BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa selalu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Dalam diri manusia terdapat rasa ingin tahu yang memaksa manusia perlu berkomunikasi. Dr. Everett Kleinjan mengatakan bahwa komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup maka ia perlu berkomunikasi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Prof. Wilbur schramm yang mengatakan bahwa komunikasi dan masyarakat merupakan dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak akan mungkin masyarakat terbentuk, begitu juga sebaliknya, tanpa masyarakat maka manusia tidak akan mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Istilah komunikasi berasal dari kata *Communis* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Banyak dari pakar komunikasi mendefenisikan istilah komunikasi diantaranya adalah Everett M. Rogers (1998:20) yang mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan Menurut

Harold D. Lasswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who*? *Says what*? *In which channel*? *To who*? *With what effect*?). Unsur – unsur dalam komunikasi adalah sumber (komunikator), pesan yang disampaikan, alat (media) yang digunakan, penerima pesan (komunikan), efek yang ditimbulkan dan hambatan dari suatu proses komunikasi. (2005:62)

Dalam kehidupan sehari – hari, setiap manusia selalu membutuhkan informasi terutama informasi yang menyangkut kepentingannya. Manusia akan selalu mencari informasi yang dibutuhkannya baik dari manusia lainnya maupun dari media massa yang ada. Sekarang ini kebutuhan akan informasi menjadi hal yang sangat penting bagi semua manusia.

Dalam mencari informasi yang dibutuhkan, manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi, sehingga dengan komunikasi tersebut manusia dapat mengeluarkan pendapat dan keinginannya serta dapat menerima pendapat orang lain baik dengan cara langsung (tatap muka) maupun melalui media. Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi terdiri dari tiga jenis, diantaranya: **media visual** (media yang hanya dapat dilihat seperti surat kabar), **media audio** (media yang hanya dapat didengar seperti radio), dan **media audio visual** (media yang dapat dilihat dan didengar seperti televisi). Semua jenis media yang telah disebutkan di atas sering dikenal dengan sebutan media massa. Masyarakat akan berupaya untuk mendapatkan

informasi yang mereka butuhkan, salah satunya dengan cara mengonsumsi media massa, baik media elektronik maupun media cetak. Sebagai salah satu ahli di bidang komunikasi, Gerbner, mengemukakan tentang definisi komunikasi massa,

> *"Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies"*. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (Ardiyanto dan Komala, 3:2004).

Berdasarkan definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Gerbner, media massa yang merupakan lembaga mempunyai dampak bagi orang secara luas. Media massa secara pasti memengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, media membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan.

Kepentingan lainnya yang perlu dipertimbangkan oleh media massa adalah agar tetap memainkan fungsi yang utama. Terlebih pada masa perkembangan yang terakhir ini, media massa bukan saja mengelola dan mengelola berita, tetapi juga mengolah bahan-bahan lainnya diluar berita untuk keperluan isi surat kabar, majalah ataupun media cetak dan elektronik lainnya yang juga terikat dalam fungsi-fungsi tersebut. Oleh sebab itu, fungsi media massa dalam hal ini pers kini melebihi fungsinya yang hanya sekedar menyiarkan informasi. Beberapa fungsi tersebut di antaranya:

- Menyampaikan informasi *(to inform)*
- Mendidik *(to educate)*
- Menghibur *(to entertain*)
- Mempengaruhi *(to influence)*

Memasuki penghujung dasawarsa 1990-an perkembangan media massa, baik berupa surat kabar, televisi, film, dan radio semakin membawa pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan oleh semakin pesatnya perkembangan tekhnologi informasi dan komunikasi yang mampu menembus dimensi ruang, waktu dan budaya. Dari beberapa jenis media massa tersebut, pada penelitian ini peneliti akan berfokus pada radio.

Kehadiran radio sebagai salah satu media massa mempunyai pengaruh yang besar bagi kehidupan manusia, meskipun sifat dari radio hanya bisa didengar oleh pendengarnya. Format acara yang disajikan harus di buat semenarik mungkin agar dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Perkembangan media radio di Indonesia dapat dikatakan berkembang pesat, hal ini dibuktikan setiap kota di Indonesia memiliki paling sedikit lima stasiun radio setiap kotanya. Di Bandung saja terdapat lebih dari sepuluh stasiun radio yang melakukan siaran, di kota lain pun sama, hanya saja tidak sebanyak di kota Bandung.

