BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah Perusahaan PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

Radio Mora 88.50 Fm Jawa Barat sebagai satu-satunya Radio "Penegakan Hukum dan Informasi" (*The Law of Justice Station & Information)* di Indonesia. Dapat dikatakan Radio Mora FM adalah pelopor Radio Siaran Swasta di Indonesia dalam beberapa hal, selain juga sebagai Radio Swasta berbadan Hukum Perseroan Terbatas. Awal didirikannya Radio Mora pada tahun 1999 sampai saat ini.

Dimana memiliki misi untuk memajukan Radio Mora FM sebagai Radio Swasta yang digandrungi khalayak, membuat program yang berguna bagi rakyat banyak, sebagai media yang bersedia menolong dan membantu masyarakat, menerima aspirasi, aduan, maupun keluhan masyarakat, serayan senantiasa berupaya untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat. Selain itu Radio Mora juga akan melindungi clien-clien yang kerja sama dengan Radio Mora sehingga tidak semua talkshow dan iklan dapat disiarkan oleh Radio Mora.

Saat ini semua media massa dengan masing-masing sifat dan karakteristiknya saling berlomba-lomba untuk menyajikan informasi dan hiburan dengan strategi dan kiat-kiat tersendiri untuk menarik perhatian konsumen dan menyajikan informasi semenarik mungkin tanpa melupakan hal-hal yang paling pokok dari fungsi media massa yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat antar media di Indonesia, radio saat ini dapat dikatakan bisa bertahan dan mampu menyaingi media lainnya. Sebagai salah satu media yang menyuguhkan berbagai macam informasi dan hiburan, banyak kekuatan spesifik yang hanya dimiliki radio, yaitu kekuatan yang memberikan keleluasaan kepada para pendengar membangun imajinasi yang jaya, mereka bebas menciptakan imajinasi apapun dari suara yang didengar.

Radio pun merupakan satu-satunya media yang bisa menyentuh para pendengarnya langsung ke dalam emosi personal. Hal tersebut juga didukung oleh radio siaran swasta yang dewasa ini banyak bermunculan dn bersaing ketat antara satu dengan yang lainnya. Dengan kemajuan tersebut memungkinkan berbagai pihak untuk memanfaatkaannya secara optimal.

Masalah yang timbul adalah dimana seorang konsumen atau pendengar dihadapkan kepada banyaknya pilihan radio dengan berbagai macam acara atau program yang ditawarkan. Pendengar harus memilih radio yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya, serta radio yang dapat memberikan nilai tambah bagi dirinya. Untuk itu setiap stasiun radio dituntut untuk dapat bersaing dengan stasiun radio lainnya dalam menarik dan mempertahankan pendengarnya. Salah satu cara untuk menyiasatinya yaitu dengan cara menciptakan dan menawarkan program acara yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan radio lainnya. Keunggulan kompetitif ini dapat dicapai melalui atribut promosi yang dimiliki oleh PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat yang terdapat pada acara *on-air*. Atribut promosi tersebut termasuk para penyiar sebagai media penyampai informasi yang

dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan radio lainnya.

PT. Radio Mora Parna Karsa adalah stasiun radio swasta "Penegakan Hukum & Informasi" (*The Law of Justice Station and Information)* yang memiliki jumlah pendengar yang cukup besar di kota Bandung dan telah berdiri selama 12 tahun dengan pendengar sasaran dewasa yang berusia 17-29 tahun. PT. Radio Mora Parna Karsa menawarkan berbagai macam atribut promosi, yang dalam hal ini lebih cenderung kepada atribut promosi bersifat jasa, yaitu program *on-ait* seperti acara musik, *talk show*, dan berita. PT. Radio Mora Parna Karsa selalu menawarkan produk-produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta menciptakan dan menyuguhkan ide-ide baru yang belum dimiliki pesaing.

Sangat disadari bahwa atribut promosi akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan mengetahui pentingnya atribut-atribut mana yang diharapkan oleh pendengar serta dengan mengetahui sejauh mana atribut promosi yang ditetapkan perusahaan diharapkan dapat mengetahui dengan cara apa ia dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumennya bahkan sekaligus meningkatkan loyalitas pendengarnya.

Radio Mora FM sebagai satu-satunya Radio Penegakan Hukum & Keadilan (The Law and Justice Station) di Indonesia on air non stop 24 jam setiap hari, format siaran utamanya adalah talkshow/interaktif (Pukul 06.00 s/d 17.00 WIB) dengan membangun komunikasi 3 s/d 4 arah, yaitu antara Penyiar dengan Narasumber, Pendengar maupun dengan para Reporter di lapangan. Disamping itu ada juga siaran hiburan budaya / kesenian beberapa daerah dan siaran Agama

(pukul 17.00 s/d 06.00 WIB). Para Penyiar Radio Mora FM umumnya berlatar belakang Praktisi Hukum, Akademisi, Budayawan Daerah, Rohaniawan sedangkan para Reporter berlatar belakang Ilmu Jurnalistik.

Dapat dikatakan Radio Mora FM adalah pelopor Radio Siaran Swasta di Indonesia dalam beberapa hal, selain juga sebagai Radio Swasta berbadan hukum Perseroan Terbatas. Peluang memasang iklan produk di acara-acara siaran Radio Mora FM hanya disiarkan sesudah reportase menit 15 dan menit 45 tetapi kesempatan pemasangan iklan pukul 17.00 keatas tidak terbatas.

Perangkat siaran Radio Mora FM yang dipergunakan saat ini maupun yang akan dipasang di berbagai daerah tahun ini 100 % peralatan baru build-up impor dari Italia berkekuatan besar, out-put : 5.000 Watt - 10.000 Watt meliputi Jawa Barat dan sekitarnya

Dan memiliki misi untuk memajukan Radio Mora FM sebagai Radio Swasta yang digandrungi khalayak, membuat program yang berguna bagi rakyat banyak, sebagai media yang bersedia menolong dan membantu masyarakat, menerima aspirasi, aduan, maupun keluhan masyarakat, seraya senantiasa berupaya untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.selain itu Radio Mora juga akan melindungi client-client yang kerja sama dengan Radio mora sehingga tidak semua talkshow dan iklan dapat disiarkan oleh Radio Mora.

