

Pengaruh Gaya Siaran terhadap Sikap Pendengar

Ardiansyah, Endang Setiowati

Program Studi Ilmu Komunikasi Penyiaran, STIKOM InterStudi

Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

nugyeethescorp24@gmail.com

Abstract—This study discusses the influence of the Broadcast Style Broadcast of "Sunset Trip" Program in Prambors radio on Listener's Attitude. To make a research design and analyze research results using the theory of Uses and Effects, and the concepts of broadcast style and audience attitude. This study uses the positivism paradigm with a quantitative approach and survey methods. The population used is the Instagram follower @prambors, amounting to 34,200 people as of July 22, 2019. Samples totaling 100 people were taken using the Taro Yamane formula with a sampling error of 10%. The sampling technique was using purposive non probability sampling with the listener criteria is listening the Sunset Trip program at least 2 (two) episodes per week. The results show that the influence of the Broadcast Style of the "Sunset Trip" Program on Listener Attitude is Significant. This research is expected to be a reference, knowledge, and insight for fellow students and the general public towards the Radio media. This research is also expected to provide input to Jakarta's Prambors radio, and especially the broadcasters of the "Sunset Trip" program, Ilham Ramdana and Kreshna Julio, so that they are always be the broadcasters who can be role models for their listeners. And hopefully it can be useful for radio listeners by getting information and learning values from the radio. And it is also expected to be useful for myself as a researcher of radio.

Keywords—Broadcast Style, Media Use, Listener's Attitude

Abstrak—Penelitian ini membahas tentang pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program "Sunset Trip" di radio Prambors terhadap Sikap Pendengar. Untuk membuat desain penelitian dan menganalisis hasil penelitian menggunakan teori Uses and Effect, dan konsep Gaya Siaran serta Sikap Pendengar. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan metode survey. Populasi yang digunakan adalah follower Instagram @prambors yang berjumlah 34.200 orang per tanggal 22 Juli 2019. Sampel berjumlah 100 orang yang diambil dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan sampling error sebesar 10%. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan non probability sampling jenis purposive dengan kriteria pendengar program Sunset Trip minimal 2 (dua) episode per minggu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program Sunset Trip terhadap Sikap Pendengar adalah Signifikan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi, ilmu, dan wawasan bagi sesama mahasiswa serta masyarakat umum terhadap media Radio. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan kepada radio Prambors Jakarta, dan terutama penyiar program "Sunset Trip" yaitu Ilham Ramdana dan Kreshna Julio agar selalu menjadi penyiar yang dapat menjadi panutan buat pendengarnya. Serta diharapkan dapat bermanfaat bagi pendengar radio dengan mendapatkan informasi dan nilai didik dari radio. Dan juga diharapkan dapat bermanfaat bagi saya sendiri sebagai peneliti

terhadap radio.

Kata Kunci—Gaya Siaran, Penggunaan Media, Sika.

I. PENDAHULUAN

Radio merupakan media elektronik tertua yang masih banyak pendengarnya di seluruh dunia, dan bahkan di Indonesia sendiri populasi pendengar radio masih sangat banyak. Teknologi pengukuran kependengaran radio bervariasi di setiap negara, berdasarkan Nielsen Radio *Audience Measurement*, total pendengar radio di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 34% dari populasi dan menghabiskan lebih dari 2 jam mendengarkan radio seharinya. Mengacu pada studi Nielsen Radio *Consumer View* seputar mengapa orang mendengarkan radio periode Oktober sampai Desember 2018. Berdasarkan hasil Nielsen Radio *Audience Meassurment*, alasan kenapa orang masih mendengarkan radio sebagian besar karena alasan terkait lagu (57%), diikuti oleh faktor penyiar (35%) dan program (27%), serta juga keinginan untuk mengikuti berita (19%).

