

Penerimaan Sobat Swameka Terhadap Program Radio OMA (Obrolan Malam) Milik Radio Swara Menara Kasih (101.1 FM) Nabire, Papua

Inge Averina, Ido Prijana Hadi, & Daniel Budiana

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

inge.averina@gmail.com

Abstrak

Radio Swameka memiliki program favorit pendengarnya yaitu program OMA. Program OMA mengangkat materi yang diangkat dari masalah kehidupan yang sering terjadi pada manusia dengan tujuan menjawab kebutuhan pendengar. Penerimaan mengenai program OMA tentu berbeda-beda berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang informan miliki. Penerimaan program OMA yang dibahas dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek seperti materi renungan, kompetensi penyiar, lagu/musik, kompetensi narasumber dan materi sebagai rujukan kehidupan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan wawancara mendalam. Metode yang digunakan adalah analisis penerimaan. Informan dari penelitian ini adalah pendengar program OMA berusia 40-70 tahun berdasarkan persepsi dan pengalaman mereka tentang program OMA.

Dalam aspek materi renungan terdapat penerimaan *dominant* karena materi yang disampaikan sudah sesuai dengan kehidupan, dan *negotiated* karena perbedaan latar belakang agama. Kedua penerimaan tersebut ada karena dipengaruhi *frame of reference* yang berbeda. Aspek kompetensi penyiar memiliki penerimaan *negotiated* karena penyiarnya masih dilihat lebih banyak interaksi dengan narasumber daripada pendengar. Berikutnya, aspek lagu / musik memiliki penerimaan *negotiated* karena adanya perbedaan *frame of reference* dan kurangnya kepuasan terhadap pemilihan lagu. Pada aspek kompetensi narasumber terdapat penerimaan *dominant* karena dari berbagai latar belakang narasumber yang diundang, mereka sudah sesuai dengan tema atau topik yang diangkat pada hari tersebut. Dalam aspek materi sebagai rujukan kehidupan sendiri memiliki penerimaan *dominant* karena materi yang disampaikan dapat dijadikan pedoman kehidupan untuk menghadapi suatu masalah. Penerimaan para informan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *field of experience* dan *frame of reference*.

Kata Kunci: Analisis Penerimaan, Radio Swameka, Program OMA

Pendahuluan

Radio menjadi media massa yang mempunyai karakteristik dan memiliki kemampuan dalam menarik perhatian khalayaknya secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*) (Elvinaro, 2004, p. 39). Peranan radio sebagai media penyiaran dewasa ini dipandang semakin penting sejalan

dengan semakin banyaknya peminat media elektronik tersebut. radio dapat berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan.

Media radio dianggap memiliki kekuasaan yang begitu hebat, hal ini disebabkan oleh tiga faktor, yakni: *pertama*, radio siaran sifatnya adalah langsung. *Kedua*, radio siaran tidak mengenal jarak dan waktu. *Ketiga*, radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat (Effendy, 1981, p. 140-141). Saat ini radio masih terkenal di masyarakat dengan mempunyai khalayak yang spesifik karena kemampuannya menciptakan “*theatre of the mind*” dalam pikiran pendengarnya. Dengan kemajuan teknologi media, radio sekarang telah menggunakan satelit dan internet (*radio web*) yang memungkinkan orang dapat mendengarkan radio dari berbagai situasi dan kondisi, walau berada di negara yang berbeda dengan tepat radio tersebut berada (Bungin, 2007). Media radio yang sifatnya khusus sebagai *media audio* (media dengar), mempunyai kelebihan yaitu pesan yang disampaikan komunikator (penyiar) dapat diolah menjadi sebuah kisah yang dipadukan dengan musik ilustrasi (*background*) serta efek suara (*sound effect*) yang mendramatisir kisah tersebut (Elvinaro, 2004, p. 40).

