BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Banyaknya bermunculan radio di Bandung, maka radio-radio di Bandung pun saling bersaing untuk menarik minat pendengar. Salah satu usaha yang dilakukan sebuah radio untuk menarik minat pendengar adalah dengan memperkejakan penyiar yang berkualitas.

Pengertian penyiar menurut Effendi adalah "orang yang menyajikan materi siaran kepada para pendengar, seorang penyiar dengan gayanya yang asli, lincah dan ramah yang sesuai dengan selera dan perasaan pendengar mengemukakan gagasannya" (Effendy, 1991:124).

Sukses tidaknya seorang penyiar dalam melakukan suatu siaran di sebuah radio salah satunya tergantung juga pada daya tarik penyiar dalam membawakan acaranya. Apabila penyiar memiliki daya tarik yang baik dalam membawakan sebuah siaran, maka penyiar tersebut telah sukses menjadi seorang penyiar. Hal tersebut juga akan berdampak baik bagi stasiun radio yaitu citranya menjadi baik di mata pendengar.

Daya tarik penyiar dalam sebuah siaran radio adalah salah satu aspek yang sangat penting, dimana seorang penyiar harus mempunyai keahlian yang mampu membawakan suasana batin pendengarnya. Dengan kata lain, seorang penyiar harus juga mempunyai kualitas yang sangat baik dalam teknik membawakan

sebuah acara dengan wawasan dan pengetahuannya mengenai acara yang dibawakannya tersebut.

Berbagai pengertian mengenai daya tarik Penyiar dijelaskan dalam berbagai teori salah satunya menurut Onong Uchjana Effendy yaitu; "kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian komunikan. Ini dapat disebabkan karena kepribadian dan pengucapannya yang cermat, dengan suaranya yang terkontrol, ia dapat memperhatikan tempo dan keras-lembutnya pengucapan" (Effendy, 1991:126).

Menurut Astuti dalam buku Jurnalisme Radio Dan Praktik, *Voice / Word* dalam narasi penyiar, merupakan salah satu daya tarik radio. *Style* sebuah radio dapat mempengaruhi style sang penyiar. Penyiar yang punya banyak fans adalah mereka yang mampu mendekatkan diri dengan pendengarnya. Penyiar semacam ini memiliki modal yang disebut *air personality.*

Mereka menampilkan keunikan, keaslian, sekaligus menawarkan persahabatan dan ketulusan. Mereka mampu membuat pendengar merasa nyaman dan terhibur ketika mendengar suaranya, dan faktor *air personality* tidak hanya dibangun oleh suara yang bagus, tapi lebih pada mental penyiar itu sendiri (Astuti, 2008 : 44 – 45).

Kata siaran merupakan padanan dari kata *broadcast* dalam bahasa Inggris. Undang-undang Penyiaran memberikan pengertian siaran sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.

Sementara penyiaran yang merupakan padanan kata *broadcasting* memiliki pengertian :

> "Kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak danbersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerimaan siaran" (Morissan, 2005: 27-28).

Bahasa yang dipergunakan dalam radio siaran harus bergaya, artinya disusun dan diatur sedemikian rupa, sehingga memperoleh daya guna sebesar-besarnya, diantaranya adalah untruk menarik minat pendengar, dan benar-benar sanggup menyalurkan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (Effendy, 1991).

Seorang penyiar yang baik adalah penyiar yang dapat memperhitungkan apa yang harus disampaikan kepada pendengar supaya mendapat tanggapan yang diinginkan. Karena itu, dalam menentukan isi pesan yang baik, perlu adanya daya tarik penyiar terhadap pesan yang disampaikan kepada pendengar, antara lain kepribadian, pengucapan, suara dan intonasi.

Kepribadian dalam hal ini lebih Penting dari pada Suara yang Bagus. Bukan hanya karakteristik suara atau kemampuan vokal tetapi juga karakteristik kepribadian, menjadi seorang penyiar dituntut untuk lebih terbuka, lebih bisa *familiar* dengan pendengar. Pengucapan atau Artikulasi *(articulation*), yaitu kejelasan pengucapan kata-kata. Disebut juga pelafalan kata (*pronounciation*). Suara yaitu penyiar harus lancar bicara dengan kualitas vokal yang baik. Intonasi

adalah nada suara, irama bicara, atau alunan nada dalam melafalkan kata-kata, sehingga tidak datar atau tidak monoton (Effendy, 1991:126).

Penyiar yang memiliki kemampuan yang baik dapat merangsang dan menarik minat orang-orang untuk mendengarkan radio. Minat mendengarkan radio akan berpengaruh dan menguntungkan bagi pihak radio, karena dengan semakin banyak pendengar yang berminat mendengarkan radio maka akan semakin tinggi juga *ratting* radio. Hal ini tentu saja akan mengundang para pihak - pihak yang ingin memasang dan mempromosikan iklan di radio Mora.

Onong U. Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi mengemukakan pendapatnya bahwa minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Sedangkan pendapat Ben Witherington tentang minat adalah :

> "Perhatian individu terhadap adanya suatu obyek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya yang dilakukan dengan sadar diikuti dengan perasaan senang. Ada tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan pada diri manusia dalam proses terbentuknya minat yaitu perhatian, keinginan dan kesan" (1991:79).