Salah satu stasiun radio yang terkenal di Jakarta juga di Indobesia adalah radio Prambors. Prambors adalah radio siaran tertua di Indonesia yang memiliki target pendengar anak muda dan sekaligus menjadikan prambors sebagai radio anak muda pertama di Indonesia, Prambors didirikan pada tahun 1971. Awalnya Prambors merupakan radio yang dibentuk oleh sekelompok anak muda yang hanya bisa didengarkan di daerah Jakarta, beberapa anggota Prambors, Imran Amir, Mursid Rustam, Malik Sjafé'i dan Bambang Wahyudi, serta Tri Tunggal.

Salah satu acara program dari radio Prambors yang paling menarik yaitu acara Sunset Trip. Acara ini pertama sekali mulai ditayangkan pada tanggal 1 Januari 2016. Kepanjangan dari Sunset Trip sendiri ialah "Senang-Senang Terus di Prambors". Program ini disiarkan pada hari Senin-Jumat pukul 16.00-20.00 WIB. Penyiar pada program acara Sunset Trip ini yaitu Kresna Julio dan Ilham Ramdana. Sebagaimana yang telah dikemukakan diatas, bahwa acara program radio Prambors dikatakan sebagai program yang sangat menarik, karena pada saat acara program sedang berlangsung, para pendengar dapat secara langsung bisa berinteraksi dengan penyiar yang sedang mengisi acara. Penyiar juga bisa mendapatkan komentar atau *feedback* dari pendengar tentang segala hal yang berkaitan dengan program acara baik mengenai topik acara, musik yang diputarkan, serta segala hal yang berhubungan dengan penyiar di saat *on air*. Penyiar radio

secara aktif juga berusaha untuk dapat mengajak pendengar untuk ikut serta terlibat dan berdiskusi dengan cara yang lebih santai dalam memberikan tanggapan yang berhubungan dengan topik pembicaraan seperti kemacetan lalu lintas, tempat untuk membeli barang, info *The Highlight* dan beberapa informasi menarik lainnya yang dikemas sekreatif mungkin sehingga berhasil menarik perhatian pendengar. Salah satu diskusi radio (talkshow) dari Sunset Trip yang menarik ialah “Fakta Cemen Ala Mr.Lessman”, dimana program ini disiarkan oleh beberapa orang untuk membuat sebuah cerita lalu dijadikan sebagai bahan guyonan. Program diskusi yang santai ini merupakan program yang paling seru karena melibatkan suara dan karakteristik partisipan yang berbeda-beda. Bagi para pendengar, diskusi radio bisa memberikan kejutan, mengungkapkan hal-hal yang baru, memberikan hiburan, atau pencerahan. Hal-hal inilah yang membuat diskusi menarik bagi para pendengar. (Hullen & Karg, 2009)

Dari fenomena diatas dapat disimpulkan Tidak Semua orang mendengarkan karena faktor lagu, Program dari radio tersebut dan faktor untuk mendapatkan informasi, karena ada faktor yang penyiar yang menjadi alasan kenapa orang masih mendengarkan radio. Oleh sebab itu penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh gaya siaran penyiar terhadap sikap pendengar.

Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya siaran penyiar dan penggunaan media terhadap sikap pendengar radio pada program “Sunset Trip” di Prambors Jakarta. Dengan demikian pertanyaan penelitiannya adalah

1. Adakah pengaruh gaya siaran penyiar dan penggunaan media terhadap sikap pendengar?
2. Seberapa besar pengaruh gaya siaran penyiar dan penggunaan media terhadap sikap pendengar?

II. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini telah digunakan beberapa karya ilmiah sebagai referensi yaitu yang berjudul “Faktor-faktor penting daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Di Kota Semarang. Oleh Naiza Rosalia dimana beberapa komponen data tarik stasiun radio khususnya penyiar dijadikan acuan bagi pembuatan instrument penelitian. (Rosalia, 2017) Penelitian ke 2 yang dijadikan rujukan adalah yang berjudul “Peran Penyiar *Good Morning Hard Rockers* di Hard Rock FM Surabaya dalam Menjaring Pendengar” juga dijadikan acuan bagi pembuatan instrument penelitian. (Suhartono, 2013), Demikian juga dengan penelitian ke 2 yaitu “Pengaruh Penggunaan Bahasa Daerah Terhadap Minat Denfar Radio” dijadikan referensi untuk pembuatan instrument penelitian. (Amin & Kadir, 2018)

Untuk membuat desain penelitian dan menganalisis hasil penelitian digunakan Teori *Uses and Effect*. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Merupakan sebuah sintetis antara pendekatan *uses and gratification* dan teori tradisional mengenai efek. *Uses* (pengguna) sangat penting karena pengetahuan mengenai

penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Teori *Uses and Effect* ini yaitu penggunaan media merupakan suatu kebutuhan, namun dalam penggunaan media tersebut dapat memberikan efek media yang terkait dengan apa yang kita ketahui dari isi media tersebut terhadap individu. Teori *Uses and Gratification*, pengguna media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sementara *Use and Effect* kebutuhan hanyalah salah satu dari faktor faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. (Sendjaja, 2007)

Penggunaan Teori ini pada media radio adalah dimana setiap orang yang menggunakan suatu media radio tentunya mengharapkan kepuasan dari media radio tersebut. Jika kepuasan itu sudah didapat, tentu mereka akan menggunakan media radio tersebut kembali dan akan menghabiskan waktunya untuk mengonsumsi isi media radio tersebut. Setelah menggunakan media radio tersebut akan timbul hubungan antara individu dengan media radio tersebut. Bila timbul rasa puas, maka dapat dikatakan antar keduanya telah terjalin hubungan positif. Namun sebaliknya, akan timbul hubungan negatif bila individu tersebut merasa tidak puas dengan apa yang didapat dari media tersebut.

Sesuai dengan teori *Uses and Effect* yang digunakan dimana teori ini mengatakan bahwa isi media akan menghasilkan efek dan penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi, sehingga keduanya akan menghasilkan *consequence*, maka dalam penelitian ini 3 konsep utama yang juga menjadi variabel yaitu Konsep Gaya Komunikasi yang merupakan isi media yang diteliti dan akan menjadi variabel Gaya Siaran (X1), konsep Penggunaan Media yang akan menjadi variabel Penggunaan Media (X2) dan Konsep Sikap yang akan menjadi variabel Sikap Pendengar (Y).

Konsep Gaya Komunikasi atau *Communication Style* didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. (Senjaya, 2007)

Terdapat 6 (enam) gaya komunikasi yaitu:

1. The Controlling Style

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one way communicators*

2. The Equalitarian Style

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah kesamaan *The Equalitarian Style of Communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah atau *two-way traffic of communication*.

3. The Structuring Style

Gaya yang komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan secara tertulis maupun lisan

guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan secara organisasi

A. *The Dynamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya yang berorientasi pada tindakan atau *action-oriented*.

B. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan atau *sender* mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

C. *The Withdrawal Style*

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Sementara itu konsep penggunaan media merupakan perilaku khalayak dalam menggunakan isi atau acara yang disiarkan oleh suatu media. Penggunaan media adalah jumlah waktu yang dikonsumsi dan berbagi hubungan antara individu dan konsumen media dan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. (Sendjaja, 2007)

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee. (1997). Penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu: (Sendjaja, 2007)

1. Jumlah waktu (Frekuensi, intensitas, dan durasi)
2. Jenis isi media.
3. Hubungan individu dengan media.

Konsep Sikap adalah konsep penting dalam literatur psikologis lebih dari satu abad, lebih dari 100 definisi dan 500 pengukuran sikap telah dikemukakan oleh para ahli Walaupun telah banyak definisi mengenai sikap telah dikemukakan, namun semua definisi ini memiliki kesamaan yang umum yaitu bahwa sikap diartikan sebagai evaluasi diri seseorang. Bahkan. (Peter & Olson., 1999)

Terdapat 3 komponen Sikap yaitu: (Sumarwan, 2003)

1. Komponen Kognitif

Komponen kognitif dari sikap menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek sikap.

