

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia telah berkembang dengan cepat dan baik. Dengan bukti banyak lahirnya media, ini adalah gambaran nyata betapa pesatnya perkembangan industri media di Indonesia. Dilihat dari fungsinya, media memang berkemampuan untuk menyimpan informasi, artinya saluran pembawa pesan tersebut mampu dimanfaatkan pada saat-saat yang diperlukan, tidak perlu harus langsung sebagaimana orang sedang bicara.<sup>1</sup>

Media massa merupakan alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan komunikator kepada komunikan, jika dilihat dari jumlah komunikan yang dapat dijangkau oleh media massa itu sendiri. Media massa juga menghadapi masyarakat heterogen dan mampu mempersatukan komunikan yang heterogen dalam suatu pesan.

Seperti yang dikemukakan Prof. DRS. Onong Uchjana Effendy, M.A. “komunikan atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota-anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator, bersifat heterogen. Dalam keberadaannya terpecah-pecah, anatar satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak terdapat kontak pribadi dan lain sebagainya.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Pawit M. Yusup, *komunikasi Instruksional*, (Jakarta :PT Bumi Aksara, 2010), hal. 227.

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Televisi Siaran Teori&Praktek*, (Bandung :cv. Mandar Maju, 1993), hal. 19.

Dengan ditemukannya radio yaitu suatu proses dimana pesan asli diubah menjadi suatu bentuk baru yang cocok untuk transmisi radio dinamakan modulasi, maka musik dan berita mulai dapat disiarkan dan dinikmati tanpa ada biaya sehingga memberikan pengaruh yang besar terhadap rekaman musik, kemudian industri rekaman mulai mempengaruhi radio untuk membuat orang menyadari keberadaan artis dan penampilannya seperti apa yang mereka dengar.<sup>3</sup>

Radio merupakan media massa paling luas dan populis. Menurut Michael C. Keith (2000), tidak ada sejenak tanah dan permukaan laut pun yang tidak terjamah oleh sinyal elektromagnetik yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiun radio di seluruh dunia. Total jangkauan radio melebihi media televisi dan apalagi surat kabar atau media cetak.<sup>4</sup>

Saat televisi muncul, semula orang berpikir era radio akan berakhir. Nyatanya, hingga kini jumlah radio terus bertambah. Orang bahkan harus antri perizinan dan “berebut” frekuensi untuk mendirikan radio. Demikian pula ketika era digital (media online) kian berkembang, radio tetap mendapat tempat di hati pendengarnya.

Radio juga tetap jaya karena sifatnya yang “*theatre of mind*” yaitu misteri penyiar hingga sajian acara yang “membuat gambar” dibenak pendengar menjadi keunikan sekaligus keunggulan radio dibandingkan media lain. Sifatnya yang portable, bisa dibawa kemana-mana dan didengarkan sambil menjalankan aktivitas

---

<sup>3</sup> Herbert L, *Teknik Radio Benda Padat*, (Jakarta : Universitas Indonesia, 1990). Hal. 02.

<sup>4</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung : Nuansa, 2016), hal. 05.

lain, bahkan sambil menonton televisi dan sambil browsing internet, menjadi keunggulan radio.<sup>5</sup>

Radio juga memiliki Karakteristik sebagai salah satu media komunikasi massa (mass communication), seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah. Secara umum, ia memiliki karakter yang sama dengan media lainnya, seperti publisitas (dapat diakses atau dikonsumsi oleh publik), universalitas (pesannya bersifat umum), dan kontinuitas (terus-menerus), serta aktualitas (berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa baru).

Radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” (the fifth estate) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan) dan pers atau surat kabar. Hal itu karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara.

Media radio siaran memiliki karakter atau sifat khas yang tidak dimiliki oleh media lain. Karakter radio ada yang positif (kelebihan), ada pula yang negatif (kelemahan). Karena memiliki karakter tersendiri inilah radio mampu bertahan hingga kini.<sup>6</sup>

Radio menarik bagi siapa saja, tersedia bagi semua orang. Kepraktisan dan keanekaragaman tawaran program siarannya menjadi radio sebagai media paling populer dalam sejarah. Popularitasnya kian kuat, ketika radio memasuki “wilayah jurnalistik”. Program siaran berita radio kian memperkuat daya tarik dan

---

<sup>5</sup>*Ibid*, hal. 06.

