

Hubungan Program Radio “Genk Ladies” terhadap Pemenuhan Kebutuhan

Reni Renita*, Nova Yuliati

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*renirnta@gmail.com, nova.yuliati@yahoo.com

Abstract. Radio as a mass media that provides information, entertainment and education through transmission waves and is widespread. Over time, there have been many non-government or private radio stations in Indonesia accompanied by various radio segments. The growth of female radio in Indonesia provides many benefits for radio listeners with the female segmentation. One of the female radios in Bandung is B-Radio 95.6 FM Bandung which has a lot of broadcast programs such as “Genk Ladies” which provides information about entertainment news, gossip, and Indonesian and Korean songs. In preparing this report, quantitative research methods and correlational approaches were used to obtain data and information with a population of 9,286 people and 99 people as respondents. The data was collected by distributing questionnaires using random sampling technique. In this study using the theory of media exposure. Then, use the uses & gratifications proposed by Katz, Blumer, and Gurevitch. The purpose of this study was to determine the extent to which the radio broadcast of “Genk Ladies” B-Radio 95.6 FM Bandung as a sharing medium for women for listeners. The results of this study are the relationship between the “Genk Ladies” broadcast program and the fulfillment of the information needs of female listeners at B-Radio 95.6 FM Bandung. Produced a coefficient test of 0.843 with a relationship level of “Very Strong” with a positive and unidirectional coefficient. So it can be concluded that H0 is rejected and H1 is accepted that the broadcast program “Genk Ladies” has a relationship with meeting the information needs of female listeners at B-Radio 95.6 FM Bandung.

Keywords: *Radio, B-Radio 95.6 FM Bandung, Mass Communication Effects, Uses and Gratification.*

Abstrak. Radio sebagai media massa yang memberikan informasi, hiburan, dan edukasi melalui gelombang transmisi dan tersebar luas. Seiring perkembangan waktu sudah banyak radio non-pemerintah atau swasta di Indonesia diiringi dengan segmentasi radio yang beragam. Tumbuhnya radio perempuan di Indonesia memberikan banyak manfaat bagi pendengar radio dengan segmentasi perempuan. Salah satu radio perempuan yang ada di Bandung adalah B-Radio 95,6 FM Bandung yang memiliki banyak sekali program siaran seperti “Genk Ladies” yang memberikan informasi mengenai berita entertainment, gossip, dan lagu Indonesia serta Korea. Dalam penyusunan laporan ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pendekatan korelasional untuk memperoleh data dan informasi dengan populasi sebanyak 9.286 orang dan dipilih sebanyak 99 orang sebagai responden. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner menggunakan teknik random sampling. Pada penelitian ini menggunakan teori dari terpaan media. Lalu, menggunakan uses & gratification yang dikemukakan oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana siaran radio “Genk Ladies” B-Radio 95,6 FM Bandung sebagai media sharing perempuan untuk pendengarnya. Hasil dari penelitian ini hubungan antara program siaran “Genk Ladies” dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung. Menghasilkan uji koefisien sebesar 0,843 dengan tingkatan hubungan “Sangat Kuat” dengan koefisien positif dan searah. Sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima bahwa program siaran “Genk Ladies” memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung.

Kata Kunci: *Radio, B-Radio 95,6 FM Bandung, Efek Komunikasi Massa, Uses and Gratification.*

A. Pendahuluan

Mendapatkan suatu informasi kini semakin mudah dengan beragamnya media yang bisa digunakan untuk mendapatkan suatu informasi. Semakin banyaknya kemajuan teknologi, masyarakat harus melek dengan teknologi tersebut dan mengikuti arus perkembangan zaman. Hal tersebut dapat kita cari memakai beragam media cetak, media elektronik, dan media online. Dalam komunikasi massa menjelaskan proses komunikasi melalui media massa, bagaimana orang dapat memberikan pesan dan menyebarkannya melalui suatu media kepada pihak tersebut.