3.1.1 Visi dan Misi PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

3.1.1.1 Visi PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

PT. Radio Mora Parna Karsa mempunyai visi yang harus diwujudkan sebagai berikut :

Sebagai media yang bersedia menolong dan membantu masyarakat, menerima aspirasi, aduan, maupun keluhan masyarakat, seraya senantiasa berupaya untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.

3.1.1.2 Misi PT. Radio Mora Parna Karsa

Adapun misi dari PT. Radio Mora Parna Karsa yang harus dilaksanakan adalah:

Untuk memajukan Radio Mora FM sebagai Radio Swasta yang digandrungi khalayak, seraya membuat program yang berguna bagi masyarakat Jawa Barat. Tujuan PT. Radio Mora Parna Karsa dalam melakukan restrukturisasi ini adalah merupakan hasil dari proses integrasi manajemen yang dijaga tetap baik. Target yang ingin dicapai menjadi hal yang terukur, terencana dan fokus sehingga klasifikasi *Usefull & Needed Station* di Bandung dan sekitarnya dapat tetap kami pertahankan.

A. Human Recources / *sumber daya manusia*

Kwalitas sumber daya manusia adalah *concern* terbesar kami dalam menjalankan kegiatan operasional. Oleh karenanya, kwalifikasi dari para pelaksana siaran dan manajemen yang ada di Radio MORA merupakan orang-orang yang terpilih dibidangnya.

B. Technology / *teknologi*

Adaptasi berkelanjutan dari penggunaan teknologi siaran menjadi hal yang tidak dapat diabaikan, sehingga hal ini akan menjaga terjaminnya kwalitas dan performa siaran yang dinikmati oleh pendengar.

C. Caverage Area / *daerah pancaran*

Area pancaran kami meliputi: Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bamdung Barat, Kabupaten Cianjur, Kota/Kabupaten Sukabumi, Sebagian Kabupaten Purwakarta, Kabupaten Subang, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Garut, Sebagian Kabupaten Sumedang, Kabupaten Majalengka, Kota/Kabupaten Tasikmalaya.

D. Marketing / *pemasaran*

Sebagai partner usaha, kami membuka seluas-luasnya pintu informasi dan komunikasi, sehingga *campaign* yang dilakukan partner usaha diharapkan menjadi efektif, terarah dan tepat sasaran. Kebijakan *tailor made program* memungkinkan pola promosi yang di-*customize* dengan karakter produk yang dipromosikan.

3.1.1.3 Sejarah Acara Eksepsi

Acara eksepsi digagas oleh Monang Saragih,S.H dengan penyiar yaitu Kiki Saragih dibantu oleh Dorman Saragih dan Trivan Saragih. Memiliki visi dan misi yang sama agar mampu menjadi penghubung antar kontak pendengar melalui acara kirim-kirim salam dan lagu-lagu batak yang disajikan pada acara eksepsi.

Acara eksepsi mengudara dari pukul 24.00 - 03.00 WIB. Eksepsi merupakan program acara tentang *Request* lagu-lagu lagu-lagu kenangan dan lagu-lagu populer, musik tradisional Batak (Toba, Simalungun, Karo, Mandailing/Sipirok, Pakpak/Dairi). Dengan pembawaan penyiar yang

lucu, serius dan santai. Materi yang diberikan penyiar berupa materi-materi ringan mengenai norma-norma adat Batak dalam sajak, pantun dan peribahasa, sebagai warisan adat/budaya Batak yang hidup berabad-abad.

Dengan sesekali serius mengungkap falsafah hidup masyarakat batak dan makna ajaran kehidupan yang ada didalamnya dengan disisipi informasi pariwisata dari daerah Sumatra Utara dan agenda kesenian kebudayaan batak yang sedang berlangsung. Khusus hari Minggu diisi dengan lagu-lagu rohani batak dan khotbah 15-30 menit.

Acara eksepsi disini mempunyai tujuan yaitu memperkenalkan budaya batak di tanah sunda, sekaligus menikmati lagu-lagu dari tanah batak. Program interaktif merupakan konsep utama acara eksepsi di radio Mora FM. Bukan saja lagu-lagu, tetapi juga mewawancarai budayawan dari tanah batak dan artis-artis lokal atau nasional yang berlatar belakang dan lahir dari tanah batak (Sumber: Redaksi Radio Mora Rana Parnakasa 88,50 FM Jawa Barat, Bandung) 2014

3.1.2 Lambang dan Arti Lambang PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

3.1.2.1 Lambang Perusahaan

Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambang perusahaan. Lambang mempunyai arti penting karena lambang merupakan identitas bagi setiap perusahaan. Lambang perusahaan PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 3.1

Lambang PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat



Sumber: Arsip Logo Radio Mora 88.50 FM Jawa Barat 2013

3.1.2.2 Arti Lambang dan Warna PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

Lambang Sketsa Burung Terbang yang telah lama digunakan oleh PT. Radio Mora Parna Karsa dan satuannya adalah:

A. L ambang Radio Mora FM tercantum pada latar belakang putih dalam suatu Sketsa Burung Garuda, Tulisan Branding, dan Motto Perusahaan yang terdiri dari :

a. Latar belakang logo berwarna putih
b. Sketsa burung yang berwarna biru gradasi merah
c. Berbentuk sketsa burung sedang terbang dan siap menyergap
d. Tulisan branding berwarna biru
e. Motto perusahaan berwarna abu-abu

B. Lambang diartikan sebagai berikut:

a. Burung Garuda yang siap menyergap dan akan hinggap sebagai pembawa berita tentang hukum dan keadilan.

b. Sayap lebar: lambang perlindungan/pengayoman

c. Radio Mora: Penegasan branding perusahaan

d. Motto Radio Mora FM: *The Law and Justice Station*, melambangkan Stasiun Radio yang menjunjung tinggi "Penegakan Hukum dan Keadilan" di Indonesia.