<sup>6</sup>*Ibid*. hal. 14.

pengaruhnya. Orang kini bisa menyalakan radio untuk mendengarkan berita. Artinya radio bukan lagi sekedar media hiburan tempat mendengarkan music atau lagu favorit, tapi juga sumber informasi layaknya surat kabar.<sup>7</sup>

Salah satu dari Radio Trax FM Palembang sampai saat ini masih memegang prinsip mengutamakan kepentingan masyarakat dan berpegang pada kepuasan pelanggan dalam kedudukannya sebagai pelayanan publik. Hal ini tampak dalam upaya pemuasan masyarakat pendengar yang membutuhkan akan hiburan, penerangan dan pendidikan.

Radio Trax FM 95,1 Palembang, mulai hadir pada tahun 2016, Trax FM menempatkan diri sebagai Radio Anak Muda di Kota Palembang. Dengan segmentasi umur pendengar 15-30 tahun. Berdasarkan segmentasi Radio muda pada Radio Trax FM Palembang tersebut, seorang penyiar sebagai komunikator akan mengikuti segmentasi pendengar pada radio di mana dia bekerja.

Seperti yang disampaikan Henneke, seorang penyiar atau siapa saja yang berkomunikasi melalui radio siaran perlu memperhatikan sifat-sifat pendengar radio. Bukan hanya sekedar menyampaikan informasi, bukan saja pendengar mengerti dan tertarik, tetapi lebih dari pada itu, agar pendengar melakukannya.<sup>8</sup>

Radio Trax FM Palembang identik dengan music populer baik dalam negeri maupun luar negeri, dengan mengusung tag “Hits Yang Kamu Suka” membuat radio ini diminati oleh pendengar muda karena memutar musik populer yang berisi

---

<sup>7</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2010), hal. 07.

<sup>8</sup> Ben G. Henneke, *The Radio Announcer's Handbook*, Reinhart & Company. Inc. New York, Toronto, 1954, hal.6.

lagu-lagu Top terbaru dan terlaris. Berdasarkan request pendengar, radio berusaha untuk memenuhi kebutuhan informasi akan musik tersebut.

Berdasarkan Trax FM Palembang mewakili Radio sebagai anak muda yang memiliki segmentasi pendengar di usia anak muda menggunakan komunikasi persuasive di dalamnya, baik dari sisi komunikator ataupun pesan yang di sampaikan yang bersifat persuasif. Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengajak, membujuk, bahkan mempengaruhi orang lain melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator yang dilakukan secara alamiah dan tidak ada paksaan.

Proses komunikasi merupakan proses pengoperan lambang yang mengandung arti. Sehubungan dengan ini, agar supaya komunikasi dapat berjalan dengan harmonis, perlu sekali arti sama yang diberikan oleh komunikator maupun komunikasi kepada lambang yang dipergunakan. Justru dalam segi pemberian arti inilah telah timbul perbedaan pertama karena masing-masing orang memberi arti kepada suatu lambang , sesuai dengan pengalaman, harapan serta tingkat pendidikannya.<sup>9</sup>

Seperti halnya yang dikatakan Elihu Katz komunikasi dapat dikatakan konsep pemuka pendapat (opinion leader), yakni individu yang bisa memengaruhi orang lain dalam kelompok. Individu ini mendapat informasi dari luar dan kemudian meneruskan informasi tersebut pada kelompoknya.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Phil. Astrid S.Susanto, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta : Binacipta, 1974), hal.58.

<sup>10</sup> Eriyanto, *Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal. 29.

Morning Zone yaitu salah satu program yang ada di Radio Trax FM Palembang yang memiliki segmentasi terhadap pendengar. Tujuan dari Morning Zone tak lain dari memberikan semangat dalam beraktifitas pagi. Adapun pendengar dari siaran Morning Zone mulai dari mahasiswa, anak kecil, pedagang, ibu-ibu, bapak-bapak dan lain sebagainya.

Berdasarkan hal diatas bahwa menunjukan komunikator dalam hal ini adalah penyiar Morning Zone telah memiliki pendengar diluar dari segmentasi radio anak muda, dibutuhkan komunikator yang handal untuk dapat menarik sigmentasi pendengar diluar dari sigmentasi yang telah dibuat oleh radio itu sendiri.