2. Komponen Afektif

Afektif menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu produk atau merek.

3. Komponen Konatif

Konatif adalah komponen ketiga dari sikap yang menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap.

Teori *Uses & Effect* berasumsi bahwa isi media dan karakteristik media akan menimbulkan suatu efek pada

khalayak atau pemirsa. Sementara penggunaan media akan menimbulkan suatu konsekuensi pada khalayak. Keduanya akan menghasilkan *consequence*, yang dalam penelitian ini adalah sikap pendengar. Terkait dengan penelitian ini, teori ini sangat penting untuk mengetahui ada atau tidaknya efek atau pengaruh Gaya Siaran yang merupakan komponen isi media terhadap sikap pendengar program “Sunset Trip” di radio Prambors.

Oleh sebab itu **hipotesis penelitian** dari penelitian ini adalah diduga ada pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program Sunset Trip di radio Prambors terhadap Sikap Pendengar. Hipotesis ini diformulasikan sebagai berikut:

Ha₁: Diduga ada pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program Sunset Trip di radio Prambors terhadap Sikap Pendengar

Ho₁: Diduga tidak ada pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program Sunset Trip di radio Prambors terhadap Sikap Pendengar

Ha₂: Diduga ada pengaruh penggunaan media terhadap Sikap pendengar

Ho₂: Diduga tidak ada pengaruh penggunaan media terhadap Sikap pendengar

Dari hipotesis penelitian maka akan diformulasikan ke hipotesis statistik yaitu sebagai berikut:

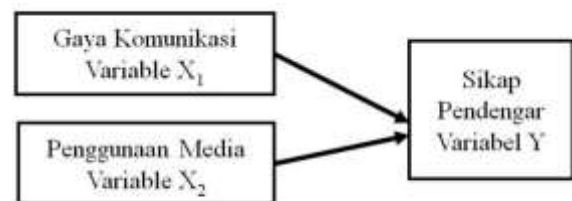
$$Ha_1 = R^2 X_1 Y > 0$$

$$Ho_1 = R^2 X_1 Y < 0 \text{ atau } R^2 X_1 Y = 0$$

$$Ha_2 = R^2 X_2 Y > 0$$

$$Ho_2 = R^2 X_2 Y < 0 \text{ atau } R^2 X_2 Y = 0$$

Berdasarkan hipotesis di atas, maka model analisis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Penelitian

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma **Positivisme** dengan pendekatan **kuantitatif** dan metode **survei**. (Bryman, 2008)

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* aktif instagram Prambors radio @prambors terhitung pada 22 juli 2019 yaitu sebesar 34.200 *followers*. Selanjutnya, untuk mendapatkan jumlah sampel yang dimaksudkan maka penelitian ini menggunakan ukuran dengan Rumus Taro Yamane dengan *sampling error 10%*. (Rakhmat, 2005) dan mendapatkan sampel sebesar 100 orang. Penyebaran kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form*.

Teknik penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive* yaitu dimana sample yang diambil harus memiliki kriteria tertentu yaitu harus mendengarkan program sunset trip

minimal 2 episode terakhir.