C. Warna lambang diartikan sebagai berikut:

a. Warna Merah melambnagkan warna yang kuat sekaligus hangat. Biasanya di gunakan untuk memberikan efek psikologi panas, berani, marah, dan berteriak.

b. Warna Biru Muda melambangkan bahwa setiap program yang disajikan akan membawa kejernihan pikiran dan komunikasi kru dan khalayak pendengar baik secra *on-air* maupun kegiatan yang sifatnya memperkuat tali persaudaraan dan toleransi antara kru dan pendengar, pendengar dan masyarakat, serta kru dan masyarakat.

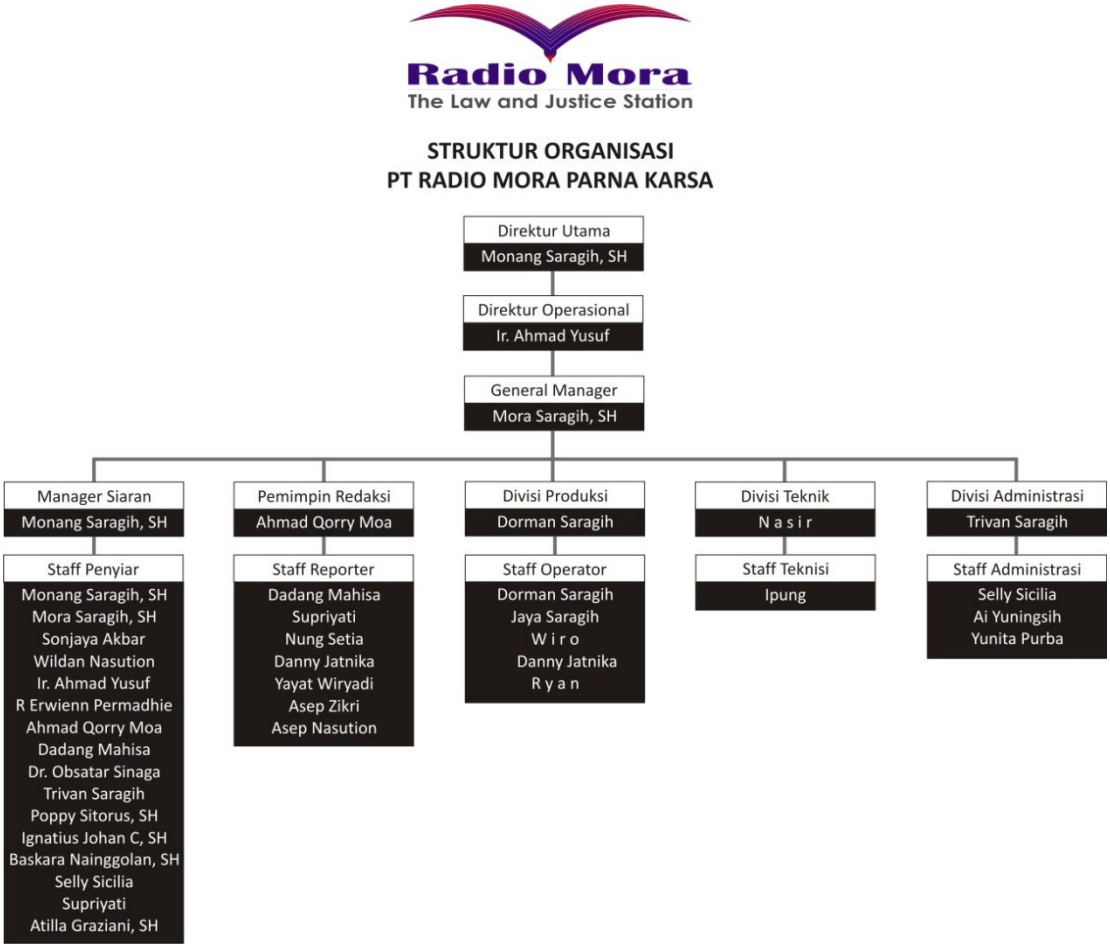
c. Latar Belakang Warna Putih untuk meredakan rasa nyeri akibat penyimpangan hukum yang dilakukan oleh mafia hukum kepada masyarakat yang terjohlimi. Putih juga memberikan aura kebebasan dan keterbukaan informasi dalam lingkup dunia Jurnalisme di Indonesia.

3.1.3 Struktur Organisasi PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian atau anggota. Gambar struktur organisasi PT. Radio Mora Parna Karsa dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 3.2

Struktur Organisasi PT. Radio Mora Parna Karsa



Sumber: Arsip Struktur Organisasi PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

Struktur organisasi PT. Radio Mora Parna Karsa merupakan organisasi garis, fungsional, dan staf jenjang manajemen, meliputi unsur pimpinan, unsur pengawas dan unsur pelaksanaan, selain itu ada juga kontrol intern yang berada dibawah serta tanggung jawab langsung kepada pimpinan dapat dilihat secara keseluruhan bahwa susunan organisasi di PT. Radio Mora Parna Karsa sebagai berikut:

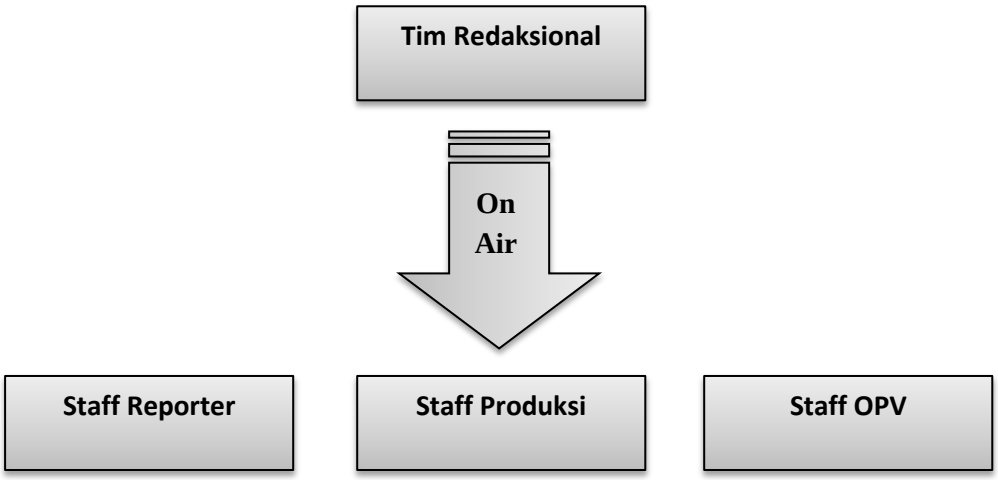
a. Unsur pimpinan adalah General Manajer
b. Unsur pembantu pimpinan meliputi
    1) Manager Siaran
    2) Pemimpin Redaksi
    3) Divisi Produksi
    4) Divisi Teknik
    5) Divisi Administrasi
c. Unsur Perusahaan, Meliputi
    1) Cabang/Unit
    2) Frekuensi Stasiun Radio Mora Jabar dan Sumut

