

## EFEKTIVITAS PROGRAM SIARAN KONSELING DI RADIO TRIJAYA BAGI MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA

Wiratri Anindhita<sup>1</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,

### ABSTRACT

*The counselling broadcasting program of Trijaya station radio is designed purposes in helping listeners to understand alternative wayout to their daily problems. People for solving their daily-psycological problems. The research objectives are : (1) to understand the effectivity of counselling program to their active and passive listeners; and (2) to identify the several influencing factors of the programs effectivity. The mixed method with qualitative and quantitative approach was applied. The respondents was determined using a stratified random sampling for each 31 respondents of active and passive listeners. The qualitative approach applied an in-depth interview and FGD to five key informants as representative of radio station management. The results show that both passive and active listeners confirms that the program is an effective program in helping to understand and solve their daily program, especially in regards with their social and psychological problems. However, the former listeners confirms that the program is more effective than that of the latter. In order to increase the program effectivity, the program material and announcer performance should be updated and improved.*

**Key words :** *Program effectivity; counselling broadcasting programs, active listeners; passive listeners.*

### ABSTRAK

Program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta merupakan program yang bertujuan untuk membantu masyarakat memecahkan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan bidang psikologi. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui dan mengukur efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya di kalangan pendengar aktif dan pendengar pasif di kota Yogyakarta; dan (2) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program tersebut. Metode dasar penelitian ini mix method, yaitu perpaduan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Sampel penelitian ditentukan dengan metode *stratified random sampling* dengan masing-masing 31 sampel pendengar aktif dan pendengar pasif. Pendekatan kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam dan FGD terhadap lima *key informan*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program siaran Konseling efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pendengar aktif maupun pasif untuk menghadapi dan memecahkan masalah kehidupan di kalangan masyarakat. Pendengar aktif menilai bahwa program ini lebih efektif dibanding pendengar pasif. Efektivitas program dapat ditingkatkan dengan memperbaiki kualitas materi siaran dan kualitas penyiar.

**Kata kunci:** efektivitas, program siaran Konseling, pendengar aktif dan pasif.

### PENDAHULUAN

Radio sebagai media massa modern menjadi salah satu penunjang keberhasilan dalam pembangunan di negara-negara dunia ketiga atau negara berkembang. Radio dengan berbagai kelebihanannya dibanding dengan media

lainnya memiliki peran besar dalam proses difusi inovasi atau pesan-pesan pembangunan yang cukup strategis. Radio sebagai salah satu media massa juga memiliki fungsi tertentu dalam proses pembangunan, yaitu menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang

<sup>1</sup> Alamat kini : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jln. Yos Sudarso Kav.87 Sunter, Jakarta 14350  
Penulis untuk Korespondensi: Telp. (021) 65307062 .E-mail: dhita@kwikkiangie.ac.id

pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup atau menghibur seseorang.

Letak peranan strategis media radio di negara berkembang melekat pada karakteristik media radio itu. Radio adalah suatu bentuk media massa yang dapat menjangkau jumlah pendengar dalam jumlah yang besar pada waktu bersamaan, mampu menyampaikan informasi pada komunikan yang hidup terpencil dan terpencar, serta radio juga mampu memberikan informasi secara cepat dan aktual. Melalui radio kendala geografis, medan yang berat, dan ketiadaan jalan dan angkutan dapat diatasi. Radio sering dikenal sebagai *the shadow media*, yaitu media yang sangat dekat dengan pendengarnya seperti bayangan. Radio dapat dibawa kemanapun dan kapan pun pendengarnya dapat mengakses radio tanpa mengganggu aktivitas utamanya serta tanpa harus terlalu serius mendengarkannya.

Seiring dengan perkembangannya pula, radio dituntut untuk lebih maju dan tidak kalah dengan media-media lain. Untuk itu agar para pendengar radio yang terdiri dari berbagai kalangan tersebut menjadi pendengar tetap radio, maka radio harus bisa menciptakan ide-ide kreatif yang dapat membangun dan menunjang kemajuan radio. Dalam hal ini kualitas program menjadi fokus utama untuk menarik perhatian pendengar. Kualitas program juga dipandang sebagai syarat penting dalam memenangkan persaingan dalam industri radio. Jika sebuah radio ingin tetap eksis dan berkembang, maka harus dapat menyajikan program yang bermutu dan berkualitas di tengah ketatnya persaingan dengan stasiun-stasiun radio lain. Dengan memproduksi program yang baik atau bermutu bagi pendengarnya, serta memberikan materi-materi yang sesuai dengan keinginan pendengar sebagai konsumennya, maka terpenuhinya kebutuhan mereka akan informasi dapat menimbulkan loyalitas atau sering disebut sebagai "pendengar setia".

Berdasarkan pernyataan di atas, sebagai media penyiaran radio Trijaya Yogyakarta harus dapat memberikan program-program siaran yang bermutu atau berkualitas bagi masyarakat sebagai pendengar. Salah satunya melalui program *talk show* non berita yaitu program Konseling. Program ini ditujukan kepada pendengar radio yang mempunyai permasalahan atau problematika kehidupan yang berkaitan dengan bidang psikologi, maupun

fenomena-fenomena yang sedang marak ditengah masyarakat. Selain memberikan informasi maupun pesan-pesan kepada masyarakat, program siaran ini juga memberikan solusi atas permasalahan yang tengah dihadapi pendengarnya dengan mendatangkan narasumber sesuai dengan tema yang diangkat pada saat siaran berlangsung.

Berdasarkan hal tersebut mendorong penulis untuk mengkaji secara langsung kepada pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, dengan harapan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak pengelola radio untuk mengevaluasi terhadap setiap program-program yang disajikan kepada pendengarnya. Besarnya manfaat dan peran radio sebagai media massa penting kiranya dikaji secara ilmiah, karena transformasi masyarakat terbelakang menjadi masyarakat maju dan modern tidak terlepas dari adanya sumbangsih media massa. Perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat terjadi melalui berbagai perangkat mengingat mobilitas manusia tinggi dan isolasi geografis yang senantiasa menjadi kendala difusi inovasi pembangunan, maka radio tampil dengan berbagai kelebihanannya menjawab tantangan tersebut. Dalam perkembangannya pendengar radio bukanlah pendengar pasif, melainkan pendengar radio lebih selektif dan aktif dalam mengikuti arus informasi melalui media radio.

Berbagai jenis program radio disajikan kepada pendengar, semuanya dianggap bermanfaat bagi masyarakat oleh media. Radio Trijaya Yogyakarta memiliki segmen acara Konseling yang membahas berbagai problematika masyarakat dalam bidang psikologi. Program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta tergolong masih baru, sehingga membutuhkan pengkajian untuk memastikan berapa besar manfaat dan efektifnya program tersebut bagi masyarakat.

Melalui tujuan program siaran diatas diharapkan program siaran Konseling mampu menarik pendengar radio untuk mendengarkan secara intens. Namun pada kenyataannya program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta tidak menunjukkan antusias pendengar yang cukup banyak dibandingkan dengan antusiasme pendengar pada program siaran *talkshow* lainnya yang ada di radio Trijaya Yogyakarta. Padahal program *talk show* ini merupakan program siaran yang erat kaitannya dengan masyarakat dalam menghadapi

problematika kehidupan sehari-hari, oleh karena itu penulis merumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta sudah berjalan secara efektif bagi pendengar aktif dan pendengar pasif?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta?

### **Program Radio**

Penelitian tentang efektivitas program siaran Konseling di Radio Trijaya Yogyakarta bertujuan sebagai harapan untuk perbaikan kebijakan dan agenda media massa khususnya radio bagi masyarakat, sehingga keberadaan radio benar-benar menjadi sumber pengetahuan, informasi dan hiburan bagi masyarakat.

Dalam penelitian mengenai suatu efektivitas program di radio telah banyak dilakukan, tetapi dalam penelitian ini akan dilakukan secara berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari aspek yang akan diteliti. Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat sejauh mana program siaran dapat berjalan secara efektif dan tindakan evaluasi apa yang dilakukan oleh pengelola radio.

Program siaran dalam penelitian ini berupa program siaran *talk show* yang berkaitan dengan bidang psikologi. Indikator yang digunakan untuk melihat program siaran dikatakan efektif dalam penelitian ini adalah 1) intensitas pendengar dalam mendengarkan program radio, 2) tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, 3) pemanfaatan program. Selain itu yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dari aspek pendengar, dimana dalam penelitian ini peneliti membedakan pendengar radio antara pendengar aktif dan pendengar pasif dalam mendengarkan program siaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *mix method* dimana penelitian ini menggabungkan antara dua penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*, sedangkan lokasi penelitian berada di kota Yogyakarta.

Bryant dan White (1987) mendefinisikan efektivitas program adalah seberapa dekat hasil dari suatu program dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Semakin dekat hasil dengan

tujuan-tujuan yang ditetapkan maka program juga semakin efektif begitu juga sebaliknya. Definisi yang dikemukakan oleh Bryant dan White menunjukkan program yang efektif juga ditentukan oleh tercapai tidaknya tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Jadi efektivitas yang diharapkan dari tercapainya tujuan program dapat diwujudkan, artinya ada perubahan yang terjadi dalam diri pendengar setelah menerima sesuatu pesan. Perubahan tersebut seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata Schramm dalam Wiryanto, (2000).

Semakin banyaknya tingkat penerimaan masyarakat terhadap program siaran radio, maka ditandai dengan semakin seringnya masyarakat mendengarkan siaran radio tersebut. Dan hal tersebut menandakan bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya program siaran tersebut meningkat sehingga akan meningkatkan pengetahuan masyarakat dan ketrampilan yang bertambah sehingga meningkatkan penghasilan atau taraf hidup.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya efektivitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah terwujudnya tujuan program siaran radio. Dengan terwujudnya tujuan dari program siaran yang disajikan diharapkan mampu membawa perubahan yang terjadi dalam diri pendengar setelah menerima sesuatu pesan. Perubahan antara lain seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata. Dari ketiga tahap perubahan yang ditimbulkan oleh tersebut, dalam penelitian ini peneliti membatasi hanya pada tahap perubahan pengetahuan saja. Selain adanya tambahan pengetahuan yang didapat oleh pendengar radio setelah mendengarkan program siaran, pendengar radio juga diharapkan dapat mengaplikasikannya atau menerapkan dalam kehidupannya sehari-hari.

Dalam penelitian ini program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta mempunyai tujuan agar program yang disajikan dapat bermanfaat bagi pendengarnya. Melalui program siaran Konseling ini, diharapkan masyarakat sebagai pendengar radio mendapatkan manfaat baik berupa pengetahuan maupun terselesaikannya masalah melalui tips (solusi) atau pesan-pesan yang diberikan oleh narasumber pada saat program siaran Konseling berlangsung. Jika tujuan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta ini berhasil maka dapat dikatakan program siaran Konseling efektif. Pengukuran tingkat efektivitas dalam penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu

yaitu 1) tingkat kepuasan masyarakat dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan; 2) tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya program siaran bagi masyarakat; 3) tingkat tanggapan masyarakat terhadap program siaran; 4) tingkat aplikasi masyarakat terhadap informasi yang telah diterimanya; 5) kemampuan program memberikan dampak pada kelompok nonsasaran. Melalui kelima ukuran atau indikator efektivitas diatas, pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas terdiri dari 3 yaitu:

a. Intensitas pendengar dalam mendengarkan program radio

Yang dimaksud adalah frekuensi mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya. Semakin sering pendengar mendengarkan program siaran Konseling berarti program ini dapat diterima khalayak, tetapi jika intensitasnya kurang menandakan program kurang diminati, dan hal ini perlu evaluasi sehingga program yang disajikan dapat menarik perhatian pendengar.

b. Tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran

Pemahaman yang dimaksud disini adalah pendengar dapat mengerti dan memahami program siaran Konseling yang disajikan oleh radio Trijaya Yogyakarta. Pemahaman ini berkaitan dengan isi (*content*), bagaimana program ini disajikan dalam satu bulan berapa kali dan juga waktu siarannya. Jika masyarakat sebagai pendengar mengetahui dan memahami *content* program siaran Konseling di radio Trijaya maka program ini dapat dikatakan efektif.

c. Pemanfaatan program

Program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta dibuat untuk memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi seputar psikologi. Program ini diharapkan dapat bermanfaat menambah pengetahuan di bidang psikologi, dan dapat bermanfaat dalam hal pemecahan masalah melalui solusi maupun pesan yang disampaikan. Selain manfaat yang dapat diperoleh melalui program yang disajikan, masyarakat diharapkan dapat mengaplikasikannya atau dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Selain indikator efektivitas program di atas, sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta bertujuan memberikan

manfaat bagi masyarakat melalui informasi yang berkaitan dengan bidang psikologi. Agar program siaran tersebut dapat diterima oleh masyarakat sebagai pendengar radio, maka ada beberapa langkah yang harus dilakukan atau beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas program.