Dari sekian banyak stasiun radio yang ada di Indonesia, peneliti lebih memfokuskan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi, khususnya pada program acara SMS – Persib Pisan sebagai objek penelitian. Sejak awal siaran pada tahun 2002 sampai saat ini Radio SMS telah menyajikan

berbagai jenis program radio dengan mengutamakan program produksi sendiri yang berkualitas, baik dalam bentuk musik, olahraga, dan program - program pemberitaan serta berbagai macam program informasi seperti SMS - *Persib Pisan.*

Sinar Mega Swara(SMS) – Persib Pisan merupakan program acara yang mulai siaran pada tanggal 11 Agustus 2010, dengan jadwal siaran setiap hari Rabu pukul 19.00-21.00. SMS – Persib Pisan adalah format acara interaktif dengan materi paling *UP date* dari persib dan dibahas dengan narasumber yang terdiri dari wartawan lokal, bobotoh atau tokoh masyarakat Sukabumi pecinta Persib. Selain itu, SMS – Persib Pisan merupakan program tayangan dengan sumber informasi utama seputar Persib dan perkembangan persepakbolaan, sesuai dengan judulnya "SMS - PERSIB Pisan" yang berarti adanya rasa memiliki terhadap Persib, maka program ini selalu menyesuaikan dengan kebutuhan informasi dari para "Bobotoh" atau masyarakat pecinta Persib itu sendiri dengan selalu mengikuti setiap saat perjalanan Persib baik itu dari sisi teknis tim hasil pertandingan, latihan tim, informasi klasemen liga, prediksi pertandingan dan yang lainnya. Selain itu juga informasi dari sisi non teknis dari persib seperti gosip pemain, perilaku dan kegiatan bobotoh, profil pemain, profil bobotoh, bincang-bincang mantan pemain, dan lain-lain.

SMS - Persib Pisan menggabungkan informasi dan *entertainment* menjadi satu kesatuan yang dinamis yang lebih mendekatkan diri dengan para pendengar yaitu dengan adanya segmen kuis interaktif *(live on air)* dengan frekuensi siaran selama dua jam dalam satu episodenya. Program acara SMS – Persib Pisan

menyuguhkan kebutuhan informasi untuk para bobotoh, khususnya untuk para bobotoh yang berada di kota Sukabumi karena segala sesuatu hal yang atau kegiatan yang menyangkut Persib pastinya akan selalu menarik perhatian dan minat bobotoh. Karena bobotoh merupakan sekumpulan orang-orang yang memiliki satu kesamaan yaitu menyukai klub Persib Bandung dan di Kota Sukabumi pun terdapat kelompok supporter pencinta Persib Bandung yang menamakan kelompoknya "KERAJAAN VIKING", oleh karena itu peneliti mengkhususkan kepada "KERAJAAN VIKING".

Komunitas Viking bukan lagi milik warga bandung tapi telah menjadi milik warga jawa barat. Bahkan sekarang telah merambah keluar jawa barat dan pulau jawa. Di sukabumi pun telah berdiri distrik Kerajaan Viking Sukabumi yang dulunya bernama Viking Kingdom Sukabumi yang berdiri pada tanggal 6 september 2006. Nama Kingdom diambil ketika persib *tour* ke yogyakarta saat itu sang pendiri "Kang Oedhiel" menemukan sebuah bungkus korek api yang bergambar mahkota raja sejak itu tercetus ide untuk mendirikan kerajaan bobotoh persib di sukabumi.

Sejak November 2008 nama Kerajaan Viking Sukabumi diusung oleh para bobotoh untuk lebih mempersatukan para Vikers di sukabumi. Karena nama Kingdom dinilai kebarat-baratan. Berubahnya nama mudah-mudahan bisa semakin mempererat tali persaudaraan dan persahabatan sesama Bobotoh di sukabumi yang kedepannya tidak lagi mendukung secara individu namun secara

terorganisir mendukung Persib total dengan hati jadi sekarang sudah tidak ada lagi nama Viking Kingdom Sukabumi.

Kerajaan Viking Sukabumi telah di akui sebagai pendiri Viking di Sukabumi sejak dari bernama Viking Kingdom Sukabumi, karena bukan Vikers sesaat seperti “Jamur Di Musim Hujan”. Distrik Viking di Sukabumi di tujukan untuk lebih mempererat ikatan antar pecinta persib, bukannya menjadi sebuah perpecahan atau persaingan tujuan utumanya adalah mendukung Persib. Viking Kerajaan Sukabumi selalu Total & kreatif dalam mendukung Persib terbukti dengan semakin bertambahnya anggota yang ditekankan utuk lebih total & kreatif. Anggota Kerajaan Viking Sukabumi tidak hanya untuk di daerah kota saja tetapi telah mejangkau kabupaten sukabumi mulai dari cicurug sampai gekbrong dan pelabuhan ratu.

Keberadaan Viking dapat dibilang cukup diperhitungkan di kancah persepakbolaan Indonesia, karena Viking adalah salah satu kelompok suporter di Indonesia yang memiliki loyalitas dan nama besar. Anggota Viking tersebar diseluruh Jawa Barat bahkan diseluruh Indonesia. Karena kondisi dan keberadaan Viking ini, PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) FM membuat suatu program acara yang diberi nama SMS – Persib Pisan dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi mengenai Persib Bandung dan menarik daya tarik Kerajaan Viking untuk mengikuti dan mendengarkan program acara ini.