3.1.3.1 Stuktur Redaksional PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

Struktur Redaksional PT. Radio Mora Parna Karsa adalah sebagai berikut:

Gambar 3.3

Struktur organisasi Redaksional PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat



Sumber : Company Profile PT. Radio Mora Parna Karsa 2013

Bagian Redaksional PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat membawahi 3 (tiga) bagian yaitu Reporter dan rekaman liputan berupa interview, Bagian Produksi, dan Opv.

Tim Redaksional PT. Radio Mora Parna Karsa tugasnya adalah melaksanakan kegiatan meliput setiap peristiwa yang berkoordinasi dengan reporter, agar melakukan siaran tidak langsung melalui *recording* dan masuk pada tahap seleksi suara yang baik, layak disiarkan atau *voiceover* sebagai perbaikan suara khas redaktur yang akan ditayangkan, namun berita yang disiarkan tersebut adalah hasil peliputan reporter bersangkutan dan menggunakan kode etik jurnalistik (tanpa mengubah status) yang meliput.

Redaktur PT. Radio Mora Parna Karsa menjadwalkan setiap aktivitas rerporter agar nilai berita tersebut menjadi headline atau topik siaran pada program yang sedang berlangsug. Setiap arsip siaran, baik on air maupun

off air menjadi dua *folder* yang berbeda, pada waktunya program *primetime*, redaktu wajib mendokumentasikan kembali sesuai jadwal tayang interupsi reporter setiap menit ke 15 dan 45.

Pada jadwal siar tersebut, redaktur berhak menentukan rekaman siaran ulang peliputan secara berkala setiap menit ke 45. Namun berita tesebut akan naik, jika dianggap penting dan sifatnya memiliki pengaruh pada perusahaan atau segmentasi siaran Radio Mora FM. Reporter wajib berinisiatif mencari berita yang menarik dan tidak terlibat pada suatu kepentingan tertentu, artinya setiap elemen jurnalistik harus dipahami dan diimplementasikan, seraya dilarang mengabaikan UU Siaran, UU Pers, dan kode etik jurnalistik.

Setiap data dan dokumen siaran, redaktur berkordinasi dengan bagian produksi dan staff operator. Sehingga pada tahap evaluasi, semua dapat dilaporkan secara komperehensif kepada manajemen perusahaan atau kebutuhan lainnya terkait hak jawab atau klarifikasi berita yang disiarkan, wajib hukumnya dipertanggung jawabkan secara penuh oleh redaktur.

3.1.3.2 *Job Description*

Dalam tataran praktisnya, masing-masing bagian memiliki *Job Description* yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

A. Direktur Utama

Dewan Direktur Utama mempunyai tugas pokok memimpin, mengendalikan dan mengkoordinasikan kegiatan Radio Mora dalam melaksanakan sebagian tugas Dinas di bidang penyiaran,

penyebaran informasi hukum dan menjalankan roda hukum Radio Mora sesuai dengan visi dan misi Radio tersebut.

B. General Manager

Mempunyai tanggung jawab menyusun rencana kerja stasiun penyiaran radio, baik jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang. Selain itu mengarahkan dan mengelola pengembangan dan penerapan.

C. Penyiar (*announcer)*

Adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada pendengar secara tetap dan reguler. Seorang dapat menjadi penyiar radio melalui pertimbangan bahwa kualitas suara yang sesuai dengan "tone yang diinginkan", serta *announcing skill*. *Announcing skill* yang dimaksud adalah meliputi :

a. Komunikasi gagasan (*Communication of idea*)
b. Komunikasi kepribadian (*Communication of personality*)
c. Proyeksi kepribadian (*Projection of personality)* kelincahan, keramahtamahan, adaptasi.
d. Pengucapan (*Pronounciation*)
e. Kontrol suara (*Voice controle)*
    - *Dalam beberapa literature penyiar kadang disebut sebagai* "disc jockey" *artinya orang yang memainkan atau memutar lagu.*

D. Divisi Administrasi

Manajer Administrasi/Personalia mempunyai tugas pokok melaksanakan, mengelola administrasi kantor, keuangan operasional, kepegawaian, hubungan kemasyarakatan, rumah tangga dan perlengkapan, dan menyusun rencana kegiatan dan anggaran.

E. Staff Teknisi

Adalah awak siar yang juga penting ada dalam sebuah stasiun radio, tugasnya adalah memleihara, merawat, dan mengoperasikan semua peralatan stasiun radio. Untuk stasiun radio besar maka awak siar ini dikepalai oleh kepala teknisis (*chief engimeer's*) dengan dibantu beberapa teknisi. Sedangkan untuk ukuran stasiun kecil umumnya hanya memiliki satu teknisi saja.

F. Staff Marketing

Adalah awak siar yang berada pada departemen pemasaran yang mendukung masalah finansial stasiun. Pemasaran disini melakukan tugasnya dengan menawarkan waktu program acara siaran kepada beberapa pihak / klien untuk membelinya dengan cara seperti niaga (iklan), pengumuman publik, promosi *launching* produk tertentu, sponsor quiz dan sebagainya.