Menurut Moenir (1992), ada beberapa faktor yang harus diperhatikan agar tujuan dari program dapat tercapai. Beberapa faktor penting tersebut diantaranya faktor kesadaran pelaksana yang berkecimpung dalam program tersebut, faktor aturan yang menjadi landasan kerja program, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme program, faktor ketrampilan dan kemampuan pelaksana serta faktor sarana dalam pelaksanaan program.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Leslie Rae (1989) dalam bukunya Mengukur Efektivitas Pelatihan, ada beberapa faktor penting yang berpengaruh pada efektivitas sebuah program, yang merupakan rangkaian proses yang bermula dari identifikasi kebutuhan, proses yang terjadi sebelum program dilaksanakan atau diberikan kepada kelompok sasaran, dan proses pelaksanaan program itu sendiri.

Berdasarkan penelitian terdahulu faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas program dilihat dari faktor pelaksana dan pelaksanaan program. Kemampuan pelaksana merupakan faktor pengaruh yang paling penting terhadap aktivitas program karena merekalah yang langsung berhubungan dengan pendengar. Oleh karena itu kemampuan mereka dalam penguasaan terhadap materi, kemampuan menyampaikan materi, sampai kepercayaan pendengar kepada pelaksana senantiasa penting. Artinya berhasil tidaknya program dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi kemampuan pelaksana. Selain itu pelaksanaan program juga merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi suatu program itu efektif atau tidak, karena perencanaan yang matang jika tidak didukung dengan pelaksanaan yang konsisten maka tujuan dari program juga tidak akan tercapai. Artinya ada kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan, sehingga efektivitas program dapat terwujud.

Kemampuan pelaksana pada penelitian terdahulu ditunjukkan dari: 1) tingkat pendidikan dan pengalaman pelaksana, 2) kemampuan dalam mengkomunikasikan pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat sebagai kelompok sasaran, 3) kemampuan dalam

membangun citra positif. Sedangkan dari faktor pelaksanaan ditunjukkan dari: 1) kegiatan perencanaan dan evaluasi program, 2) penggunaan waktu yang tepat dalam pelaksanaan siaran, 3) penyajiannya mampu menarik kelompok sasaran, 4) kekuatan daya pancar gelombang radio.

Selain faktor-faktor tersebut diatas, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas program dapat dilihat dari faktor khalayak sebagai orang yang menggunakan media. Menurut DeFleur dan Ball Rokeach (dalam Jalaludin, 2002), melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan kerangka teoritis: perspektif perbedaan individual, perspektif sosial, dan perspektif hubungan sosial. Perspektif perbedaan individual memandang bahwa sikap dan organisasi personal-psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini menyebabkan pengaruh media massa yang berbeda pula. Perspektif kategori sosial berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya pada stimuli tertentu cenderung sama.

Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan keyakinan beragama menampilkan kategori respons. Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respons kepadanya dengan cara yang hampir sama pula. Perspektif hubungan sosial menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Perspektif ini tampak model "*two step flow of communication*". Dalam model ini, informasi bergerak melewati dua tahap. Pertama, informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media massa. Kedua, informasi bergerak dari orang-orang yang disebut "pemuka pendapat" dan kemudian melalui saluran-saluran intrapersonal disampaikan kepada individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi.

Melalui pernyataan diatas, banyak faktor yang mempengaruhi efektivitas suatu program, dan tidak mustahil semua faktor itu dapat mempengaruhi efektivitas pada penelitian ini. Akan tetapi didalam penelitian ini penulis membatasinya pada beberapa faktor penting yang

dianggap paling berpengaruh pada program siaran Konseling yang ada di radio Trijaya Yogyakarta. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini terdiri dari dua faktor yaitu dari faktor kualitas program dan karakteristik pendengar baik secara aktif maupun pasif. Faktor kualitas program ditunjukkan berdasarkan : 1) Materi siaran, 2) *Announcer* (penyiar), 3) narasumber, dan 4) kekuatan daya pancaran gelombang radio. Sedangkan faktor yang berasal dari karakteristik pendengar aktif maupun pasif ditunjukkan berdasarkan dari aktivitas pendengar yang merujuk pada faktor individual yaitu umur dan pendidikan. Kedua faktor di atas merupakan faktor yang dianggap penting dalam penelitian ini, untuk lebih jelasnya kedua faktor tersebut akan diuraikan pada halaman selanjutnya.

Program radio (*talk show*) adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Program perbincangan biasanya diarahkan oleh seseorang pemandu acara (*host*) bersama satu atau lebih narasumber untuk membahas sebuah topik yang sudah dirancang sebelumnya. Program acara *talk show* saat ini menjadi program unggulan di banyak stasiun radio, karena selain menambah informasi, program ini juga bersifat fleksibel, yaitu dapat disajikan dalam bentuk dan tema apapun (Rizki, 2004).

Program siaran Konseling adalah merupakan program *talk show* non berita yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya akan informasi seputar psikologi, lengkap dengan solusi-solusi pemecahan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari, serta mengangkat topik mengenai fenomena yang sedang marak terjadi di masyarakat.. Konseling merupakan suatu proses untuk membantu individu mengatasi hambatan-hambatan perkembangan dirinya, dan untuk mencapai perkembangan yang optimal kemampuan pribadi yang dimilikinya, proses tersebut dapat terjadi setiap waktu. Konseling meliputi pemahaman dan hubungan individu untuk mengungkapkan kebutuhan-kebutuhan, motivasi, dan potensi-potensi yang unik dari individu dan membantu individu yang bersangkutan untuk mengapresiasi ketiga hal tersebut.

Program siaran Konseling ini bersifat edukatif dan informatif, tidak saja meningkatkan pengetahuan dan memberikan informasi-informasi baru yang bermanfaat, tetapi juga memberikan solusi pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat agar dapat diaplikasikan atau diterapkan dalam kehidupan

sehari-hari. Program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta ini berupa siaran mingguan dengan komunikasi secara dua arah (*two ways traffict communication*) artinya masyarakat sebagai pendengar dapat berinteraktif secara langsung untuk menanggapi permasalahan maupun menyampaikan permasalahan yang berhubungan dengan bidang psikologi. Dalam program siaran *talk show* Konseling di radio Trijaya Yogyakarta ini mengacu pada tiga bentuk program perbincangan yang banyak digunakan stasiun radio yaitu : (Morissan, 2008)

1. *One-on-one-show*, yaitu perbincangan saat penyiar (pewawancara) dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
2. *Panel discussion*, pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
3. *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik ditentukan lebih dahulu oleh penyiar di studio, diberikan contoh berdasarkan pengalaman penyiar, kemudian pendengar diminta untuk memberikan respon berdasarkan pengalaman masing-masing ke stasiun radio. Tidak semua respon audien layak disiarkan sehingga perlu petugas penyeleksi telepon masuk sebelum diudarkan.

Program acara Konseling yang disiarkan di Radio Trijaya Yogyakarta ini berdurasi selama 1 jam. Acara ini mendatangkan narasumber secara langsung yang terkait dengan topik yang akan dibahas dan yang sedang marak terjadi di masyarakat. Program siaran Konseling diluncurkan di Radio Trijaya Yogyakarta dengan tujuan yaitu agar program-program siaran di Radio Trijaya dapat beragam dan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang sesuai dengan selera pendengar.

Spesifikasi program siaran Konseling dibandingkan dengan program-program siaran *talk show* sejenis di radio lain yang ada di Yogyakarta yaitu program siaran ini dipandu oleh satu orang penyiar (*Announcer*) yang siaran secara langsung atau *on air* bukan berupa rekaman acara dan didampingi oleh seorang narasumber yang bertugas untuk memberikan informasi, pesan, serta solusi penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pendengar yang sedang berinteraktif maupun yang tidak berinteraktif. Narasumber yang didapatkan merupakan seorang narasumber

yang berkompeten sesuai dengan tema program siaran. Program *talk show* ini dikemas secara santai, sehingga membuat pendengar tidak terlalu serius dalam mendengarkan, tetapi dapat lepas mengungkapkan segala permasalahan yang menyangkut dengan topik yang sedang dibahas. Selain itu program siaran Konseling disini memiliki segmen pendengar yang pas dan sesuai dengan segmen usia pendengar radio Trijaya yaitu berusia 25-45 tahun.

Program acara Konseling ini diharapkan mampu menyedot antusias para pendengar radio. Dengan program baru yang dikemas secara berbeda dengan radio- radio lain yang ada di Yogyakarta. Program *talk show* terbaru di radio Trijaya Yogyakarta ini diharapkan mampu bersaing dan mendapat tempat di hati para pendengarnya sama dengan program-program acara radio lainnya yang ada di radio Trijaya Yogyakarta yang telah berhasil atau eksis terlebih dahulu. Untuk itu melalui penelitian ini kita bisa mengetahui akan keberhasilan dan manfaat program siaran Konseling yang ada di radio Trijaya Yogyakarta bagi masyarakat.

Tidak ada formula khusus yang dapat menjamin kesuksesan sebuah acara. Namun, ada beberapa standar kualitas tertentu yang harus dimiliki oleh sebuah program siaran agar berhasil. Menurut Morissan (2008) elemen keberhasilan tersebut adalah :

a. Konflik

Yaitu adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh-tokoh yang terlibat. Tanpa adanya konflik, maka kecil kemungkinan program itu akan mampu menahan perhatian audien. Dalam program *talk show*, elemen konflik tetap harus ada. Acara *talk show* yang menarik audien adalah acara dengan pembicara yang memiliki opini kuat namun bertentangan (konflik) dengan pembicaraan lainnya atau dengan audiens.

b. Durasi

Suatu program yang berhasil adalah program yang dapat bertahan selama mungkin. Ada program yang bertahan hanya dalam hitungan bulan, namun ada juga yang dapat bertahan lama. Dengan demikian, ditinjau dari durasi atau lamanya penayangan program, suatu program itu terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*) dan program yang tidak dapat bertahan lama (*nondurable program*). Pengelola program sebaiknya merancang suatu produksi program yang mampu bertahan terus

menerus, dengan kata lain, program itu memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin. Kata kunci untuk mempertahankan selama mungkin suatu program adalah tidak boleh kehabisan ide cerita.

c. Kesukaan

Adakalanya orang menyukai suatu program bukan karena isinya, namun lebih tertarik kepada penampilan pembaca berita atau pembawa acaranya. Biasanya audien lebih tertarik dengan orang-orang yang memiliki kepribadian hangat, suka menghibur, sekaligus sensitif dan ramah. Seorang pembawa acara yang tidak simpatik pasti tidak disukai audien dan program itu akan ditinggalkan.

d. Konsistensi

Sebuah program acara harus konsisten terhadap tema dan karakter yang telah dibawa sejak awal. Dengan demikian, tidak boleh terjadi pembelokan atau penyimpangan tema di tengah jalan, yang akan membuat audien menjadi bingung dan akhirnya akan meninggalkan program tersebut.

e. Energi

Setiap program harus memiliki energi yang mampu menahan audien untuk tidak mengalihkan perhatiannya kepada hal-hal lain. Dalam acara *talk show*, seorang *host* memegang peranan yang penting dalam upaya mempertahankan energi. Untuk itu, diperlukan upaya dan koordinasi yang baik dari seluruh pendukung acara, agar daya tarik acara tetap terjaga.

f. *Timing*

Seorang produser harus mempertimbangkan tentang waktu penayangan (*timing*), dalam membuat sebuah program siaran. dengan demikian, setiap program harus dapat menjaga keharmonisannya dengan waktu. Jika sebuah program terlalu ketinggalan jaman, atau bahkan terlalu maju, maka akan ditinggalkan oleh audien. Berarti, nilai-nilai atau gaya hidup yang diperlihatkan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang masih berlaku dan dipertahankan oleh audien saat ini. atau dengan kata lain mempertimbangkan unsur kekinian (*up to date*).

g. Tren

Seorang *programmer* harus memiliki kesadaran yang tinggi terhadap hal-hal yang sedang disenangi umum (tren). Program yang sejalan dengan tren yang sedang

berkembang biasanya lebih menjamin keberhasilan. Namun sebaliknya, program yang tidak seirama dengan tren, besar kemungkinan akan gagal. mengikuti tren bukanlah faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan sebuah acara. Tetapi tren bisa digunakan sebagai petunjuk terhadap selera audien secara umum, sehingga sedikit banyak dapat memantau peningkatan *rating* acara.