Seperti halnya radio Mora 88.50 FM sebagai salah satu penggagas Radio Penegakan Hukum & Informasi (*The Law of Justice Station & Information*) di Indonesia, dan *On Air non stop* 24 jam setiap hari, format siaran utamanya adalah talkshow/interaktif dengan membangun komunikasi 3 sampai 4 arah, yaitu antara penyiar dengan narasumber, pendengar maupun dengan para reporter di lapangan.

Radio Mora sudah berdiri selama 12 tahun, dengan pengalaman dan jam terbang yang tidak sedikit, radio Mora selalu berusaha memberikan yang terbaik dengan tujuan dapat menarik minat bagi pendengarnya, apalagi di zaman persaingan yang ketat. Usaha yang dilakukan radio Mora untuk mengahadapi persaingan antar radio adalah dengan selau senantiasa memilih orang-orang yang terbaik untuk menjadi penyiar di radionya. Salah satu yang membedakan radio Mora dengan radio lainya adalah sebagai satu - satunya Radio Penegakan Hukum & Informasi (*The Law of Justice Station & Information*) (Sumber: Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 Fm Jawa Barat, 2011).

Para penyiar Radio Mora FM umumnya berlatar belakang praktisi hukum dan budayawan daerah yang sudah malang melintang di dunia penyiaran, untuk menjadi seorang penyiar di radio Mora dibutuhkan waktu yang lama, selain harus mempunyai pengalaman yang luas, radio Mora pun melakukan pelatihan dan seleksi yang ketat dalam memilih seseorang untuk dijadikan penyiar, hal ini dimaksudkan agar penyiar radio Mora adalah penyiar yang berkualitas dan mempunyai daya tarik (Sumber: Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Dalam suatu bisnis baik media maupun non media pasti memeiliki pesaing didalam usahanya, begitupun di radio Mora yang mengusung moto *The Law And Justice Stasion* dan mengutamakan suatu informasi yang penting dan aktual dalam kehidupan masyarakat sehari-hari yang tentunya banyak tema yang sama dan menyaingi *eksistensi* radio Mora. Pesaing radio Mora antara lain radio Mara, radio

Elshinta dan radio PR FM, persaingan tersebut karena ke-3 radio tersebut memiliki kesamaan dalam *frame* siarannya, yaitu mengutamakan informasi dan *talkshow* / interaktif sebagai *frame* program siaran dengan pendengarnya seputar permasalahan yang sedang aktual, hal ini tentu saja berbeda dengan radio lainnya yang mengusung dan menonjolkan musik dalam setiap tema acaranya. Oleh karena itu radio Mora selalu memberikan yang terbaik bagi pendengarnya guna menarik minat pendengarnya.

Profil pendengar dari radio Mora diklasifikasikan dalam beberapa golongan antara lain :

Tabel 1.1 Profil Pendengar dari Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Prosentase
Wanita	40 %
Pria	60%

(sumber : Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 FM Jawa barat, 2011).

Tabel 1.2 Profil Pendengar dari Status Pendidikan

Status Pendidikan	Prosentase
Lulusan SMA	40 %
Lulusan DIPLOMA	30 %
Lulusan SARJANA	20 %
Lainnya	10 %

(sumber : Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Segmentasi pendengar yang ditargetkan adalah usia mulai dari 17 tahun sampai dengan 70 tahun. Karakter : Dewasa, konsen terhadap lingkungan sosial dan informasi (Sumber: Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 FM Jawa barat, 2011).

Dengan daya jangkau siaran yang meliputi Bandung Raya dan beberapa daerah di Jawa Barat seperti Cianjur, Sukabumi, Indramayu, Subang ditambah dengan penggunaan fasilitas *stremaing* yang dapat didengarkan lewat akses media internet, maka siapapun dan dimanapun bisa mendengarkan tanpa terbatas letak geografisnya, sehingga pendengarnya pun tersebar diberbagai daerah (Sumber : Sekertariat Amor Club, Radio Mora 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Dengan banyaknya pendengar yang suka mendengarkan radio Mora, maka radio Mora membuat sebuah perkumpulan khusus untuk para pendengarnya. Perkumpulan tersebut dinamakan "Anggota Mora (Amor) Club" yang mencapai 2500 orang. Amor Club adalah wadah bagi para pendengar yang mencintai radio Mora, kepengurusan Amor Club berada dibawah naungan resmi radio Mora. Semua orang bisa bergabung menjadi anggota Amor Club tidak terbatas pada klasifikasi tertentu tetapi terbuka untuk umum, hanya tinggal mendaftar kepada sekertariat Amor Club. Dari 2500 anggota Mora Club yang tergabung dari berbagai daerah namun yang ikut dan masih tercatat secara resmi dari keaktifan dalam kegiatan dan keanggotan yang berkaitan secara langsung dengan radio Mora hingga saat ini hanya sekitar 400 orang, yang didominasi dari daerah seputar Bandung Raya (Sumber: Sekertariat Amor Club, Radio Mora 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Beberapa acara yang ada di radio Mora atara lain Interupsi, Tabur Kasih, Somasi, Saksi, Kasasi, Motif, Eksekusi, PK (Panghibur Kalbu), Sapa Mora, Konpensi, Amor Memories, Mora Peduli dan Kiprah Kopjaskum (Sumber: sekertariat Amor Club, Radio Mora 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Salahsatu cara menarik minat pendengar dalam setiap acara yang ditawarkan kepada pendengar, penyiar radio Mora harus mempunyai cirikhas masing-masing dalam pembawaanya sewaktu siaran dan acaranya, setiap penyiar membawakan acara sesuai gayanya dan karakternya, begitupun dengan daya tarik yang dibangun oleh penyiar Panghibur Kalbu, diharapakan mampu memikat minat dengar Amor Club untuk mendengarkan acaranya sewaktu si penyiar sedang siaran di radio Mora.

