

Motif Pendengar Radio Pertanian Wonocolo 1449 KHz

Stevent, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Stevenchen95@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif dari pendengar Radio Pertanian Wonocolo AM 1499 KHz sebagai radio komunitas. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan variabel *Gratification Sought* (GS), yang menggunakan konsep dari McQuail yaitu motif pengawasan (*Surveillance*), motif identitas personal (*Personal Identity*), motif interaksi sosial (*Personal Relationship*) dan motif pengalihan (*Diversion*). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dengan metode survei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif yang paling tinggi adalah motif pengalihan, motif interaksi sosial, motif pengawasan (informasi) dan terakhir adalah motif identitas personal. Pada penelitian ini juga terdapat banyak sekali pendengar terhibur ketika mendengarkan musik Jawa.

Kata Kunci: Motif, Pendengar, Radio, Komunitas, Wonocolo.

Pendahuluan

Teori komunikasi yang sering digunakan untuk meneliti kajian komunikasi massa adalah teori *Uses & Gratifications*. Teori *Uses and Gratifications* pertama kali dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, yang mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Menurut Nurudin (2011), pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses dan Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (p.191-192).

Audience dianggap bisa memilih media yang mereka inginkan agar kebutuhan mereka terpenuhi (*teori Uses and Gratifications*). Media yang dimaksud adalah media massa. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. (Nurudin, 2011, p.3).

Salah satu media elektronik yang cukup populer ialah radio. Radio adalah teknologi (media massa) yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (Oramahi, 2012, p.120). Radio yang memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, maka hal tersebut membuat radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif

(parlemen), dan yudikatif (lembaga peradilan), dan pers serta surat kabar (Romli, 2009, p.17).

Dikarenakan radio sebagai “kekuatan kelima” di negara maka peran ideal sebuah stasiun radio adalah memenuhi kebutuhan dan kepentingan dari pendengarnya. Kebutuhan ini sendiri mencakup 3 hal yaitu, informasi, pendidikan, dan hiburan. Apabila 3 kebutuhan itu tidak terpenuhi, maka radio tersebut kehilangan fungsi sosial, dan akan kehilangan pendengarnya karena sudah tidak berguna lagi untuk masyarakat (Masduki, 2001, p.2). Untuk memenuhi kebutuhan pendengar tersebut, maka radio membutuhkan saluran atau pemancar yang dapat mentransmisikan suara melalui gelombang udara. Saluran tersebut digunakan radio untuk berkomunikasi dengan pendengar .Dalam radio terdapat dua saluran atau frekuensi ,yaitu pada saluran AM (*Amplitude Modulation*) dan saluran FM (*Frekuensi Modulation*). Yang dimana menurut Morissan (2008, p.40-46) pada intinya perbedaan antara dua saluran ini hanya ada pada jarak dan jangkauannya saja.

Tabel 1.1 Perbedaan AM dan FM

Perbedaan	AM	FM
Jangkauan	Luas	Tidak Seluas AM
Kualitas Suara	Kurang jernih	Jernih

Sumber: Olahan peneliti 2017

Dari dua saluran ini, jika kita kaitkan dengan kelemahan radio yaitu selintas, dimana pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca koran yang mengulang bacaannya dari awal tulisan. Dan juga dengan salah satu karakteristik radio yang hanya berupa suara yang bisa dikonsumsi oleh pendengar. Apapun yang disampaikan melalui radio harus berbentuk suara (Romli, 2009, p19-21). Maka radio dengan saluran FM lah yang lebih baik dalam menyampaikan informasi kepada pendengar. Karena kualitas suara radio yang bersaluran FM jauh lebih baik dibandingkan AM.

Di Surabaya sendiri menurut Yulia (2010, Oktober) masih terdapat 5 radio yang masih bersaluran AM diantaranya adalah RRI Surabaya, Radio RKPD, Radio Pendidikan Jawa Timur, Antariksa Health Radio, dan Radio Pertanian Wonocolo Surabaya (“Daftar Radio AM dan FM di Surabaya”). Sedangkan anggota dari PRSSNI Jawa Timur sendiri terdapat lima radio yang bersaluran yaitu radio Suara Perak, Radio Suara Al-Iman, Radio Carolina Arjuna, Radio Lavictor 1242 AM dan Radio Yasmara (RadioJatim,2014). Peneliti juga menemukan satu radio lain yang bersaluran AM yaitu Radio Sangkakala.

