

Hubungan antara Program Acara *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Musik Extreme

Rizky Aprianto Kurnia, Wiki Angga Wiksana
 Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi,
 Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 rzkyaprint@gmail.com, wikianggawiksana@gmail.com

Abstract—Radio has an important role in providing information to the public. Radio is one of the electronic media which is considered as the easiest media in providing information. Even though there are a lot of new media, the existence of radio still remains strong among the people. One of the factors that influence the community in meeting the need for information is the emergence of various broadcast programs in radio stations such as Oz Radio Bandung. Oz Radio Bandung is one of the radio stations that broadcast extreme music programs, Extreme Moshpit. This program has different characteristics from other radio programs. This program can be said to be a pioneer for other radios that broadcast programs by raising underground or extreme music as their broadcast concept. In general, the purpose of this study is to determine whether there is a relationship between Extreme Moshpit programs on Oz Radio Bandung and fulfillment the information needs of listeners about extreme music. This research uses a quantitative method with a correlational approach. The theory used in this research is the uses and gratifications theory. The sampling technique used in this study is the total sampling technique, where the respondents in this study are the Metalhead Community of Bandung which is active to date, amounting to 50 people. Overall results in this study indicate that there is a significant and very strong relationship between Extreme Moshpit programs on Oz Radio Bandung and fulfillment the information needs of listeners about extreme music.

Keywords—Radio Program, Mass Communication, Fulfillment of Information Needs

Abstrak—Radio memiliki peran penting dalam memberikan informasi kepada khalayak. Radio merupakan salah satu media elektronik yang dianggap sebagai media yang paling mudah dalam memberikan informasi. Meskipun banyak media-media baru, eksistensi radio masih tetap kuat di kalangan masyarakat. Salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan informasi adalah munculnya beragam program siaran dalam stasiun radio seperti di Oz Radio Bandung. Oz Radio Bandung merupakan salah satu stasiun radio yang menyiarkan program acara musik *extreme* yaitu *Extreme Moshpit*. Program acara ini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan program di radio lainnya. Program ini dapat dikatakan pionir untuk radio-radio lain yang menyiarkan program dengan mengangkat musik-musik *underground* atau *extreme* sebagai konsep siarannya. Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara program acara *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar mengenai musik *extreme*. Penelitian ini

menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratifications*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *total sampling*, dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Komunitas Metalhead Bandung yang aktif hingga saat ini yaitu berjumlah 50 orang. Hasil keseluruhan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan sangat kuat antara program acara *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar mengenai musik *extreme*.

Kata Kunci—Program Radio, Komunikasi Massa, Pemenuhan Kebutuhan Informasi

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan dunia teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan orang di seluruh penjuru dunia untuk bisa saling berkomunikasi. Hal ini terjadi dikarenakan telah banyak pilihan jenis media sebagai alat untuk berkomunikasi yang dapat digunakan oleh khalayak. Salah satu media massa yang masih digunakan hingga saat ini adalah radio.

Radio merupakan salah satu media elektronik yang dianggap sebagai media yang paling mudah dalam mempengaruhi dan memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak pendengar dengan cakupan yang luas dalam sekali waktu. Dengan berkembangnya, radio kini telah memungkinkan khalayak untuk mendapatkan sebuah informasi dengan mudah. Hingga saat ini khalayak dapat mendengarkan radio melalui *smartphone*-nya.

Berdasarkan data Nielsen, rata-rata pendengar radio di Indonesia mendengarkan radio selama 2,5 jam per hari. Pendengar radio pada saat ini didominasi oleh anak muda sebanyak 56 persen, sedangkan 44 persen lainnya merupakan orang dewasa, dengan karakteristik rata-rata pendengar sebagai generasi yang memiliki minat pada musik, olahraga dan kuliner. Maka dari itu sebagai media komunikasi massa, radio merupakan salah satu media yang sangat efektif dalam hal penyajian informasi. Konten dalam radio itu sangat penting, karena berkualitas atau tidaknya konten suatu program dalam radio akan mempengaruhi ketertarikan seseorang kepada radio tersebut, begitu banyak program yang disuguhkan di setiap radio.