Kualitas program berdasarkan penelitian yang terdahulu dapat dilihat dari aspek *content* atau isi dan aspek waktu atau penjadwalan. Selain aspek tersebut, menurut Darmanto (2009) ada beberapa aspek yang dapat dipakai untuk menilai kualitas siaran yaitu 1) Program, 2) Isi, 3) Penyiar, 4) Kualitas teknik teknologi, dan 5) tingkat apresiasi pendengar.

Berdasarkan pernyataan diatas mengenai kualitas program, banyak aspek yang menunjukkan kualitas program. Tetapi di dalam penelitian ini kualitas program ditunjukkan dari materi siaran, penyiar (*Announcer*), narasumber, dan daya pancar gelombang radio, hal ini dikarenakan berkaitan dengan program siaran yang menjadi obyek penelitian. Penelitian ini mengambil program siaran berupa *talk show*, jadi aspek yang digunakan untuk melihat kualitas program siaran menggunakan aspek- aspek tersebut diatas. Berikut adalah aspek yang digunakan dalam melihat kualitas program dalam penelitian ini :

a. Materi siaran

Yang dimaksud materi siaran disini adalah bahan yang didapatkan dari berbagai sumber baik dari internet, surat kabar maupun sumber-sumber lain yang dapat dijadikan bahan dalam membawakan program siaran. Dalam kaitannya dengan program yang diteliti dalam penelitian ini materi yang disampaikan berkaitan dengan bidang psikologi.

b. Penyiar (*Announcer*)

Untuk dapat diterima menjadi penyiar tidak cukup hanya memiliki modal suara yang mikroponis, tetapi juga pengetahuan luas dan kepribadian yang matang. Para petinggi radio siaran memiliki keyakinan, seorang penyiar tidak saja pandai mengolah kata di udara, tetapi perilakunya juga harus bisa diteladani masyarakat. *Announcer* adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada pendengar secara tetap dan reguler. Seseorang dapat menjadi penyiar radio melalui pertimbangan bahwa kualitas suara yang sesuai dengan

“tone yang diinginkan”, serta *announcing skill*. *Announcing skill* yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- 1) Komunikasi gagasan (*Communication of idea*)
- 2) Komunikasi kepribadian (*Communication of personality*)
- 3) Proyeksi kepribadian (*Projection of personality*), (kelincahan, keramahan, dan adaptasi)
- 4) Pengucapan (*Pronunciation*)
- 5) Kontrol suara (*Voice control*)

Selain dilihat dari kemampuan penyiar diatas, dalam penelitian ini penyiar dikategorikan lebih spesifik sesuai dengan program siaran yang diteliti yaitu berupa program *talk show*. Metode *talk show* yaitu *harmony, actual, responsible, leading, entertainment, dan yield*. Istilah tersebut dikenal dengan *talk show skill*, berupa kemampuan penyiar dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi: (1) mengambil keputusan, (2) menyusun topik dan pertanyaan dengan cepat, (3) memotong pembicaraan narasumber yang melenceng, (4) kemampuan melakukan kompromi dan meyakinkan narasumber, dan (5) memadukan kemasan program secara interaktif (Masduki, 2001). Menurut Olii (2007) penyiar untuk program *talk show* harus mempunyai kriteria tersendiri yaitu:

- 1) Berkarakter istimewa. Yakni positif, tenang, supel, ramah, mau mendengar dan menghargai pendapat orang lain, namun tegas dan berwibawa.
- 2) Menguasai masalah dan mengetahui apa yang sedang dibicarakan.
- 3) Artikulatif. Penyiar harus pandai berbicara dan mampu merumuskan pandangan yang mencuat selama berlangsungnya *talk show*.
- 4) Analitis dan mengetahui secara tepat aspek kontroversial pada persoalan yang sedang dibahas. Kontroversi bisa digunakan sebagai umpan yang menghangatkan jalannya diskusi yang berkembang. Disini penyiar sangat penting untuk dapat menguasai masalah yang dibicarakan. Ia harus mampu melontarkannya ke dalam diskusi, entah ditujukan kepada narasumber atau kepada penelpon.
- 5) Mampu menguasai jalannya *talk show*, selalu waspada agar diskusi tidak keluar

dari topik yang dibicarakan. Seorang penyiar harus berani memotong pembicaraan narasumber yang menjelaskan sesuatu terlalu panjang atau tidak relevan lagi dengan topik.

c. Narasumber

Yang dimaksud disini adalah orang yang memberi (mengetahui secara jelas atau menjadi sumber) informasi. Narasumber dalam penelitian ini harus disesuaikan dengan program siaran. Dalam hal ini program siaran Konseling merupakan program yang berhubungan dengan bidang psikologi. Untuk itu narasumber yang dihadirkan harus dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan bidang psikologi.

d. Daya pancaran gelombang radio

Yang dimaksud disini adalah melalui kemajuan teknologi yang semakin berkembang secara pesat dan canggih saat ini, diharapkan aspek pancaran siaran radio dapat diterima dengan baik di masyarakat. Jangan sampai audiens sebagai pendengar mengalami kesulitan untuk *tune in* pada frekuensi radio tertentu. Dengan banyaknya radio yang bermunculan diharapkan tidak mengganggu pancaran siaran radio antara frekuensi yang satu dengan yang lain sehingga tidak terjadi tumpang tindih yang mengganggu kejelasan siaran radio.

Melalui pernyataan diatas diharapkan media elektronik seperti radio dapat menyajikan program-program siaran yang berkualitas sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat dan juga dapat mewujudkan fungsi media. Radio harus memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi kepada masyarakat untuk memberikan informasi yang bermutu dan bermanfaat. Salah satu bentuk tanggung jawab radio sebagai media salah satunya ditunjukkan dengan memberikan program yang berkualitas bagi masyarakat.

Radio adalah media hiburan yang murah, dapat didengarkan di mana saja, dan tidak terikat waktu, dapat didengarkan sambil melakukan aktivitas sehari-hari, sehingga pendengar tidak merasa dibelenggu oleh apapun. Dari sini muncul interaksi yang baik antara radio, penyiar dan pendengar.

Pendengar adalah orang yang berniat mendengarkan. Dari dasar niat, orang ini mempunyai sikap simpati dan empati kepada sebuah objek yang mengesankan sehingga muncul rasa suka, cinta dan menarik hati. Pendengar muncul karena simpatinya pada

sebuah acara di radio. Simpati ini didasari beberapa unsur motivasi ketertarikan. Menurut Parto (2009), ketertarikan pendengar bisa karena jenis lagu, informasinya, suara penyiar, sikap penyiar, ataupun memang merasa kebutuhannya dapat dipenuhi oleh radio tersebut.

Lebih jauh Parto (2009) menggolongkan pendengar radio menjadi dua kelompok yaitu:

a. Pendengar aktif

Pendengar aktif adalah pendengar yang mempunyai keterlibatan langsung dengan acara. Artinya mereka mempunyai komunikasi langsung atau tidak langsung dengan penyiar radio. Misalnya interaksi aktif dalam *talkshow*, kirim salam melalui berbagai media, surat, SMS, telepon, Yahoo Messenger, Facebook, dan sebagai ajang *sillaturahmi* udara antar pendengar. Pendengar aktif juga dapat berperan serta ikut memonitor dan memberikan kritik demi perbaikan dan perkembangan siaran radio. Hal inilah yang sering disebut sebagai atensi atau bentuk rasa ikut memiliki.

b. Pendengar pasif

Yang dimaksud dengan pendengar pasif disini adalah pendengar yang hanya mendengarkan dan tidak berinteraksi secara langsung dengan penyiar. Radio dengan jangkauannya yang luas, tidak mengecilkkan peran pendengar pasif, karena mereka juga mempunyai rasa simpati pada radio yang didengarkannya. Pendengar pasif juga dapat dikatakan memiliki atensi Parto.

Ada sebuah ikatan moral yang terjalin antara pendengar dan penyiar, mereka saling membutuhkan. Pendengar membutuhkan penyiar sebagai orang yang menyuguhkan informasi, hiburan dan tidak mustahil juga mentransfer ilmu pengetahuan. Penyiar juga membutuhkan pendengar sebagai objek sasaran. Penyiar tanpa pendengar tidak berarti apa-apa. Setiap penyiar tentunya berusaha untuk mendapatkan pendengar sebanyak-banyaknya, kecuali penyiar yang sudah benar-benar faham dan tidak mempunyai gerak kreatif. Pendengar pun ingin mendapatkan kenyamanan dalam memperoleh hiburan, mencari sesuatu yang mempunyai nilai lebih dari sebuah program acara.

Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya untuk melakukan aktifitas seperti yang diinginkan komunikator. Pengetahuan mengenai sifat pendengar radio sangat penting bagi komunikator

yang hendak menyampaikan pesan menggunakan media radio. Menurut Rizki (2004) sifat atau karakteristik pendengar radio adalah sebagai berikut :

a. Heterogen

Pendengar radio adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat. Mereka berbeda dalam hal jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, juga taraf kebudayaannya. Selain itu mereka juga memiliki ketidaksamaan dalam pengalaman dan keinginan, tabiat dan kebiasaan, yang kesemuanya itu dapat menjadi dasar bagi komunikator media massa radio.

b. Pribadi

Karena pendengar berada dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat dan umumnya di rumah-rumah, maka sebuah pesan akan dapat diterima dan dimengerti kalau sifatnya pribadi (*personal*) sesuai dengan situasi dimana pendengar berada. Seolah-olah komunikator radio bertamu dan memberikan uraian kepada pendengar bagaikan seorang teman yang datang bertamu.

c. Aktif

Pada mulanya para ahli komunikasi mengira bahwa pendengar radio sifatnya pasif, ternyata tidaklah demikian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terbukti bahwa pendengar radio jauh dari pasif. Apabila mereka menjumpai sesuatu yang menarik dari sebuah stasiun radio, mereka aktif berpikir, melakukan interpretasi. Mereka bertanya-tanya pada diri sendiri, apakah yang diucapkan oleh penyiar itu benar atau salah.

d. Selektif

Pendengar radio sifatnya selektif. Ia dapat dan akan memilih program siaran radio yang disukainya. Begitu pula bila pendengar tidak menyukainya, maka akan segera mematikan atau menggantikannya dengan program siaran lain yang lebih menarik.

McQuail (1987) Karakteristik pendengar tersebut diatas merujuk kepada aktivitas pendengar. Aktivitas pendengar dapat diukur dengan merujuk pada pertanyaan-pertanyaan berikut :

- Sejauh mana selektivitas pendengar terhadap pesan-pesan komunikasi
- Kadar dan jenis motivasi pendengar yang menimbulkan penggunaan media
- Penolakan terhadap pengaruh yang tidak

- diinginkan
- d) Jenis dan jumlah tanggapan (*response*) yang diajukan pendengar media

Menurut Mc Quail, (1987) aktivitas pendengar ini sangat bergantung pada sejumlah faktor antara lain yang dapat dikelompokkan menjadi faktor individual, sosial dan media. Faktor individual dapat dilihat dari : 1) Jenis kelamin, 2) Umur, 3) Pendidikan, 4) Kepribadian, 5) dan tempat atau latar belakang siklus kehidupannya. Faktor sosial misalnya hubungan antara kelas sosial dengan konsumsi media. Faktor sosial diidentifikasi seperti status perkawinan, partisipasi mobilitas sosial, dan ukuran potensial interaksi. Faktor-faktor sosial tersebut kemudian akan menentukan bagaimana kebutuhan orientasi media, kondisi orientasi pendengar terhadap media, dan situasi sosial konsumsi media, yang semuanya itu mempengaruhi aktivitas pendengar. Faktor media, bisa dilihat dari perbedaan-perbedaan kompleksitas pesan, gaya pesan, dan variasi-variasi dalam isi pesan substantif.

Dalam kaitannya dengan penelitian disini, pendengar berdasarkan aktivitasnya dapat dilihat dari beberapa faktor tetapi peneliti hanya melihat dari faktor individu yaitu berdasarkan umur dan pendidikan. Faktor tersebut dapat mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Umur berpengaruh dalam aktivitasnya sebagai pendengar program siaran radio. Kedewasaan umur membuat pendengar dapat memahami dan merespon sebuah program siaran, selektif dalam memilih media, maupun menolak terhadap pengaruh-pengaruh yang ditimbulkan dari media. Semakin dewasa umur pendengar radio, maka mudah merespon maupun menerima informasi yang disampaikan. Sedangkan dari faktor pendidikan, kaitannya dengan penelitian ini adalah pendidikan merupakan tolak ukur untuk mengetahui kualitas sumber daya manusia karena pendidikan pendengar disini berhubungan dengan penerimaan informasi melalui media radio. Melalui pendidikan yang tinggi seseorang akan semakin mudah untuk memahami informasi maupun pesan-pesan yang disampaikan melalui program siaran yang disajikan.