Pengertian daya tarik menurut Effendy (1989:18) adalah: “kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang

mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.

Dari pengertian di atas, dapat diketahui bahwa daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Berdasarkan pengertiannya, daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan atau *stimulus* (rangsangan) yang ia peroleh dari media komunikasi.

Sebagai suatu aspek kejiwaan, daya tarik bukan saja mewarnai perilaku seseorang atau kelompok orang, tetapi lebih dari itu yaitu mendorong seseorang mempunyai persepsi positif untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian serta merelakan dirinya untuk berpartisipasi pada satu kegiatan.

Sementara itu menurut Moh. As'ad (1992: 89), daya tarik adalah: sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu.

Berdasarkan hal di atas, peneliti berpendapat bahwa pemahaman terhadap suatu objek atau kegiatan harus terlebih dahulu adanya daya tarik dari objek atau kegiatan tersebut terhadap seseorang, Hal itu ditegaskan juga di acara SMS - *Persib Pisan* di Radio SMS untuk menarik massa Kerajaan Viking.

Bertolak dari pembahasan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu **Sejauhmana Daya Tarik Program Acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi Terhadap Pemuasan Kebutuhan Informasi Kelompok Supporter Kerajaan Viking Sukabumi?**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana **kekuatan** program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi?
2. Sejauhmana **kredibilitas komunikator** program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi?
3. Sejauhmana daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap **pengetahuan** kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi?
4. Sejauhmana daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap **hiburan** kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi?

5. Sejauhmana daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap **kepentingan sosial** kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi?
6. Sejauhmana daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini untuk mengukur, menjelaskan, dan menganalisa tentang sejauhmana Daya Tarik Program Acara SMS – Persib pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi Terhadap Pemuasan Kebutuhan Informasi Bagi Kelompok Supporter ‘KERAJAAN VIKING’ Sukabumi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **kekuatan** program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.
2. Untuk mengetahui **kredibilitas komunikator** program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM

Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

3. Untuk mengetahui daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap **pengetahuan** kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.
4. Untuk mengetahui daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap **hiburan** kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.
5. Untuk mengetahui daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap **kepentingan** kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.
6. Untuk mengetahui daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis adalah sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan khususnya bidang kajian Jurnalistik tentang daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi. Penelitian ini pun diharapkan dapat

lebih membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti terhadap penerapan teori - teori komunikasi dalam memecahkan masalah yang ada pada objek penelitian yang berhubungan dengan dunia ilmu komunikasi terutama bidang kajian ilmu jurnalistik khususnya jurnalistik radio.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang sangat berguna bagi peneliti dalam bidang Ilmu Komunikasi terutama mengenai daya tarik program SMS-Persib pisan.

- Kegunaan Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Universitas khususnya Prodi IK & PR Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unikom untuk menjadi bahan literatur dalam masalah penelitian. Serta menambah wawasan mengenai jurnalistik Radio dan membantu mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi keilmuan jurnalistik.

- Kegunaan Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) FM Sukabumi yaitu untuk mengetahui Sejauhmana Daya Tarik Program Acara SMS – Persib pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) FM Sukabumi Terhadap Pemenuhan

Kebutuhan Informasi Bagi Kelompok Supporter ‘Kerajaan VIKING’ Sukabumi.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori *Uses and Gratification.* Pakar komunikasi, Onong Uchjana Effendy mendefinisikan daya tarik sebagai berikut :

“Kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi” (effendy, 1989 : 18).

Sedangkan menurut Kotler dalam Sindoro adalah daya tarik isi pesan sebuah siaran meliputi daya tarik rasional, emosional dan moral. Daya tarik rasional menunjukan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat, sedangkan daya tarik emosional mencoba membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan atau produk, dan daya tarik moral di arahkan pada perasaan seseorang sehingga sering digunakan untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial.

Dari penjelasan diatas, daya tarik merupakan proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Berdasarkan pengertiannya, daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali

pesan atau *stimulus* (rangsangan) yang ia peroleh dari media komunikasi. Sebagai suatu aspek kejiwaan, daya tarik bukan saja mewarnai perilaku seseorang atau kelompok orang, tetapi lebih dari itu yaitu mendorong seseorang mempunyai persepsi positif untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian serta merelakan dirinya untuk berpartisipasi pada satu kegiatan.

Pada umumnya setiap individu memiliki kebutuhan mendasar terhadap informasi. Berdasarkan pengalamannya, seseorang mengharapkan bahwa konsumsi atau penggunaan media tertentu akan memberikan sejumlah pemenuhan bagi kebutuhannya. Hal ini akan membuatnya mendengarkan radio, menonton televisi, ataupun membaca berita di surat kabar. Berbagai penggunaan dan pemuasan terhadap media ini dikelompokkan ke dalam beberapa tujuan, yaitu:

1. Pengetahuan

   Seseorang menggunakan media massa untuk mengetahui sesuatu atau memperoleh informasi tentang sesuatu.