Dewasa ini program siaran di radio sudah semakin

banyak dan memiliki konsep yang berbeda-beda. Salah satu program acara radio yang memiliki konsep siaran yang berbeda adalah program *Extreme Moshpit* yang disiarkan oleh Oz Radio Bandung. Program acara ini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan program di radio lainnya. Program ini dapat dikatakan pionir untuk radio-radio lain yang menyiarkan program dengan mengangkat musik-musik cadas atau *extreme* sebagai konsep siarannya. Aliran musik *extreme* yang di angkat pada program ini yaitu *punk rock, metal, heavy metal, hardcore, grind core* hingga *metal core*.

Masyarakat secara umum tidak terlalu antusias untuk menyukai aliran musik tersebut karena aliran musik *extreme* tersebut masih kurang begitu diterima oleh banyak masyarakat. Aliran musik *extreme* dianggap kental dengan unsur kekerasan dan tidak lazim.

Dibalik hal tersebut, program *Extreme Moshpit* mendapat perhatian lebih dari sebagian masyarakat. Melalui konsep penyiarannya, program acara *Extreme Moshpit* yang berfokus terhadap hiburan berupa musik, diharapkan tidak hanya mampu menghibur pendengarnya, akan tetapi mampu memenuhi kebutuhan informasi khalayak dalam mendapatkan informasi mengenai musik *extreme* bagi para pendengar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara program acara *Extreme Moshpit* dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar mengenai musik *extreme*?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme*.
2. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme*.
3. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme*.
4. Untuk mengetahui hubungan antara isi media dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme*.
5. Untuk mengetahui hubungan antara isi media dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme*.
6. Untuk mengetahui hubungan antara isi media dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme*.
7. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai

musik *extreme*.

8. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme*.
9. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan dalam program acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme*.

II. LANDASAN TEORI

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Bittner mengemukakan bahwa “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar.” [1][2]

Dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan melalui media massa dapat menerpa seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Steven M. Chafee [2]:

“Efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pendekatan pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Pendekatan ketiga yaitu observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat, atau bangsa) yang dikenal efek komunikasi massa.”

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori *uses and gratifications*. Pada dasarnya teori ini membahas tentang apa yang dilakukan khalayak terhadap suatu media. Teori ini menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu.[3]

Model *uses and gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti teori *uses and gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Peran media disini dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak juga akan terpenuhi. Komponen yang terdapat pada teori *uses and gratifications* yang pertama yaitu penggunaan media (*uses*). Menurut Rosengren dalam [2]

“Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.”

Jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media meliputi frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. [2] Selain itu dari penggunaan media juga terdiri dari jenis isi media, dalam hal ini isi media yang dimaksud yaitu program radio. Secara umum, isi media ini mengarah

kepada bentuk siaran program yang dalam hal ini yaitu program musik.

Menurut Syamsul (2010) beragam program dengan materi dasar musik berkembang sesuai dengan karakteristik pendengar dan kebutuhannya. Kreativitas penyajian program musik berakar pada beberapa aspek, yaitu:

- Geografis, program siaran yang menyajikan musik dari berbagai negara tidak hanya di Indonesia.
- Penyanyi, program siaran yang menampilkan lagu-lagu dari album penyanyi tertentu.
- Jenis musik, program siaran yang menyajikan jenis musik tertentu saja seperti dangdut, campursari dan klasik.

Vane-Gross [4] mengatakan bahwa menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program. Adapun yang dimaksud dengan daya tarik disini adalah bagaimana suatu program mampu menarik audiensnya.

Komponen selanjutnya dalam penggunaan media juga dapat meliputi isi pesan yang terdapat pada media tersebut. Menurut Siahaan [5] dalam menyampaikan pesan ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- Pesan harus cukup jelas (*clear*). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
- Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convicing*), menarik karena berkaitan dengan dirinya sendiri sesuai dengan rasio

Salah satu komponen dalam teori *uses and gratifications* adalah kepuasan (*gratifications*). Kepuasan akan tercapai apabila kebutuhan informasi pada media massa terpenuhi oleh khalayak. Kebutuhan informasi yang dimaksud adalah kebutuhan kognitif. Dalam penelitian ini, informasi yang dimaksud adalah informasi mengenai musik *extreme* yang disampaikan melalui program *Extreme Moshpit*. Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (Tan, 1981:298) (dalam Yusup, 2009:206) mengemukakan:

“Kebutuhan kognitif berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Disamping itu kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.”