Penelitian ini menggunakan beberapa konsep yang terdiri dari, Gaya Komunikasi Penggunaan media serta Sikap Pendengar. Dari ketiga konsep ini dioperasionalisasi sebagai berikut:

Konsep Gaya Komunikasi menjadi variabel Gaya Siaran (X_1), Variabel X_1 dioperasionalisasi menjadi enam dimensi yaitu dimensi *Controlling Style*, *Eequalatarian*, *Structuring Style*, *Dinamic Syle* dan *Relinguising Style* serta *Withdrawal Style*. Dimensi *Controlling Style* akan dioperasionalisasi menjadi dua sub-dimensi yaitu Memberi Perintah dan Butuh orang lain. Dimensi *Eequalatarian Style* akan dioperasionalisasi menjadi dua sub-dimensi yaitu Akrab dan Hangat. Dimensi *Structuring Style* akan dioperasionalisasi menjadi satu sub-dimensi yaitu obyektif/ tidak memihak. Dimensi *Dynamic Style* akan dioperasionalisasi menjadi dua sub-dimensi yaitu Mengendalikan dan Agresif. Dimensi *Relinguishing Style* akan dioperasionalisasi menjadi dua sub-dimensi yaitu mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain, dan mendukung pandangan orang lain. Dimensi *Withdrawal Style* akan dioperasionalisasi menjadi dua sub-dimensi yaitu Menghindari komunikasi dan mengendalikan persoalan

Konsep Penggunaan Media menjadi variabel Penggunaan Media (X_2). Variabel X_2 dioperasionalisasi menjadi 2 dimensi yaitu, dimensi Hubungan dengan media dan dimensi Jumlah waktu.

Konsep Sikap menjadi variabel Sikap Pendengar (Y). Variabel ini dioperasionalisasi menjadi 3 dimensi yaitu, dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Setelah dioperasionalisasi menjadi dimensi, dimensi Kognitif dioperasionalisasi menjadi sub dimensi Pengetahuan, Persepsi dan Kepercayaan. Dimensi Sikap Afektif dioperasionalisasi menjadi sub dimensi emosi, penilaian, dan pengalaman Dimensi Sikap Konatif dioperasionalisasi menjadi sub dimensi tindakan dan perilaku.

Kemudian seluruh dimensi dan/ atau sub dimensi pada ketiga variabel dioperasionalisasi menjadi indikator.

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. (Sugiyono, 2016)

Analisis menggunakan tiga tahap yaitu analisis univariat, bivariat, dan multivariat. **Analisis univariat** merupakan analisis dari satu variabel. Biasanya disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi yang memperlihatkan nilai rata-rata dan atau presenter dari tiap-tiap kategori jawaban. Pengukuran dilakukan dengan cara menghitung skor jawaban responden terhadap elemen-elemen tersebut. (Sugiyono, 2016) Skor dibuat menggunakan Skala Likert dari angka 1 hingga 5. Dari

analisis univariat dapat diketahui tingkat persetujuan responden terhadap jawaban-jawaban yang disediakan peneliti,

Analisa bivariat dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana untuk menghitung besarnya masing-masing variabel X terhadap Y, Sementara **Analisis Multivariat** menggunakan regresi bergand untuk menghitung besarnya pengaruh kedua variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y,

Untuk memperlihatkan bahwa penelitian ini dapat dipercaya digunakan penghitungan reliabilitas dan validitas. Dimana untuk memastikan bahwa instrument penelitian yang digunakan reliabel digunakan nilai Alpha Cronbach (α Cronbach) dengan nilai lebih besar dari 0,6 (α Cronbach > 0.6) (Bryman, 2012) Hasilnya adalah sebagai berikut:

TABEL 1. RELIABILITAS PENELITIAN

Item	Nilai α Cronbach
Variabel X_1 Gaya Siaran Reliabilitas Sub Dimensi Memberi Perintah, Dimensi <i>Controlling Style</i>	0.602
Variabel X_1 Gaya Siaran Reliabilitas Sub Dimensi Akrab, Dimensi <i>Eequalatarian Style</i>	0.737
Variabel X_1 Gaya Siaran Reliabilitas sub dimensi Hangat, Dimensi <i>Eequalatarian Style</i>	0.759
Variabel X_1 Gaya Siaran Reliabilitas Sub-dimensi Mengendalikan, Dimensi <i>Dynamic Style</i>	0.752
Variabel X_1 Gaya Siaran Reliabilitas sub dimensi Sub-dimensi Agresif, Dimensi <i>Dynamic Style</i>	0.625
Variabel X_2 Gaya Siaran Sub-dimensi Mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain, Dimensi <i>Relinguishing Style</i>	0.893
Variabel X_2 Gaya Siaran Sub-dimensi Mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain, Dimensi <i>Relinguishing Style</i>	0.893
Variabel Y Dimensi Persepsi Terhadap Manusia	0.921
Variabel Y Dimensi Persepsi Terhadap Obyek	0.935

