DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1. Maksud Penelitian	15
1.3.2. Tujuan Penelitian	15
1.4. Kegunaan Penelitian	17
1.4.1. Kegunaan Teoritis	17
1.4.2. Kegunaan Praktis	17
1.5. Kerangka Pemikiran	18
1.5.1. Kerangka Teoritis	18
1.5.2. Kerangka Konseptual	26
1.6. Operasionalisasi Variabel	29

1.6.1. Variabel X : Penyampaian Pesan 29

1.6.2. Variabel Y : Minat Pendengar 30

1.7. Teknik Pengumpulan Data 32

1.8. Teknik Analisa Data 34

1.9. Metode Penelitian 36

1.10. Populasi dan Sampel 37

1.10.1. Populasi 37

1.10.2. Sampel 38

1.11. Hipotesis 42

1.12. Model Penelitian 43

1.13. Lokasi dan Waktu Penelitian 45

1.13.1. Lokasi Penelitian 45

1.13.2. Waktu Penelitian 45

1.14. Sistematika Penulisan 46

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 48

2.1.1. Definisi Komunikasi 48

2.1.2. Tujuan Komunikasi 52

2.1.3 Proses Komunikasi..... 53

2.1.4 Fungsi-fungsi Komunikasi..... 54

2.1.5 Komunikasi Massa..... 56

2.1.6 Krakteristik Komunikasi Massa..... 56

2.2. Komunikasi Interpersonal……..... 57

2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal..... 57

2.2.2 Sistem Komunikasi Intrapersonal..... 58

2.3. Tinjauan Tentang Pesan..... 60

2.3.1. Pengertian Pesan..... 60

2.3.2. Struktur Pesan..... 63

2.3.2. Gaya Pesan..... 65

2.3.3. Daya tarik Pesan..... 67

2.3.4. Organisasi Pesan..... 69

2.4. Pengertian Radio..... 70

2.4.1. Fungsi Radio..... 72

2.4.2. Sifat Pendengar Radio..... 73

2.4.3. Pesan Komunikasi pada Radio..... 74

2.5. Radio Siaran 77

2.5.1 Radio Siaran Sebagai Media Massa Elektronik 75

2.5.2 Kekuatan Radio Siaran 77

2.5.3 Kelemahan Radio Siaran..... 79

2.6. Penyiar..... 80

2.7 Kredibilitas Penyiar..... 81

2.5. Tinjuan Tentang Efektivitas..... 83

2.6. Tinjauan Tentang Model Komunikasi Massa Uses and Gratifications..... 84

2.7. Minat..... 91

2.6.1. Pengertian Minat..... 91

2.6.2. Aspek-aspek atau kategori Minat..... 92

BAB III OBYJEK PENELITIAN

3.1. Tinjauan tentang Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung... 93

3.1.1. Sejarah Radio Republik Indonesia (RRI) 93

3.1.2. Logo Radio Republik Indonesia..... 96

3.1.3 Visi dan Misi LPP Radio Republik Indonesia (RRI)..... 98

3.1.4 Motto LPP RRI……... 99

3.1.5 Data Tempat Penelitian..... 100

3.1.6. Struktur Organisasi RRI Stasiun Bandung..... 101

3.1.7 Job Description..... 103

3.1.8. Sarana dan Prasarana..... 111

3.2 VIKING PERSIB CLUB…….. 115

3.2.1. Sejarah VIKING……..... 115

3.2.2. Struktur Kepengurusan Viking Persib Club..... 118

3.2.3. Kegiatan dan Pembinaan..... 118

3.2.4. Distrik-Distrik……. 119

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Realibilitas 121

4.2. Deskripsi Identitas Responden 126

4.3. Deskripsi Hasil Penelitian 128

4.3.1. Hubungan isi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib (X_1) dengan minat mendengar Viking (Y)..... 128

4.3.2. Hubungan gaya pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam

siaran Persib (X_2) dengan minat mendengar Viking (Y) 133

4.3.3. Hubungan pilihan kata yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib (X_3) dengan minat mendengar Viking (Y)..... 140

4.3.4. Hubungan daya tarik pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib (X_4) dengan minat mendengar Viking (Y)..... 145

4.3.5. Hubungan organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib (X_5) dengan minat mendengar Viking (Y)..... 151

4.3.6. Hubungan efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib (X) dengan rasa lebih suka atau ketertarikan mendengar Viking (Y_1)..... 157

4.3.7. Hubungan efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib (X) dengan pengalaman yang sama antara penyiar dan Viking (Y_2)..... 163

4.3.8. Hubungan efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib (X) dengan informasi yang dibutuhkan Viking (Y_3)..... 168

4.4. Pembahasan 173

4.4.1. Isi pesan yang disampaikan Penyiar..... 175

4.4.2. Gaya pesan yang disampaikan Penyiar..... 177

4.4.3. Pilihan kata yang disampaikan Penyiar 178

4.4.4. Daya tarik pesan yang disampaikan Penyiar..... 179

4.4.5. Organisasi pesan yang disampaikan Penyiar..... 180

4.4.6. Rasa lebih suka atau ketertarikan mendengar Viking..... 181

4.4.7. Pengalaman yang sama antara penyiar dan Viking..... 183

4.4.8. Informasi yang dibutuhkan Viking..... 184

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 186

5.2. Saran 188

5.2.1. Saran untuk RRI Bandung..... 188

5.2.2. Saran untuk peneliti selanjutnya..... 188

DAFTAR PUSTAKA 189

LAMPIRAN-LAMPIRAN 192

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1.1. Operasional Variabel 32