Radio komunitas merupakan lembaga layanan nirlaba yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi. Tujuannya adalah untuk melayani dan memberikan manfaat kepada komunitas dimana lembaga penyiaran tersebut berada (Estrada, 2001, p. 3). Radio Swara Menara Kasih (Swameka) sendiri dapat dibilang sebagai radio komunitas karena tergabung dalam pelayanan Yayasan Pesat (Pelayanan Desa Terpadu) terhadap siaran radio di Nabire, Papua. Radio Swameka merupakan satu-satunya radio yang berbasis Kristen di Nabire. Mengudara pertama kali di Nabire, Papua pada pertengahan tahun 2001 dan sudah mendapatkan ijin tertulis dari Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia pada 29 Juli 2010.

Pendengar dari Radio Swameka disebut Sobat Swameka. Pada program OMA, Sobat Swameka merupakan pendengar yang interaktif karena mereka memiliki *group* Whatsapp yang aktif saat siaran *on air* program tersebut. Sehingga, Sobat Swameka dapat memberikan pertanyaan, pernyataan, *request* lagu rohani yang sesuai tema, atau bahkan sekadar bertegur sapa.

Sementara itu, peneliti menemukan sebuah penelitian oleh Afifah Nur Farida (2019) dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Program “Salah Sambung” di Gen FM Surabaya”. Penelitian ini mendeskripsikan pemahaman khalayak tentang program acara “Salah Sambung” radio Gen FM Surabaya, serta untuk mendeskripsikan pemaknaan khalayak tentang salah satu program acara “Salah Sambung” yang ada di radio Gen FM Surabaya. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang hendak peneliti lakukan adalah program radio sebagai media subjek penelitian dan metode penelitian yaitu analisis penerimaan. Perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya, di mana peneliti hendak meneliti program radio “OMA” milik Radio Swameka Papua. Sedangkan, penelitian terdahulu meneliti program radio “Salah Sambung” milik radio Gen FM Surabaya.

Penelitian ini akan berfokus pada penerimaan pendengar yang akrab dipanggil Sobat Swameka terhadap program radio OMA (Obrolan Malam) milik Radio Swara Menara Kasih (101.1 FM) Nabire, Papua. Melalui program siaran ini, peneliti ingin melihat bagaimana audiens atau pendengar program tersebut memaknai pesan yang disampaikan penyiar dalam lingkungan daerah Nabire. Melihat bahwa Radio Swameka adalah radio berbasis agama Kristen satu-satunya di daerah tersebut.

Komunikasi massa memiliki dua pandangan arus besar (*mainstream*) yang menjadi studi khalayak, yaitu khalayak sebagai audiens pasif yang memiliki arti individu hanya bereaksi pada apa yang mereka lihat dan dengar dalam media. Khalayak tidak ambil bagian dalam diskusi-diskusi publik. Karena hal itu, khalayak merupakan sasaran media massa.

Selanjutnya adalah khalayak merupakan partisipan aktif dalam publik. Publik merupakan kelompok orang yang terbentuk atas isu tertentu dan aktif mengambil bagian dalam diskusi atas isu-isu yang mengemuka (Hadi, 2009, p. 2). Dalam penelitian ini, khalayak bersifat aktif dalam memaknai pesan yang disampaikan penyiar melalui program radio.

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode penelitian *reception analysis* di mana khalayak sebagai individu yang aktif menciptakan makna berdasarkan latar belakangnya masing-masing. Peneliti tertarik mengetahui bagaimana penerimaan pesan yang timbul oleh pendengar. Karena, khalayak bukan hanya menerima pesan, tetapi juga memiliki penafsiran atau pemaknaan akan pesan yang disampaikan.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pendengar yang berasal dari berbagai latar belakang menerima dan memaknai pesan dari program radio OMA (Obrolan Malam) milik Radio Swameka (101.1 FM) Nabire, Papua. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana pendengar akan menginterpretasikan isi pesan yang disampaikan oleh penyiar yang masuk ke dalam indera telinga melalui jalan berpikir setiap individu yang berbeda-beda. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui *in-depth interview* untuk memperoleh reaksi penerimaan (pemahaman dan interpretasi) audiens dalam hal ini adalah Sobat Swameka dalam menerima pesan dari program radio OMA (Obrolan Malam) milik Radio Swara Menara Kasih (101.1 FM) Nabire, Papua.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana Penerimaan Sobat Swameka Terhadap Program Radio OMA (Obrolan Malam) Milik Radio Swara Menara Kasih (101.1 FM) Nabire, Papua?”