Pada media radio, pesan yang akan disajikan haruslah data yang sedemikian rupa, karena lambang utama pada media radio adalah bahasa lisan, untuk itu diperlukan keterampilan berbahasa oleh penyiar. Oleh sebab itu naskah atau pengucapan kata-kata dalam radio siaran harus ditata, sehingga mudah diucapkan dalam sekali dengar.

Selain itu kelebihan dari media radio adalah bahwa pesan yang disiarkan oleh komunikator dapat ditata dengan menjadi suatu kisah yang dihiasi dengan musik sebagai ilustrasi dan efeksuara sebagai unsur dramatisasi, sehingga oleh khalayak pendengar dapat dinikmati dalam segala situasi.

Dari pada itu penyiar siaran Morning Zone berusaha agar bukan saja mendengarkan penyiar dalam semangat beraktifitas, tetapi pendengar tersebut berimajinasi membayangkan pesan yang diterima dari penyiarnya , seringkali efek imajinasi ini dibantu oleh memori yang ada.

Seperti halnya yang disampaikan Wyhn mengemukakan bahwa radio mengkomunikasikan bunyian-bunyian (sound), salah satunya adalah “suara dan kata-kata manusia”. Dengan suara dan kata-kata seorang penyiar dapat membangun imajinasi pendengar radio. Suara yang baik dan mantap dengan dukungan sikap emosional merupakan cerminan dari keadaan sistem urat syaraf badan.<sup>11</sup>

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis acara siaran Morning Zone. Adapun hasilnya akan penulis tuangkan dalam bentuk penelitian dengan Judul “Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Morning Zone di Radio Trax FM Palembang Terhadap Minat Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah bagaimana diuraikan di atas, permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa tujuan dari komunikasi persuasif penyiar siaran Morning Zone di Radio Trax FM Palembang terhadap minat pendengar radio ?
2. Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan penyiar siaran Morning Zone di Radio Trax FM Palembang ?
3. Adakah hasil hubungan komunikasi persuasif penyiar siaran Morning Zone di Radio Trax FM Palembang terhadap minat pendengar radio ?

---

<sup>11</sup> Moeryanto Ginting Munthie, *Media Komunikasi Radio*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 49.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apa tujuan hubungan komunikasi persuasif penyiar Morning Zone di Radio Trax FM Palembang terhadap minat pendengar radio.
- b. Untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi persuasif penyiar Morning Zone di Radio Trax FM Palembang terhadap minat pendengar radio.
- c. Untuk mengetahui bagaimana hubungan yang telah dicapai koamunikasi persuasif penyiar siaran Morning Zone di Radio Trax FM Palembang.

### **2. Manfaat Penelitian**

Dengan melihat tujuan penelitian di atas maka peneliti berharap agar hasil penelitian dapat memberi manfaat, antara lain :

- a. Secara teoritis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya. Dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi para mahasiswa dan dosen yang berkaitan dengan penyampaian dalam radio.
- b. Secara praktis, untuk mebnambah pengetahuan penulis secara praktis maupun teoritis di bidang komunikasi, khususnya mengenai pesan yang dikaitkan dengan penyampain pesan terhadap minat



pendengar dan masukan bagi para penyiar atau karyawan Radio Trax FM Palembang dalam meningkatkan kinerja dalam menghadapi perkembangan dimasa sekarang dan masa yang akan datang.

#### **D. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini digunakan supaya penelitian tidak melenceng, mencakup Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone di Radio Trax FM Palembang jurusan Sistem Informasi kelas D Angkatan 2015 yang berjumlah 210 orang. Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah penyampaian pesan pada teman sekelas dan fokus penelitian dari *Siaran Morning Zone* adalah bagian media di era Radio Trax FM di Universitas Bina Darma Palembang.

#### **E. Kajian Pustaka**

Menurut Silvi Farikhatul Jannah yang berjudul *Hubungan Program Siaran Radio Suara Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan*, menyebutkan pendidikan merupakan salah satu wahana terpenting dalam pembentukan karakter suatu bangsa. Karena kualitas pendidikan yang baik maka dapat mengantarkan rakyat ke kehidupan yang lebih sejahtera. Di Indonesia instansi yang khusus menangani berbagai permasalahan mengenai pendidikan adalah Dinas pendidikan yang ada di setiap kota/kabupaten memiliki cara tersendiri dalam menentukan kualitas pendidikannya. Tujuan dari penelitiannya yaitu untuk mengetahui bagaimana efektivitas program siaran radio suara pendidikan dalam meningkatkan kualitas pendidikan.