Dari hasil penghitungan reliabilitas yang tertera dalam Tabel 1, terlihat bahwa semua indikator dalam seluruh dimensi adalah reliabel karena nilai α Cronbach berada di atas 0.6

Adapun selain menghitung reliabilitas, juga dilakukan

penghitungan validitas dengan menggunakan analisis faktor untuk ketiga variabel dengan melihat nilai Kayser Meyer Olkin (KMO) yang minimal sebesar 0.5 dengan signifikansi sebesar maksimal 0.05 (Singarimbun & Effendi, 2006). Hasilnya ada dalam Tabel 2 berikut ini:

TABEL 2. VALIDITAS PENELITIAN

Variabel	Nilai KMO	Signifikansi
Program Olah Raga “Galeri Sport” (X ₁)	0.831	0.000
Penggunaan Media (X ₂)	0.825	0.000
Persepsi Penonton (Y)	0.918	0.000

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa validitas ketiga variabel dalam penelitian ini adalah valid, sehingga seluruh indikator dapat digunakan untuk penghitungan lanjutan dan analisis hasil penelitian.

Untuk uji reliabel instrumen dalam koefisien penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Croanbach*. Menurut Bethout yang dikutip oleh (Bryman, 2008). Dalam bukunya “*Social Research Methods*” dalam standar nilai alpha (α) yang digunakan untuk menunjukkan bahwa alat ukur tersebut baik adalah >0.6. jadi semakin besar nilai alpha (>0.6) maka semakin reliabel alat ukur tersebut. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah analisis factor variable dalam skala likert, dengan teknik ini, akan diperoleh nilai *Kaiser-meyer-olkin* (KMO), yaitu uji statistik yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan analisis terhadap variabel – variabel yang diukur. Bila nilai KMO >0,5 dengan signifikansi >0,05 maka variabel tersebut layak untuk diuji dengan menggunakan analisis faktor.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdapat dua hasil pembahasan dalam penelitian ini. Manjawab identifikasi masalah yaitu yang pertama, adanya Pengaruh Gaya Siaran dan Penggunaan Media terhadap Sikap Pendengar. Dan yang kedua, terdapat besar Pengaruh Gaya Siaran dan Penggunaan Media terhadap Sikap Pendengar.

A. Analisis Hasil Penelitian dan Interpretasi Data Pengaruh Gaya Siaran Penyiar Sunset Trip (X₁) terhadap Sikap Pendengar (Y)

TABEL 3. MODEL SUMMARY PENGARUH VARIABEL X₁ TERHADAP Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.435	.429	7.64592

a. Predictors: (Constant), Gaya Siaran Penyiar Sunset Trip

1. Interpretasi Data

- Nilai R

R disebut juga sebagai koefisien korelasi. Dapat dipercaya bahwa nilai koefisien antara variabel Pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program Sunset Trip di Prambors Jakarta (X₁) dan variabel Sikap (Y) adalah 0,659 yang berarti terdapat hubungan yang **Kuat** sebesar 65.9%.

- Nilai R² (*R Square*)

R square disebut koefisien determinasi. Dari tabel dapat dibaca bahwa nilai R Square (R²) untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,435 atau dibaca dalam bentuk determinasi adalah sebesar 43,5%. Dengan kata lain variabel Pengaruh Gaya Siaran Penyiar Program Sunset Trip di Prambors Jakarta mempunyai pengaruh yang **Kurang Signifikan** terhadap sikap penonton, karena prosentase R square sebesar 43,5% kurang dari 50%.

- Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah hipotesis penelitian terbukti maka digunakan uji t.

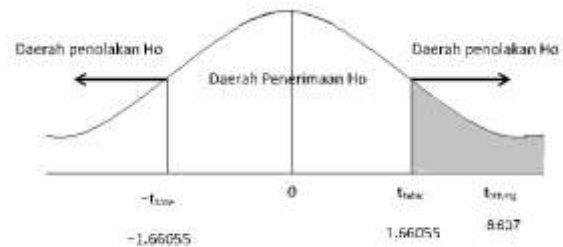
Pembuktian hipotesis penelitian:

1. Jika - tHitung < - tTabel atau tHitung < tTabel maka H₀ diterima
2. Jika - t Hitung > - t Tabel atau t Hitung > t Tabel maka H_a diterima
3. Jika dilihat dengan derajat bebas (n-k)

n = Jumlah sampel, dalam penelitian ini 100 orang
 k = Jumlah variabel yang digunakan, dalam hal ini bernilai 2 sehingga derajat bebasnya adalah 98 (100-2). Karena uji t yang dilakukan 2 arah maka yang dibaca adalah t (1/2 0,1) atau t 0,05

t tabel = 1.66055

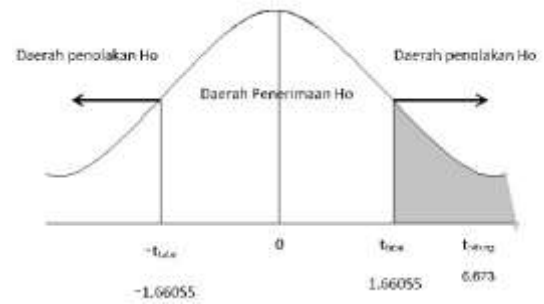
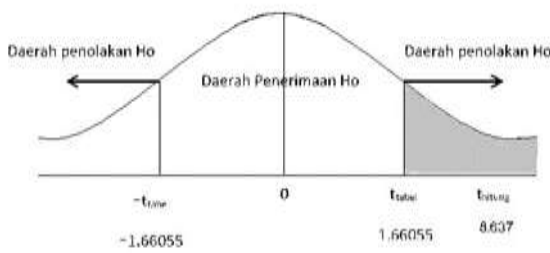
t hitung (X) = 8,637



Gambar 2. Grafik Hipotesis Pengaruh Variabel X₁ terhadap Y

Berdasarkan hasil hipotesis Uji T diatas diketahui bahwa T hitung sebesar 8.637 lebih besar daripada T tabel (Tabel T diLampiran) sebesar 1,66055. Maka diketahui bahwa H_{a1} pada penelitian ini diterima dan H₀ ditolak

B. Pengaruh Penggunaan Media Terhadap Sikap Pendengar



Gambar 3. Grafik Hipotesis Pengaruh Variabel X₂ terhadap Y

Berdasarkan hasil hipotesis Uji T diatas diketahui bahwa thitung sebesar 6,673 lebih besar daripada ttabel (Tabel T diLampiran) sebesar 1,66055. Maka diketahui bahwa Ha pada penelitian ini diterima dan Ho ditolak.

TABEL 4. MODEL SUMMARY PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA (X₂) TERHADAP SIKAP PENDENGAR (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.312	.305	8.50836

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media

1. Interpretasi Data

- Nilai R

R disebut juga sebagai koefisien korelasi. Dapat dipercaya bahwa nilai koefisien antara variabel Pengaruh Penggunaan Media (X₂) dan variabel Sikap (Y) adalah 0,559 yang berarti terdapat hubungan yang Sedang sebesar 55.9%.