Tinjauan Pustaka

Teori Penerimaan

Analisis resepsi mempunyai berbagai pemaknaan dan pemahaman yang penuh. Penelitian ini dilakukan untuk memfokuskan pada produksi, teks, dan konteks (Hadi, 2009, p. 4). Khalayak dilihat sebagai bagian *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekadar menjadi individu yang pasif dengan hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail, 1997, p. 19). Menurut Hall (1974), “makna yang dimaksud diciptakan atau dikodekan ke dalam konten simbolis dengan cara terbuka maupun tertutup dan sulit untuk dihindari oleh penerima (*encoding*). Tetapi, penerima bisa bebas memaknai pesan tersebut sesuai pengalaman dan pandangan masing-masing (*decoding*)” (dalam McQuail, 2011, p. 80). Dalam penelitian *reception analysis*, ada tiga kriteria informan yang mendukung penelitian khalayak ini (Baran, 2010, p. 270), yaitu:

- a. *Dominant*: khalayak menerima pesan yang dibuat dan disampaikan oleh media,
- b. *Negotiated*: khalayak menerima pesan yang dibuat dan disampaikan oleh media namun masih bernegosiasi dengan pesan yang disampaikan oleh media karena khalayak masih memilih mana yang baik dan mana yang buruk,
- c. *Oppositional*: khalayak menolak pesan yang dibuat dan disampaikan oleh media.

Radio Komunitas

Radio komunitas adalah lembaga layanan nirlaba yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi. Tujuannya adalah untuk melayani dan memberikan manfaat kepada komunitas dimana lembaga penyiaran tersebut berada (Estrada, 2001, p. 3). Radio Komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan atau radio alternatif, menurut Effendi Gazali, radio komunitas adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervise yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani komunitas tertentu saja dan (karenanya) memiliki daerah jangkauan yang terbatas (Gazali, 2002, p. 72).

Program *Talkshow*

Menurut Morissan (2005, p. 222), gelar wicara atau *talkshow* merupakan program yang dipandu host dan mengundang narasumber untuk membahas suatu topik. Mereka yang menjadi narasumber adalah orang-orang yang memiliki nilai berita atau mempunyai pengalaman langsung dengan peristiwa yang sedang dibahas. Tema yang diangkat sangat beragam seperti masalah sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, politik, olahraga dan isu-isu hangat dalam masyarakat.

Penyiar *talkshow* juga perlu memperhatikan ABC yaitu *Accuracy* (akurasi), *Balance* (berimbang), dan *Clarity* (kejelasan) sehingga dapat tercipta *Credibility* (kredibilitas). Kredibilitas ini menyangkut banyak pihak, yaitu penyiar, narasumber, dan terutama stasiun radio sebagai penyelenggara penyiaran. Maka, penyiar *talkshow* sebaiknya bersikap ramah dan memiliki *sense of humor* yang baik untuk mencairkan suasana “beku” dengan narasumber maupun audiens.

Menurut Fred Wibowo dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Fisip Unmul, Samarinda, ada beberapa jenis program *talkshow*, seperti program uraian pendek atau pernyataan (*the talk program*), program *vox-pop* masyarakat, program wawancara (*interview*), dan program panel diskusi. Metode *talkshow* menurut Klaus Kastan, instruktur radio dari Munchen Jerman adalah *HARLEY*, yaitu *Harmony*, *Actual*, *Responsible*, *Leading*, *Entertainment*, dan *Yield*. Istilah tersebut dikenal dengan *Talkshow Skill*, berupa kemampuan pemandu dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi (Masduki, 2001, p. 44-45):

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. Memandu kemas program secara interaktif.