Menurut penelitian terdahulu Baya, Novi Riyato Dwi Putra (2013) dengan judul “Aplikasi Penjadwalan Penyiar Dan Acara Pada Radio Republik Indonesia”, radio RRI ini tidak hanya memiliki saluran AM saja (AM 585 kHz) tetapi juga terdapat 4 saluran FM (, FM 95,2 MHz, FM 99,2 MHz, FM 106,3 MHz). Begitu pula dengan radio pendidikan Surabaya, menurut penelitian terdahulu yang dilakukan Tri Herry Surhartinah (2005), dengan judul “Studi Kasus Pengelolaan Radio Siaran Pada Rapendik (Radio Pendidikan) Di Surabaya”, rapendik memiliki 2 saluran dengan saluran AM dan FM karena tujuan Rapendik dapat memberikan informasi pendidikan ke seluruh Indonesia. Sedangkan radio RKPD sudah tidak ada lagi (ini adalah hasil observasi peneliti). Dan delapan radio lainnya masih konsisten di jalur AM.

Dari delapan radio yang masih konsisten di jalur AM, Radio Pertanian Wonocolo memiliki perbedaan dengan tujuh radio lainnya. Dimana Radio Pertanian Wonocolo adalah lembaga penyiaran komunitas sedangkan untuk enam radio lainnya adalah Radio swasta. Hal ini disebabkan adanya revisi pada UU nomor 24 tahun 1997 pasal 1 yang dimana isinya menjelaskan ada 2 jenis lembaga radio yaitu radio swasta dan radio pemerintah (“UU nomor 24 tahun 1997”, 2008, p.1). Setelah di revisi pada UU no 32 tahun 2002 pada pasal 1 dimana pada pasal tersebut “lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlagganan” (“UU no 32 tahun 2002”, 2008, p.1). Sehingga Radio Pertanian Wonocolo yang awalnya radio pemerintahan menjadi radio komunitas.

Meskipun banyak sekali kelemahan yang dialami Radio Pertanian Wonocolo, (mulai dari bersaluran AM hingga menjadi radio komunitas) tetapi radio ini ternyata masih memiliki pendengar. Dari sinilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah motif pendengar Radio Pertanian Wonocolo AM 1449 KHz . Di saat semua radio berpindah saluran FM dan pendengar lebih tertarik dengan saluran FM, Radio Pertanian Wonocolo masih setia dan konsisten berada di saluran AM. Bahkan Radio Pertanian Wonocolo ini harus mengubah konten siaran mereka agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh khalayak saat ini.

Tinjauan Pustaka

Teori *Uses and Gratifications*

Menurut Nurudin (2011) Teori *Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz,

mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (p.191-192)

Menurut pendekatan ini, komunikasi massa mempunyai kapasitas menawarkan sejumlah pesan yang dapat dimanfaatkan oleh komunikannya, sekaligus dapat memuaskan berbagai kebutuhannya. Dengan demikian, orang yang berbeda dapat menggunakan pesan-pesan media yang sama untuk berbagai tujuan atau maksud yang berbeda (Wiryanto,2000,p.56). Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2005, p.65).

Gratification Sought

Gratification Sought adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media . Dengan kata lain *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2008, p.208-209). Contohnya jika seseorang percaya pada salah satu acara berita di televisi karena dapat memberikan informasi secara lengkap dan jujur dan seseorang tersebut dapat mengevaluasi informasi itu secara menarik. Maka seseorang tersebut akan mencari kepuasan dari kebutuhan akan informasi dengan menonton acara tersebut. Sebaliknya, jika seseorang merasa acara yang dia tonton tidak bermutu, maka dia mungkin tidak akan menontonnya lagi.