#### ***Teori Uses and Gratification***

Untuk mengkaji persoalan yang diangkat dalam penelitian ini, maka landasan teori yang tepat untuk mengkaji yaitu melalui pendekatan lewat media. Pendekatan media yang dimaksud disini adalah dimana media selama ini menjadi

salah satu sumber informasi bagi masyarakat. Disamping memberikan informasi maupun hiburan, media juga mempunyai peranan penting di dalam proses pembangunan. Besarnya peranan yang ditimbulkan media tidak terlepas dari efek yang ditimbulkan dari media tersebut. Media juga mempunyai manfaat ataupun dampak yang ditimbulkan. Maka dalam penelitian ini pendekatan teori yang dapat mencakup elemen-elemen tersebut diatas yaitu teori *uses and gratification* atau teori manfaat dan gratifikasi.

Di dalam kehidupan bermedia baik di dalam maupun di luar media, seringkali cenderung beranggapan bahwa media “melakukan tindakan” kepada penonton, pendengar, dan pembacanya. Secara bawah sadar, sering kali kita terus menerus menerima model media jarum suntik atau sebutir peluru yang diarahkan kearah sasaran yang pasif. Akan tetapi, audien tidaklah selalu pasif. Dengan ungkapan lain asumsi teori ini mengatakan bahwa orang sebenarnya aktif membuat pilihan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Karena itu teori ini digunakan jika ingin mengetahui apa yang dilakukan oleh orang terhadap media (*what the people do with mass media*).

Teori penggunaan dan kepuasan ini menyatakan bahwa orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan cara berlangganan, membaca, menonton, atau mendengarkan media massa. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut orang lalu memilih, media apa yang hendak digunakan, kemudian juga memilih pesan apa (acara, rubrik, berita) yang hendak “dinikmati”. Tindakan memilih atau menggunakan tersebut dilakukan karena orang mengharapkan kepuasan atau terpenuhinya keinginan.

Warga masyarakat secara keseluruhan, bahkan setiap orang menggunakan media baik secara sadar (diakui secara jelas) atau tidak, dilakukan dengan berbagai alasan, motivasi, tujuan, sebab media bisa berfungsi menghibur, memberi informasi, menjual, mendidik, membekali aktualisasi diri dalam pergaulan, membentuk sikap dan perilaku (budaya). Dengan demikian, teori ini juga menegaskan, jika kebutuhan dan keinginan publik dapat diidentifikasi, maka media massa akan dapat secara lebih baik memenuhinya. Namun perlu disadari bahwa berdasarkan hasil penelitian menunjukkan, tidak mudah melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan publik.

Intinya dalam teori *uses and gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.

Teori *uses and gratifications* jika dikaitkan dengan penelitian ini merujuk kepada alasan mendengarkan radio atau motif apa yang mendorong seseorang dalam mendengarkan radio. Selain itu apakah pendengar sebagai konsumen media khususnya radio merasa puas setelah menggunakan media tersebut. Puas disini diartikan terpenuhinya kebutuhan informasi yang di dapatkan melalui media radio. Selain itu teori ini jika dikaitkan dengan penelitian ini akan menunjukkan asumsi sebagai berikut, jika seorang pendengar radio percaya program siaran Konseling di radio Trijaya dapat memberikan informasi seputar psikologi dan kemudian pendengar mempercayainya dan dapat menganalisa bahwa program tersebut telah memberikan informasi yang sangat menarik, maka dari hasil evaluasi tersebut pendengar akan mencari kepuasan dari kebutuhan akan informasi itu dengan cara mendengarkan setiap kali program siaran Konseling di radio Trijaya berlangsung. Sebaliknya, jika pendengar percaya bahwa program siaran Konseling di radio Trijaya memberikan pandangan tentang bidang psikologi yang kurang realistik maupun yang tidak sesuai dengan keinginan pendengar, maka pendengar tidak akan mendengarkan program siaran Konseling tersebut.

### Hipotesis

1. Diduga program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta efektif bagi pendengar aktif dan pendengar pasif yang ditunjukkan melalui intensitas pendengar dalam mendengarkan program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran radio, dan pemanfaatan program siaran radio.
2. Diduga efektivitas program siaran Konseling pada pendengar aktif dan pendengar pasif dipengaruhi oleh umur, pendidikan, materi siaran, penyiar (*Announcer*), narasumber, dan kekuatan daya pancaran gelombang radio.
  - a. Semakin dewasa umur pendengar radio maka intensitas dalam mendengarkan

program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, dan pemanfaatan program siaran akan semakin baik.

- b. Semakin baik pendidikan yang dimiliki pendengar radio maka intensitas dalam mendengarkan program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, dan pemanfaatan program siaran akan semakin baik.
- c. Semakin baik materi siaran yang disampaikan kepada pendengar radio maka intensitas dalam mendengarkan program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, dan pemanfaatan program siaran akan semakin baik.
- d. Semakin baik penyiar (*Announcer*) dalam membawakan program siaran maka intensitas dalam mendengarkan program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, dan pemanfaatan program siaran akan semakin baik.
- e. Semakin baik narasumber dalam memberikan informasi dan menyampaikan pesan kepada pendengar radio maka intensitas dalam mendengarkan program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, dan pemanfaatan program siaran akan semakin baik.
- f. Semakin jelas kekuatan daya pancaran gelombang radio maka intensitas dalam mendengarkan program siaran radio, tingkat pemahaman pendengar mengenai program siaran, dan pemanfaatan program siaran akan semakin baik.

### METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini sebagai responden adalah laki-laki maupun perempuan. Penentuan sampel pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta dilakukan secara *stratified random sampling* dengan cara mengelompokkan pendengar menjadi dua bagian yaitu pendengar aktif dan pendengar pasif. Kelompok pendengar aktif, berdasarkan data pendengar aktif yang secara intens menelepon dan SMS (*short message center*) dalam program siaran Konseling untuk wilayah kota Yogyakarta maka sebanyak 31 orang pendengar aktif diambil secara sensus yaitu seluruh pendengar aktif diwawancarai.

Sedangkan pendengar pasif dalam penelitian ini ditentukan dari hasil survei melalui pendengar aktif dengan cara menanyakan kepada responden di sekitar wilayah yang diteliti apakah terdapat pendengar siaran Konseling yang mendengarkan tetapi tidak melakukan interaktif secara langsung. Jumlah pendengar pasif akan diambil sama dengan pendengar aktif yaitu sebanyak 31 orang pendengar. Jadi total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 62 orang yang terdiri dari pendengar aktif sebanyak 31 orang dan pendengar pasif sebanyak 31 orang.

Untuk memperoleh data dan informasi yang lebih akurat guna melakukan kajian tindak lanjut dari pengelola atas hasil penelitian kuantitatif, maka peneliti mewawancarai informan kunci untuk penelitian ini yaitu para karyawan radio Trijaya Yogyakarta yang bertanggung jawab dalam proses pembuatan dan pelaksanaan program siaran Konseling. Informan dalam penelitian ini terdiri dari : *Station Manager* 1 orang, Produser 1 orang, Penyiar (*Announcer*) 1 orang, Narasumber 1 orang dan Teknisi 1 orang

Total informan dari pihak pengelola radio Trijaya Yogyakarta dalam penelitian ini sebanyak 5 orang. Penarikan informan di atas ditentukan secara *purposive*, karena jumlah informan tersebut di atas secara representatif dapat memberikan data dan informasi secara lengkap sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan berbagai cara, yaitu :

1. Teknik wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis atau kuesioner yang telah disiapkan. Data-data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara yaitu data seputar latar belakang pendengar dari segi umur dan pendidikan serta keaktifan maupun intensitas mereka dalam mengikuti program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, data yang diperoleh dipergunakan sebagai data primer.

2. Teknik Pencatatan

Yaitu mencatat data yang diperlukan serta ada hubungannya dengan penelitian ini baik yang berada di instansi maupun publikasi dari internet. Data-data yang diperoleh melalui teknik pencatatan adalah data pendengar aktif

dan pendengar pasif program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. data yang dikumpulkan disini adalah data-data pendengar program siaran Konseling yang secara aktif mengikuti program siaran tersebut, data yang diperoleh sebagai data sekunder.

3. Teknik *Focus Group Discussion* (FGD), yaitu pengumpulan data pada kelompok sasaran yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema berdasarkan hasil diskusi yang terpusat. Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk melihat keefektifan program siaran Konseling di masyarakat khususnya di DI Yogyakarta, dari hasil *survey* yang dilakukan dilapangan melalui kuesioner akan di dapat hasil yang berupa data yang menunjukkan keberhasilan program siaran Konseling di masyarakat apakah telah berjalan secara efektif atau tidak efektif. Dari hasil *survey* tersebut, maka melalui teknik *Focus Group Discussion* (FGD) ini program siaran Konseling dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak pengelola stasiun radio. Teknik pelaksanaan FGD dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- FGD dihadiri oleh pihak-pihak yang berkaitan dengan perencanaan program yaitu *station manager*, produser, sampai dengan pihak yang melaksanakan program yang terdiri dari penyiar (*Announcer*), narasumber dan teknisi;
- Peserta FGD selanjutnya saling memberikan informasi berdasarkan pengetahuan dan informasi yang mereka ketahui;
- Peneliti akan bertindak sebagai fasilitator yang memberikan pertanyaan-pertanyaan dan mengarahkan jalannya diskusi;
- Fasilitator tidak boleh mengarahkan jawaban dari para peserta diskusi atau informan, melainkan hanya memberikan stimulasi; Dari hasil diskusi ini diharapkan peserta (FGD) memahami bahwa berdasarkan hasil *survey* yang telah diketahui, diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk kelangsungan kedepan program siaran Konseling. Evaluasi ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas program-program baik yang telah dibuat maupun yang akan dibuat agar dapat menghasilkan

program yang baik dan dapat bermanfaat bagi masyarakat.

4. Wawancara mendalam (*indepth interview*)

Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai topik yang ingin diteliti (Bungin, 2004). Wawancara mendalam ini dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan informan telah ditetapkan dan dilakukan secara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara.

Untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang bersifat menggabungkan teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada yaitu wawancara dengan pendengar radio, teknik pencatatan, teknik *focus group discussion* (FGD) dan wawancara mendalam (*Indepth interview*).

Program siaran Konseling merupakan salah satu program *talk show* dalam bidang psikologi yang ada di radio Trijaya Yogyakarta. Program ini disiarkan dengan tujuan dapat memenuhi informasi para pendengar radio Trijaya khususnya dalam bidang psikologi. Masalah yang berkaitan dengan bidang psikologi sebagian besar pasti sering dialami oleh masyarakat pada umumnya. Untuk itu program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta mencoba untuk memberikan solusi atau pemecahan terhadap masalah-masalah yang dihadapi masyarakat melalui siaran Konseling.

Program siaran Konseling yang ada di radio Trijaya Yogyakarta pada awalnya bernama *Parenting Corner* yang kemudian diganti dengan *Parenting Talk* dengan alasan lebih spesifik dengan bahasan seputar orang tua dan anak. Tetapi melihat antusias dari pendengar program siaran yang ternyata tidak hanya dari kalangan orang tua tetapi dari kalangan remaja dan dewasa pun juga ada yang ikut aktif menanyakan seputar permasalahan mereka, maka pihak pengelola radio yaitu produser beserta *station manager* memutuskan untuk mengganti nama program siaran dalam bidang psikologi ini dengan nama Konseling agar lebih umum. Penggunaan nama “Konseling” dimaksudkan agar program tidak hanya dikhususkan untuk orang tua yang sudah memiliki anak tetapi untuk semua masyarakat yang mempunyai problematika dalam kehidupan sehari-hari dapat

ikut berpartisipasi dalam siaran ini.

Program siaran Konseling yang ada di radio Trijaya Yogyakarta berdurasi selama 1 jam. Siaran ini berlangsung setiap hari Selasa pada pukul 20.00-21.00. Pemilihan waktu di atas disesuaikan dengan aktivitas para pendengar yang diasumsikan bahwa pada jam-jam tersebut masyarakat sudah tidak melakukan aktivitas seperti bekerja dan lebih santai terlepas dari kegiatan sehari-hari. Waktu pada malam hari untuk *talk show* seperti program siaran Konseling dirasa sangat pas, jadi para pendengar radio dapat fokus mendengarkan siaran.