Peneliti memilih acara Panghibur Kalbu karena peneliti merasa tertarik dengan acara Panghibur Kalbu, karena acara tersebut adalah acara hiburan yang format acaranya dibalut oleh budaya Sunda, yang kita tahu bahwa acara yang bertemakan Budaya Sunda sudah jarang kita temukan dalam acara radio, selain itu juga dari beberapa acara yang ditawarkan di radio Mora terdapat acara yang paling banyak diminati pendengar yaitu Panghibur Kalbu, hal tersebut dibukitkan dengan jumlah *SMS* dan penelepon yang masuk untuk berinteraktif dan berpartisipasi dalam acara Panghibur Kalbu selalu mendapatkan yang tertinggi dibandingkan acara yang lainya.

Acara Panghibur Kalbu dengan waktu siaran dari pukul 21.00 sampai 00.00 WIB memiliki rata-rata 580 *SMS* dan 75 telepon yang masuk ke data komputer oprator persetiap acaranya (Sumber: Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Jika dibandingkan dengan acara yang lainya, jumlah *SMS* dan penelepon yang masuk berada di bawah acara Panghibur Kalbu, yaitu nilai rata-rata *SMS* dengan jumlah antara 193 sampai 369 *SMS* yang masuk ke data komputer

operator, sedangakan jumlah penelepon antara 70 sampai 77 penelepon yang masuk ke data komputer operator persetiap siaran acara (Sumber : Redaksi Radio Mora Parnakarsa 88.50 FM Jawa Barat, 2011).

Maka dari data diatas jumlah sms yang masuk terlihat bahwa acara Panghibur Kalbu memiliki nilai tertinggi, dan penelpon yang masukpun berada di posisi yang bisa dikatakan tinggi.

Panghibur Kalbu pertama siaran pada tahun 2002 yang digawangi penyiar Ahmad Yusuf atau sering disapa Kang Udung. Panghibur Kalbu mengudara setiap hari Senin sampai Sabtu, dan dimulai dari jam 21.00 WIB dengan waktu siaran 3 jam. Panghibur Kalbu merupakan acara yang bertemakan tentang budaya sunda dan berkaitan dengan kejadian sehari - hari yang sedang hangat, dengan pembawaan khas *hereuy Bandung* yang segar, menghibur dan kocak, khas penyiar yang kental dengan budaya Sundanya.

Penyiar akan menyajikan beberapa segmen di dalam siarannya seperti :

1. Bahasan / komentar tentang segala hal yang sedang menjadi *headline* berita dalam negeri, disajikan dengan gaya banyolan dan sindiran.
2. Program interaktif berupa opini dan komentar dengan pendengar melalui telepon dan *SMS* (Sumber: Radio MORA 88,50 FM Jawa Barat, 2011).

Untuk menarik minat pendengar, penyiar radio harus mempunyai ciri khas tersendiri dalam pembawaanya sewaktu siaran, yang tentunya setiap penyiar membawakan acara dengan dialek dan gayanya masing-masing sesuai karakternya, sehingga memberikan daya tarik tersendiri bagi pendengarnya, dan

daya tarik seorang penyiar mampu memikat minat pendengar untuk mendengarkan acaranya sewaktu dia sedang siaran di radio.

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: **Sejauhmana Pengaruh Daya Tarik Penyiar "Panghibur Kalbu" di radio Mora 88,50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung?**

1.2 Identifikasi Masalah

Ditinjau dari latar belakang diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana **Kepribadian** Penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung?
2. Sejauhmana **Pengucapan** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung?
3. Sejauhmana **Kontrol Suara** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung?
4. Sejauhmana **Intonasi** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung?
5. Sejauhmana daya tarik penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Perhatian** anggota Mora Club Bandung?
6. Sejauhmana daya tarik penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Keinginan** anggota Mora Club Bandung?
7. Sejauhmana daya tarik penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Kesan** anggota Mora Club Bandung?
8. Sejauhmana **daya tarik** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Minat** anggota Mora Club Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan menelaah **Sejauh mana Pengaruh Daya Tarik Penyiar "Panghibur Kalbu" di radio Mora 88,50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung**

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Kepribadian** Penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung.
2. Untuk mengetahui **Pengucapan** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung.
3. Untuk mengetahui **Kontrol Suara** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung.
4. Untuk mengetahui **Intonasi** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar anggota Mora Club Bandung.
5. Untuk mengetahui daya tarik penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Perhatian** anggota Mora Club Bandung.
6. Untuk mengetahui daya tarik penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Keinginan** anggota Mora Club Bandung.
7. Untuk mengetahui daya tarik penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Kesan** anggota Mora Club Bandung.
8. Untuk mengetahui **Daya tarik** penyiar "Panghibur Kalbu" di radio MORA 88.50 FM Jawa Barat terhadap **Minat** anggota Mora Club Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan Ilmu Komunikasi umumnya dan Ilmu Jurnalistik khususnya, tentang kajian daya tarik penyiar radio.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis diatas, penelitian ini juga diharapkan berguna untuk:

1. Peneliti

   Kegunaan bagi peneliti adalah sebagai salah satu bentuk aplikasi penelitian yang diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, serta sebagai aplikasi ilmu tentang komunikasi massa khususnya radio yang berkenaan dengan daya tarik penyiar radio.