Di beberapa stasiun radio jabatan ini juga merangkap sebagai *copywriter* (penulis naskah) bahkan penyiar pada bentuk acara yang diinginkan klien (iklan, sponsor, quiz, dsb). Sebagai

contoh, bila kilen memberli waktu siar untuk iklan produk, maka *salesperson* akan membuat naskah, memproduksi bahkan mungkin menyiarkan iklan tersebut.

G. Staff Operator

Adalah istilah untuk menyebutkan gabungan antara *announcer* dan teknisi operator radio. Pengertiannya adalah awak siar yang menyajikan materi siaran sekaligus mengoperasikan hampir semua peralatan studio khususnya peralatan studio *on-air*. Umumnya hampir semua stasiun radio menggunakan *combo operator* sebagai pemandu sekaligus penyiar acara.

H. Reporter

Reporter mempunyai tugas pokok melaksanakan kegiatan pencarian berita (reportase). Adapun fungsi dari reporter adalah sebagai berikut :

a. Pelaksana kegiatan pemberitaan.
b. Evaluasi dan pelaporan hasil kegiatan.

3.1.4 Frekuensi Radio Mora FM

Melalui 88.50 FM pendengar dengan mudah dapat mengenali dan mengetahui ciri dari Radio Mora dan berbeda dengan stasiun radio lainnya.

3.1.4.1 *Program Konsept* (Konsep Program)

Program yang ada di Radio Mora di-*design* untuk mengeksplorasi berbagai aspek hidup tanpa menjadi berbelit-belit, sederhana namun tetap kuat dan padat sehingga tidak meninggalkan salahsatu fungsi radio sebagai

sebuah media yang menghibur, informatif dan tetap dekat dengan pendengarnya. Radio Mora membantu menjawab segala keingintahuan *audience* tentang segala hal, sehingga cukup dengan *tune in* di Radio Mora pendengfar akan mendapatkan beragam informasi, hiburan, sekaligus teman dalam aktifitas mereka sehari-hari.

Untuk kebutuhan promosi produk, Radio Mora menawarkan pilihan yang lebih baik, karena program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan Klien dapat dimodifikasi, sehingga Radio Mora sebagai media promosi dapat menjadi jembatan antara Klien dengan *audience. Insert*, dan aneka *Sponsored Radio Program* dapat dibuat sesuai dengan keinginan.

3.1.4.2 *Music Konsept* (Konsep Musik)

Radio Mora menjadikan musik sebagai pelengkap informasi yang ada. Konsep yang ditawarkan pada pendengar kami adalah musik/lagu yang pernah dan sedang populer dalam lingkaran *HITS & EASY LISTENING*. Berbagai jenis musuk seperti: Pop, Sweet, Rock, Reggae, dari kurun waktu yang paling terkini (*current hits*) maupun yang lama (*80's*) dengan kwalitas pemilihan lagu yang dijaga secara ketat, baik lagu negeri sendiri maupun manca negara, dengan komposisi lagu sbb:

Lagu Hits Indonesia & Nusantara : 60 %

Lagu Hits Manca negara : 40 %

3.1.4.3 *Information Konsept* (Konsep Informasi)

Informasi yang diudarakan di Radio Mora kami tekankan pada informasi terkini (*current affairs*). Dihadirkan dalam laporan Reporter Mora pada setiap menit ke-15 dan menit ke-45, serta Jurnal Radio Mora setiap hari pukul 16.15 WIB yang berisi rangkuman informasi hari ini serta berita terakhir yang sampai ke meja Redaksi Radio Mora. Sajian informasi lainnya berupa program *interactive* (*Talk Show*) dengan *issue* yang sedang hangat di Bandung khususnya, Indonesia dan dunia pada umumnya.

3.1.4.4 Program Acara Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat

A. SERAMBI MORA

   SENIN - JUMAT : 04.00 06.00 WIB.

   Acara interaktif kajian Islam yang melibatkan Pendengar untuk turut serta membaca ayat-ayat suci Al Qur'an dipandu oleh akhli Agama Islam dan akhli Hukum Islam.

B. SOMASI (Sorotan Masalah Dan Situasi)

   SENIN - SABTU: 06.00 09.00 WIB.

   Talkshow/Interaktif untuk memulai hari-hari beraktifitas pendengar Mora FM yang berisi berbagai informasi dan kupasan permasalahan publik.Dikemas dengan bahasa hukum dan pembawaan yang lugas dan natural. *Call* in program serta SMS berisi tanggapan serta masukan atas issue/topik yang disajikan. Pola jawab langsung dari pejabat/petugas yang bersentuhan dengan issue yang mendapat

sorotan. Pendengar acara ini terdiri dari berbagai kalangan yang memulai aktifitas pagi atau berada diperjalanan.

C. SAKSI (Saran, Komentar Dan Informasi)

SETIAP HARI SENIN - SABTU : 09.00 - 12.00 WIB.

Talkshow/Interaktif yang menyoroti berbagai kasus hangat yang terjadi dikawasan regional atau nasional dengan pembawaan yang lebih santai tapi serius, dengan memberi kesempatan bebas saling menanggapi antar Pendengar melaui telepon dan SMS. Pada umumnya para pendengar acara ini adalah *housewife*, atau para pekerja yang memiliki waktu cukup luang untuk mendengar radio sambil bekerja.

D. KASASI (Kasus Dari Sana Sini)

SETIAP HARI SENIN - SABTU : 12.00 - 15.00 WIB.

Talkshow/Interaktif membedah kasus-kasus hukum secara detail dari berbagai perspektif serta penelaahannya, nara sumber/pembawa acara ini terdiri dari para Advokat berpengalaman yang memberikan analisa, komentar serta menmjawab permasalahan hukum dari para pendengar Mora FM (konsultasi hukum gratis) secara terbuka lewat telepon atau SMS.

E. MOTIF (Mora Interaktif)

SETIAP HARI SENIN - SABTU : 15.00 - 18.00 WIB.