Selain dari segi pemilihan waktu, program siaran Konseling dalam hal ini dikemas secara santai dan tidak kaku meskipun tema yang diangkat merupakan problematika hidup masyarakat yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Program siaran Konseling dibawakan oleh seorang penyiar dan tiga orang narasumber. Penyiar disini dipilih berdasarkan kemampuannya dalam mengulas permasalahan khususnya dalam bidang psikologi. Setiap bulan selalu diadakan evaluasi penyiar dalam setiap program, hal ini dilakukan untuk mengantisipasi agar program ini tetap diminati pendengar, dan pendengar tidak merasa bosan atau jenuh dengan pembawaan yang dilakukan penyiar.

Tahap selanjutnya selain dari penyiar sebagai kunci dalam suatu program siaran, pemilihan topik dalam program siaran Konseling juga harus disesuaikan dengan permasalahan yang sedang terjadi (*up to date*). Proses pemilihan topik dilakukan melalui diskusi antara penyiar, produser, dan narasumber. Topik program siaran Konseling di radio Trijaya dalam satu bulan penyiaran ditentukan terlebih dahulu sebelum disiarkan. Pemilihan topik dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain, topik diambil dari pengalaman-pengalaman dan fenomena psikologi yang terjadi di masyarakat melalui narasumber, serta dari permintaan pendengar yang menginginkan masalah yang mereka alami untuk disiarkan, dan juga dari pengalaman-pengalaman permasalahan psikologi dari produser maupun penyiar. Topik yang akan diangkat tersebut sewaktu-waktu dapat diganti tergantung dengan permasalahan apa yang sedang terjadi di masyarakat.

**Tabel 1. Topik Program Siaran Konseling di Radio Trijaya Yogyakarta**

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>Topik Program Siaran Konseling</b> |
|---------------------------------------|

| Mei                                                                                                                                | Juni                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pobia</li> <li>• Hiperaktif Anak</li> <li>• Depresi</li> <li>• Pernikahan Siri</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Paranoid</li> <li>• Mencegah emosi yang berlebihan</li> <li>• Perselingkuhan</li> </ul> |

Sumber : Data program siaran Konseling, radio Trijaya, Yogyakarta, 2010

Tabel 1. menunjukkan bahwa topik program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta pada bulan Mei dan Juni tahun 2010 sebelum disiarkan topik ditentukan terlebih dahulu. Dari topik yang ada akan mengalami perubahan sewaktu-waktu dengan munculnya permasalahan baru yang sedang terjadi di masyarakat. Seperti topik pada bulan Mei yaitu Pernikahan Siri dan pada bulan Juni topik mengenai Facebook atau situs jejaring sosial yang tengah marak di kalangan masyarakat. Topik pernikahan siri pada bulan Mei diangkat karena maraknya pernikahan secara siri di kalangan masyarakat. Sedangkan pada bulan Juni topik yang diangkat adalah Facebook atau situs jejaring sosial, topik ini diangkat karena banyaknya kejadian orang hilang melalui situs pertemanan atau Facebook. Facebook menarik untuk diangkat karena permasalahan ini tengah ramai diperbincangkan oleh kalangan masyarakat terutama para orang tua yang resah dengan munculnya situs Facebook di internet.

Selain itu, ada topik yang disiarkan pada bulan Mei dan Juni. Seperti pada bulan Mei yang mengangkat topik mengenai masalah pobia atau ketakutan yang berlebihan dengan ketinggian, hiperaktif anak, dan depresi. Sedangkan pada bulan Juni yaitu paranoid, mencegah emosi yang berlebihan, dan perselingkuhan. Topik-topik tersebut ditentukan berdasarkan hasil diskusi antara produser, penyiar dan narasumber yang mengamati permasalahan apa yang sering terjadi di masyarakat khususnya dalam bidang psikologi. Keenam topik tersebut tidak mengalami perubahan seperti kedua topik yaitu Facebook dan Pernikahan Siri.

Hipotesis yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi efektivitas program Konseling dalam penelitian ini diduga bahwa efektivitas program dipengaruhi oleh umur, pendidikan, materi siaran, penyiar (*Announcer*), narasumber, dan kekuatan daya pancaran gelombang radio. Pengujian hipotesis ini menggunakan analisis regresi linear berganda

dengan menggunakan SPSS 16.0 *for Windows* dengan metode *backward*. Variabel dependen adalah Efektivitas program (Y) dan variabel independen adalah umur ( $X_1$ ), pendidikan ( $X_2$ ), materi siaran ( $X_3$ ), penyiar (*Announcer*) ( $X_4$ ), narasumber ( $X_5$ ), kekuatan daya pancaran gelombang radio ( $X_6$ ), tipe pendengar (D).

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa materi siaran, kulaitas penyiar dan tipe pendengar memiliki pengaruh yang positif dan nyata pada efektivitas program siaran Konseling. hal ini berarti bahwa semakin baik pendapat pendengar terkait ketiga aspek tersebut maka semakin efektif program siaran Konseling di kalangan pendengarnya. Sedangkan variabel umur dan tingkat pendidikan pendengar, serta kualitas narasumber dan kekuatan daya pancaran gelombang radio pengaruhnya tidak nyata pada efektivitas program Konseling di kalangan pendengar radio Trijaya.

Nilai koefisien determinasi regresi ( $R^2$ ) dari model akhir efektivitas program Konseling adalah sebesar 0,752 atau 75 % yang berarti variabilitas efektivitas dapat dijelaskan oleh variabel materi siaran ( $X_3$ ), penyiar (*Announcer*) ( $X_4$ ), dan tipe pendengar (D) sebesar 75% sedangkan sisanya sebesar 25% dijelaskan variabel lain di luar model.

Nilai  $F_{hitung} = 25,123$  dan  $F_{tabel} = 2,763$  dengan  $df = 0,05\%$ . Dengan demikian secara jelas bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga variabel materi siaran, penyiar (*Announcer*), dan tipe pendengar bersama-sama berpengaruh terhadap efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta.

Berdasarkan uji simultan dan uji parsial maka dapat disusun model efektivitas program siaran Konseling radio Trijaya Yogyakarta sebagai berikut :

Efektivitas Program Siaran =  $14,703 + 0,433$   
Materi siaran +  $0,348$  Penyiar  
(*Announcer*) +  $3,307$  Tipe Pendengar + e

Model efektivitas program untuk pendengar aktif (D/Tipe Pendengar = 1) adalah :

Efektivitas Program Siaran =  $18,010 + 0,433$   
Materi siaran +  $0,348$  Penyiar  
(*Announcer*) + e

Sedangkan model efektivitas program untuk pendengar pasif (D/Tipe Pendengar = 0) adalah:

Efektivitas Program Siaran =  $14,703 + 0,433$   
Materi siaran +  $0,348$  Penyiar

(*Announcer*) + e

Berdasarkan model regresi untuk pendengar aktif dan pasif diketahui bahwa variabel materi siaran dan variabel penyiar (*Announcer*) mempunyai nilai positif yaitu 0,433 dan 0,348. Hal ini menunjukkan, apabila materi siaran semakin baik dan kualitas penyiar (*Announcer*) juga semakin baik maka program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta akan semakin efektif. Perbedaan konstanta antara pendengar aktif dan pendengar pasif sebesar 3,307 menunjukkan bahwa efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta tanpa dipengaruhi oleh variabel materi siaran dan penyiar (*Announcer*) lebih efektif bagi pendengar aktif.

### Focus Group Discussion (FGD)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua metode pendekatan penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif penelitian dilakukan dengan survei terhadap pendengar program siaran Konseling sebagai responden. Sedangkan pendekatan kualitatif, penelitian dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pihak pengelola radio Trijaya Yogyakarta yang terdiri dari produser, penyiar (*Announcer*), *station manager*, narasumber, dan teknisi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Menurut pihak pengelola radio Trijaya Yogyakarta sebagai media yang menyiarkan program siaran Konseling, efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta dapat dilihat berdasarkan indikator apa saja :

Melalui diskusi peneliti memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada produser untuk menjawab pertanyaan pertama dalam FGD. Produser disini bertindak sebagai pembuat ide program siaran Konseling menurut produser, program siaran Konseling efektif apabila dilihat dari indikator yang terkait pendengar saja. Produser menganggap pendengar adalah kunci yang utama dalam melihat program siaran efektif atau tidak efektif dimata pendengar.

Berbeda dengan produser, penyiar (*Announcer*) yang membawakan program siaran Konseling mempunyai pendapat yang berbeda dalam menanggapi pertanyaan pertama dari peneliti. Menurut penyiar (*Announcer*) program siaran Konseling efektif

apabila dilihat dari indikator program, industri, dan pendengar.

Selain produser dan penyiar, *station manager* sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap seluruh program siaran yang ada di radio Trijaya Yogyakarta juga memiliki pendapat yang berbeda dalam menanggapi pertanyaan pertama dari peneliti. Menurut *station manager* efektivitas program siaran Konseling dapat ditunjukkan melalui 3 indikator dalam menilai program siaran efektif atau tidak efektif. ketiga indikator tersebut adalah segmen, pendengar, dan media sebagai mediator.

Pendapat dalam diskusi selanjutnya mengarah kepada narasumber yang merupakan pihak yang bekerjasama dengan radio Trijaya Yogyakarta. Narasumber program siaran Konseling ini berasal dari lembaga konsultan psikologi. Berdasarkan hasil FGD narasumber memiliki pendapat yang berbeda dalam menanggapi pertanyaan peneliti, menurut narasumber ada 3 indikator yang digunakan dalam mengukur efektivitas program siaran Konseling yang pertama adalah pendengar, kedua adalah pelaksana program, dan yang terakhir adalah industri.

Yang terakhir peneliti mengarahkan pertanyaan kepada teknisi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Dari pendapat teknisi jawaban untuk pertanyaan yang pertama tidak berbeda jauh dengan hasil jawaban dari penyiar (*Announcer*), dan narasumber.

Berdasarkan hasil FGD pada pertanyaan pertama dapat disimpulkan bahwa efektivitas program siaran Konseling dapat diukur berdasarkan 3 indikator yaitu pendengar, pelaksana program, dan industri. Seluruh peserta FGD sepakat bahwa ketiga indikator tersebut mampu untuk melihat apakah program siaran Konseling efektif atau tidak. Hasil diskusi disimpulkan secara bersama-sama dan disampaikan oleh *station manager* yang ditunjuk sebagai perwakilan dari pihak radio Trijaya Yogyakarta.

#### 2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta menurut pihak pengelola radio:

Pertanyaan yang kedua dalam FGD ini yang pertama di berikan kepada produser, menurut produser program siaran

Konseling radio Trijaya Yogyakarta ada beberapa faktor yang mempengaruhi program siaran Konseling. Faktor-faktor tersebut antara lain yaitu segmen pendengar, pemilihan waktu, penyajian materi, penyiar (*Announcer*), narasumber, dan teknis. Produser mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling berasal dari pihak pelaksana program siaran Konseling.

Pertanyaan kedua selanjutnya mengarah kepada penyiar (*Announcer*) program siaran Konseling. Penyiar mempunyai pandangan yang berbeda dalam menanggapi pertanyaan yang kedua ini. Menurut penyiar faktor yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling berasal dari materi siaran, penyiar (*Announcer*) narasumber, dan teknis.

Pendapat selanjutnya berasal dari station manager, menurut *station manager* ada beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling. Faktor tersebut antara lain biaya (*cost*), pelaksana program, waktu, dan narasumber.

Pertanyaan selanjutnya mengarah kepada narasumber, menurut narasumber ada 3 faktor saja yang paling berpengaruh terhadap efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Faktor tersebut antara lain materi siaran, penyiar, dan narasumber.

Sebelum membahas tentang kesimpulan pada pertanyaan kedua dalam FGD ini, pertanyaan terakhir disampaikan oleh teknisi yang dalam hal ini berkaitan sebagai pelaksana program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Menurut teknisi ada beberapa faktor yang mempengaruhi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta yaitu materi siaran, penyiar, narasumber, dan teknis.

Berdasarkan hasil FGD diatas dapat disimpulkan pertanyaan kedua yang membahas tentang faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Dari hasil diskusi dapat disimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. faktor-faktor tersebut antara lain yaitu materi siaran, segmen, penyiar (*Announcer*), narasumber, dan teknis.