2. Akademik

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mendukung materi-materi perkuliahan bagi Universitas, Program Studi, dan mahasiswa-mahasiswi Ilmu Komunikasi, khususnya bidang kajian Ilmu Jurnalistik untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan masukan bagi PT. Radio Mora Parnakarsa 88,50 FM Jawa Barat untuk mengetahui bagaimana daya tarik penyiar “PANGHIBUR KALBU” terhadap minat

anggota “Mora Club” Untuk mendengarkan radio MORA Jawa Barat 88.50 FM.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh daya tarik penyiar acara Panghibur Kalbu di radio Mora 88,50 FM Jawa Barat terhadap minat dengar Mora Club Bandung.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, yang menjadi salah satu titik konsentrasi dalam penelitian ini adalah daya tarik penyiar acara Panghibur Kalbu di radio Mora 88,50 FM Jawa Barat terhadap minat dengar Mora Club Bandung.

Daya tarik penyiar menurut Onong Uchjana Effendy adalah kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian komunikan. Ini dapat disebabakan karena kepribadiannya dan pengucapannya yang cermat, yang dengan suaranya yang terkontrol, ia dapat memperhatikan tempo dan keras-lembutnya pengucapan” (Effendy, 1991:126).

Menurut Effendy dalam buku yang berjudul Radio, Siaran dan Praktek (Effendy, 1991:126). Terdapat 4 unsur yang menjadi daya tarik penyiar radio yaitu :

1. Kepribadian

   Kepribadian lebih penting dari pada suara yang bagus. Bukan hanya karakteristik suara atau kemampuan vokal tetapi juga karakteristik

kepribadian bahwa menjadi seorang penyiar dituntut untuk lebih terbuka, lebih bisa familiar dengan orang-orang.

2. Pengucapan

   Pengucapan atau Artikulasi (articulation), yaitu kejelasan pengucapan kata-kata. Disebut juga pelafalan kata (pronounciation). Setiap kata yang diucapkan harus jelas, Seringkali, dijumpai kata atau istilah yang pengucapannya berbeda dengan penulisannya

3. Kontrol Suara

   Suara Penyiar harus lancar bicara dengan kualitas vokal yang baik. Teknik vokal yang diperlukan antara lain kontrol suara (voice control) selama siaran, meliputi pola titinada (pitch), kerasnya suara (loudness), tempo (time), dan kualitas suara (quality).

4. Keras lembutnya Pengucapan / Intonasi

   Intonasi suara adalah nada suara, irama bicara, atau alunan nada dalam melafalkan kata-kata, sehingga tidak datar atau tidak monoton. Intonasi menentukan ada tidaknya antusiasme dan emosi dalam berbicara.

Onong U. Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi mengemukakan pendapatnya bahwa minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator.

Sedangkan pendapat Ben Witherington tentang minat adalah perhatian individu terhadap adanya suatu obyek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya yang dilakukan dengan sadar diikuti dengan perasaan senang (Witherington 1991:74).

Ada tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan pada diri manusia dalam proses terbentuknya minat menurut Witherington. menyebutkan minat terbentuk dari 3 tahap yaitu :

1. Perhatian, terjadi bila dikonsentrasikan pada salah satu alat indera dan mengesampingkan perhatian melalui indera lain. Objek yang menjadi perhatian ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal.
2. Keinginan, merupakan salah satu daya dorong positif yang muncul dari dalam diri seseorang. Daya ini mendorong manusia untuk bergerak mendekati objek atau kondisi tertentu yang diinginkannya.
3. Kesan yang bermanfaat, pesan yang disampaikan harus dirumuskan secara jelas, menggunakan lambang-lambang yang dapat dimengerti bersama minat serta memberikan pemecahan terhadap masalah yang dikomunikasikan (Witherington, 1991:79).

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa antara minat dengan perhatian selalu berhubungan, dalam prakteknya apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian terhadap sesuatu tentu disertai dengan minat. Dengan timbulnya minat di dalam diri seseorang, maka diharapkan akan adanya dorongan positif dan tindak lanjut terhadap radio. Apakah itu mendengarkan radio atau mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselengagarakan radio.

Dalam penelitian ini peneliti menggunankan model proses komunikasi massa dengan mengikuti formula lasswell sebagai berikut:

Tabel 1.3. Formula Laswell

WHO	SAYS WHAT	IN WHICH CHANEL	TO WHOM	WITH WHAT EFFECT
SIAPA	BERKATA APA	MELALUI SALURAN APA	KEPADA SIAPA	DENGAN EFEK APA
KOMUNIKATOR	PESAN	MEDIA	PENERIMA	EFEK
CONTROL STUDIES	ANALISIS PESAN	ANALISIS MEDIA	ANALISIS KHALAYAK	ANALISIS EFEK

(Sumber : Modul 1- 9 Teori Komunikasi, S. Djuarsa Sendjaja. Ph.dkk (1944)).

Dengan mengikuti formula Lasswell dapat dipahami bahwa dalam proses komunikasi massa terdapat lima unsur yang disebut komponen atau unsur dalam proses komunikasi massa, yaitu:

1. *Who* {Siapa} : Komunikator, orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa, bias perorangan atau mewakili lembaga, organisasi maupun instansi pemerintahan. Segala masalah yang bersangkutan dengan unsure"Siapa" memerlukan analisis kontrol, yaitu analisis dari riset lapangan.
2. *Says What* {Berkata Apa} : Pernyataan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan, sikap yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan (Ardianto dan Komala 2007:29).