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan antara Program Acara *Extreme Moshpit* di OZ Radio Bandung (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendengar Mengenai Musik *Extreme* (Y)

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y adalah sebesar 0,986. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang

sangat kuat (Interval 0,80 – 1,000). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara program acara *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratan hubungan yang sangat kuat.

B. Hubungan antara Penggunaan Media (X_1) dengan Informasi (Y_1) Pendengar Mengenai Musik *Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara penggunaan media dengan informasi adalah sebesar 0,374. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang rendah (Interval 0,20 – 0,399). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratan hubungan yang rendah.

C. Hubungan antara Penggunaan Media (X_1) dengan Pengetahuan (Y_2) Pendengar Mengenai Musik *Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Penggunaan Media dengan Pengetahuan adalah sebesar 0,568. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratan hubungan yang sedang.

D. Hubungan antara Penggunaan Media (X_1) dengan Pemahaman (Y_3) Pendengar Mengenai Musik *Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Penggunaan Media dengan Pemahaman adalah sebesar 0,413. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat

keeratn hubungan yang sedang.

E. *Hubungan antara Isi Media (X_2) dengan Informasi (Y_1) Pendengar Mengenai Musik Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Isi Media dengan Informasi adalah sebesar 0,587. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang sedang.

F. *Hubungan antara Isi Media (X_2) dengan Pengetahuan (Y_2) Pendengar Mengenai Musik Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Isi Media dengan Pengetahuan adalah sebesar 0,516. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang sedang.

G. *Hubungan antara Isi Media (X_2) dengan Pemahaman (Y_3) Pendengar Mengenai Musik Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Isi Media dengan Pemahaman adalah sebesar 0,691. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang kuat (Interval 0,60 – 0,799). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang sedang.

H. *Hubungan antara Isi Pesan (X_3) dengan Informasi (Y_1) Pendengar Mengenai Musik Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan

dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara isi pesan dengan informasi adalah sebesar 0,551. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang sedang.

I. *Hubungan antara Isi Pesan (X_3) dengan Pengetahuan (Y_2) Pendengar Mengenai Musik Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Isi Pesan dengan Pengetahuan adalah sebesar 0,546. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Dan untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan antara isi pesan dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang sedang.

J. *Hubungan antara Isi Pesan (X_3) dengan Pemahaman (Y_3) Pendengar Mengenai Musik Extreme*

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut, tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian, jika Nilai Sig < 0,05 maka H_0 di tolak. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara Isi Pesan dengan Pemahaman adalah sebesar 0,517. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang sedang (Interval 0,40 – 0,599). Sementara untuk pengujian signifikansi diperoleh hasil yakni sig < 0,05 maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan antara isi pesan dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang sedang.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keeratn hubungan yang rendah.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki

- tingkat keamatan hubungan yang sedang.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.
 4. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.
 5. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.
 6. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.
 7. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan informasi pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.
 8. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pengetahuan pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.
 9. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam program *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan pemahaman pendengar mengenai musik *extreme* yang memiliki tingkat keamatan hubungan yang sedang.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Bagi penelitian selanjutnya dengan materi yang serupa, alangkah lebih baik jika tema serta isi penelitian akan lebih mendalam dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lainnya, sehingga variabel yang memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

B. Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara penggunaan media dengan informasi adalah sebesar 0,374. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang rendah (Interval 0,20 – 0,399).

Peneliti menyarankan kepada pihak Oz Radio Bandung apabila memungkinkan menambah jadwal siaran *Extreme Moshpit* sehingga sehingga intensitas pendengar dalam mendengarkan program *Extreme Moshpit* dapat sering mendengarkan program siarannya lagi.

2. Saran dari penulis terhadap program acara *Extreme Moshpit* alangkah baiknya tetap konsisten dan terus meningkatkan kualitas programnya dalam menyiarkan musik-musik *extreme*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [2] Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Morrisian. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- [4] Morrisian. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- [5] Siahaan, SM. 1991. *Komunikasi Pemahaman dan Penerapan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- [6] Prasetyo, Teguh. 2011. *Strategi Program Radio Erlangga Bekasi dalam Menghadapi Persaingan Industri Staran Radio*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
- [7] "Kesepian, Alasan Terbesar Orang Dengarkan Radio", <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/11/211500826/kesepian-alasan-terbesar-orang-dengarkan-radio->. Tanggal akses 06 Maret 2019, pk. 19.11 WIB.