Setiap program radio memiliki manfaatnya masing-masing, begitu juga dengan *talkshow* yang memiliki manfaatnya, yaitu (Effendy, 2003, p. 93-94):

1. Informasi : menyiarkan dan memberikan informasi kepada khalayak yang sedang terjadi terhadap suatu peristiwa yang sedang *up date* atau sedang hangat-hangatnya dibicarakan.
2. Mendidik : memberikan informasi masalah pengetahuan kepada pendengar, sehingga pendengar cukup mendengarkan informasi yang disampaikan oleh penyiar dengan menghadirkan narasumber yang ahli dibidangnya masing-masing tanpa perlu membaca.
3. Menghibur : adanya candaan tawa atau pertanyaan yang membuat lucu tapi juga berbobot yang membuat narasumber tidak menjadi canggung dalam memberikan informasi, sehingga para pendengar tidak menjadi bosan untuk mendengarkan program *talkshow* tersebut.
4. Mempengaruhi : mempengaruhi pendengar dengan daya tarik suaranya supaya pendengar tidak memindahkan channel siaran radio yang lain dengan informasi yang disampaikan oleh penyiar, sehingga pendengar mendengarkannya.

Audiens

Audiens adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan (Morissan, 2008, p. 173). Morissan mengatakan bahwa persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audiens dan untuk dapat merebut perhatian audiens, maka pengelola media harus memahami siapa audiens mereka dan apa kebutuhan mereka. Menurut Hielbert dalam perspektif

komunikasi massa, audiens setidaknya memiliki lima karakter (dalam Nurudin, 2007, p. 104-106) yaitu:

1. Audiens berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka, serta memilih media berdasarkan seleksi kesadaran,
2. Audiens tersebar di berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa,
3. Audiens bersifat heterogen karena berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial, dan memiliki target audiens meskipun heterogenitasnya tetap ada,
4. Audiens bersifat anonim atau tidak mengenal satu sama lain karena jumlah yang sangat banyak, dan,
5. Audiens secara fisik dipisahkan komunikator, dapat juga dikatakan bahwa audiens dipisahkan oleh ruang dan waktu.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah *reception analysis* dengan menggunakan paradigma *encoding-decoding*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan antara analisis tekstual dari media dengan wacana khalayak. Paradigma *encoding-decoding* dalam analisis penerimaan berguna untuk mengetahui bagaimana informan memaknai makna dari sebuah teks yang disalurkan melalui media. Dalam penelitian ini terdapat tiga kriteria informan yaitu *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Paradigma *encoding-decoding* dalam analisis penerimaan berguna untuk mengetahui bagaimana informan memaknai makna dari sebuah teks yang disalurkan melalui media. Dalam penelitian ini terdapat tiga kriteria informan yaitu *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Subjek Penelitian

Radio Swameka memiliki pendengar dengan sebutan Sobat Swameka. Maka dari itu penerimaan dari pendengar radio tersebut menjadi subjek penelitian yang dipilih secara *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Rentang usia informan yaitu 40 tahun hingga 70 tahun.
2. Informan berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan latar belakang konteks sosial dan budaya yang bervariasi. Keragaman dari latar belakang diyakini akan berdampak pada cara pandang informan terhadap media (Effendy, 2003).
3. Informan berdomisili di wilayah Indonesia.
4. Informan sudah pernah mendengarkan program siaran OMA (Obrolan Malam) milik Radio Swameka Nabire, Papua minimal satu kali. Sehingga, informan dapat mengutarakan pendapat setelah mendengarkan program radio tersebut.