Radityo Jufriansah dalam karyanya yang berjudul *Hubungan Program Siaran Radio Sebagai Media Komunikasi* (2010) mengemukakan, radio siaran merupakan salah satu media komunikasi yang siarannya ditunjukan kepada umum. Adapun pelayanan yang diberikan oleh radio siaran dapat berupa aspek-aspek yang menyentuh kehidupan masyarakat dengan menyediakan informasi-informasi yang mungkin sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama yang menyangkut masalah pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah juga tidak lepas dari segi pelayanan kepada masyarakat. Radio swasta inilah yang menawarkan program-program acara hiburan dan info yang beragam. Adapun fokus penelitian ini ditujukan untuk mengetahui efektivitas program siaran “Kata Kota Kita” yang disiarkan oleh radio Andalus FM Malang, yang dapat dilihat dari faktor-faktor mempengaruhinya.

Euis Nurul dalam artikelnya yang berjudul *Hubungan Iklan Radio* (2007) mengatakan, perencanaan media merupakan kegiatan yang sangat penting bagi periklanan dalam promosi yang dilakukan dalam perusahaan. Efektivitas periklanan sangat pula dipengaruhi oleh media periklanan seperti radio, tv, video, internet bahkan cellphone. Tanpa disadari, terjadi ikatan emosional antara radio dan komunitasnya, radio merupakan medium yang terbilang cepat dalam menyampaikan informasi dan cakupannya bisa menembus wilayah-wilayah.

Melihat berbagai literatur tersebut dan dapat kita ambil beberapa persamaan judul peneliti lakukan yaitu mengenai hubungan penyampaian pesan penyiar siaran Morning Zone di radio Trax FM Palembang terhadap minat pendengar. Dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada rumusan masalahnya yang membahas tentang hubungan penyiar serta dampak dari pendengar.

Sehubung dengan itu peneliti bermaksud untuk mengembangkan lebih lanjut mengenai penelitian sebelumnya, sehingga peneliti akan melakukan penelitian khususnya untuk membuat skripsi di Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang dengan judul **Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone Di Radio Trax FM Palembang Terhadap Minat Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi Angkatan 2015.**

#### **F. Kerangka Teori**

Teori merupakan sekumpulan konsep, definisi, dan proposisi yang saling kait mengkait yang menghadirkan suatu tinjauan secara sistematis atas fenomena yang ada.<sup>12</sup> Maka dalam melaksanakan penelitian ini, kiranya penulis menganggap cukup relevan dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*, merupakan teori yang mendasari penelitian ini. Dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa.

“Pendekatan *Uses and Gratification* menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi komunikasi melalui media. Komunikasi atau Pesan yang diterima oleh khalayak, diolah sesuai bidang pengalaman yang dimiliki masing-masing khalayak dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pendekatan ini pertama kali dikemukakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959 melalui hasil penelitian yang menunjukkan bahwa orang yang berbeda dapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk kegunaan yang berbeda-beda.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Zamroni, *Pengantar Pengembangan Teori Sosial*, (Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya, 1992), hal. 02.

<sup>13</sup> Onong Uchajana Effendy., M.A, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 289.

Istilah *Uses and gratification* timbul dari sikap aktif khalayak dalam menggunakan media dari pemenuhan kebutuhan khalayak melalui penggunaan media tersebut. *Model Uses and Gratification* menunjukkan bahwa, yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.

Dalam model ini khalayak bersifat aktif dalam menghadapi terpaan komunikasi atau pesan, karena pesan yang diterima oleh khalayak diolah sesuai bidang yang dimiliki masing-masing khalayak dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Jadi pesan-pesan yang terdapat di media massa radio harus dapat menarik perhatian khalayak dengan memperhatikan antara lain daya tarik pesan yang disampaikan dalam acara program siaran Morning Zone.