Bentuk media massa terbagi menjadi tiga, media cetak, media elektronik, dan media online. Radio termasuk bagian dari media elektronik. Perkembangan radio ini berawal dari tahun 1864 oleh James C. Maxwell yang menemukan gelombang elektromagnetik melalui teori matematisnya yang kemudian terus dikembangkan oleh beberapa ahli. Di tahun 1933, Edwin H. Armstrong menemukan sistem pemancaran FM (*Frequency Modulation*) sehingga pada 26 Desember 1933 mendapatkan hak paten dari Pemerintah Amerika Serikat. Radio sebagai bentuk media massa yang mengedepankan musikalitas dan memberikan berbagai macam informasi. Menurut Romli, 2004: 19, “Radio tepatnya siaran radio adalah media massa (*mass media*), yakni instrumen atau saluran komunikasi massa (*mass communication channel*), seperti surat kabar, majalah, atau televisi. Fitur utamanya yaitu auditif, yang dinikmati oleh telinga atau pendengaran.

Di Bandung terdapat B-Radio 95,6 FM Bandung, yang menjadi radionya perempuan Bandung. B-Radio 95.6 FM Bandung merupakan radionya perempuan Bandung yang tergabung dalam ARDAN Group yang bertempat di Jl. Jurang No 80, Bandung. Perkembangan radio di Bandung cukup pesat, dari tahun ke tahun selalu menyajikan program terkini yang bisa dinikmati oleh semua kalangan yang menjadi segment radio tersebut. ARDAN Group memiliki tiga radio yang sangat terkenal di Bandung yaitu Ardan Radio, B-Radio 95.6 FM, dan Radio Cakra.

Dalam survey yang dilakukan oleh B-Radio 95,6 FM Bandung pada jumlah pendengar radio tersebut perharinya mencapai 54.000 pendengar perminggunya dan paling banyak pendengarnya pada hari Kamis sebanyak 14.000 pendengar dengan intensitas lama mendengarkannya 1.26 jam. Lalu, pada program siaran radio yang dilakukan penelitian oleh peneliti yaitu “Genk Ladies”, program tersebut memberikan informasi mengenai berita *entertainment*, gossip, dan lagu Indonesia dan Korea, menunjukkan bahwa total pendengar pada bulan Desember tahun 2020 ini mencapai angka 20.000, dengan rincian pendengar wanita sebanyak 68% dan pria 32%. Pendengar Genk Ladies ini kebanyakan didengarkan oleh kalangan usia 30-39 tahun sebanyak 37%. Berdasarkan kesimpulan dari latar belakang penelitian ini, maka penelitian ini dirumuskan menjadi “Bagaimana Hubungan Motif Mendengarkan B-Radio 95,6 FM Dengan Pemenuhan Kebutuhan (Studi Korelasional Pada Pendengar Perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung di Kota Bandung) ?”

Melalui rumusan masalah tersebut diuraikan ke dalam tiga poin, yaitu:

1. Bagaimana hubungan terpaan media dengan pemenuhan kepuasan pendengar perempuan pada siaran “Genk Ladies” B-Radio 95,6 FM Bandung?
2. Bagaimana hubungan isi media dengan pemenuhan kepuasan pendengar perempuan pada siaran “Genk Ladies” B-Radio 95,6 FM Bandung?
3. Bagaimana hubungan ciri situasi terpaan media dengan pemenuhan kepuasan pendengar perempuan pada siaran “Genk Ladies” B-Radio 95,6 FM Bandung?

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu proses untuk menemukan suatu pengetahuan menggunakan data berupa angka untuk menganalisisnya. Berdasarkan Kasiram (2008:149), menyebutkan bahwa kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang akan diketahui.