2. Hiburan

   Kebutuhan dasar lainnya pada manusia adalah hiburan dan orang mencari hiburan salah satunya kepada media massa.

3. Kepentingan Sosial

Kebutuhan ini diperoleh melalui pembicaraan atau diskusi tentang sebuah program televisi, film terbaru, atau program radio siaran. Isi media menjadi bahan perbincangan yang hangat. Media memberikan kesamaan landasan untuk membicarakan masalah sosial. Dengan demikian media juga berfungsi untuk memperkuat hubungan dengan keluarga, teman, dan yang lainnya dalam masyarakat. (Ardiyanto, Elvinaro dan Lukiati. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Hal 28)

Pendekatan *Uses and Gratification* menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan melalui media. Pendekatan ini pertama kali dikemukakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959 melalui hasil penelitian yang menunjukan bahwa orang yang berbeda dapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk kegunaan yang berbeda-beda. Istilah *Uses and gratification* timbul dari sikap aktif khalayak dalam menggunakan media dari pemenuhan kebutuhan khalayak melalui penggunaan media tersebut. *Model Uses and Gratification* menunjukan bahwa, yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap prilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.

Jadi bobotnya ialah khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Asumsi *Uses and Gratification* seagai berikut yaitu :

1. Penggunaan media pada akhirnya untuk mencapai suatu tujuan. Kita menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya spesifik, kebutuhan ini berkembang dalam lingkungan sosial kita.
2. Khalayak memilih jenis dan isi media untuk memenuhi isi kebutuhan. Jadi khalayak terlibat dalam satu proses komunikasi massa dan mereka dapat mempengaruhi media untuk kebutuhan-kebutuhan mereka secara lebih cepat dibandingkan dengan media yang dapat menguasai mereka.
3. Disamping media massa sebagai sumber informasi maka ada pula berbagai sumber lain yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Oleh karena itu media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain. Dari sekian banyak sumber yang bukan media yang dapat memuaskan kebutuhan antara lain misalnya keluarga, teman-teman, komunikasi antar pribadi (dengan media, tanpa media), mengisi waktu luang bahkan minum obat tidur.
4. Khalayak mengetahui kebutuhan tersebut dan dapat memenuhi jika dikehendaki, juga mengetahui alasan-alasannya untuk menggunakan media massa. (Liliweri, 1991 : 134)

Dalam model ini khalayak bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan, karena pesan yang diterima oleh khalayak diolah sesuai bidang yang dimiliki masing-masing khalayak dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam memenuhi kebutuhan akan informasi, setiap orang akan terdorong untuk mencari informasi dan pemberitaan mengenai Persib Bandung. Untuk itu, khalayak akan memerlukan stimulus yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai Persib Bandung.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui daya tarik program acara SMS – Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) FM Sukabumi terhadap pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi. Berdasarkan apa yang menjadi bahan penelitian penulis, maka berdasarkan pendekatan *Uses and gratification* yang mengatakan bahwa pendekatan *uses and gratification* menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan melalui media. Dalam hal ini yang menjadi khalayak yaitu Kerajaan Viking Sukabumi, serta media yang dimaksud disini adalah Radio SMS Sukabumi.

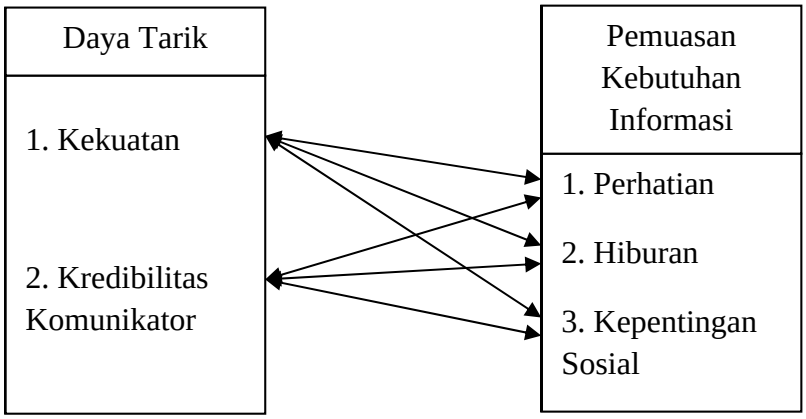
Kerajaan Viking Sukabumi akan mencari informasi mengenai tim kesayangan dari warga Jawa Barat ini di SMS-Persib Pisan, karena selama ini Kerajaan Viking kurang mendapatkan informasi mengenai Persib Bandung di Kota Sukabumi.