Motif Pengguna Media

McQuail setelah mempelajari beberapa program di televisi dan radio yang berbeda di Inggris, mengajukan skema “interaksi media dengan orang” (istilah yang mencerminkan kedua asal mula dari konsep kepuasan media) yang menangkap kepuasan media yang menjadi paling penting. Sehingga, mengoperasionalkan kategori – kategori penggunaan *Uses and Gratification* (Motif dan kepuasan) di media sebagai berikut (McQuail, 2010, p. 175):

- a) Pengawasan, yaitu informasi mengenai hal – hal yang mungkin memengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu.
- b) Identitas Pribadi atau psikologis individu, yaitu penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, ekspolarasi realitas, dan lain – lain.
- c) Hubungan personal, yaitu manfaat sosial informasi dalam percakapan, pengganti media untuk kepentingan pertemanan.
- d) Pengalihan (*diversion*) / hiburan, yaitu pelarian dari rutinitas dan masalah, pelepasan emosi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan operasionalisasi menurut McQuail (1987,p.72) yaitu klasifikasi 4 motif penggunaan media dengan menggunakan kategori-kategori berikut:

1. Motif Informasi/ pengawasan (*surveillance*), meliputi .
 - a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia
 - b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - c. Memuaskan keingintahuan dan ketertarikan secara umum.
 - d. Belajar, pendidikan diri sendiri.
 - e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. .Motif Identitas Personal (*Personal Identity*), meliputi
 - a. Menemukan penunjang nilai – nilai pribadi.
 - b. Menemukan model perilaku.
 - c. Mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai lain yang terkandung dalam media.
 - d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*), meliputi
 - a. Mendapatkan pengetahuan atau wawasan tentang keadaan orang lain atau sekitar dan meningkatkan empati sosial.
 - b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
 - c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
 - d. Memperoleh teman selain dari manusia
 - e. Membantu menjalankan peran sosial.
 - f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman, dan masyarakat.
4. Pengalihan (*diversion*) / hiburan, meliputi
 - a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
 - b. Bersantai.
 - c. Memperoleh kenikmatan jika dan estetika.
 - d. Mengisi waktu.
 - e. Penyaluran emosi
 - f. Membangkitkan gairah seks.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Gratification Sought adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media . Dengan kata lain Gratification Sought dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2008, p.208-209).

Metode yang digunakan adalah survei dengan indikator dari McQuail (1987,p.72) yaitu klasifikasi 4 motif penggunaan media dengan menggunakan kategori-kategori berikut:

1. Motif Informasi/ pengawasan (*surveillance*), meliputi .
 - a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia
 - b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - c. Memuaskan keingintahuan dan ketertarikan secara umum.
 - d. Belajar, pendidikan diri sendiri.
 - e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
2. Motif Identitas Personal (*Personal Identity*), meliputi
 - a. Menemukan penunjang nilai – nilai pribadi.
 - b. Menemukan model perilaku.

- c. Mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai lain yang terkandung dalam media.
- d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*), meliputi
 - a. Mendapatkan pengetahuan atau wawasan tentang keadaan orang lain atau sekitar dan meningkatkan empati sosial.
 - b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
 - c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
 - d. Memperoleh teman selain dari manusia
 - e. Membantu menjalankan peran sosial.
 - f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman, dan masyarakat.
4. Pengalihan (*diversion*) / hiburan, meliputi
 - a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
 - b. Bersantai.
 - c. Memperoleh kenikmatan jika dan estetika.
 - d. Mengisi waktu.
 - e. Penyaluran emosi
 - f. Membangkitkan gairah seks.

Subjek Penelitian

Menurut Kuncoro (2003, p. 23) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian di mana seorang peneliti tertarik untuk mempelajarinya atau menjadikannya sebagai obyek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pendengar aktif Radio Pertanian Wonocolo AM 1449 KHz”. Dari hasil wawancara dengan pengelola Radio Pertanian Wonocolo, peneliti mendapatkan informasi bahwa pendengar di Radio Pertanian Wonocolo sendiri sebanyak 300 orang (Surojo, Untung. Interview. penyiar dan pengelola radio komunitas Radio Pertanian Wonocolo. 17.02.2017) . Maka populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 300 orang. Sementara itu pengertian dari menurut Kuncoro (2003, p. 103), “sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang. Hal ini dikarenakan menurut Frankel dan Wallen (1993,p.92) penelitian deskriptif memiliki jumlah minimum sampel yaitu sebanyak 100.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability Sampling, dimana belum tentu semua anggota populasi mendapatkan peluang menjadi sampel dalam penelitian ini (Sugiyono, 2010, p.218). Kemudian untuk teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010,p.218) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Jadi terdapat beberapa kriteria yang akan digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan responden dalam mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti memberikan dua kriteria untuk responden yang akan peneliti ambil, diantaranya:

1. Yang mendengarkan Radio Pertanian Wonocolo (minimal tiga kali dalam seminggu). Batasan minimal tiga kali mendengarkan Radio Pertanian Wonocolo karena pertimbangan bahwa “ pengulangan akan menaikkan perubahan sikap seseorang dan banyaknya pengulangan yang optimal adalah tiga kali (Azwar, 2005, p. 78)
2. Dalam penelitian ini peneliti memilih rentang usia 25-50 tahun karena pada usia tersebut seseorang dapat dikategorikan dewasa dan memiliki kemandirian serta pengetahuan yang baik dalam menerima informasi, sehingga keinginan untuk merealisasikan pesan dalam kehidupan nyata sangat besar (Hurlock,1997,p.246). Selain itu juga pada usia di tersebut merupakan target pendengar dari Radio Pertanian Wonocolo

Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga analisis data untuk mengetahui motif dari pendengar radio Pertanian Wonocolo, yaitu yang pertama uji Validitas (Puspowarsito, 2008, p.110) adalah menunjukkan ukuran yang benarbenar mengukur apa yang akan diukur. Yang kedua, Uji Reliabilitas artinya tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Jadi, uji reliabilitas adalah mempelajari korespondensi atas hasil dari suatu alat ukur jika dilakukan pengukuran ulang dengan menggunakan alat ukur yang sama untuk mengukur gejala yang sama pada responden yang sama (Silalahi, 2009, p.237). Yang ketiga, statistik deskriptif, yaitu deskripsi atau penggambaran sekumpulan data secara visual dapat dilakukan dalam dua bagian yaitu dalam bentuk gambar atau grafik dan dalam bentuk tulisan. Semua analisis data menggunakan *Software SPSS 16.0*

Temuan Data

Untuk mengetahui motif responden dalam mendengar Radio Pertanian Wonocolo, maka dilakukan perhitungan rata – rata tanggapan responden pada motif informasi, identitas personal, interaksi sosial, dan pengalihan.

Tabel 4.37 *Mean Setiap Indikator Gratification Sought (GS)*

Indikator	Mean GS
Informasi	4,07
Identitas Personal	3,89
Intergrasi dan Interaksi Sosial	4,31
Pengalihan	4,32

Sumber : Olahan Peneliti, 2017

Bila dijadikan grafik, maka akan terlihat jelas perbedaan dari setiap motif, dimana motif terendah adalah motif identitas personal (*Personal Identity*) setelah itu motif informasi/ pengawasan (*Surveillance*), motif integrasi atau interaksi sosial (*Personal Relationship*) , dan yang paling tinggi adalah motif pengalihan (*Diversion*).

Analisis dan Interpretasi

Motif pengalihan adalah motif tertinggi yang diinginkan oleh pendengar Radio Pertanian Wonocolo dengan nilai Mean sebesar 4,32. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan Katz, Gurevitch dan Haas (dalam Severin dan Tankard, 2005, p.357) bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah kebutuhan pelepasan ketegangan yaitu pelarian dan pengalihan. Hal ini juga sejalan dengan yang di katakan oleh Gazali (2003, p.67) bahwa radio komunitas sekarang memiliki minim informasi dan hanya mengandalkan hiburan. Nurudin juga mengatakan bahwa fungsi hiburan untuk media elektronik adalah hal yang paling penting (2011, p.69). Motif pengalihan/ hiburan sendiri adalah pelarian dari rutinitas dan masalah, pelepasan emosi (McQuail,2010,p.175).

Untuk menghibur pendengar Radio Pertanian Wonocolo menyajikan musik dimana menurut Djuroto (2007, p.146) siaran musik adalah siaran yang berisikan musik – musik dengan tujuan menghibur pendengar. Selain itu, menurut Masduki, Radio adalah media hiburan dan musik menjadi menu utamanya sehingga menyebabkan radio sebagian besar berisi tentang pemutaran musik (2004, p. 39 - 42). Selain musik, Radio Pertanian Wonocolo juga memiliki program hiburan lainnya seperti, pertunjukkan wayang kulit dan pertunjukkan macapat yang disiarkan seminggu sekali.