Analisis Data

Proses analisis data dilakukan peneliti menurut Miles dan Huberman (Silalahi, 2012, p. 339-341) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti menajamkan dan mengarahkan analisis mengenai penerimaan Sobat Swameka terhadap Program OMA milik Radio Swameka yang disajikan dari informan melalui wawancara. Kemudian, kumpulan informasi tersebut disajikan dalam bentuk narasi wawancara disertai penjelasan dan interpretasi dari peneliti. Terakhir, peneliti menarik kesimpulan dari temuan dan analisis data lalu menguji kebenarannya melalui triangulasi.

Temuan Data

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan para informan, terdapat berbagai tanggapan terhadap penerimaan Sobat Swameka mengenai Program OMA milik Radio Swameka. Peneliti kemudian mengelompokkan tanggapan para informan ke dalam tabel matriks agar data yang diperoleh dapat dilihat secara lebih terstruktur.

Program OMA Memiliki Materi yang Menarik

Informan pertama, Sutikno melihat bahwa materi yang dibawakan sudah pas. Ada juga yang tidak sesuai hingga tidak ia aplikasikan dalam kehidupannya. Meskipun berbeda keyakinan, namun ada beberapa hal yang dapat diambil sebagai pembelajaran. Sutikno memaknai pesan teks media dengan *negotiated*. Ia menerima pesan dari program OMA dengan tidak meneirma secara terbuka segala hal yang disampaikan, namun juga tidak menolak pesan yang sama seperti ajaran agamanya. Salah satu pesan yang ia ambil dan sama seperti ajarannya yaitu kasih, diluar hal yang tidak sesuai, tidak ia aplikasikan dalam hidupnya.

Informan kedua, Joy memiliki pendapat bahwa materi yang dibawakan sudah bagus dan memiliki judul yang berbeda setiap harinya. Materi yang disampaikan program OMA juga sesuai dengan kehidupannya. Apalagi, Joy mendengarkan program ini dengan lebih objektif ke materinya. Joy memaknai pesan teks media dengan *dominant*. Ia setuju dengan pesan yang dibuat dan disampaikan oleh program OMA. Joy menerima bahwa materi yang disampaikan sudah bagus dan sudah variatif.

Informan ketiga, Mama Yoke memberikan pendapat yang hampir mirip dengan Joy. Ia melihat bahwa materinya bagus dengan mengangkat isu dalam kehidupan hingga keluarga yang terjadi sekarang. Materi yang dibawakan sudah sesuai dengan kehidupannya yang akhirnya menjadi pegangan hidupnya. Mama Yoke memaknai pesan teks media dengan *dominant*. Ia setuju dengan pesan yang dibuat dan disampaikan oleh program OMA. Mama Yoke menerima pesan materi yang memang memberikan jawaban jika berada dalam keterpurukan masalah hidup.

Penyiar Program OMA Sudah Kompeten Dalam Membawakan Acara *Talkshow*

Sutikno menilai bahwa penyiar program OMA cukup bagus saat berhadapan dengan narasumber. Namun, kurang interaksi dengan pendengar. Sutikno sendiri memandang penyiarnya sudah cukup baik. Penerimaan makna penyiar program OMA dari Sutikno adalah *negotiated*. Ia menerima bahwa penyiarnya sudah baik. Namun, masih ada kekurangan yang berhubungan dengan pendengar.

Lain halnya dengan Joy, menurutnya penyiar program OMA bisa fleksibel dengan variasi umur pendengar. Joy juga berharap akan ada telepon interaktif dengan pendengar untuk mempererat interaksi komunikator dan komunikan. Penyiar program OMA sudah sesuai dengan apa yang ia harapkan. Joy termasuk dalam *negotiated*. Ia setuju dengan peran penyiar OMA yang sudah baik. Namun, ia merasa kurang jika interkasinya hanya dilakukan via *chat* aplikasi WhatsApp.