2. Nilai R² (R square)

R square disebut koefisien determinasi. Dari tabel dapat dibaca bahwa nilai R Square (R²) untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,312 atau dibaca dalam bentuk determinasi adalah sebesar 31,2%. Dengan kata lain variabel Pengaruh Penggunaan Media mempunyai pengaruh yang Tidak signifikan terhadap sikap penonton, karena prosentase R square hanya sebesar 31,2% kurang dari 50%

- Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah hipotesis penelitian terbukti maka digunakan uji t.

Pembuktian hipotesis penelitian:

1. Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima
2. Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima

Jika dilihat dengan derajat bebas (n-k)

n = Jumlah sampel, dalam penelitian ini 100 orang

k = Jumlah variabel yang digunakan, dalam hal ini

bernilai 2 sehingga derajat bebasnya adalah 98 (100-2).

Karena uji t yang dilakukan 2 arah maka yang dibaca adalah t (1/2 0,1) atau t 0,05

t tabel = 1.66055

t hitung (X) = 8,637

Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka artinya hipotesis penelitian ini (H_a) diterima, maka. Gaya Siaran Penyiar berpengaruh Terhadap Sikap Pendengar Hal ini dapat dilihat dari gambar dibawah ini :

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian teoritik dan analisis statistik yang digunakan pada sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh Gaya Siaran Penyiar Sunset Trip di Prambors Radi Jakarta terhadap Sikap Pendengar, namun pengaruhnya Cukup Signifikan karena hanya 43,5%,

VI. SARAN

Berdasarkan hasil kajian teoritik dan analisis statistik yang digunakan pada sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh Gaya Siaran Penyiar Sunset Trip di Prambors Radi Jakarta terhadap Sikap Pendengar, namun pengaruhnya Cukup Signifikan karena hanya 43,5%,

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Angel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior*. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- [2] Bari, M. H. (1995). *Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi - Radio - MC Sebuah Pengetahuan Praktis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Bryman, A. (2008). *Sosial Research Methods. Third Edition*. New York: Oxford University Press.
- [4] Bungin, B. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [5] C, M., & Keith. (2000). *Stasiun Radio Pemrograman*. Boston: Butterworth-Heineman.
- [6] Sumarwan, U. M. Dr. Ir. (2003). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.
- [7] Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- [8] Hastono, S. P. (2001). *Metode Riset Analisis*. Depok: Universitas Indonesia.
- [9] Hullen, P., & Karg, T. (2009). *Panduan untuk Jurnalis Radio*. Jakarta: PPMN dan FES.
- [10] Keith, & Micahel C. (2000). *Stasiun Radio Pemrograman*.

Boston: Butterworth-Heineman.

- [11] Kriyantono, R. (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [12] Loudon, D. L., & Della, B. A. (1993). *Consumer Behavior :Concept and Aplication. 4th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- [13] M.Romli, A. S. (2017). *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran rdio*. Bandung: Nuansa Cedekia publishing and printing.
- [14] Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [15] Perangin-Angin, & Amelia, N. R. (2019, July 3). *1 samapi 4*. Retrieved from Program Acara Sunset Trip di Radio Prambors dan Minat Mendengar (Studi Korelasional Pengaruh Program Acara Sunset Trip di Radio Prambors Terhadap Minat Mendengar di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara): <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/4694>
- [16] Peter, J. P., & Olson,, J. C. (1999). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Homewood: IL: Irwin.
- [17] *Prambors*. (2019, Juli 15). Retrieved from Prambors: <https://www.pramborsfm.com/>
- [18] Prayudha, H. (2004). *RADIO, Suatu Pengantar untuk Wacana Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publisher.
- [19] Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [20] Riduwan, A. (2006). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- [21] Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- [22] Senjaya, S. D. (2007). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- [23] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [24] Sumarwan, U. (2003). *PERILAKU KONSUMEN, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesi.
- [25] Suprapnata, S. (2004). *Analisis, Validitas, Reliabilitas, dan Interpretasi Hasil Tes*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [26] Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- [27] Umar, H. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.