Peneliti menggunakan pendekatan korelasional dalam penelitian. Menurut Arikunto (2010:247-248), penelitian korelasional yang dilakukan guna mengetahui ada atau tidak suatu

hubungan antar dua atau lebih variabel. Maksud dari pendekatan korelasional untuk menangkap perbedaan pada suatu aspek yang berkaitan dengan variasi lainnya atas koefisien korelasi.

Menurut Sukmadinata (dalam Abidin, 2015:271), populasi merupakan kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup dari sebuah penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah pendengar program siaran “Genk Ladies” yang menjadi program siaran B-Radio 95,6 FM Bandung dan peneliti menggunakan *followers* aktif instagram @bradio956fm, B-Radio 95,6 FM Bandung. *Followers* instagram B-Radio 95,6 FM Bandung sebanyak 9.286, jumlah tersebut berdasarkan data yang peneliti akses melalui instagram @bradio956fm pada tanggal 03 April 2021. Kemudian, peneliti pilih menjadi 99 responden menggunakan rumus Slovin dan akan menjadi responden dalam penelitian ini.

Sampel menurut Ferguson (1976) adalah beberapa bagian kecil yang diambil dari populasi atau bagian dari populasi. Pemilihan sampel pada penelitian ini dari pendengar program siaran “Genk Ladies” B-Radio 95,6 FM Bandung yang merupakan *followers* aktif pada instagram @bradio956fm, B-Radio 95,6 FM Bandung sebanyak 9.286. Peneliti memakai *simple random sampling*.

Peneliti menggunakan teknik angket/kuisisioner yang disebarakan melalui *google form*. Menurut Sugiyono, 2009 (dalam Abidin, 2015:314), kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui memberikan seperangkat permasalahan atau pernyataan tertulis terhadap responden untuk memberikan tanggapannya. Kuisisioner ini digunakan untuk menemukan data mengenai daya pikir, perasaan, tingkah laku, kepercayaan, karakter, dan sikap responden penelitian mengenai satu permasalahan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Korelasi siaran “Genk Ladies”

Correlations				
Spearman's rho	Siaran "Genk Ladies"	Correlation Coefficient	1.000	.843 ^{**}
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	99	99
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Correlation Coefficient	.843 ^{**}	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	99	99

^{**}. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil angket yang disebarakan, disimpulkan bahwa koefisien korelasi hubungan ini sebesar 0.843. Kekuatan hubungan ini berada dalam interval 0,80 – 1,000, maka dinyatakan “Sangat Kuat” dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Melalui uji Koefisien Korelasional Rank Spearman, diperoleh hasil bahwa program siaran “Genk Ladies” memiliki hubungan yang kuat dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.

Tabel 2. Korelasi Terpaan Media

Correlations				
Spearman's rho	Terpaan Media	Correlation Coefficient	1.000	.708 ^{**}
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	99	99
	Uses & Gratification	Correlation Coefficient	.708 ^{**}	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	99	99

^{**}. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel di atas dijelaskan bahwa koefisien korelasi hubungan ini sebesar 0.708. Kekuatan hubungan ini berada dalam interval 0,60 – 0,799, maka dinyatakan “Kuat”. Disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000, artinya $0.000 < 0.005$ bahwa H_0 “Tidak terdapat hubungan antara terpaan media “Genk Ladies” sebagai *media sharing* perempuan dengan pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.” ditolak dan H_1 “Terdapat hubungan antara terpaan media “Genk Ladies” sebagai *media sharing* perempuan dengan pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.” diterima.

Tabel 3. Korelasi Ciri Situasi Terpaan Media

Correlations				
Spearman's rho	Ciri Situasi Terpaan Media		Ciri Situasi Terpaan Media	Uses & Gratifications
		Correlation Coefficient	1.000	.802**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	99	99
	Uses & Gratifications	Correlation Coefficient	.802**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	99	99

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel di atas dijelaskan bahwa koefisien korelasi hubungan ini sebesar 0.681. Kekuatan hubungan ini berada dalam interval 0,60 – 0,799, maka dinyatakan “Kuat”. Disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000, artinya $0.000 < 0.005$ bahwa H_0 “Tidak terdapat hubungan antara isi media terhadap siaran “Genk Ladies” dengan pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.” ditolak dan H_1 “Terdapat hubungan antara isi media terhadap siaran “Genk Ladies” dengan pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.” diterima.