3. *In which chanel* {Melalui saluran apa} ; Media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi. Dalam hal ini dapat digunakan *primary technique, secondary technique, direct communication atau indirect communication*
4. *To whom* { Kepada siapa} : komunikan atau audience yang menjadi sasaran komunikasi. Kepada siapa pernyataan tersebut di-tujukan, berkaitan dengan masalah penerima pesan. Dengan hal ini diperlukan dengan analisis khalayak
5. *With what effect* { dengan efek apa} : hasil yang dicapai dalam usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju. Berkaitan dengan efek ini diperlukan dengan analisis efek (Ardianto dan Komala 2007:29).

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dari model yang dijelaskan di atas maka peneliti mengaplikasikan model komunikasi tersebut ke dalam masalah penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar berikut.

Tabel 1.4. Aplikasi dari Formula Laswell

KOMUNIKATOR	PESAN	MEDIA	PENERIMA	EFEK
{PENYIAR SEBAGAI KOMUNIKATOR} DAYA TARIK PENYIAR	PESAN	RADIO MORA 88.50 FM	ANGGOTA MORA CLUB BANDUNG	MINAT MENDENGARKAN

(Sumber : Formula Laswell yang dimodifikasi penulis).

Dalam penelitian ini, memakai formula Lasswell yang jika diaplikasikan dalam penelitan ini sebgai berikut :

1. Komunikator adalah penyiar panghibur kalbu yang mempunyai daya tarik.
2. Pesan adalah Pernyataan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan, sikap yang disampaikan oleh penyiar.
3. Media yang digunakan adalah radio Mora 88.50 FM
4. Penerima atau komunikannya adalah anggota Mora Club Bandung
5. Efek yang dimaksud dalam penelitian terhadap komunikannya adalah Minat untuk mendengarkan acara Panghibur Kalbu

Dari model tersebut dapat menjelasakan dan menggambarkan arah penelitian yang penulis teliti, terlihat dari gambar diatas bahwa Komunikator sebagai seseorang dengan daya tarik yang mampu menarik minat dari anggota Mora Club Bandung, dengan menggunakan media massa di radio Mora 88.50 FM sebagai saluran pesan yang disampaikan oleh penyiarnya.

1.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka penulis dapat mengambil hipotesis sebagai berikut:

H1 : Terdapat Pengaruh Daya Tarik Penyiar "Panghibur Kalbu" di Radio Mora 88,50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar Anggota Mora Club Bandung

H0: Tidak ada Pengaruh Daya Tarik Penyiar "Panghibur Kalbu" di Radio Mora 88,50 FM Jawa Barat terhadap Minat dengar Anggota Mora Club Bandung.

1.7 Operasional Variabel

Berdasarkan judul penelitian yaitu Daya Tarik Penyiar "Panghibur Kalbu" di Radio Mora 88,50 FM Jabar terhadap minat dengar Mora Club Bandung, terdapat dua variabel yaitu variabel independen (Daya Tarik Penyiar) dan variabel bebas (minat dengar).

1. Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, dalam hal ini adalah Daya Tarik Penyiar yaitu, dalam hal ini adalah dimensi-dimensi yang terbagi dalam keperibadian, Kontrol Suara, pengucapan dan Daya Intonasi.
2. Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini adalah Minat Dengar, Witherington menyebutkan minat terbentuk 3 tahap yaitu, Perhatian, Keinginan dan kesan. Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel akan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1.5. Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Alat ukur	Ukuran
Daya Tarik (X)	Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah; "kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian komunikan". (Effendy, 1991 : 126).	Keperibadian	1. Memiliki sifat keterbukaan	Ordinal
			2. Familier dengan pendengar	
			3. Keramah tamahan terhadap pendengar	
			4. Jujur dalam menyampaikan informasi	
		Pengucapan	1. Kejelasan pengucapan kata-kata	
			2. Penyamapaian pesan jelas, tidak terbata-bata	
		Kontrol Suara	1.Titi Nada *(Pitch)*	
			2. Kerasny Suara (*Loudness)*	
			3. Tempo *(Time)*	
			4. Kualitas suara	
		Intonasi	1. Nada suara	
			2. Irama bicara	
			3. Alunan nada dalam melafalkan kata-kata	

Tabel 1.6. Operarsional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Konsep	Indikator	Alat ukur	Ukuran
Minat Dengar (Y)	Minat adalah "Perhatian individu terhadap adanya suatu obyek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya yang dilakukan dengan sadar diikuti dengan perasaan senang. (Witherington 1991:74)	1.Perhatian	1.Penyiar acara Panghibur Kalbu mampu menarik perhatian pendengarnya.	Ordinal
			2.Penyiar radio Mora dalam acara Panghibur Kalbu mempunyai suara dan logat yang khas dengan Budaya Sunda sehingga menarik perhatian untuk didengarkan.	
		2.Keinginan	1. Adanya keinginan untuk mendengarkan acara Panghibur Kalbu	
			2. Meluangkan waktu untuk mendengarkan acara Panghibur Kalbu	
		3.Kesan	1. Acara panghibur kalbu di radio Mora memberikan manfaat bagi pendengarnya	
			2. Acara Panghibur Kalbu adalah acara yang berguna dan memberikan efek yang baik	
			3. Penyiar dalam acara Panghibur Kalbu mampu menghibur pendengarnya.	