Dikarenakan Kerajaan Viking Sukabumi akan mencari informasi berita tentang Persib Bandung hanya kepada media yang dapat memenuhi akan kebutuhan rasa keingintahuannya, maka Radio SMS sebagai salah satu media

yang menyuguhkan pemberitaan tentang Persib harus mengetahui seberapa besar khalayak akan terpuaskan dengan informasi yang diberikan agar SMS-Persib Pisan di Radio SMS menjadi media pemberi informasi yang dicari oleh Kerajaan Viking Sukabumi.

Gambar 1.1

Model Penelitian



Sumber: Aplikasi Peneliti 2011

Pada gambar model penelitian diatas, terlihat bahwa Radio SMS memberikan suatu informasi melalui program acara SMS-Persib Pisan kepada Kerajaan Viking Sukabumi untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang dibutuhkan oleh kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi maupun kebutuhan individu dari setiap anggotanya.

1.6 Hipotesis

1.6.1 Hipotesis Induk

- H1: Ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS – Persib pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi bagi Kerajaan Viking Sukabumi.
- Ho: Tidak ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS – Persib pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi bagi Kerajaan Viking Sukabumi.

1.6.2 Sub Hipotesis

- H1: Ada pengaruh antara kekuatan program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

  Ho: Tidak ada pengaruh antara kekuatan program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.
- H1: Ada pengaruh antara kredibilitas komunikator program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7

FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

Ho: Tidak ada pengaruh antara kredibilitas komunikator program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap Pemuasan kebutuhan informasi kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

- H1: Ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap pengetahuan kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

  Ho: Tidak ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap pengetahuan kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

- H1: Ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap hiburan kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

  Ho: Tidak ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap hiburan kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

- H1: Ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi

terhadap kepentingan sosial kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

Ho: Tidak ada pengaruh antara daya tarik program acara SMS - Persib Pisan di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi terhadap kepentingan sosial kelompok supporter Kerajaan Viking Sukabumi.

1.7 Operasional Variabel

- Daya Tarik Program Acara *SMS – Persib Pisan* (Variabel X)

  Daya Tarik adalah kemampuan komunikator dalam hal menyita perhatian komunikan sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan yang dapat berkembang menjadi pemberian respon (baik respon positif maupun respon negatif) terhadap pesan yang dikomunikasikan.

- Pemuasan Kebutuhan Informasi Kerajaan Viking Sukabumi (Variabel Y)

  Pemuasan Informasi suatu kebutuhan akan sebuah Informasi Kerajaan Viking Sukabumi tentang Kebutuhan Informasi yang diperoleh.

Agar lebih mudah dalam melihat bagaimana operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1.1

Operasional Variabel

Variabel	**Indikator**	**Alat Ukur**
Daya Tarik (Variabel X)	1. Kekuatan	1. Daya Tarik Rasional 2. Daya Tarik Emosional 3. Daya Tarik Moral
	2. Kredibilitas Komunikator	1. Keahlian 2. Kepercayaan
Pemuasan kebutuhan Informasi (Variabel Y)	1. Pengetahuan	1. Mendapat Informasi 2. Mengetahui Perkembangan
	2. Hiburan	1. Mengurangi Kejenuhan 2. Menjadi Santai
	3. Kepentingan Sosial	1. Memperkuat Hubungan Anggota 2. Memberikan Kesamaan Berpikir

(Sumber:Jalaludin Rahmat 1999:66)

1.8 Populasi dan Sampel

1.8.1 Populasi

Sifat-sifat kumpulan objek penelitian dapat ditemukan dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan objek penelitian yang dapat berupa orang, kelompok, dan organisasi. Dalam penelitian, objek penelitian merupakan satuan unsur-unsur populasi.

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Komunikasi, mengatakan bahwa: "Bagian yang diamati itu disebut sampel, sedangkan kumpulan objek penelitian disebut populasi" (Rakhmat, 2002: 78).

Sehingga jelas bahwa populasi merupakan kumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada Kerajaan Viking Sukabumi. Anggota Kerajaan Viking Sukabumi berjumlah 350 orang.

1.8.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang akan dipelajari dan diamati untuk diteliti. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah "Teknik pengambilan sampel secara acak sederhana (Simple Random Sampling), yaitu suatu metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel" (Umar, 2002: 129).

Besarnya jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Yamane yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Ket:

n = Ukuran atau besarnya sampel

N = Ukuran atau besarnya populasi

d = Presisi atau tingkat kesalahan yang ditetapkan yaitu sebesar 10% (Yamane dalam Rakhmat, 2002: 82)

$$n = \frac{350}{350\ (10\ /100\ )^2 + 1}$$

$$n = \frac{350}{4.5}$$

$$n = 77.777$$

$$n = 78\ responden$$

Dengan total anggota sebanyak 350 orang maka peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 78 responden.

