangan Bahan Pengajaran Psikologi Belajar*. Buku Pengajaran Psikologi Pendidikan pada Magister Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Sultan Agung. Semarang.
- Effendy, Onong Uchajana. (2004). *Radio Siaran: Teori dan Praktek*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung; Ramaja Rosdakarya.
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Littlejohn, Stephen, W., dan Karen A. Foss.(2009). *Teori Komunikasi*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LKiS
- Purwanto, Ngalim. (2000). *Menuju Proses Belajar Profesional*, Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2003). *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tubbs, Stewart L., dan Sylvia Moss. (2000). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Walgito, Bimo. (2001). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito, Bimo. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jurnal dan Artikel Ilmiah**
- Elven. (2011). "Persepsi Pendengar terhadap Program "Elshinta News and Talk" di Radio Elshinta (Studi Kasus Pada Pengendara Mobil di Jakarta)". *Skripsi*. Jurusan Komunikasi dan Multimedia-Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Mackenzie, Scott B. and Richard A. Spreng (1992). How Does Motivation Moderate The Impact of Central and Peripheral Processing on Brand Attitudes and Intentions?. *Journal of Consumer Research*. Vol.18 (March): 519-529.

Maurina, Sindy. (2006). "Hubungan antara Intensitas Mendengarkan Program Acara Putuss terhadap Persepsi Pendengar tentang Radio Prambors Semarang sebagai Radio Anak Muda". *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik-Universitas Diponegoro. Semarang.

Rucker, Derek D, and Richard E. Petty (2006). . Increasing the Effectiveness of Communication to Consumers: Recommendation Based on Elaboration Likelihood and Attitude Certainty Perspectives. *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol.25 (1), Spring: 39-52.

Saputra, Dalis Usman. (2014). "Persepsi Audiens tentang RRI Sebagai Radio Berita (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Pendengar di Daerah RW 18 Kelurahan Mojolangu dalam Program Acara Siaran Berita di RRI Program I Stasiun Malang)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik-Universitas Brawijaya. Malang.

Internet dan Website

(<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>, diunduh 30 Desember 2015, pukul 13.25 WIB).