Sementara itu Mama Yoke menyampaikan bahwa pembawaan penyiar program OMA sudah sangat bagus. Interaksi dengan pendengar juga cukup bagus, meskipun dilakukan jarak jauh dan hanya menyapa dengan grup di aplikasi WhatsApp. Serta, penyiarnya sudah kompeten dibidangnya sesuai yang Mama Yoke harapkan. Penerimaan makna penyiar program OMA bagi Mama Yoke adalah *dominant*. Ia menerima bahwa penyiarnya sudah sangat baik. Dilihat dari segala segi, seperti saat siaran, menyampaikan pesan, hingga interaksi dengan pendengar.

Lagu yang Diputar Menjadi Penyemangat Pendengar

Sutikno sebagai informan non Kristen kurang paham mengenai lagu-lagu rohani. Namun, menurutnya lagu yang diputar sudah bagus. Dari segi kuantitas sudah cukup, karena kalau terlalu banyak dapat membuat bosan. Penerimaan makna lagu program OMA bagi Sutikno termasuk pada *negotiated*. Ia tidak memahami lagu-lagu yang diputar. Meskipun begitu, ia tetap mendengarkan lagu rohani yang menurutnya pasti memiliki arti yang baik.

Joy menilai bahwa lagu yang diputar program OMA sudah bagus. Kuantitas lagunya sudah cukup dan menurutnya sudah cukup memuaskan. Meskipun begitu, ada satu lagu yang paling berkesan untuk Joy. Pemaknaan lagu sebagai penerimaan Joy dari program OMA adalah *dominant*. Sebagai seorang beragama Kristen, ia menikmati lagu yang diputar. Ia juga setuju bahwa lagu-lagu tersebut sudah sesuai dengan materi yang disampaikan.

Mama Yoke menyampaikan kalau lagu yang diputar di program OMA adalah lagu rohani. Kalau dari banyaknya lagu, sudah cukup banyak dan seringkali memutar lagu baru. Menurut Mama Yoke, ia belum puas dengan pilihan lagu yang diputar, namun tidak menutup kemungkinan bahwa lagu-lagu tersebut membangkitkan semangat dalam hidup. Serta, sama seperti Joy, Mama Yoke memiliki lagu untuk menjadi motivasi hidupnya.

Kredibilitas Narasumber Program OMA Dapat Dijadikan Pembelajaran Pendengar

Pembawaan narasumber menurut Sutikno sudah bagus. Banyak pengalaman yang diceritakan. Hal tersebut yang dijadikan pembelajaran bagi Sutikno. Perihal narasumber, pemaknaan Sutikno adalah *dominant*. Ia setuju bahwa pemilihan narasumber program OMA sudah baik. Dari narasumber yang bervariasi, ia dapat mendengarkan berbagai macam cerita dari berbagai latar belakang sesuai dengan materi dari tema atau topik yang disampaikan.

Joy melihat bahwa pembawaan narasumber sudah cukup baik. Pemilihan narasumber dengan topik yang sesuai juga sudah sesuai. Program OMA sudah baik dalam pemilihan narasumber. Pemaknaan narasumber menurut Joy adalah *dominant*. Ia setuju dengan pemilihan narasumber yang sesuai dengan materi dari topik atau tema program OMA. Dari objektivitasnya pada materi, maka narasumber menjadi salah satu partikel pendukung yang ia terima dengan baik.

Sedangkan Mama Yoke melihat ada satu narasumber yang rangkap menjadi penyiar dan memang sesuai dengan program OMA. Pengalamannya banyak dan sangat-sangat ditunggu banyak orang. Namun, narasumber lain juga tidak kalah hebat di bidangnya masing-masing. Mama Yoke melihat pada pemaknaan narasumber program OMA adalah *dominant*. Pemilihan satu narasumber utama yang merangkap sebagai *co-host* sudah sangat baik, sehingga membuat ia ingin mendengarkan program OMA setiap hari. Meskipun begitu, narasumber lain yang diundang juga sudah kompeten dengan materi dari topik atau tema program OMA.