Selanjutnya peneliti melihat sub-indikator mana yang tertinggi dari indikator motif pengalihan:



Gambar 4.3 Mean Sub indikator Pengalihan

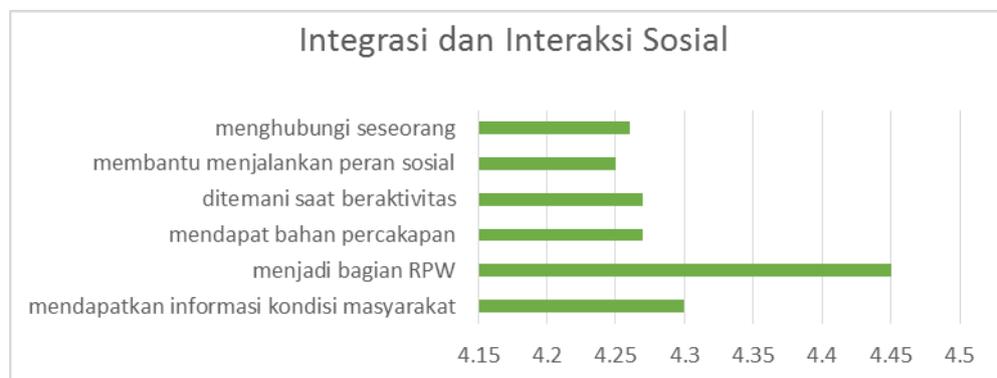
Sumber : Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan gambar di atas sub- indikator bersantai paling menjadi motif yang dicari oleh pendengar, yakni dengan nilai *Mean* sebesar 4.5. Melihat hasil ini, maka peneliti mengasumsikan bahwa pendengar kebanyakan mendengar radio Pertanian Wonocolo saat sedang bersantai. Hal ini diungkapkan oleh salah satu responden melalui wawancara dengan peneliti. “ Saya mendengar radio Pertanian Wonocolo saat sedang bersantai. Karena saat saya mendengar radio ini saya ingin merasa lebih rileks. Kalau kerjaan saya selesai saya dengar radio ini, saya ingin hiburan dan ingin merasa lebih rileks,” Jawab Bu Tata. Hal yang sama juga di katakan oleh McQuail (1987, p. 70) bahwa salah satu tujuan dari media massa adalah hiburan, di mana menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi.

Sub indikator keempat adalah mengisi waktu luang dimana Meannya 4,31. Menurut Masduki (2004, p.20) pendengar pasif adalah suka mendengarkan siaran untuk mengisi waktu luang, dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa. Dengan begitu peneliti menginterpretasikan bahwa pendengar yang memilih motif ini ketika mendengarkan Radio Pertanian Wonocolo adalah pendengar pasif.

Untuk yang tertinggi kedua adalah motif interaksi sosial dengan Mean sebesar 4,31, berbeda 0,01 dengan motif pengalihan. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Katz, Gurevitch dan Haas (dalam Severin dan Tankard, 2005, p.357) bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah kebutuhan intergratif sosial yaitu untuk mempererat hubungan keluarga, teman, dan sebagainya. Radio Pertanian Wonocolo sendiri adalah radio komunitas. Dimana Radio komunitas memiliki prinsip yaitu harus didirikan oleh komunitas, dari kontribusi komunitas, untuk kepentingan komunitas, tentang komunitas yang nonpartisan dan menjadi milik komunitas tersebut. (UU no 32 tahun 2002,2008, p.1). Menurut Fairchild (dalam Howley, 2010, p.24). Pada radio komunitas, partisipasi tersebut bersifat sukarela. Apa yang mengikat media dengan partisipasinya adalah berbagai permasalahan bersama. Hal inilah yang membuat motif interaksi sosial cukup tinggi di Radio Pertanian Wonocolo, karena semuanya tentang komunitas dan kontribusi komunitas.

Selanjutnya peneliti melihat sub-indikator tertinggi dari motif integrasi dan interaksi sosial:



Gambar 4.4 *Mean* Integrasi dan Interaksi Sosial

Sumber : Olahan Peneliti, 2017

Sub-indikator terendah adalah membantu menjalankan peran sosial. Dari sini peneliti menginterpretasikan bahwa ternyata adanya pendengar pasif yang hanya mendengarkan Radio Pertanian Wonocolo hanya sekedar mengisi waktu luang di bandingkan pendengar aktif. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Masduki (2004,p.20) dimana pendengar pasif sendiri adalah suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa. Sedangkan pendengar aktif adalah secara reguler tak terbatas

mendengarkan siaran radio, apapun, dimanapun, dan aktif berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang (Masduki, 2004, p.20).