1.8. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian survey menurut Moh Nazir adalah:

> ”Penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau daerah. Metode survey membedah dan menggeluti serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan pratek-praktek yang sedang berlangsung” (1999:65).

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendektan kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan - hubungannya.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

1. Angket

   Angket adalah alat untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebutkan secara umum dengan nama kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap dan ditujukan kepada pendengar yang tergabung “AMOR CLUB” 88,50 FM Jawa Barat.

2. Wawancara

   Wawancara menurut Moh. Nazir dalam bukunya Metode Penelitian, menyatakan bahwa wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara (Nazir, 2005:193).

Peneliti melaksanakan wawancara kepada penyiar radio Mora di acara “PANGHIBUR KALBU".

3. Studi Literatur

Studi literatur, dalam studi literatur ini peneliti menganut sistem kepustakaan terbuka dimana dengana mengumpulkan data atau keterangan melalui bahan bacaan mengenai masalah yang di teliti.

Dengan teknik kepustakaan ini diharapkan mendapatkan dukungan teori dalam pembahasan masalah, yaitu dengan mengutip pendapat-pendapat para ahli, hal ini diharapkan akan memperjelas dan memperkuat yang akan di uraikan.

4. Internet searching

Definisi *internet* adalah merupakan hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya di mana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi.

Sedangkan *searching* ialah mencari atau menemukan sesuatu jadi internet searching adalah mencari atau menemukan data melalui hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya di mana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit).

1.10 Populasi dan sampel

1.10.1 Populasi penelitian

Menurut Ulber Silalahi dalam bukunya Metode Penelitian Sosial:

> "Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyelidik tertarik. Populasi adalah seluruh unit-unit yang darinya sempel dipilih. Populasi dapat berupa organism, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua" (Silalahi, 2006 : 233).

Populasi dalam penelitian ini "Amor Club" jumlahnya adalah 400 orang**.** (sumber : kepengurusan Amor Club , Radio Mora 88.5 fm Jawa Barat).

1.10.2. Sampel

Penelitian ini populasinya homogen (Anggota Mora Club), maka penelitian ini adalah penelitian sampel. Menentukan besarnya sampel menggunakan rumus dari Slovin dalam Nazir (2005 : 120), dan menggunakan tingkat kelonggaran ketidaktelitian 10 %.

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

Dimana :

1 = Konstanta
n = Ukuran sampel
N = Ukuran populasi
e^2 = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

$$n = \frac{N}{1+N\,e^2} = \frac{400}{1+400\,(0.1)^2} = \frac{400}{1+4} = 80$$

Salah satu cara pengambilan sampel yang representatif / mewakili populasi adalah secara acak atau random. Pengambilan sampel secara acak berarti setiap individu dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Cara pengambilan sampel menggunakan proporsional random dengan cara diundi. (Sugiyono, 2007 : 68)

1.11. Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*Construk Validity*) yaitu bagaimana alat ukur yang dikembangkan mampu mengemukakan seluruh aspek yang membangun kerangka dari konsep-konsep yang diteliti. Cara-cara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukur pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment.*

Rumus tersebut adalah:

$$r_s = \frac{\sum R(X)R(Y) - n\left(\frac{n+1}{2}\right)^2}{\sqrt{\left(\sum (R(X))^2 - n\left(\frac{n+1}{2}\right)^2\right)\left(\sum (R(Y))^2 - n\left(\frac{n+1}{2}\right)^2\right)}}$$

R(X) : Ranking skor butir pernyataan
R(Y) : Ranking dari total jumlah skor keseluruhan butir pernyataan
n : Jumlah sampel untuk uji validitas

Penelitian ini menguji kevalidan instrument, peneliti menggunakan rumus koefisien *rank spearman*. Koefisien korelasi *rank spearman* adalah koefisien yang memperlihatkan keeratan hubungan antara dua buah variabel yang kedua-duanya mempunyai skala pengukuran sekurang-kurangnya ordinal.

Berikut beberapa sifat dari ukuran ordinal:

1. Ukuran ordinal hanya menyatakan ranking.
2. Ukuran ordinal tidak menyatakan nilai absolute; ukuran ordinal tidak menyatakan bahwa interval antara angka-angka tersebut sama besar. Skala ranking bukanlah skala yang mempunyai interval yang sama.(Nazir, 1988).

Pengujian validitas data

r-hitung $\leq$ r-tabel, data tidak valid (citical value of r product moment untuk N = 80 adalah 0.217, Sambas Alimudin 2007:277)

r-hitung $>$ r-tabel, data valid (citical value of r product moment untuk N = 80 adalah 0.217, Sambas Alimudin 2007:277)

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali 2005). Suatu kuisioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dan uji validitas dapat dilakukan dengan program SPSS dengan uji statistik cronbach alpha.

Formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalm penelitian ini adalah koefisien alfa dari cronbach yaitu :

$$r = [\frac{k}{(k-1)}][1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}]$$

Keterangan

r = Koefeien reabilitas instrument
k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
$\sum\alpha^2$ = Total Varians butir
α^2 = Total Varians
Langkah kerja yang dapat dilakukan dalam rangka mengukur reabilitas instrumen adalah :

1. Menyebarkan instrumen yang akan diuji reliabilitasnya kepada responden yang bukan sesungguhnya.
2. Mengumpulkan data hasil uji coba instrumen.
3. Memeriksa kelengkapan data untuk memastikan lengkap atau tidaknya lembaran data yang terkumpul.
4. Membuat tabel pembantu untuk mnempatkan skor-skor pada item yang diperoleh. Dilakukan untuk mempermudah perhitungan pengolahan data selanjutnya.
5. Memberikan atau menempatkan skor terhadap item-item yang sudah diisi responden pada pembantu.
   (Suharismi Arikunto, 1993:236).