Materi Program OMA Menjadi Rujukan Kehidupan Pendengar

Sutikno sebagai informan pertama melihat bahwa materi program OMA ada hubungan dengan kehidupannya. Meskipun berbeda keyakinan, Sutikno masih percaya bahwa pengajaran semua agama itu tidak ada yang salah. Namun, menurutnya, tidak semua materinya sesuai. Penerimaan makna relasi kehidupan Sutikno dengan materi program OMA adalah *negotiated*. Sebagai informan yang beragama Muslim, ia menimbang hal-hal yang baik dan yang buruk bagi hidupnya. Tentu yang sesuai dengan ajaran Al-Quran ia lakukan, dan yang tidak, maka tidak ia lakukan.

Joy sebagai informan kedua belajar banyak dari materi yang disampaikan. Pembelajaran tersebut ia aplikasikan dari internal maupun eksternal lingkungannya. Meskipun Joy belum pernah melakukan saran yang disampaikan narasumber, namun banyak hal yang ia dapat untuk menjalani hidupnya. Pemaknaan relasi kehidupan Joy dengan materi program OMA adalah *negotiated*. Ia menerima materi yang disampaikan dengan baik. Namun, ia juga memilah dan ada beberapa hal yang belum ia lakukan.

Mama Yoke sebagai informan ketiga melihat ada berbagai macam materi yang sesuai dengan hidupnya dan mengubahnya menjadi pribadi yang lebih baik. Ia sering melakukan saran dari narasumber sehingga ia jadikan kebiasaan. Materi

yang berelasi dengan dirinya biasa ia gunakan untuk menghadapi suatu masalah. Pemaknaan relasi kehidupan Mama Yoke dengan materi program OMA adalah *dominant*. Ia menerima pesan materi yang disampaikan sebagai rujukan kehidupannya. Dari penerimaannya sebagai seorang yang beragama Kristen, ia menggunakan saran dari program OMA untuk menjalani kehidupannya.

Analisis dan Interpretasi

Dari data yang telah diperoleh oleh peneliti, baik berupa data hasil wawancara dari para informan, fakta-fakta yang ditemukan, serta konsep dan teori yang mendukung peneliti melakukan interpretasi terhadap temuan-temuan tersebut. Terkait konsep awal dalam penelitian ini yakni bagaimana penerimaan setiap Sobat Swameka terhadap program OMA. Ketiga informan memiliki pendapat bahwa program OMA adalah program yang bagus, melihat dari segi materi, penyiar, narasumber, lagu, dan lain-lain.

Sutikno sebagai informan pertama cenderung setuju namun dengan berbagai syarat hingga dia masuk kategori *negotiated*. Menurutnya, ada beberapa materi yang sesuai dengan kehidupannya, namun ada juga yang tidak karena tidak sesuai dengan ajaran agamanya. Selain itu, banyak pernyataannya yang terkadang memberikan respon jawaban setuju-tidak setuju mengenai program OMA. Alasan pertama kali mengapa ia mendengarkan juga menjadi salah satu faktor, sehingga ia tidak fanatik dengan program OMA. Meskipun ia cukup lama mengikuti program OMA, namun ia tidak mendengarkan setiap hari dan ia hanya mendengarkan program tersebut bila dilihat memiliki topik atau tema yang menarik.

Joy sendiri sebagai informan kedua tergolong *negotiated* dengan penerimaannya terhadap program OMA. Joy merupakan sosok yang aktif dan senang berbagi banyak hal dalam grup WhatsApp Sahabat OMA. Karena ia merasa perlu ada hubungan yang intim antar pendengar meskipun belum pernah bertemu secara langsung. Dengan alasan mendengarkan yang biasa saja dengan waktu mengudara yang cukup larut, serta belum pernah mengikuti saran materi yang disampaikan, Joy tetap mengikuti program OMA meskipun hanya objektif melihat isi kontennya saja.

Sedangkan Mama Yoke sebagai informan ketiga memiliki penerimaan *dominant* dalam melihat program OMA. Dari pengalamannya mengajar bersama Pdt. Daniel Alexander, membuat ia merasa bahwa program OMA memiliki narasumber yang sesuai dan menjadi *closing* aktivitas pada hari tersebut.