Dari hasil FGD dengan pihak pengelola radio Trijaya Yogyakarta terdapat kesamaan pendapat mengenai indikator dalam melihat keefektifan program siaran Konseling serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil FGD menyatakan bahwa efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya dapat berjalan secara efektif ditunjukkan melalui pendengar, pelaksana program, dan sisi industri. Hal tersebut menunjukan antara hasil FGD dengan hasil penelitian berkaitan dan sama-sama melihat indikator efektivitas dari aspek-aspek tersebut. Selain itu hasil FGD dan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta terdapat kesamaan yang berarti ada keterkaitan dan hasil FGD mendukung hasil penelitian.

Berdasarkan temuan dalam penelitian, maka ada beberapa hal yang sangat penting untuk dibahas lebih lanjut, yaitu efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, efektivitas program siaran Konseling menurut pihak pengelola radio Trijaya Yogyakarta, dan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta menurut pihak pengelola radio.

#### **a. Efektivitas Program Menurut Pendengar**

Pada bagian ini sangat penting untuk dibahas, karena efektivitas suatu program siaran radio dalam hal ini mengacu kepada keberhasilan suatu program siaran. Program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta pada perjalanannya menunjukkan keberhasilan yang biasa-biasa saja. Hal tersebut sangat kontras dengan latar belakang program siaran Konseling yang bertujuan untuk membantu masyarakat di kota Yogyakarta dalam menyelesaikan permasalahan atau persoalan yang sering dihadapi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Program siaran Konseling merupakan program yang berkaitan dengan bidang psikologi. Bidang tersebut sangat erat kaitannya dengan masyarakat, akan tetapi pada perjalanannya antusias pendengar dalam program siaran Konseling ini menunjukkan pada level

yang biasa saja dan sangat berbeda jauh dengan antusias pendengar pada program siaran *talk show* lain yang ada di radio Trijaya Yogyakarta. Hal ini merupakan suatu problem yang menarik dibahas oleh peneliti, yang nantinya dapat memberi manfaat bagi institusi media Trijaya Yogyakarta.

Melalui hasil penelitian di lapangan kepada pendengar aktif dan pendengar pasif program siaran Konseling di radio Trijaya dapat diketahui seberapa efektif program siaran Konseling di radio Trijaya bagi masyarakat di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, diukur berdasarkan 3 indikator. Indikator efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta adalah sebagai berikut :

**b. Intensitas Pendengar dalam Mendengarkan Program Siaran Radio**

Intensitas pendengar dalam mendengarkan program siaran Konseling tervisualisasi dalam frekuensi perilaku keaktifan masyarakat dalam menikmati sajian program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendengar yang intens dalam mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta adalah berasal dari pendengar aktif, yaitu pendengar yang sering melakukan interaktif baik melalui telepon maupun SMS.

Pendengar aktif secara intens mengikuti program siaran Konseling di radio Trijaya dibandingkan dengan pendengar pasif, akan tetapi bukan berarti pendengar pasif tidak pernah mengikuti dan mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, hanya saja pendengar pasif program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta sama sekali tidak pernah melakukan interaktif baik melalui Telepon maupun SMS.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pendengar pasif, mereka mempunyai alasan mengapa tidak melakukan interaktif secara langsung. Ada

beberapa alasan yang dikemukakan mengapa pendengar pasif tidak melakukan interaktif antara lain yaitu karena faktor malu, para pendengar pasif menganggap masalah pribadi tidak perlu di *share* kan kepada orang-orang. Kemudian pendengar pasif cenderung lebih tertutup dalam mengungkapkan masalah pribadi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Alasan selanjutnya adalah masalah yang berhubungan dengan waktu. Jika pendengar aktif antusias dalam mengikuti program siaran Konseling dan meluangkan waktunya untuk mendengarkan program tersebut, berbeda dengan pendengar pasif yang mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta ketika memiliki waktu luang atau dalam kondisi tidak melakukan aktivitas. Selain itu intensitas pendengar pasif dalam mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya juga disesuaikan dengan kebutuhan mereka, ketika topik yang diangkat pada program siaran Konseling berhubungan dengan permasalahan yang tengah mereka hadapi maka para pendengar pasif akan mendengarkan dengan setia.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas menunjukkan bahwa pendengar aktif program siaran Konseling merupakan pendengar yang paling intens dalam mengikuti maupun mendengarkan program siaran Konseling. Hal ini disebabkan pendengar aktif memiliki waktu luang dalam mendengarkan program siaran Konseling dan mereka juga membutuhkan program siaran Konseling di radio Trijaya karena berhubungan dengan permasalahan pribadi mereka. Pendengar aktif cenderung lebih terbuka, sehingga mereka dapat secara langsung mengungkapkan permasalahan mereka tanpa ada perasaan malu. Intensitas pendengar dalam mendengarkan program siaran terjadi jika program tersebut mampu menarik mereka dengan informasi yang mereka butuhkan. Selain itu berdasarkan tingkat pendidikan, pendengar aktif memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan wawasan yang cukup luas sehingga mereka cukup kritis

dalam menanggapi materi-materi yang disajikan melalui program siaran Konseling.

Sedangkan karakteristik pendengar berdasarkan umur, pendengar aktif berumur 23-45 tahun yang menunjukkan bahwa usia tersebut merupakan usia produktif dibandingkan dengan umur pendengar pasif yang berumur diatas 45 tahun.

Melalui hasil penelitian di lapangan kepada pendengar aktif dan pendengar pasif dapat diketahui bahwa intensitas pada program siaran Konseling di radio Trijaya yang menunjukkan level biasa-biasa saja dibandingkan dengan program *talk show* lainnya, dikarenakan untuk program siaran *talk show* yang berkaitan dengan psikologi, tidak semua orang mau untuk mengutarakan permasalahan pribadi mereka di hadapan media secara langsung.

Melvin Defleur dalam Effendy (2003), mengetengahkan Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*). Teori ini dengan anggapan dasar bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Teori ini pula mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda dengan watak-watak perorangan anggota khalayak. Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul respon yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual tersebut.

Bleyer (Racmadi, 1994), mengatakan bahwa sebagai syarat suatu pesan yang baik adalah "*anything timely that interest a number of readers*". Dengan dasar inilah, institusi media seharusnya mampu memetakan dan mengklasifikasi khalayaknya sehingga program yang disajikan dapat membangkitkan ketertarikan individu agar memperoleh ruang dalam mengutarakan permasalahan pribadinya tanpa harus malu dan mengisolasi diri dalam permasalahannya.

Selain itu, faktor waktu juga mempengaruhi, dimana ketika pendengar memiliki waktu kosong mereka senantiasa mendengarkan, tetapi jika bertepatan

dengan aktivitas lain mereka cenderung tidak mendengarkan. Jadi ketidakintensifan yang ditunjukkan para pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya dalam berinteraktif bukan berarti program siaran Konseling tidak baik tetapi ada beberapa faktor yang menjadi alasan seperti yang telah dijelaskan di atas. Sehubungan dengan hasil temuan ini, maka efektivitas pesan media terhadap khalayak sangat berkaitan dengan kondisi waktu khalayak.

Oleh karena itu, seorang produser harus mempertimbangkan tentang waktu penayangan (*timing*), dalam membuat sebuah program siaran. Menurut Morissan, (2008), salah satu elemen keberhasilan suatu program siaran adalah faktor *timing*. Keharmonisan waktu yang tepat (*timing*) serta pembuatan program siaran yang tidak ketinggalan jaman tetapi juga tidak terlalu maju akan membuat program siaran tidak ditinggalkan oleh pendengarnya.

### c. Tingkat Pemahaman Pendengar Mengenai Program Siaran Radio

Pemahaman pendengar mengenai suatu program siaran di radio sangatlah penting, karena jika pendengar paham terhadap isi yang disampaikan melalui program tersebut berarti program tersebut telah efektif dalam menyampaikan informasi kepada pendengar.

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman pendengar baik pendengar aktif maupun pasif pada program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta menunjukkan bahwa pendengar aktif lebih memahami isi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Hal ini dikarenakan pendengar aktif lebih intens dalam mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta dan juga keaktifannya dalam interaktif secara langsung baik melalui telepon maupun SMS. Selain itu dari segi pendidikan, pendengar aktif memiliki pendidikan yang tinggi dibandingkan dengan pendidikan pendengar pasif.

Pemahaman pendengar aktif dalam mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya ditunjukkan juga melalui hasil wawancara pada saat

penelitian dilapangan, yang menunjukkan bahwa mereka mengerti isi keseluruhan dari program siaran Konseling mulai dari waktu penyiaran sampai dengan topik-topik yang disajikan.

Berdasarkan pemahaman pendengar aktif mengenai isi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, pendengar aktif mengatakan bahwa isi program siaran Konseling mudah untuk dipahami, mereka memahami isi program siaran Konseling yang menyiarkan tentang *talk show* yang berkaitan dengan psikologi. Selain itu menurut pendengar aktif isi yang terkandung dalam program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta sudah memenuhi kebutuhan informasi sesuai dengan keinginan mereka.

Selanjutnya dari aspek pemilihan waktu menurut pendengar aktif, waktu untuk program *talk show* mengenai psikologi sangat pas apabila disiarkan pada malam hari. Menurut mereka waktu tersebut merupakan waktu yang santai untuk mendengarkan radio karena sudah tidak terganggu oleh aktivitas-aktivitas pekerjaan.

Sedangkan hasil penelitian kepada pendengar pasif mengenai pemahaman mereka terhadap program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, pendengar pasif berada pada kategori cukup memahami program siaran Konseling. Pendengar pasif disini sebagian besar memahami program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta tetapi sebagian besar lainnya ada yang kurang memahami program siaran Konseling ini. Kondisi ini dikarenakan pendengar pasif tidak cukup intens dalam mendengarkan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, selain itu berdasarkan latarbelakang pendidikan pendengar pasif rata-rata berada pada tingkat SMU.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pendengar pasif yang mengatakan pemahaman mereka tentang program siaran Konseling sering terkendala pada materi program siaran yang berkaitan dengan psikologi, istilah-istilah dalam bidang psikologi yang terkadang membuat

para pendengar pasif ini merasa kurang dapat memahami.

Media apapun massa apapun, baik cetak maupun elektronik harus mampu mengetahui dan memahami kondisi khalayaknya, karena tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan dinyatakan para pakar komunikasi mengatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Oleh karena itu komunikator akan sukses dalam komunikasinya, kalau menyesuaikan komunikasinya dengan *the image* dari komunikan, yaitu memahami kepentingannya, kebutuhannya, kecakapannya, pengalamannya, kemampuan berpikir, dan sebagainya. Singkatnya, komunikator harus menjadi kesemestaan alam mental yang terdapat pada komunikan, yang oleh Prof. Hartley disebut "*the image of other*", (Effendy, 2003).

#### **d. Pemanfaatan Program Siaran Radio**

Pemanfaatan program siaran radio yang dimaksud adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya melalui program yang disajikan, dalam hal penambahan informasi dan pengetahuan. Berdasarkan hasil penelitian tampak bahwa pendengar aktif menilai program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta bermanfaat. Program siaran Konseling bagi para pendengar aktif dapat memberikan pengetahuan-pengetahuan baru khususnya di bidang psikologi. Selain itu program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta ini dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendengar aktif mengatakan bahwa informasi-informasi yang diberikan melalui program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta dapat bermanfaat dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan bagi pendengar pasif, program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta juga memberikan manfaat serta pengetahuan dalam bidang psikologi,

namun dalam penerapan informasi yang diberikan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari menurut pendengar pasif tergantung kepada informasi apa yang cocok atau pantas untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Jadi, pendengar pasif berusaha untuk memilah-milah informasi yang diberikan melalui program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, tidak semua informasi yang diberikan diterapkan dalam kehidupan mereka melainkan mereka menyaring informasi yang diberikan dan menerapkan mana yang dianggap pantas untuk mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu syarat isi pesan media massa adalah jarak (*proximity*). Faktor jauh dekatnya suatu pesan dari pendengar akan mempengaruhi nilai dan manfaat tersebut. Jadi faktor jarak atau kedekatan merupakan syarat yang harus diperhatikan oleh media (Barus, 1994). Dengan demikian pemanfaatan isi pesan oleh pendengar manakala pesan tersebut memiliki nilai apabila masyarakat mampu memanfaatkan isi program tersebut.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Program Siaran Konseling di Radio Trijaya Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis, faktor-faktor yang mempengaruhi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta adalah materi siaran, penyiar (*Announcer*), dan tipe pendengar yang terdiri dari pendengar aktif dan pendengar pasif. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik materi siaran yang disajikan kepada pendengar radio, semakin baik penyiar (*Announcer*) dalam membawakan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, serta semakin aktif pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta maka akan semakin efektif program siaran Konseling dimata pendengar. Sedangkan faktor-faktor seperti umur, pendidikan, narasumber, dan daya pancaran gelombang radio tidak berpengaruh nyata terhadap efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas, maka dalam hal ini radio Trijaya Yogyakarta sebagai pihak pengelola

media harus meningkatkan kualitas program siaran Konseling berdasarkan materi siaran, penyiar (*Announcer*), dan tipe pendengar. Berikut adalah pembahasan mengenai ketiga faktor yang mempengaruhi program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta:

#### a. Materi Siaran

Materi siaran dalam suatu program siaran radio merupakan salah satu bagian penting. Materi siaran yang baik adalah materi siaran yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pendengarnya. Menurut pendengar aktif, materi siaran yang disiarkan termasuk pada kategori baik. Pendengar aktif menilai secara keseluruhan materi yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam bidang psikologi atau kehidupan sehari-hari. Sedangkan menurut pendengar pasif, mereka berpendapat keaktualan topik yang disajikan cukup *up to date* dalam penyajiannya tetapi bagi pendengar pasif hal tersebut terkadang dengan keterbatasan pengalaman mereka belum mengetahui atau memahami sebelumnya, dengan mendengarkan program siaran Konseling mereka menjadi tahu informasi- informasi terbaru yang berkaitan dengan bidang psikologi.