Tabel 1.2

Daftar Nama Anggota yang Menjadi Sampel

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	**Rudi S**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
2	**Arwansyah**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
3	**Nurrohman**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
4	**Arifin S**	**Laki-Laki**	**19**	**Mahasiswa**
5	**Heri**	**Laki-Laki**	**29**	**Peg. Swasta**
6	**Metty**	**Perempuan**	**20**	**Mahasiswa**
7	**Bambang**	**Laki-Laki**	**37**	**Peg. Swasta**
8	**Anton**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
9	**Dedi R**	**Laki-Laki**	**30**	**PNS**
10	**Yanto**	**Laki-Laki**	**26**	**Peg. Swasta**
11	**Rona A**	**Laki-Laki**	**18**	**Pelajar**
12	**Asep S**	**Laki-Laki**	**18**	**Pelajar**
13	**Agus T**	**Laki-Laki**	**23**	**Wiraswasta**
14	**Lutfi S**	**Laki-Laki**	**18**	**Pelajar**
15	**Rachmat**	**Laki-Laki**	**33**	**PNS**
16	**M. Alan**	**Laki-Laki**	**17**	**Pelajar**
17	**Andri**	**Laki-Laki**	**22**	**Mahasiswa**

18	**Yessi**	**Perempuan**	**24**	**Peg. Swasta**
19	**Iwan**	**Laki-Laki**	**25**	**Wiraswasta**
20	**Roni S**	**Laki-Laki**	**25**	**Peg. Swasta**
21	**Dadan**	**Laki-Laki**	**29**	**Peg. Swasta**
22	**Ajat**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
23	**Fresa**	**Laki-Laki**	**23**	**Peg. Swasta**
24	**Kurnia**	**Laki-Laki**	**26**	**Peg. Swasta**
25	**Yudi**	**Laki-Laki**	**24**	**Wiraswasta**
26	**Fahrul**	**Laki-Laki**	**17**	**Pelajar**
27	**Yosep**	**Laki-Laki**	**36**	**Peg. Swasta**
28	**Rizki**	**Laki-Laki**	**17**	**Pelajar**
29	**Arul**	**Laki-Laki**	**25**	**Wiraswasta**
30	**Dimas**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
31	**Zaenal A**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
32	**Andre**	**Laki-Laki**	**25**	**Peg. Swasta**
33	**Yayan**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
34	**Indra**	**Laki-Laki**	**25**	**Wiraswasta**
35	**Novi A**	**Perempuan**	**25**	**Wiraswasta**
36	**Alamsyah**	**Laki-Laki**	**24**	**Wiraswasta**
37	**Dadang**	**Laki-Laki**	**36**	**PNS**
38	**Angga**	**Laki-Laki**	**28**	**Peg. Swasta**
39	**Diki**	**Laki-Laki**	**28**	**Peg. Swasta**

40	**Cepy**	**Laki-Laki**	**25**	**Peg. Swasta**
41	**Eddy**	**Laki-Laki**	**22**	**Wiraswasta**
42	**Soemantri**	**Laki-Laki**	**38**	**PNS**
43	**Bobby**	**Laki-Laki**	**18**	**Pelajar**
44	**Deni**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
45	**Maman**	**Laki-Laki**	**25**	**Wiraswasta**
46	**M. Aditia**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
47	**Wima**	**Perempuan**	**20**	**Mahasiswa**
48	**Faizal**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
49	**M. Assidiq**	**Laki-Laki**	**25**	**Peg. Swasta**
50	**Bagja**	**Laki-Laki**	**24**	**Wiraswasta**
51	**Doddy**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
52	**Cucu**	**Laki-Laki**	**27**	**Peg. Swasta**
53	**Toni**	**Laki-Laki**	**32**	**Peg. Swasta**
54	**Taryadi**	**Laki-Laki**	**24**	**Wiraswasta**
55	**Rizka**	**Perempuan**	**24**	**Peg. Swasta**
56	**Kamal**	**Laki-Laki**	**23**	**Wiraswasta**
57	**Dede**	**Laki-Laki**	**25**	**Wiraswasta**
58	**Saryono**	**Laki-Laki**	**30**	**Peg. Swasta**
59	**Deden**	**Laki-Laki**	**30**	**Peg. Swasta**
60	**Imam**	**Laki-Laki**	**25**	**Peg. Swasta**
61	**Danny**	**Laki-Laki**	**22**	**Mahasiswa**

62	**Adiputra**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
63	**Nanda**	**Laki-Laki**	**20**	**Mahasiswa**
64	**M. Hadi**	**Laki-Laki**	**22**	**Wiraswasta**
65	**Harry**	**Laki-Laki**	**18**	**Pelajar**
66	**Wandi**	**Laki-Laki**	**19**	**Mahasiswa**
67	**Herdi**	**Laki-Laki**	**24**	**Peg. Swasta**
68	**Selvi**	**Perempuan**	**22**	**Mahasiswa**
69	**Kemal**	**Laki-Laki**	**29**	**Peg. Swasta**
70	**Fajar**	**Laki-Laki**	**21**	**Mahasiswa**
71	**Ilham**	**Laki-Laki**	**21**	**Mahasiswa**
72	**Doni**	**Laki-Laki**	**23**	**Peg. Swasta**
73	**Ervan**	**Laki-Laki**	**20**	**Mahasiswa**
74	**Soni**	**Laki-Laki**	**20**	**Mahasiswa**
75	**Ginanjar**	**Laki-Laki**	**31**	**PNS**
76	**Cecep**	**Laki-Laki**	**33**	**Peg. Swasta**
77	**Sulasno**	**Laki-Laki**	**28**	**Peg. Swasta**
78	**Rina**	**Perempuan**	**24**	**Peg. Swasta**