Tabel 4. Korelasi Isi Media

Correlations				
Spearman's rho	Isi Media		Isi Media	Uses & Gratifications
		Correlation Coefficient	1.000	.681**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	99	99
	Uses & Gratifications	Correlation Coefficient	.681**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	99	99

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel di atas dijelaskan bahwa koefisien korelasi hubungan ini sebesar 0.802. Kekuatan hubungan ini berada dalam interval 0,80 – 1,000, maka dinyatakan “Sangat Kuat”. disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000, artinya $0.000 < 0.005$ bahwa H_0 “Tidak terdapat hubungan antara ciri situasi terpaan media terhadap siaran “Genk Ladies” dengan pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.” ditolak dan H_1 “Terdapat hubungan antara ciri situasi terpaan media terhadap siaran “Genk Ladies” dengan pendengar B-Radio 95,6 FM Bandung.” diterima.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Hubungan Program Radio “Genk Ladies” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Korelasional Program Radio “Genk Ladies” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pendengar Perempuan Kota Bandung)” melalui penyebaran angket lalu diuji menggunakan SPSS 25, uji korelasi dan uji koefisien Rank Spearman. Maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara program siaran “Genk Ladies” dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung. Menghasilkan uji koefisien sebesar 0,843 dengan tingkatan hubungan “Sangat Kuat”. Koefisien positif dan searah. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima bahwa program siaran “Genk Ladies” memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung.
2. Terdapat hubungan antara terpaan media program siaran “Genk Ladies” dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung. Menghasilkan uji koefisien sebesar 0.708 dengan tingkatan hubungan “Kuat”. Koefisien positif dan searah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hubungan ini diperkuat dengan jangka waktu yang digunakan untuk mendengarkan program siaran “Genk Ladies” B-Radio 95,6 FM Bandung.
3. Terdapat hubungan antara isi media program siaran “Genk Ladies” dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 Bandung. Menghasilkan uji koefisien sebesar 0.681 dengan tingkatan “Kuat”. Koefisien ini positif dan searah. Dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hubungan ini diperkuat dengan informasi yang disampaikan oleh program siaran “Genk Ladies” mengikuti perkembangan zaman, sedang terjadi, dan meliputi 5W+1H (*What, When, Where, Who, Why and How*).

4. Terdapat hubungan antara ciri situasi terpaan media program siaran “Genk Ladies” dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar perempuan B-Radio 95,6 FM Bandung. Menghasilkan uji koefisien sebesar 0.802 dengan tingkatan “Sangat Kuat”. Koefisien ini positif dan searah. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hubungan ini diperkuat dengan perasaan responden ketika mendengarkan program siaran “Genk Ladies”.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, E.L. Komala S. Karnilah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Rizki, Maharani Amalia dan Edriana P. 2017. “*Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang)*”. Volume 49, Nomor 2, Tahun 2017 (hlm 159).
- [3] Yulia, Wanda. 2010. “*Andai Aku Jadi Penyiar*”. Yogyakarta: ANDI.
- [4] Rakhmat, Jalaluddin dan Idi Subandy. 2017. “*Metode Penelitian Komunikasi*”. Edisi Revisi Kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [5] Abidin, Yusuf Zainal. 2015. “*Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Cetakan ke-1. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [6] Mustafa, Pinton Setya, dkk. 2020. “*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*”. Malang: Universitas Negeri Malang.
- [7] Djamal, Hidajanto dan Andi F. 2011. “*Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*”. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [8] Karim, Iqbal Yusra. 2021. Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.