Kualitas materi siaran pada program Konseling di radio Trijaya Yogyakarta secara keseluruhan cukup memenuhi kebutuhan pendengar baik pendengar aktif maupun pasif. Berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan untuk kualitas materi siaran yang disajikan melalui program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta tidak menemui permasalahan, tetapi peneliti menemukan permasalahan dari pihak pengelola radio. Hasil pengamatan peneliti selama mengikuti proses dibalik penyiaran program siaran Konseling yang pada umumnya penyiar dan narasumber telah menentukan dan mendiskusikannya paling tidak satu bulan sebelum hari siaran. Namun demikian pada perjalanannya materi siaran yang telah disusun sewaktu-waktu dapat berubah. Perubahan terjadi apabila ada topik yang sedang marak dibicarakan orang. Penyiar (*Announcer*) dan narasumber seketika itu akan mengganti materi siaran yang telah disusun dengan materi siaran yang sedang *booming*. Penyajian materi siaran secara *up to date* memang harus di kedepankan oleh media massa seperti radio, tetapi sebagai

media massa radio harus menjaga konsistensi. Konsistensi yang dimaksud disini adalah konsistensi mengenai penyajian materi siaran. Menurut Moriisan, (2008), sebuah program siaran harus konsisten terhadap tema dan karakter yang telah dibawa sejak awal. Dengan demikian, tidak boleh terjadi pembelokan atau penyimpangan tema di tengah jalan, yang akan membuat audien atau pendengar menjadi bingung dan akhirnya meninggalkan program tersebut. Jika hal ini terjadi akan membahayakan pihak pengelola radio Trijaya, karena inti dari sebuah program siaran adalah pendengar, jika pendengar merasa tertarik dengan topik yang diangkat pasti mereka dengan setia akan mendengarkan program tersebut tetapi jika pendengar merasa bingung dengan topik yang dibahas seketika itu juga pendengar akan meninggalkan program siaran dan mengganti saluran dari station radio lainnya.

#### **b. Penyiar (Announcer)**

Penyiar (*Announcer*) merupakan salah satu kunci dalam suatu program siaran radio, karena penyiar inilah yang membawakan program siaran radio dan yang bertugas membuat program siaran disukai oleh pendengar. Penyiar (*Announcer*) dapat dikatakan sebagai faktor utama yang mempengaruhi efektivitas program siaran radio. Dikatakan sebagai faktor yang paling utama karena sebaik apapun materi siaran yang disajikan tetapi jika tidak dibawakan secara menarik oleh penyiar (*Announcer*) maka materi siaran tersebut akan terkesan biasa saja. Program siaran radio akan berjalan secara efektif apabila penyiar (*Announcer*) mampu membawakan program siaran dengan baik sehingga dapat menarik para pendengar untuk mendengarkan program siaran.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, menurut pendengar aktif dan pendengar pasif program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta kualitas penyiar (*Announcer*) yang dimiliki radio Trijaya Yogyakarta cukup baik. Menurut Olii, (2007), sebagai penyiar radio yang membawakan program *talk show* tidaklah mudah dan ada beberapa kriteria yang harus diterapkan penyiar (*Announcer*) dalam hal misalnya:

##### **1) Berkarakter istimewa**

Yang dimaksud disini adalah

penyiar (*Announcer*) yang memiliki sifat positif, supel, ramah, mau mendengar dan menghargai pendapat orang lain, namun tegas dan berwibawa. Menurut pendengar aktif program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, penyiar (*Announcer*) program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta telah mampu menerapkan kesemuanya. Keramahan penyiar (*Announcer*) radio Trijaya Yogyakarta pada saat membawakan program siaran Konseling menurut pendengar aktif dan pasif sangat ramah dan *familiar* atau sangat kekeluargaan. Penyiar sangat supel dalam menjawab interaktif dari pendengar aktif dan mau mendengarkan dan menghargai pendapat dari pendengar aktif. Tetapi menurut pendengar pasif ada beberapa hal yang menjadi catatan penting bagi penyiar (*Announcer*) program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta mengenai permasalahan mengontrol pembicaraan yang dilakukan oleh penyiar (*Announcer*) kepada narasumber pada saat program siaran berlangsung. Pendengar pasif menilai, penyiar (*Announcer*) program siaran Konseling kurang tegas dalam memotong pembicaraan dari narasumber yang terlalu panjang dan sering keluar dari topik permasalahan. Pengemasan program siaran yang santai memang sangat baik dilakukan apalagi pada program *talk show* yang berkaitan dengan bidang psikologi, tetapi pembicaraan yang terlalu melebar dan tidak fokus serta canda tawa yang berlebihan yang dilakukan oleh narasumber dan penyiar (*Announcer*) dalam hal ini menurut pendengar pasif sedikit mengganggu. Berbeda dengan pendengar aktif, menurut pendengar aktif pembicaraan yang diselingi canda tawa yang dilakukan oleh penyiar (*Announcer*) dan narasumber tidak terlalu bermasalah justru bagi pendengar aktif hal tersebut memberikan hiburan tersendiri disela-sela mendengarkan topik yang serius yang sedang dibahas.

##### **2) Menguasai masalah dan tahu persis apa yang sedang dibicarakan**

Sebagai seorang penyiar

(*Announcer*) *talk show* sebelum siaran berlangsung penyiar harus mempersiapkan terlebih dahulu topik atau tema apa yang menjadi pembahasan dalam siaran. Penguasaan masalah oleh penyiar akan memudahkan penyiar dalam membawakan program siaran. Menurut pendengar aktif program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta, penyiar (*Announcer*) radio Trijaya Yogyakarta menguasai masalah dan mengetahui secara persis bahasan apa yang sedang dibicarakan.

Selain itu menurut pendengar aktif pengetahuan penyiar dalam bidang psikologi cukup luas sehingga memudahkan penyiar dalam menanggapi pertanyaan dari pendengar yang sedang berinteraktif maupun membalas pembicaraan yang dilontarkan narasumber yang berkaitan dengan bidang psikologi. Sedangkan menurut pendengar pasif, penyiar (*Announcer*) memang menguasai topik yang dibahas pada saat siaran berlangsung tetapi penyiar sering tidak menjelaskan istilah-istilah dalam bidang psikologi yang dilontarkan oleh narasumber.

Pendengar Trijaya untuk pendengar aktif sebagian besar memiliki pendidikan yang tinggi jadi mereka lebih cepat memahami istilah-istilah asing dalam bidang psikologi meskipun tanpa dijelaskan oleh penyiar. Berbeda dengan pendengar pasif yang memiliki pendidikan dibawah pendengar aktif, pendengar pasif sering mengalami kendala mengenai istilah-istilah dalam bidang psikologi yang terkadang tidak dijelaskan oleh penyiar (*Announcer*).

Sebagai catatan pada pembicaraan melalui *indepth interview* yang dilakukan oleh peneliti kepada penyiar (*Announcer*), disitu dikatakan bahwa penyiar berusaha untuk menjelaskan secara detail kepada pendengar tetapi jika pendengar merasa kurang jelas dengan bahasan yang disampaikan melalui *talk show* maka pendengar pasif dapat menanyakan melalui interaktif atau melalui pesan yang dapat dikirim lewat media-media yang disediakan oleh radio Trijaya Yogyakarta seperti *email*, *facebook*, dan

*yahoo messenger*. Ketidaktahuan pendengar pasif mengenai istilah-istilah dalam bidang psikologi dikarenakan pendengar pasif cenderung tertutup dan enggan untuk bertanya kepada penyiar secara langsung melalui interaktif pada saat siaran berlangsung.

### 3) Artikulatif

Yang dimaksud artikulatif dalam hal ini adalah penyiar (*Announcer*) harus pandai berbicara dan mampu merumuskan pandangan yang mencuat selama berlangsungnya *talk show*. Menurut pendengar aktif selama siaran Konseling berlangsung penyiar (*Announcer*) mampu untuk menanggapi pandangan-pandangan yang mencuat selama *talk show* berlangsung.

Di akhir siaran penyiar juga merumuskan hasil pembahasan selama *talk show* berlangsung dan hal tersebut membuktikan bahwa penyiar sudah menerapkan aspek artikulatif sebagai penyiar *talk show*. Berbeda dengan pendapat pendengar pasif, pendengar pasif menilai bahwa penyiar kurang tajam dalam menanggapi konflik-konflik permasalahan yang terjadi selama siaran berlangsung.

Dalam suatu program *talk show* konflik memang harus ada untuk menimbulkan suasana siaran yang lebih hidup dan menarik. Konflik yang dimaksud disini adalah konflik benturan kepentingan dan benturan karakter diantara tokoh-tokoh yang terlibat.

Menurut Morissan, (2008), tanpa adanya konflik, maka kecil kemungkinan program itu mampu menahan perhatian pendengar. Dalam program *talk show* elemen konflik tetap harus ada. Acara *talk show* yang menarik pendengar adalah acara dengan pembicara yang memiliki opini kuat namun bertentangan (konflik) dengan pembicaraan lainnya atau dengan pendengar sendiri. Berdasarkan hal tersebut radio Trijaya sebagai media yang memberikan informasi kepada pendengar harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengarnya.

Penyiar program siaran Konseling

di radio Trijaya Yogyakarta harus dapat membuat *talk show* lebih hidup dan lebih menarik lagi, tidak hanya sekedar menjadi mediator yang menghubungkan pendengar dengan narasumber serta hanya sebagai orang yang merumuskan hasil *talk show* diakhir acara saja, tetapi penyiar harus dapat menanggapi perkataan-perkataan yang dilontarkan oleh narasumber untuk dikomentari secara lebih tajam lagi.

**4) Analitis dan mengetahui secara tepat aspek kontroversial pada persoalan yang sedang dibahas**

Kontroversi dapat digunakan sebagai umpan yang menghangatkan jalannya diskusi yang berkembang. Di sini penting bagi penyiar bahwa penyiar harus dapat menguasai masalah yang dibicarakan. Ia harus mampu melontarkannya ke dalam diskusi, entah ditujukan kepada narasumber atau kepada penelpon atau pendengar. Seperti yang telah diungkapkan diatas penyiar program siaran Konseling perlu lebih tajam lagi dalam mengulas permasalahan yang sedang marak tengah terjadi di masyarakat.

Menurut pengamatan peneliti selama mengikuti jalannya siaran program Konseling di studio Trijaya Yogyakarta, peneliti dapat melihat bahwa penyiar kurang aktif dalam membahas permasalahan dengan tema yang sedang marak. Salah satu contoh tema yang diangkat pada saat itu yang sedang marak terjadi di masyarakat adalah mengenai pernikahan siri, tetapi jalannya *talk show* yang pada saat itu terkesan biasa saja dan seolah-olah masalah pernikahan siri di kalangan masyarakat merupakan hal yang wajar.

Dalam hal ini penyiar kurang dapat membuat tema ini menjadi kontroversi dan menarik untuk dibahas lebih lanjut. Hal-hal inilah yang perlu dicermati penyiar program siaran Konseling untuk membuat program siaran *talk show* ini menjadi lebih hidup dan menarik sehingga tidak ditinggalkan oleh pendengarnya.