Dengan demikian, baik pemerintah maupun masyarakat diharapkan memberikan perhatian terhadap media radio, yang dari segi jumlah begitu banyak segi pemancarnya. Sehingga program siaran radio dapat memaksimalkan membina mental dan spiritual pendengar sesuai jiwa dan semangat falsafah bangsa dan negara kita. Sebab, kenyataan kalangan usia muda menjadi mendengar setia acara radio, besar jumlahnya. Apabila acara-acara yang kurang mendukung terhadap sifat dan budaya bangsa, lama kelamaan tentu dapat mempengaruhi, pengetahuan, sikap dan perilaku pendengarnya.<sup>14</sup>

Hubungan adalah kesinambungan antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu sama lain. Hubungan terus terjadi dalam setiap proses manusia. Secara garis besar, hubungan terbagai menjadi hubungan positif dan

---

<sup>14</sup> Moeryanto Ginting Munthe, *Op.cit.* hal. 15.

negatif. Hubungan positif terjadi apabila kedua pihak yang berkomunikasi dan menerima merasa saling diuntungkan satu sama lain dan ditambah adanya timbal balik serasi. Sedangkan, hubungan yang negatif terjadi apabila suatu pihak merasa sangat diuntungkan dan pihak lain merasa dirugikan. Adapun menurut Tams Jayakusuma hubungan adalah suatu kegiatan tertentu yang membawa akibat kepada kegiatan yang lain. Selain itu, arti kata hubungan juga dapat dikatakan proses, cara atau arahan yang menentukan atau menggambarkan suatu objek tertentu yang membawa dampak atau pengaruh terhadap objek lainnya.

Adapun beberapa faktor radio siaran diberi julukan "*the fifth estate*" disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi massa khalayak yaitu, *Daya Langsung* yang artinya untuk mencapai sasarnya, yakni pendengar, isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. *Daya Tembus*, yaitu faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuatan kelima daya tembus radio siaran, dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan. *Daya Tarik* faktor ke 3 yang mempunyai radio siaran mempunyai kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya.<sup>15</sup>

Komunikasi Persuasif adalah proses penyampaian pesan kepada komunikan, merupakan hal yang sangat penting yang tujuannya antara lain untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku komunikan untuk menjadi konsultan. Komunikasi Persuasif haruslah dilakukan secara efektif, agar pesan yang disampaikan dapat mencapai tujuan sesuai dengan yang diharapkan.

---

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy, M.A., *Radio Siaran Teori & Praktek* (Bandung : Mandar Maju, 1990), hal. 75.

Pesan sebelum disampaikan kepada sasaran, harus dipersiapkan terlebih dahulu secara matang, agar pesan yang disampaikan itu dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang telah direncanakan. Dan lebih jauh lagi akan mendapat perhatian dari publik. Seorang komunikator sebelum menyampaikan pesannya harus memperhatikan suasana audience dan harus mengetahui kapasitas yang tepat untuk menyampaikan pesan komunikasinya. Sebab jika tidak, bukan saja tidak akan mendapat perhatian dari publik, tetapi lebih jauh lagi publik akan menganggapnya sebagai suatu gangguan.

Seorang komunikator dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada komunikan, harus menggunakan lambang-lambang yang diartikan sama oleh kedua belah pihak. Untuk itu komunikator harus memperhatikan lingkungan yang membentuk pengalaman komunikan. Dalam menyampaikan pesan komunikasinya, komunikator bukan hanya harus berbicara dalam bahasa yang sama dengan komunikan, tetapi juga harus menyesuaikan diri dengan kemampuan daya tangkap mereka.

Seperti halnya penyiar adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada para pendengar. Materi siaran tersebut adalah hasil yang telah diolah oleh bagian produksi siaran berdasarkan program yang disusun oleh staff khusus.<sup>16</sup>

Minat adalah sebagai kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Pengertian minat secara harfiah adalah suatu kegiatan organisme yang

---

<sup>16</sup>*Ibid*, hal. 126.

mengarahkan perhatian dengan sungguh-sungguh terhadap suatu objek, yaitu objek yang relevan atau mempunyai karakteristik yang serupa dengan objek tertentu.

Berdasarkan pengertian di atas dapat di simpulkan bahwasanya, suatu kecenderungan seseorang dalam bertingkah laku yang dapat diarahkan untuk memperhatikan suatu objek atau melakukan suatu aktivitas tertentu yang didorong oleh perasaan senang karena dianggap bermanfaat bagi dirinya.