Tabel 1.2. Populasi anggota Viking 37

Tabel 1.3. Jumlah sampel dari tiap-tiap distrik Viking..... 40

Tabel 1.4. Waktu Penelitian..... 45

Tabel 3.1. Sarana dan Prasarana bagian pemberitaan di LPP RR.. 112

Tabel 4.1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 124

Tabel 4.2. Jenis Kelamin 126

Tabel 4.3. Usia 126

Tabel 4.4. Pendidikan Terakhir 127

Tabel 4.5. Pekerjaan 128

Tabel 4.6. Isi pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menarik perhatian..... 129

Tabel 4.7. Isi pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib pesan mengandung kebenaran..... 130

Tabel 4.8. Korelasi antara isi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 131

Tabel 4.9. Gaya pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib kaya perbendaharaan kata..... 134

Tabel 4.10. Gaya pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib pesan dapat dipahami 135

Tabel 4.11. Gaya pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib bahasa yang digunakan sudah menarik..... 136

Tabel 4.12. Korelasi antara gaya pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 137

Tabel 4.13. Pilihan kata penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah jelas..... 140

Tabel 4.14. Pilihan kata penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah tepat..... 141

Tabel 4.15. Pilihan kata penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib sudah menarik…… 141

Tabel 4.16. Korelasi antara pilihan kata yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking 142

Tabel 4.17. Daya Tarik Pesan Imbauan rasional yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah baik..... 145

Tabel 4.18. Daya Tarik Pesan Imbauan takut yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah tepat……..... 135

Tabel 4.19. Daya Tarik Pesan Imbauan ganjaran yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah tepat..... 146

Tabel 4.20. Korelasi antara daya tarik pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking 148

Tabel 4.21. Organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik

Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah menarik Perhatian……..... 151

Tabel 4.22. Organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib sudah memenuhi pemuasan kebutuhan..... 152

Tabel 4.23. Organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib sudah menvisualisasi tim Persib..... 153

Tabel 4.24. Organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib sudah menggambarkan tindakan tim persib..... 154

Tabel 4.25. Korelasi antara organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 154

Tabel 4.26. Penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menimbulkan minat mendengar laporan keseluruhan siaran Persib..... 158

Tabel 4.27. Penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menimbulkan minat mendengar setiap siaran Persib 159

Tabel 4.28. Korelasi antara efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib dengan rasa lebih suka atau ketertarikan mendengar Viking..... 160

Tabel 4.29. Penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menimbulkan rasa suka Persib.... 163

Tabel 4.30. Penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menimbulkan sejarah Persib..... 164

Tabel 4.31. Korelasi antara efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib dengan pengalaman yang sama antara penyiar dan Viking..... 165

Tabel 4.32. Penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menimbulkan viking mengikuti informasi pertandingan Persib..... 168

Tabel 4.33. Penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib menimbulkan viking mengikuti informasi prestasi Persib..... 169

Tabel 4.34. Korelasi antara efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib dengan informasi yang dibutuhkan Viking..... 170

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 1.1. Model Penelitian 44

Gambar 2.1. Model Lasswell 50

Gambar 2.2. Model *Uses and Gratification*..... 87

Gambar 3.1. Logo Radio Republik Indonesia (RRI) 97

Gambar 3.2. Struktur Organisasi LPP RRI Stasiun Bandung 102

Gambar 4.1. Kurva Uji T isi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 132

Gambar 4.2. Kurva Uji T gaya pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengarViking..... 138

Gambar 4.3. Kurva Uji T pilihan kata yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 144

Gambar 4.4. Kurva Uji T Daya tarik pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 149

Gambar 4.5. Kurva Uji T Organisasi pesan yang disampaikan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan minat mendengar Viking..... 156

Gambar 4.6. Kurva Uji T Efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran persib dengan rasa lebih suka atau ketertarikan mendengar Viking.... 161

Gambar 4.7. Kurva Uji T Efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan pengalaman yang sama antara penyiar dan Viking..... 166

Gambar 4.8. Kurva Uji T Efektivitas penyampaian pesan penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam siaran Persib dengan informasi yang dibutuhkan Viking..... 171

Gambar L.1. Dokumentasi 217

DAFTAR LAMPIRAN

HAL

Lampiran 1 : Surat permohonan penelitian dari universitas..... 192

Lampiran 2 : Surat balasan penelitian dari perusahaan 193

Lampiran 3 : Surat persetujuan jadi pembimbing 194

Lampiran 4 : Berita acara bimbingan 195

Lampiran 5 : Revisi Skripsi..... 196

Lampiran 6 : Pedoman wawancara 197

Lampiran 7 : Surat pengantar pengisian angket 201

Lampiran 8 : Coding book 209

Lampiran 9 : Coding sheet 212

Lampiran 10 : Dokumentasi 216

Lampiran 11: Riwayat hidup (CV) 218