1.12 Teknik Analisa Data

Peneliti mengumpulkan seluruh data dan informasi yang di perlukan bagi penelitian dengan cara menyebarkan angket kepada pendengar Acara Panghibur Kalbu dan wawancara dengan narasumber dari produser, dan penyiar dari Panghibur Kalbu.

Setelah semua terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data (*data prosesing*). Pengolahan data mencakup kegiatan mengedit (*editing*), menganalisis data dan tabulasi kemudian mendeskripsikannya. Adapun tahap-tahap terperinci dalam pengolahan data tersebut adalah :

1. Editing

   Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang perlu dilakukan terhadap data penelitia. (Ruslan, 2000:155). Pengeditan dilakukan dengan cara mengecek kelengkapan yang ada pada seluruh data yang didapat. Hal ini dilaukan untuk menghindari kesalahan dan mendapatkan kejelasan makna dari data informasi yang telah diperoleh.

   Tujuan editing adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan di lapangan, juga bersifat koreksi. Pada kesempatan ini, kekurangan atau kesalahan data tersebut dapat dilengkapi dan diperbaiki dengan pengumpulan data ulang atau interpolasi (penyisipan).

2. Analisis dan Tabulasi

   Setelah dilakukan pengeditan, data-data kemudian dianalisis. Seluruh data hasil penyebaran angket dan wawancara yang telah diedit kemudian disususn secara sistematis. Jawaban-jawaban tersebut lalu di kategorikan dan dikelompokan berdasarkan indikator penelitian dengan mengunakan tabulasi.

   Tabulasi adalah memasukan data yang sudah dianalisis yang diorganisasikan kedalam susunan tertentu sesuai dengan penyajian data yang dibutuhkan guna menjawab masing-masing masalah" (Faisal, 1999:33-34).

   Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial" (2004:86).

Alat pengukur menggunakan skala Likert. Variabel bebas maupun variabel terikat yang akan diukur dijabarkan menjadi sub variabel, dan untuk setiap variabel diberikan indikator-indikator atau kriteria-kriteria sebagai bahan untuk menyusun item-item pernyataan sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya setiap item pernyataan diberikan alternatif jawaban yang mempunyai kategori, untuk kemudian diberi bobot nilai secara bertingkat, berikut di rinci dalam tabel :

Tabel 1.7
Alternatif Jawaban dan Bobot Nilai Pernyataan

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	**5**
Setuju (S)	**4**
Ragu-Ragu (RG)	**3**
Tidak Setuju (TS)	**2**
Sangat Tidak Setuju (STS)	**1**

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (2004; 87).

Kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Weighted Mean Score* (rata-rata gabungan atau rata-rata tertimbang) seperti yang dikemukakan oleh Furqon, karena setiap rata-rata diberi bobot *(Weight)* yang berbeda-beda sesuai dengan jumlah sampel masing-masing, hal ini dapat dilihat dengan rumus:

$$WMS = \frac{Score\ Actual}{Score\ Ideal} x\,100\%$$

Keterangan:

WMS = *Weighted Mean Score*
SA = Jumlah responden x jumlah pertanyaan x jumlah nilai yang dicapai responden
SI = Jumlah responden x jumlah pertanyaan x nilai maksimal dalam setiap pertanyaan

Interpretasi dari hasil perhitungan *Weighted Mean Score* (WMS), dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.8
Interpretasi Nilai WMS

Nilai WMS (%)	Interpretasi
0 - 19.99	Sangat Tidak Baik
20 - 39.99	Tidak Baik
40 - 59.99	Cukup Baik
60 - 79.99	Baik
80 – 100	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2005: 183) dimodifikasi oleh penulis

Analisis lebih lanjut baik untuk perjenjangan maupun pembuatan kategori data, digunakan pentabulasian data menurut Redi Panuju sebagai berikut:

Untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah, terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum dan intervalnya serta jarak intervalnya sebagai berikut:

1. Nilai indeks minimum adalah skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang digunakan" (1995:147).

Analisis data yang berskala ordinal ditingkatkan menjadi skala interval adalah dengan menggunakan metode interval berurutan MSI (*Method of Successive Interval*) dari Thurstone. Penarikan skala dari ordinal ke interval ini dilakukan untuk setiap item per variabel, dengan tahapan-tahapan berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden.
2. Menentukan proporsi setiap responden, yaitu dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah sampel.

3. Menentukan frekuensi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif.
4. Menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
5. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden, dengan rumus:

$$SV = \frac{(\textit{Destiny at Lower Limit} - \textit{Destiny at Upper Limit})}{(\textit{Area Under Upper Limit} - \textit{Area under Lower Limit})}$$

6. Mengubah *Scale Value* (SV) terkecil sama dengan satu dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformat Scale Value* (TSV)" (1993:33).

Untuk mengetahui sejauhmana daya tarik penyiar radio Mora di acara Panghibur Kalbu terhadap minat dengar Amor Club Bandung di analisis dengan menggunakan analisis korelasi dan regresi. Masalah ke-3 ini bekaitan dengan hipotesis sehingga langkah-langkah kerjanya mengikuti langkah-langkah pengujian hipotesis, yaitu:

1. Merumuskan hipotesis statistik (H_0) dan hipotesis kerja (H_I)

   Ho : Daya tarik penyiar radio Mora tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dengar Amor Club.