Seperti halnya yang dikatakan Ben G. Henneke, komunikasi melalui radio siaran bukan hanya sekedar menyampaikan informasi saja, bukan saja agar pendengar mengerti dan tertarik, tetapi lebih dari pada itu agar pendengar melakukannya.<sup>17</sup>

### **G. Hipotesis**

Hipotesis menurut **F.N Kerlinger** adalah kesimpulan sementara atau preposisi tentatif tentang hubungan antara dua atau lebih variabel. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan. Hipotesis merupakan pernyataan sementara berupa dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Oleh karena itu, hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran.<sup>18</sup>

“Hipotesis dirumuskan, baik yang bersifat korelasional maupun deskriptif disebut hipotesis kerja (Hi) agar diuji secara statistik, diperlukan sesuatu untuk membandingkan hipotesis kerja tadi yaitu hipotesis (Ho) yang merupakan formulasi terbalik dari hipotesis kerja”.(Singarimbun dan Effendy, 1989:44-55). Adapun hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah :

---

<sup>17</sup>*Ibid*, hal. 127.

<sup>18</sup>Suryani Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), hal. 98.

Ha : **Ada Hubungan** antara Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone Di Radio Trax FM Palembang Terhadap Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi Angkatan 2015

Ho : **Tidak Ada Hubungan** antara Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone Di Radio Trax FM Palembang Terhadap Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi Angkatan 2015.

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian Kuantitatif yaitu merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numeric/angka. Tujuan penelitian Kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.<sup>19</sup>

Sedangkan metode yang digunakan yaitu Metode Penelitian Survey dengan Teknik Analisis Deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlangsung pada saat ini informasinya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah.

### 2. Jenis Data dan Sumber Data

- a. Metode Survey merupakan penelitian yang mengambil survey dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Metode survey dilakukan dalam waktu yang

---

<sup>19</sup>*Ibid*, hal. 109.



bersamaan terhadap sejumlah individu atau unit, baik secara sensus ataupun dengan menggunakan sampel disertai wawancara dengan pihak-pihak terkait terhadap masalah yang diteliti.

- b. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data pokok yang merupakan hasil jawaban dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti yang diperoleh melalui hasil penelitian menggunakan teknik analisis kuantitatif. Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung dalam penelitian. Data tersebut diperoleh dari buku-buku dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3. Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (Indikator) dari suatu konsep atau variabel.<sup>20</sup>

**Tabel 1.1**

#### **Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone Trax FM (Variabel X)	1. Hubungan	1. Pencapaian tujuan 2. Integrasi (tingkat kemampuan mengadakan sosialisasi 3. Adaptasi: penyesuaian diri yang terjadi dilingkungan

<sup>20</sup>Noor Juliansyah, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 22.

		2. Komunikasi Persuasif	1.Aspek Kognitif: -Menambah wawasan -menambah pengetahuan 2.Aspek Afektif: -Senang -Puas 3.Aspek Konatif: -Waspada -Tindakan Terhadap Objek
2	Minat Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi (Variabel Y)	1.Minat Mendengarkan	1. Rasa lebih suka atau ketertarikan suatu aktivitas 2. Memperoleh informasi yang dibutuhkan

Untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur, maka digunakanlah skala Likert untuk mengukur pendapat seseorang dalam penelitian ini. Skala Likert bergradasi positif dan digunakan sebagai tahapan pemberian skor atau nilai atas angket dalam bentuk pernyataan yang dijawab responden dan tiap pertanyaan memiliki skor. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*, (Bandung: Alfabeta: 2016), hal. 124.

Peneliti menggunakan *rating scale* atau rating skala untuk mengukur sikap atau perilaku seseorang atau sekelompok orang metode *rating scale* adalah skala peringkat yang berbentuk angka. Responden diberikan pilihan jawaban dalam bentuk angka yang kemudian diinterpretasikan dalam pengertian kuantitatif.<sup>22</sup>

#### 4. Uji Coba Instrumen

##### a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid memiliki validitas rendah. Dalam penelitian ini penghitungan validitas data menggunakan Program SPSS.

##### b. Reliabilitas (keandalan)

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini penghitungan Reliabilitas data menggunakan Program SPSS.

#### 5. Populasi dan Sampel

##### a. Populasi

Populasi, yaitu sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (penelaahan) dengan cirri mempunyai kareteristik

---

<sup>22</sup> Suryani Hendrayadi, *Op. Cit.*, hal. 133.

yang sama. Merupakan sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian.<sup>23</sup>Populasi menurut Sugiyono adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>24</sup>

Menurut Suharsimi Ari Kunto apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya. Sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sebaliknya, jika jumlah subyeknya besar, maka dapat diambil sampel penelitian antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>25</sup>

Dari pengertian diatas maka, populasi dari penelitian adalah seluruh mahasiswa jurusan sistem informasi angkatan 2015 Universitas Bina Darma Palembang yang berjumlah 175 orang yang terdiri dari 5 kelas dengan rincian sebagai berikut :

---

<sup>23</sup> Drs. Andi Supangat, M.Si, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2007), hal. 03.