**5) Mampu menguasai jalannya *talk show***

Seperti yang dikemukakan pendengar pasif diatas bahwa penyiar

sering keluar dari topik permasalahan serta kurang berani dalam memotong pembicaraan narasumber yang terlalu panjang sehingga terkesan kurang tegas. Peneliti dalam hal ini tidak hanya melihat pendapat dari pendengar saja tetapi juga melakukan observasi secara langsung bagaimana penyiar dalam membawakan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta. Melalui pengamatan selama berlangsungnya siaran, penyiar sering terbawa alur narasumber yang sering keluar dari konteks pembicaraan dan pembicaraan yang melebar disertai canda tawa dari narasumber. Bagi pendengar aktif hal tersebut tidak terlalu dipermasalahkan karena menganggap hal tersebut merupakan selingan agar program siaran tidak serius dan lebih santai, tetapi bagi pendengar pasif hal tersebut dapat mengganggu konsentrasi mereka ketika mereka sedang serius mendengarkan program siaran Konseling. Sebagai media massa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengarnya radio Trijaya harus bersikap netral dalam menghadapi permasalahan ini. Radio Trijaya seharusnya mengevaluasi penyiar agar lebih fokus dalam membawakan program siaran Konseling dan mampu menguasai jalannya siaran. Penyiar disini adalah orang yang memimpin jalannya siaran oleh karena itu dirasakan perlu lebih tegas dalam memotong pembicaraan narasumber yang terlalu panjang serta berani mengembalikan topik pembicaraan yang melebar kembali ke topik semula, bukan malah ikut terbawa arus narasumber yang semakin lama pembicaraannya semakin melebar.

**c. Tipe Pendengar**

Berdasarkan hasil penelitian, faktor terakhir yang mempengaruhi efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta adalah tipe pendengar. Tipe pendengar dalam penelitian ini terdiri dari pendengar aktif dan pendengar pasif. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, serta tergerak hatinya untuk melakukan aktivitas seperti yang diinginkan komunikator.

Pengetahuan mengenai sifat pendengar radio sangat penting bagi komunikatoryanghendak menyampaikan pesan menggunakan media radio. Menurut Rizki (2004), Pendengar radio mempunyai sifat atau karakteristik tersendiri, yaitu :

### 1. Heterogen

Pendengar radio adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat. Mereka berbeda dalam hal jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, juga taraf kebudayaannya. Selain itu mereka juga memiliki ketidaksamaan dalam pengalaman dan keinginan, tabiat dan kebiasaan, yang kesemuanya itu dapat menjadi dasar bagi komunikator media massa radio.

Berdasarkan hasil survei peneliti dilapangan, pendengar aktif maupun pendengar pasif radio Trijaya di kota Yogyakarta bersifat heterogen dan terpencar-pencar. Kebanyakan pendengar program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta berjenis kelamin laki-laki, dan pendengar yang berjenis kelamin laki-laki cenderung lebih aktif untuk berinteraktif melalui telepon secara langsung pada saat siaran. Sedangkan untuk pendengar berjenis kelamin perempuan kebanyakan bersifat pasif dan hanya mendengarkan saja, tetapi ada juga pendengar berjenis kelamin perempuan yang aktif berinteraktif tetapi hanya melalui SMS dan tidak secara langsung mengutarakan permasalahan mereka melalui telepon. Hal ini membuktikan bahwa pendengar pasif lebih cenderung tertutup dalam mengungkapkan permasalahan dikarenakan kebanyakan pendengar pasif berjenis kelamin perempuan. Perempuan biasanya cenderung malu, berbeda dengan pendengar laki-laki yang lebih terbuka dan lebih berani dalam mengungkapkan permasalahan mereka ke media.

### 2. Pribadi

Pendengar dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat dan umumnya berada di rumah-rumah, maka sebuah pesan akan dapat diterima dan dimengerti kalau sifatnya pribadi (personal) sesuai dengan situasi

dimana pendengar berada.

Melalui program siaran Konseling pendengar dapat mendengarkan program siaran secara personal mengingat program Konseling berhubungan dengan masalah sehari-hari, pendengar tidak perlu takut atau malu sewaktu mendengar program tersebut. Melalui radio seolah-olah komunikator radio bertemu dan memberikan uraian kepada pendengar bagaikan seorang teman yang datang bertemu.

### 3. Aktif

Pada mulanya para ahli komunikasi mengira bahwa pendengar radio sifatnya pasif, ternyata tidaklah demikian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terbukti bahwa pendengar radio jauh dari pasif. Apabila mereka menjumpai sesuatu yang menarik dari sebuah stasiun radio, mereka aktif berpikir, melakukan interpretasi. Mereka bertanya-tanya pada diri sendiri, apakah yang diucapkan oleh penyiar itu benar atau salah.

Melalui hasil survei dilapangan program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta lebih cocok bagi pendengar yang relatif muda usianya, karena pendengar golongan ini memiliki ketertarikan yang lebih dengan program siaran Konseling, ketertarikan pendengar aktif terhadap program siaran Konseling membuat pendengar aktif lebih kritis dan lebih aktif dalam mengomentari setiap permasalahan yang dibahas melalui interaktif secara langsung melalui telepon pada saat siaran Konseling berlangsung.

### 4. Selektif

Pendengar radio sifatnya selektif. Ia dapat dan akan memilih program siaran radio yang disukainya. Begitu pula bila pendengar tidak menyukainya, maka akan segera mematikan atau menggantikannya dengan program siaran lain yang lebih menarik.

Menurut hasil survei di lapangan, pendengar radio yang mempunyai sifat selektif adalah pendengar pasif. Pendengar pasif lebih selektif dalam memilih program siaran. Jika topik yang disajikan dalam program siaran

Konseling di radio Trijaya Yogyakarta kurang menarik, pendengar pasif cenderung akan meninggalkan dan berpindah ke station radio lain. Selain itu pendengar pasif juga memilah-milah solusi yang diberikan narasumber dalam menyelesaikan permasalahan yang di hadapi pendengar. menurut pendengar pasif apabila solusi tersebut bermanfaat bagi mereka maka solusi dari narasumber tersebut akan diterapkan di dalam kehidupannya sehari-hari.

### SIMPULAN

1. Program siaran Konseling efektif bagi pendengar aktif radio Trijaya Yogyakarta. Efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya Yogyakarta di kalangan pendengar aktif lebih tinggi dibanding pendengar pasif karena mereka lebih sering berinteraksi dan berdiskusi apabila kurang memahami materi siaran sehingga pada akhirnya pendengar aktif lebih paham akan isi program dan mengambil keuntungan atau manfaat yang lebih banyak.
2. Pendengar pasif tidak melakukan interaktif karena memiliki hambatan pandangan nilai sosial yang memahami bahwa kehidupan pribadi tidak perlu diumbar ke publik walaupun melalui radio. Program siaran Konseling di kalangan pendengar pasif tetap dikatakan memiliki manfaat dan efektif untuk meningkatkan pengetahuan kalangan pendengar.
3. Ada 3 faktor yang berpengaruh nyata terhadap efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya dapat ditingkatkan secara signifikan apabila, materi siaran dan kualitas penyiar dapat ditingkatkan. Pendengar aktif akan memperoleh manfaat peningkatan maupun praktek kehidupannya dari program siaran Konseling dibanding pendengar pasif.
4. Keharmonisan waktu yang tepat (*timing*) dalam menyajikan suatu program siaran akan membuat pendengar tidak meninggalkan program siaran tersebut.
5. Materi siaran menjadi salah satu alasan pendengar untuk mendengarkan program siaran untuk itu materi siaran perlu memasukan unsur kekinian atau *up to date*, agar pendengar dapat memperoleh informasi-informasi terbaru.
6. Kunci utama keefektifan sebuah program siaran dapat dilihat berdasarkan pendengarnya. Pendengar dapat menjadi tolak ukur untuk melihat program berjalan secara efektif.
7. Selain pendengar faktor yang menentukan keberhasilan suatu program siara adalah pelaksanaan program yaitu produser, penyiar, teknisi, dan *station manager*.
8. Penyiar harus mempunyai wawasan dan informasi yang cukup luas serta mampu bersikap tegas dalam membawakan program siaran *talk show*.
9. Pihak pengelola radio sebagai pelaksana program merupakan faktor penting dalam menunjang suksesnya suatu program siaran, karena keberlangsungan suatu institusi radio ditentukan pula oleh program siaran yang sukses. Program siaran yang efektif akan menarik para pelaku bisnis untuk mengiklankan produk maupun jasa mereka di radio.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustini. 2007. *Efektivitas Isi Program Siaran Pendidikan dan Kebudayaan di PRO 4 RRI*. <http://www.tiniwirkam.blogspot.com/2007/04/efektivitas-isi-program-siaran.pdf> Diakses pada tanggal 20 Februari 2010, pukul 20.00.
- Arikunto, Suharsimi dan Jabar, C.S abdul, 2004. *Evaluasi Program Pendidikan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Bryant, Caroline G. White, 1993. *Manajemen Pembangunan untuk Negara Berkembang*, LP3ES, Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2007. *Sosiologi Komunikasi*, Fajar Interpretama Offset, Jakarta.
- Darmanto.2009.Menyoal Kualitas Siaran Radio di Yogyakarta. <http://www.cetakkompas.com/read/2009/09/29/03552252/menyoalkualitas.siaranradio.html>. Diakses pada tanggal 9 April 2010 pukul 19.00.
- Dominick, Joseph R.1990. *The Dynamics of Mass Communication* Mc Graw. Hill Publishing Company, New York.
- Dunn, William N., 1998. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi Kedua*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Dwipayana Sabeh, I Gede Eka, 2004. *Kebijakan Programming Pada Radio Network (Studi Kasus Pada Trijaya Network dalam Pemeliharaan Mutu Program)*. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi. Fisipol.

- Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Effendi, Onong Uchjana, 2008. *Dinamika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- , 1978. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- John Echols dan Shadily, 1989. *Kamus Bahasa Inggris Indonesia*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Fisher G. Andrey, 1990. *Teori-teori Komunikasi* (terjemahan Soeyono Trimio, MLS) Remaja Karya, Bandung.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan ke-4, Semarang: BP-Undip.
- Ginting Munthe, Muryanto. 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Gomes, Faustino Cardoso, 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Andi offset, Yogyakarta.
- Imroatussolihah, 2004. *Efektivitas Siaran Pedesaan RRI Cabang Madya Yogyakarta*, Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fisipol, Universitas gadjah mada, Yogyakarta.
- Isbandiyah, HS, 1994. *Laporan Penelitian Monitoring Umpan Balik Dan Efektivitas Program Radio*, Fisipol, Universitas gadjah mada, Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Fajar Interpretama Offset, Jakarta.
- Moleong, L.J., 2005. "Metodologi Peneletian Kualitatif", PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Masduki, 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. LKiS, Yogyakarta.
- Melkote, Srivinas R, 1991. *Communication For Development In The Third and Practice*, Sage Publications, New Delhi.
- Mc Ouail, Dennis, 1987. *Teori Komunikasi Massa Ed. 2*, Erlangga, Jakarta.
- Moenir, H.A.S., 1992. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Kencana*, Jakarta.
- Nazir, Mohamad, 1988. *Metode Penelitian*, Cet.3, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Olii, Helena. 2007. *Berita dan Informasi: Jurnalistik Radio*. Indeks, Jakarta. Parto. 2009. *Tinjauan Pragmatis Antara Pendengar dan Penyiar*. <http://www.adiprakosa.blog.com./2008/07/pendengar-penyiar.html>. Diakses pada tanggal 29 Desember 2009, pukul 21.00.
- Rahardian Tito, Rizki, 2009. *Program Talk Show Money Management di Radio Trijaya FM Yogyakarta*. Tugas Akhir, Fisipol UNS, Surakarta.
- Rahmat, Jalaludin, 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rogers, M. Everett, 1985. *Komunikasi dan Pembangunan Perspektif Kritis*, LP3ES, Jakarta.
- Saydam, Gaouzali, 1997. *Kamus Istilah Kepegawaian*. Pustaka Sinar Harapan.
- Singarimbun, Masri, 1984. *Pedoman Praktis Membuat Usulan Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Singarimbun, Masri, 1995. *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta.
- Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, 2003. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, Wadsworth, USA.
- Sugiyono, 1994. *Metode Penelitian Administrasi*, ALFABETA, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2008. *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum*, Cetakan Pertama, Global Media Informasi. Yogyakarta.
- Suryabrata, S. 2005. *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*, ANDI, Yogyakarta.
- Wiryanto, 2000. *Teori Komunikasi Massa*, PT. Grassindo, Jakarta.