Talkshow/Interaktif dengan kasus yang spesifik/menonjol serta kilasan singkat issue-issue yang berkembang sepanjang hari.Interaksi dengan

Pendengar serta wawancara dengan Narasumber di Studio yang memiliki kompetensi langsung dengan kasus yang disodorkan pada pendengar Mora FM.

F. EKSEKUSI (Ekstra Sekunder & Informasi)

SETIAP HARI: 18.00 - 21.00 WIB.

Talkshow/Interaktif Informasi tambahan Sebagai informasi pembanding yang di kemas secara berani.

G. PANGLIPUR KALBU

SETIAP HARI : 21.00 - 24.00 WIB.

Request lagu-lagu kenagan dan lagu-lagu populer Sunda dengan pembawaan khas "*heureuy"* Bandung. Materi banyolan dari umpan atau dari kupasan lucu atau bersumber dari berita-berita hangat yang ada.Sesekali serius mengungkap falsafah hidup orang Sunda, makna ajaran kehidupan yang terkandung dalam siloka, sisindiran, maupun dalam cerita dan tokoh perwayangan serta dongeng. Juga disisipi informasi daerah pariwisata Jawa Barat dan agenda kegiatan seni-budaya yang akan berlangsung.

H. EKSEPSI (Ekpresi Pesona & Tradisi)

SETIAP HARI SELASA - MINGGU : 24.00 - 03.00 WIB.

Request senandung lagu-lagu kenangan dan lagu-lagu populer, musik tradisional Batak (Toba, Simalungun, Karo, Mandailing/Sipirok, Pakpak/Dairi), diselingi lawak, falsafah dan norma-norma adat Batak dalam sajak, pantun dan peribahasa, sebagai warisan adat/budaya

Batak yang hidup berabad-abad, dan memberi informasi pariwisata daerah Sumatera Utara. Khusus hari Minggu diisi dengan lagu-lagu rokhani Batak dan Khotbah 15-30 menit.

I. INTERUPSI (Informasi Teruji, Peristiwa Dan Situasi)

SETIAP HARI MENIT KE 15 DAN 45 WIB

Reportase dari Reporter Mora FM yang berada diseluruh penjuru wilayah liputan, melaporkan kejadian-kejadian yang bersifat up to date. Disiarkan 2 (dua) kali dalam satu jam pada setiap menit ke 15 dan menit ke 45.

J. KIPRAH KOPJASKUM

SETIAP HARI MINGGU : 18.00 - 21.00 WIB.

Informasi seputar Koperasi Jasa Hukum yang berada di Radio Mora 88.5 FM.

K. MORA PEDULI

SETIAP HARI MINGGU : 15.00 - 18.00 WIB.

Informasi menggalang dana untuk sobat mora yang mengalami musibah.

I. KONPENSI (Kontak Pendengar Dan Informasi)

SETIAP HARI MINGGU : 12.00 - 15.00 WIB.

Request lagu-lagu Keroncong, dibawakan dengan jenaka penuh canda, menyemarakkan suasana hari minggu.

M. SAPA MORA (Salam Pagi Mora)

SETIAP HARI MINGGU : 06.00 - 09.00 WIB.

Pemutaran lagu-lagu berbahasa Indonesia dengan memberikan kesempatan bagi para pendengar untuk memilih lagu kesukaan mereka sambil secara singkat berkirim salam dengan ucapan sukacita maupun ucapan dukacita kepada sanak-saudara dan handai-taulan.

N. AMOR MEMORIES

SETIAP HARI MINGGU : 09.00 - 12.00 WIB.

Pemutaran lagu-lagu Nostalgia Mandarin dan karaoke dengan, memberikan kesempatan bagi para pendengar untuk memilih atau menyanyikan lagu kenangannya.

3.2 Metode Penelitian

Metode ini adalah sebagai karya ilmiah, maka hal-hal yang dapat membantu untuk memperlancar penyusunan karya ilmiah ini diperlukan adanya suatu data-data. Untuk memperoleh data-data diperlukan metode sebagai pedoman, kerena metode penilitian merupakan unsur yang penting dalam penelitian.

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme seperti yang dipaparkan oleh Guba dan Lincoln, mengadopsi ontologi kaum relativis (ontologi relitivisme), epistomologi transaksional, dan metodologi hermeneutis atau dialektis. Tujuan tujuan penelitian dari paradigma ini diarahkan untuk menghasilkan berbagai pemahaman yang bersifat rekonstruksi, yang

didalamnya kriteria kaum positivis tradisional tentang validitas internal dan eksternal digantikan dengan terma-terma sifat layak dipercaya dan otentitas. Dengan pendekatan paradigma konstruktivis ini, peneliti melakukan pendekatan penelitian dengan cara studi konstruksi sosial media massa.

3.2.2 Paradigma Konstruktivisme

Teori konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Morissan, 2009:107)

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Teori konstruktivisme

dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*personal construct*) oleh George Kelly. Ia menyatakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya.

Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L.Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Eriyanto 2004:13).

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di

masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya.

Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

3.2.2.1 Tahap Penyiapan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada *desk* editor yang ada disetiap media massa. Masing masing media memiliki *desk* yang berbeda beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media.

Ada dua hal penting dalam pentiapan materi konstruksi sosial, yaitu:

1. Keberpihakan media kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti media massa bisa digunakan oleh kekuatan

kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal.

2. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung ujungnya untuk menjual suatu berita untuk kepentingan kapitalis.
3. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa.

Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisiskan diri pada tiga hal tersebut diatas, namun pada umumnya keberpihakan kepada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak hars menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, apabila keberpihakan media massa pada masyarakat, maka sudah tentu keberpihakan itu harus menghasilkan sesuatu untuk media tersebut.

3.2.2.2 Tahap Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun perinsip utamanya adalah *real time*. Media elektronik memiliki konsep yang berbeda dengan media cetak. Karena sifat-sifatnya yang langsung (*live*), maka yang dimaksud dengan *real time* oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga

pemberitaan sampai ke pemirsa atau pendengar. Namun bagi varian-varian media cetak, yang dimaksud dengan *real time* adalah terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualisasi menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Selain media elektronik dan media cetak, sebaran konstruksi juga dapat menggunakan varian media lain, seperti media luar ruang, media langsung, dan media lainnya.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana mendia menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Model satu arah ini terutama terjadi pada media cetak. Sedangkan media elektronik khususnya radio, bisa dilakukan dua arah, walaupun agenda *setting* konstruksi masih didominasi oleh media.

Perinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepat-cepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa ataupun pembaca.

3.2.2.3 Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Pembentukan Konstruksi Realitas menurut Bungin, dalam bukunya yang berjudul "Konstruksi Sosial Media Massa" antara lain:

1. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

   Tahap ini adalah tahap di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generic. Pertama, konstruksi realitas pembenaran; Kedua, kesediaan dikonstruksikan oleh media massa; Ketiga, sebagai pilihan konsumtif.

   Tahap pertama adalah konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun dimasyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai seluruh realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.

   Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksikan oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap yang pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksikan oleh media massa.

   Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit

tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Tanpa hari tanpa menonton televisi, tanpa hari tanpa membaca koran, tanpa hari tanpa mendengar radio, dan sebagainya. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila belum membaca koran atau menonton televisi pada hari itu.

2. Pembentukan Konstruksi Citra (Pemberitaan)

   Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model: (1) model *good news* dan (2) model *bad news*. Model *good* news adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan suatu pemberitaan sebagai pemeberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksikan sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang pada objek itu sendiri. Sedangkan model *bad News* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksikan kejelekan atau cenderung memberi citra yang buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri. (Bungin, 2008:198-200)

Setiap pemberitaan (disadari atau tidak oleh media massa) memiliki tujuan tertentu dalam model pencitraan di atas. Jadi, umpamanya pada

kasus pemberitaan kriminal, maka model *bad news* menjadi tujuan akhir, di mana terbentuknya citra buruk sebagai penjahat, koruptor, terdakwa, maupun buronan.

3.2.2.4 Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberikan argumentasi dan akuntabilitasi terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan alasannya konstruksi soisal. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam peroses konstruksi sosial.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Sebagai bentuk penunjang dari penelitian yang valid tidak hanya berdasarkan pengetahuan yang dimiliki, melainkan informasi-informasi dalam bentuk data yang relevan dan dijadikan bahan-bahan penulisan untuk dianalisis pada akhirnya. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

3.2.3.1 Studi Pustaka

> "Menurut J. Supranto seperti yang dikutip Ruslan dalam bukunya Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi, bahwa studi kepustakaan adalah studi yang dilakukan untuk mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan". (Ruslan, 2004:31).

1. **Studi kepustakaan**

   Digunakan untuk mempelajari sumber bacaan yang dapat memberikan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

2. **Penelusuran Data *Online***

   Melakukan penelusuran data melalui media *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *online*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data serta informasi *online* yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin, sesuai dengan kebutuhan peneliti yang menjadi penelitian peneliti. Dan peneliti dapat menggunakan data *online* seperti: *www.google.com, www.blog.com,* karena di dalam situs ini banyak informasi-informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian ini. Jadi, sudah selayaknya untuk mendapatkan informasi yang berkaitan, yang bisa didapat dari jaringan *online* untuk umum.

3.2.3.2 Studi Lapangan

Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti berupa:

1. **Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)**

   Untuk memperoleh informasi secara akurat dari narasumber langsung sebagai data primer, peneliti melakukan metode wawancara. Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya mengadakan tanya jawab terhadap orang-orang

yang erat kaitannya dengan permasalahan, baik secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atas masalah yang diteliti:

> "Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interviewer)* sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai *(interview)* sebagai orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu".
> (Koentjaradiningrat, 1986:136)

Wawancara dapat dilakukan beberapa kali untuk memberikan data-data yang benar-benar aktual. Seperti juga dalam metode penelitian lainnya, kualitatif sangat bergantung dari data di lapangan dengan melihat fakta-fakta yang ada. Data yang terus bertambah dimanfaatkan untuk verifikasi teori yang timbul di lapangan, kemudian terus-menerus disempurnakan selama penelitian berlangsung.

2. Observasi Partisipan

> "Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (*proton dan electron*) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas. Marshall (1995) menyatakan bahwa, *"trough observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior".* Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut". (Marshall dalam Sugiyono, 2007: 64)

Partisi aktif *(Active participation): means that the researcher generally does what others in the setting do.* Dalam

observasi ini peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap.

Observasi partisipatif merupakan teknik berpartisipasi yang sifatnya interaktif dalam situasi yang alamiah dan melalui penggunaan waktu serta catatan observasi untuk menjelaskan apa yang terjadi (Moleong 2007 : 164).

> "Melengkapi definisi ini, bahwa observasi partisipan, yang dalam istilah Moleong adalah pengamatan berperan serta yang pada dasarnya berarti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secara cermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun. Kemudian Bodgan (Moleong, 2007 : 164) juga melengkapi bahwa observasi partisipan adalah penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dengan subjek dalam lingkungan subjek, dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berjalan tanpa gangguan". (Djam'an, 2009 : 117).

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa gambar, dan tulisan dari hasil observasi peneliti melalui kegiatan yang dilakukan oleh radio Mora dalam acara eksepsi, selanjutnya peneliti terjun secara langsung dalam pendokumentasian.

3.2.4 Teknik Penentuan Informan

Informan dipilih secara purposive (*purposive sampling*) berdasarkan aktivitas mereka dan kesediaan mereka untuk mengeksplorasi pengalaman mereka secara sadar dam tidak sadar. Peneliti dapat memilih informan, atau bisa juga informan yang mengajukan secara sukarela.

> “Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Adapun definisi narasumber menurut Bagong Suyatna adalah “Peranan informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup”. (Suyatna, 2005 :72).

Pengambilan informan secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan informan yang sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian.

3.2.4.1 Informan Penelitian

Informan diambil berdasarkan “penilaian” (*judgment*) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan informan. Oleh karenanya agar tidak terlalu subjektif, sebagai peneliti, peneliti memahami ciri dan karakteristik objek atau informan yang sesuai dengan persyaratan dan tujuan penelitian sehingga memperoleh data yang akurat.