Sumber : Kerajaan Viking Sukabumi

1.9 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian Kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah “Metode Survey”, dengan “teknik analisis Korelasional”.

Tipe penelitian kuantitatif menurut Sugiyono:

> “...digunakan dalam meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada waktu tertentu. Sehingga melalui metode ini akan diperoleh data dan informasi tentang gambaran suatu fenomena, fakta, sifat, serta hubungan fenomena tertentu secara komprehensif dan integral. Dengan demikian pengulangan dalam penelitian kuantitatif dilakukan dalam rangka mendapatkan konsistensi atau realibilitas data penelitian dan membuktikan penelitian yang telah ada”. (Sugiyono, 2003: 19)

Metode Survey adalah merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data-data dari fenomena yang berlangsung dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi, sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah (Natzir, 1988: 63).

Singarimbun dan Effendy mengartikan: “survey sebagai penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”. (Singarimbun dan Effendy, 1989: 3).

Menurut Husein Umar, korelasional adalah: “Teknik analisis yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variable - variabel yang berbeda dalam suatu populasi, perbedaan utama dengan metode lain adalah adanya usaha untuk menaksir hubungan dan bukan sekedar deskripsi” (Umar, 2002: 45).

Berdasarkan definisi mengenai teknik analisis korelasional di atas maka, melalui teknik korelasional peneliti dapat mengetahui seberapa besar kontribusi

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta besar arah hubungan yang terjadi diantara variabel tersebut.

Menurut Jalaludin Rakhmat, teknik analisis korelasi ini digunakan untuk:

1. Mengukur hubungan diantara berbagai variabel.
2. Meramalkan variabel tidak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas.
3. Meratakan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental. (Rakhmat, 2002: 31).

1.10 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- Angket atau Kuesioner

  Merupakan suatu cara untuk memperoleh data dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada para responden yang telah ditentukan pada saat penelitian.

  Menurut Kartono bahwa, “Kuesioner atau angket adalah suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dilakukan dengan jalan mengedarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir, yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan (respon) tertulis seperlunya” (Kartono, 1988: 200).

- Wawancara

Yaitu cara untuk memperoleh data dengan menggunakan teknik tanya jawab langsung terhadap produser program acara SMS - Persib Pisan, unsur - unsur terkait yang dianggap mengetahui dengan pasti tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti, atau biasa juga dikenal dengan suatu teknik pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya dengan mengadakan tanya jawab, diskusi, terhadap bagian Persib terhadap Kerajaan Viking Sukabumi khususnya yang akan dijadikan sampel serta orang-orang yang dianggap peneliti dapat memberikan masukan walaupun tidak secara formal menggunakan teks wawancara (bebas).

Keuntungan dari teknik ini adalah dimungkinkannya penggalian data yang mendalam terhadap informasi yang dibutuhkan dari responden.

Kartono menjelaskan bahwa, “wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih yang berhadapan secara fisik” (Kartono, 1986: 171).

Maka wawancara ini dilakukan kepada Produser Program acara SMS - Persib Pisan atau segenap tim Program Acara SMS - Persib Pisan, serta mewawancarai pengurus Kerajaan Viking Sukabumi.

- Studi Kepustakaan (Literatur)

  Selain teknik pengumpulan data yang telah disebutkan di atas, peneliti melakukan studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku atau referensi sebagai penunjang penelitian, dan dengan melengkapi atau mencari data-data yang dibutuhkan dari literatur, referensi, majalah, makalah, internet, dan yang lainnya. Sehingga peneliti memperoleh data-data yang tertulis melalui telaah bacaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

1.11 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1.11.1 Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data (*data processing*). Pengolahan data mencakup kegiatan mengedit (*editing*) data dan mengkode (*coding*) data. Mengedit data adalah kegiatan memeriksa data yang terkumpul, apakah sudah terisi secara sempurna atau tidak, lengkap atau tidak, cara pengisiannya benar atau tidak, belum lengkap atau belum benar cara pengisiannya.

Mengkode data berarti memberikan kode-kode tertentu kepada masing-masing kategori atau nilai dari setiap variabel yang dikumpulkan datanya. Setelah pengolahan data, berikutnya tinggal menganalisis dan menginterpretasikan data. Setelah semua data dikodekan, selanjutnya data tersebut ditabulasi sesuai dengan

susunan sajian data yang dibutuhkan untuk menjawab masing-masing masalah. (Sanapiah, 1989 : 33-34).