   Hi : Daya tarik penyiar radio Mora memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dengar Amor Club

   Kaidah keputusan:

   H_0: t-hitung $\leq$ t-tabel ($\alpha = 0{,}05$) (df = n – 2)

   H_I: t-hitung > t-tabel ($\alpha = 0{,}05$) (df = n – 2)

2. Menghitung koefisien korelasi dengan tujuan untuk mengetahui keeratan hubungan antar Daya tarik dengan minat dengar . Pengelolaan data yang digunakan peneliti dengan mengunakan SPSS 17. Untuk menganalisa hubungan antara X dan Y digunakan teknik analisis data *product moment Pearson* dari Sudjana sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left(n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right)\left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)}}$$

r = koefisien korelasi
X = variabel bebas (Daya tarik)
Y = variabel dependen (Minat dengar)
n = jumlah sampel (2000: 369).

Kekuatan hubungan antara variabel X dan Y, dapat diukur dengan suatu tafsiran angka-angka korelasi sebagai berikut:

Tabel 1.9
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2004; 183).

3. Menghitung koefisien regresi dengan tujuan untuk mengetahui pola hubungan antar Daya tarik dengan Minat dengar. Rumus yang digunakan adalah regresi linear sederhana dari Husein Umar sebagai berikut:

$Y = a + bX$

Dimana:

Y = variabel terikat (komunikasi interpersonal)
X = variabel bebas (prestasi kerja pegawai)
a = nilai intercept (konstan)
b = koefisien arah regresi (nilai pertambahan atau pengurangan Y apabila X bertambah atau berkurang satu satuan).

Harga a dihitung dengan rumus : $a = \frac{\sum Y \sum X^2 - \sum X \sum XY}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$

Harga b dihitung dengan rumus : $b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$

4. Menghitung koefisien determinasi dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Daya tarik dengan Minat dengar. Rumus yang digunakan dari Sudjana sebagi berikut:

Kd = r². 100%

Keterangan : Kd = Koefisien determinasi

r² = Kuadrat koefisien korelasi (1997:246).

Interpretasi nilai koefisien determinasi disesuaikan dengan jumlah alternatif pilihan dalam kuesioner yang disusun yaitu lima alternatif pilihan, sehingga angka 100% dibagi menjadi lima klaster atau tingkatan sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.10
Interpretasi Koefisien Determiniasi

Interval koefisien (%)	Tingkat pengaruh
0 - 20	Rendah sekali atau lemah sekali
21 - 40	Rendah
41 - 60	Cukup kuat
61 - 80	Kuat atau tinggi
81 - 100	Sangat kuat atau sangat tinggi

Sumber: Adopsi dari Sugyono (2006) tentang interpretasi nilai koefisien

5. Menghitung nilai t dengan tujuan untuk memperbandingkan nilai t pada tabel distribusi dengan nilai t-hitung, rumus yang digunakan dari Makridakis adalah:

$$t = \frac{b_i - \beta_i}{Se_i}$$

Keterangan:

t : Uji Signifikan
b_i : Koefisien yang ditaksir
β_i : Parameter yang ditaksir
Se_i : Kesalahan standar eror (standar eror 0,05) (1999:243).

Kriteria pengujian:

H0 diterima (H1 ditolak) apabila t-hitung ≤ t-tabel
H0 ditolak (H1 diterima) apabila t-hitung > t-tabel

3. Deskripsi

Hasil dari pengolahan data di atas kemudian dideskripsikan sesuai dengan tujuan penelitian, yakni guna menjawab rumusan masalah dari penelitian. Proses pendeskripsian disususun berdasarkan hasil Angket dengan referensi literatur-litelatur yang mendukung penelitian.

1.13. Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian Radio Mora FM Jabar, yang bertempat di The Grand Sucore Blok C - 7, Jl. PHH. Mustopa No. 39 Suci, Kota Bandung- 40219, Telepone: 022 87242765, E-mail: info@radiomora.com

Waktu Penelitian di lakukan selama 4 bulan dari Oktober 2011 sampai Februari tahun 2012.

Tabel 1.11
Waktu dan Kegiatan Penelitian 2011

	Kegiatan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	Pengajuan judul																				
	Penulisan Bab 1																				
	Bimbingan																				
	Seminar UP																				
	Penulisan Bab II																				
	Bimbingan																				
	Penulisan Bab III																				
	Bimbingan																				
	Pengumpulan Data																				
	Wawancara/ pengisian angket																				
	Bimbingan																				
	Pengolahan Data																				
	Penulisan Bab IV																				

1.14 Sistematika Penulisan

A. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, operasionalisasi variabel, hipotesis, model penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sempel, teknik pengolahan data dan analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan

B. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka tentang definisi komunikasi, tujuan komunikasi, fungsi komunikasi, bentuk-bentuk komunikasi, definisi komunikasi massa, cirri-ciri komunikasi massa, (belum beres)

C. BAB III : OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi semua hal yang berkaitan dengan objek penelitian yakni sejarah perusahaan, visi-misi perusahaan, grup perusahaan, moto perusahaan, struktur perusahaan dan job description.

D. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif identitas responden, analisis deskrif hasil penelitian, analisis korelasi antara indicator dan variabel, analisis korelasi variabel daya tarik dan minat serta pembahasan hasil penelitian.

E. BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian skripsi.