Kemudian peneliti memakai triangulasi data atau sumber dan teori. Peneliti mewawancarai triangulator melalui telepon via aplikasi WhatsApp yang merupakan penyiar Radio Swameka bernama Yusuf Joko. Ia mengatakan bahwa program OMA adalah program favorit pendengar yang memiliki respon baik.

Tabel 1. Rangkuman Penerimaan Audiens Program OMA

Aspek	<i>Dominant</i>	<i>Negotiated</i>	<i>Oppositional</i>
Materi renungan	Materinya bagus dan sudah sesuai dengan kehidupan.	Pendengar Muslim bisa menerima hal-hal yang sesuai dengan ajaran Islam.	
Kompetensi Penyiar		Lebih banyak interaksi dengan narasumber daripada pendengar, meskipun sudah melakukan kontak jarak jauh.	
Lagu/ musik		Kuantitas lagu sudah baik, namun kurang memahami lagu rohani karena beda keyakinan. Serta, kurangnya kepuasan terhadap pemilihan lagu.	
Kompetensi narasumber	Pemilihan narasumber sudah sesuai dengan tema atau topik yang diangkat hari tersebut.		
Materi sebagai rujukan kehidupan	Materi yang disampaikan dapat dijadikan pedoman dalam hidup untuk menghadapi suatu masalah.		

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti mengkategorikan penerimaan informan berdasarkan tiga posisi penerimaan dalam paradigma *encoding-decoding*, yaitu *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Dalam aspek materi renungan terdapat penerimaan *dominant* karena materi yang disampaikan sudah sesuai dengan kehidupan, dan *negotiated* karena perbedaan latar belakang agama. Kedua penerimaan tersebut ada karena dipengaruhi *frame of reference* yang berbeda. Aspek kompetensi penyiar memiliki penerimaan *negotiated* karena penyiarinya masih dilihat lebih banyak interaksi dengan narasumber daripada pendengar. Berikutnya, aspek lagu/musik memiliki penerimaan *negotiated* karena adanya perbedaan *frame of reference* dan kurangnya kepuasan terhadap pemilihan lagu. Pada aspek kompetensi narasumber terdapat penerimaan *dominant* karena dari berbagai latar belakang narasumber yang diundang, mereka sudah sesuai dengan tema atau topik yang diangkat pada hari tersebut. Dalam aspek materi sebagai rujukan kehidupan sendiri memiliki penerimaan *dominant* karena materi yang disampaikan dapat dijadikan pedoman kehidupan untuk menghadapi suatu masalah.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti melihat bahwa penerimaan dipengaruhi oleh *field of experience* dan *frame of reference* setiap informan yang berbeda. Penerimaannya merujuk pada pengalaman sendiri dari materi yang disampaikan dalam menghadapi situasi kehidupan. Keragaman penerimaan ini disebabkan oleh *field of experience* dan *frame of reference*.

Daftar Referensi

- Baran, S.J. & Davis, D.K. (2010). *Mass Communication Theory; Foundation, Ferment and Future* (3rd ed). Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
- Bungin, Burhan. (2007). *Sosiologi Komunikasi Massa* (2nd ed). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (1981). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- . (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Elvinaro Ardianto, L. K. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Estrada, C. F. (2001). *Buku Panduan Radio Komunitas*. Jakarta: UNESCO Jakarta Office.
- Farida, A. N. (2019). *Analisis Resepsi Khalayak Program "Salah Sambung" di Gen FM Surabaya*.
- Gazali, E. (2002). *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak; Sebuah Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas*. Jakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP, UI.
- Hadi, Ido Prijana. (2009). *Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis*. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA Vol 3 no 1, 1-7.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio (Menata Profesionalisme Reporter & Penyiar)*. Yogyakarta: LkiS.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6th ed). Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2005). *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- . (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Gafindo Persada: Jakarta.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Wibowo, F. (2009). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.