1.11.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif. Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Untuk itu peneliti akan mengolah data dengan langkah sebagai berikut :

- Pengolahan Data

  Disini peneliti mengolah data dengan memerikasa kembali data yang didapatkan baik dari segi kejelasan, kesempurnaan dan kelengkapan data. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan dan memperoleh kejelasan makna dari data atau informasi yang diperoleh peneliti.

- Klasifikasi data

  Data yang sudah diolah kemudian peneliti pisahkan data tersebut sesuai dengan jenisnya, baik itu data primer maupun data sekunder. Sehingga data akan tersusun dengan rapid an mudah untuk diolah ke tahap selanjutnya.

- Melakukan uji validitas dan uji reliabilitas

  Peneliti melakukakn uji validas dan reliabilitas untuk mengetahui sejaumana angket yang disebarkan itu layak untuk digunakan atau tidak. Selain itu uji ini dilakukan untuk mengetahui kehandalan atau

ketepatan pertanyaan yang disebar. Pengujian ini dilakukan dengan mengguanakan komputer program SPSS 17.

- Pengkodean data

  Peneliti menerjemahkan data dengan memberikan kode pada data-data tersebut angka-angka yang kemudian dimasukan kedalam *coding sheet* dan *coding book* dengan membedakan kode jenis kelamin antara perempuan dan laki-laki.

- Mentabulasikan data

  Disini peneliti melakukan tabulasi data dimana data dimasukan kedalam tabel induk yang kemudian dimasukan kedalam tabel tunggal.

Untuk menganalisa hubungan antara variable X dengan variable Y, digunakan teknik analisis Korelasi Rank Spearman dengan skala ordinal dan menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS 17.

Berikut adalah rumus Rank Spearman yang digunakan:

Rumus : $$\mathbf{Rs = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2-1)}}$$

Dimana : $\sum di^2 = \sum [\, r(Xi) - r(Yi)]^2$

Keterangan :

rs : korelasi rank spearman

di : selisih antara 2 rangking

n : jumlah sampel

Sedangkan untuk menganalisa adanya pengaruh, peneliti menggunakan Koefisien Determinasi, berikut adalah rumus KD :

Rumus : **$KD = rs^2 \times 100\%$**

Keterangan :

KD : koefisien determinasi

Rs : korealasi Rank Spearman

Untuk menguji hipotesa digunakan rumus uji t, yaitu:

Rumus : $$T_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

r : besarnya korelasi

n : besarnya sampel

1.12 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis melakukan penelitian di *Base camp* Kerajaan Viking Sukabumi Jl. R.E Martadinata (Distro GBT) dan PT. Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7FM Sukabumi di Kawasan Wisata Salabintana KM 7 Sukabumi.

1.12.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan Februari 2011 sampai dengan bulan Juli 2011, dengan jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.3

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																								
2	Penulisan Bab 1																								
	Bimbingan																								
3	Seminar UP																								
4	Penulisan Bab II																								
	Bimbingan																								
5	Penulisan Bab III																								
	Bimbingan																								

6	Pengumpulan Data																							
	Wawancara																							
	Bimbingan																							
7	Pengolahan Data																							
	Penulisan Bab IV																							
	Bimbingan																							
8	Penulisan Bab V																							
	Bimbingan																							
9	Penyusunan Bab																							
10	Sidang kelulusan																							

1.13 Sistematika Penelitian

Dalam usaha untuk memberikan gambaran secara sistematis, peneliti membagi susunan skripsi ini ke dalam 5 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang penjelasan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran (kerangka teoritis, kerangka konseptual), model penelitian, hipotesis, operasionalisasi variabel, metode penelitian, tekhnik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, populasi dan sampel, lokasi, waktu dan jadwal penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang tinjauan mengenai komunikasi (pengertian komunikasi, proses komunikasi, tujuan komunikasi, komunikasi massa), tinjauan tentang Jurnalistik (pengertian atau definisi Jurnalistik, ruang lingkup Jurnalistik), tinjauan tentang teori *Uses and Gratification*, tinjauan tentang daya tarik, tinjauan tentang informasi.

BAB III : OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang sejarah Radio SMS yang terdiri dari visi dan misi, Struktur Organisasi, job description dan responden dari penelitian ini yaitu Kerajaan Viking Sukabumi.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menguji validitas dan reliabilitas angket serta menguraikan hasil penelitian berdasarkan angket data yang terkumpul, yang meliputi analisis deskriptif identitas responden dan analisis deskriptif hasil penelitian serta melakukan pengolahan dan melaporkan data hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini peneliti menarik kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, dan juga memberikan saran-saran pada perusahaan, masyarakat, dan peneliti berikutnya.