<sup>24</sup>Suryani Hendrayadi. *Op.Cit.*, hal. 190.

<sup>25</sup>Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta : Karya Cipta, 1998), hal.115.

**Tabel 1.2**  
**Populasi Penelitian**  
**Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi D Universitas Bina Darma**  
**Palembang**

No	Kelas	Jumlah
1.	Sistem Informasi A	35
2.	Sistem Informasi B	35
3.	Sistem Informasi C	35
4.	Sistem Informasi D	35
5.	Sistem Informasi E	35
Jumlah		175

b. Sampel

Secara sederhana dapat dikatakan, bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Menurut Arikunto yaitu apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik ambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Namun subyek yang ada pada penelitian ini lebih dari 100 maka penelitian ini penulis mengambil sampel sebesar 20% sehingga jumlah sampel adalah  $20\% \times 175 = 35$ . Sehingga penulis menyatakan penelitian ini

adalah penelitian sampel dari mahasiswa jurusan sistem informasi kelas D yang berjumlah 35 orang.<sup>26</sup>

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer merupakan data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang diperlukan untuk menjelaskan kegiatan penyebaran informasi melalui angket (*Questionair*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu:

### a. Angket

Penyebaran Angket, yaitu usaha mengumpulkan informasi dengan carapertanyaan tertulis dan dibagikan pada pendengar radio mahasiswa binadarma Menurut Kartono bahwa, “Kuesioner atau angket adalah suatu masalahyang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dilakukan dengan jalan mengedarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir, yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan (respon) tertulis seperlunya.

### b. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan atau obrolan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab

---

<sup>26</sup>*Ibid*, Hal. 174.

lisan, dimana dua orang atau lebih yang berhadapan secara fisik.<sup>27</sup>

Peneliti melakukan wawancara kepada penyiar Radio Morning Zone Trax FM Palembang.

c. Studi Pustaka

Teknik yang dilakukan sebagai pelengkap, dalam hal ini untuk memenuhi atau mempelajari serta mengutip pendapat-pendapat para ahli yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

## 7. Teknik Analisis Data

Dalam analisis data ini menggunakan teknik tabulasi presentasi sederhana. Karena data yang diperoleh masih berupa uraian-uraian, seperti angka/jumlah, dokumentasi dan pendapat orang yang diamati. Maka penulis mengumpulkan semua yang diperoleh kemudian melakukan penyusunan sesuai dengan urutan pembahasan, selanjutnya dianalisis dan ditafsirkan dalam bentuk kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga mudah untuk diambil kesimpulan yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas distribusi data digunakan Kolmogorov-smirnov Test dari Program SPSS. Interpretasi normalitas data dihitung dengan cara membandingkan nilai Asymptotic Significan yang diperoleh dengan

---

<sup>27</sup> Efendi Rahmat, *Pedoman Jurnalistik Radio*, (Jakarta : Internews Indonesia, 2000), hal. 61.

nilai  $\alpha = 0.05$  jika  $\text{Asymp.Sig} > 0.05$ , maka data dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Analisis Regresi Linear

Uji Analisis Regresi Linear digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan signifikan antara variabel X dan Variabel Y, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi



## **I. Sistematika Penelitian**

Dalam sistematika penelitian digunakan agar penulisan menjadi terarah dan sesuai dengan maksud penulisan. Maka, penulis menyusun dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Membahas tentang penyampain pesan, pengertian pesan, struktur pesan, daya tarik pesan, pengertian radio, fungsi radio, pesan komunikasi pada radio, pengertian minat dan factor-faktor yang menimbulkan minat.

### **BAB III OBJEK PENELITIAN**

Membahas tentang mengenai gambaran secara umum tentang perusahaan (*TraxFM*) di mana tempat peneliti mengadakan penelitian meliputi; sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi radio trax fm, pembagian tugas karyawan trax fm, program acara siaran trax fm dan sejarah binadarma serta visi dan misi sistem informasi.

### **BAB VI HASIL PENELITIAN**

Membahas cara pengumpulan data melalui angket yang disebarakan kepada responden dan telah di isi oleh responden.

**BAB V PENUTUP**

Membahas tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan yang merupakan jawaban dari masalah pokok yang menjadi sasaran penelitian.