Informan terpilih yang peneliti angkat adalah penyiar radio Mora, berdasarkan pandangan sementara peneliti. Informan tersebut diharapkan dapat menjelaskan jawaban permasalah yang peneliti angkat. Karena informan pilihan ini sangat berkaitan dengan permasalah yang peneliti angkat.

Tabel 3.1

Daftar Informan Utama Penelitian

	Nama	Keterangan
1	Kiki Saragih	Penyiar dan *music director* radio Mora
2	Monang Saragih	*Owner*/Pemilik radio Mora

Sumber: Peneliti, 2014

3.2.4.2 Informan Pendukung

Informan pendukung dipilih berdasarkan pemilihan peneliti yang sesuai dengan kebutuhan peneliti, untuk dapat memperjelas dan memperkuat penelitian.

Table 3.2

Daftar Informan Pendukung Penelitian

	Nama	Keterangan
1.	Pak Oyong	Pendengar Setia Acara Eksepsi
2.	Alief	Pendengar Setia Acara Eksepsi
3.	Popi Mabrata	Pendengar Setia Acara Eksepsi

Sumber: Peneliti, 2014

3.2.5 Teknik Analisa Data

Suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematik mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan di antara bagian, dan hubungan bagian dengan keseluruhan. Menurut Bodgan & Biklen bahwa:

> "Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain*" (Bodgan dan Biklen dalam Moleong, 2005:248)*

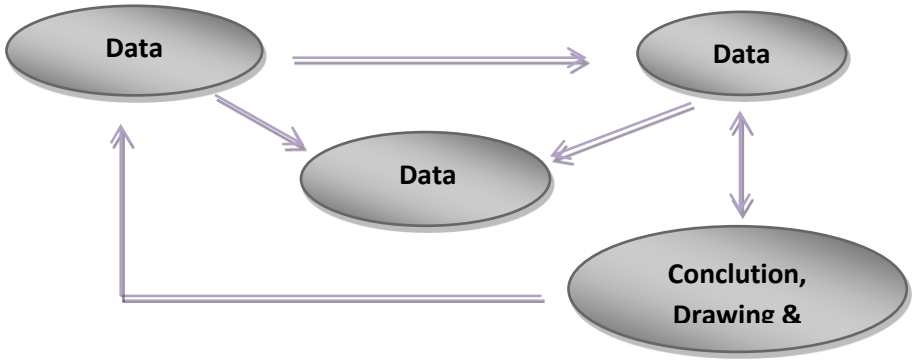
Logika yang dilakukan dalam penarikan kesimpulan penelitian kualitatif bersifat induktif (dari yang khusus kepada yang umum), seperti dikemukakan Faisal (Bungin, 2003: 68-69):

> "Dalam penelitian kualitatif digunakan logika induktif abstraktif. Suatu logika yang bertitik tolak dari "khusus ke umum", bukan dari "umum ke khusus" sebagaimana dalam logika deduktif verifikatif. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data menjadi tak mungkin dipisahkan satu sama lain. Keduanya berlangsung secara simultan atau berlangsung serempak. Prosesnya berbentuk siklus, bukan linier."

Huberman dan Miles melukiskan siklusnya seperti terlihat pada gambar berikut ini:

Gambar 3.4

Komponen-komponen Analisa Data Kualitatif



Sumber: Faisal (dalam Bungin, 2003: 69) 82

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. **Reduksi Data** (*Data reduction*): Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah.
2. **Pengumpulan Data** (*Data collection*): Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.
3. **Penyajian Data** (*Data Display*): Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.

4. **Penarikan Kesimpulan (***Conclusion Drawing/verification*): Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.
5. **Evaluasi** *(Evaluation):* Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

Dari kelima tahap analisis data di atas setiap bagian-bagian yang ada di dalamnya berkaitan satu sama lain, sehingga saling berhubungan antara tahap yang satu dengan tahap yang lainnya. Analisis dilakukan secara kontinu dari pertama sampai akhir penelitian, untuk mengetahui konstruksi sosial media massa mengenai budaya di radio Mora.

3.2.5.1 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (validitas interbal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan.

> "Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *membercheck*". (Sugiyono, 2005:270)

1. **Triangulasi**, diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda (Sugiyono, 2005:270-274). Pada penelitian ini triangualasi data dilakukan dengan cara membandingkan jawaban yang disampaikan oleh informan utama dengan infroman pendukung untuk mendapatkan data yang cocok dan sesuai.
2. **Diskusi dengan teman sejawat**, teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Pemeriksaan sejawat berarti pemerikasaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat me-*review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan. (Moleong, 2007:334)
3. ***Membercheck,*** proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk

mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Sehingga informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penelitian laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan (Sugiyono, 2005:275-276).

Pada penelitian ini uji keabsahan data yang dilakukan adalah dengan triangulasi, diskusi dengan teman sejawat dan *membercheck.*

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Radio Mora Parna Karsa Jawa Barat, beralamat di Jl. PHH. Mustofa No. 35, The Grand Rolyale Surapati Core Blok C-7, Bandung. Telepon On Air (022) 87242765 / Hunting (022) 87242820, www.radiomora.com, faximile 87242821.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilakukan secara bertahap yakni selama 6 bulan, bulan yang terhitung dari bulan Februari 2014 sampai dengan bulan Juli 2014. Waktu penelitian ini meliputi persiapan, pelaksanaan, dan penelitian di lapangan.

Tabel 3.3

Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		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	2	3	4
1	Pengajuan Judul																												
2	Penulisan Bab I																												
	Bimbingan																												
3	Penulisan Bab II																												
	Bimbingan																												
4	Pengumpulan Data Lapangan																												
5	Penulisan Bab III																												
	Bimbingan																												
6	Seminar UP																												
7	Wawancara																												
8	Penulisan Bab IV																												
	Bimbingan																												
9	Penulisan Bab V																												
	Bimbingan																												
10	Penyusunan Kesuluruhan Draft																												
11	Sidang Skripsi																												

Sumber: Peneliti, 2014