Motif tertinggi ketiga adalah motif informasi. Motif informasi ini memiliki Mean cukup tinggi, yakni sebesar 4,07. Hasil di atas mendukung pendapat Rakhmat (2005, 66-67) bahwa salah satu motif menggunakan media adalah kognitif yang menyajikan data kebutuhan akan informasi dan surveillance (eksploritas realitas) dan juga sejalan dengan yang dikatakan Katz, Gurevitch dan Haas (dalam Severin dan Tankard, 2005, p.357) bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah, kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Motif informasi berisi mengenai hal – hal yang mungkin memengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu (McQuail, 2010, p. 175).

Yang terakhir adalah motif identitas personal. Motif ini merupakan motif terendah dengan nilai Mean 3,89. Meskipun terendah tetapi motif ini ada di Radio Pertanian Wonocolo. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Rakhmat (2005, p.66 - 67) dimana adanya kebutuhan personal identity atau identitas personal dalam menggunakan media. Dimensi ini menyajikan data tentang bagaimana penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri. Motif identitas personal sendiri adalah penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, ekspolarasi realitas, dan lain – lain (McQuail, 2010, p. 175). Identitas diri adalah penggambaran dari kepribadian (Yusuf & Nurihsan, 2008, p.3). Faktor – Faktor yang mempengaruhi keragaman teori kepribadian diantaranya personal, sosiologis, filsafat, dan agama (Yusuf & Nurihsan, 2008, p.16). Jika dilihat komposisi siaran sendiri Radio Pertanian Wonocolo memiliki komposisi Religi 10% yang dimana isinya adalah ceramah agama islam. Dari sini pendengar dapat memperkuat prinsip-prinsip pendengar terutama dalam agama islam.

Simpulan

Motif pendengar Radio Pertanian Wonocolo adalah motif pengalihan dimana Mean dari motif ini paling tinggi daripada tiga indikator lainnya. Pada motif pengalihan diketahui bahwa alasan seseorang mendengarkan Radio Pertanian Wonocolo adalah untuk bersantai dengan mendengarkan lagu-lagu yang ada di radio tersebut. Pendengar Radio Pertanian Wonocolo lebih didominasi oleh pendengar yang berjenis kelamin perempuan dan memiliki pekerjaan ibu rumah tangga.

Daftar Referensi

- Azwar, S. 2005. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar
- Djuroto, Totok. 2007. *Mengelola Radio Siaran*. Semarang: Duhara Prize
- Fraenkel, J. & Wallen, N. 1993. *How to Design and evaluate research in education*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc.

Gazali, Effendi. 2003. *Kontruksi Sosial Industri Penyiaran (Plus Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas)*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI

Howley, K. 2010. *Understanding Community Media*. California: sage.

Hurlock, Elizabeth B. 1997. *Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan rentang kehidupan*, Edisi kelima, Erlangga

Kriyantono, Rakhmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
Fraenkel, J. & Wallen, N. 1993. *How to Design and evaluate research in education*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc.

Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter & Penyiar*. Radio. Jakarta: Penebar Swadaya.

McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi kedua. Jakarta: Erlangga

McQuail, Denis. 2010. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika

Morissan. 2008. *"Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi"*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada

Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio Kiat Menulis berita Radio*. Jakarta: Erlangga

Puspowarsito. 2008. *Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: Humaniora

Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Romli, Asep Syamsul M. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio: Basic Announcing*, Nuansa: Bandung,

Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Silalahi, Ulber 2009. *Metode Penelitian Sosial*, PT Refika Aditama, Bandung.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. PT. Grasindo. Jakarta

Yusuf, Syamsu dan A. Juntika Nurihsan. 2008. *Landasan Bimbingan dan Konseling*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Skripsi dan Tesis:

Baya, Novi Riyato Dwi Putra. (2013). *Aplikasi Penjadwalan Penyiar Dan Acara Pada Radio Republik Indonesia*. Surabaya: STIKOM Surabaya.

Herwanto dan Fitri Andriani. (2013) .“*Motif Pendengar Aktif Pada Program Talkshow di Radio Antariksa Surabaya*”. Surabaya. Stikosa

Pramudya, Ardhi. (2016).“*Motif pendengar radio RRI Surabaya dalam mendengarkan program acara "Ludruk"*”. Surabaya. Universitas Widya Mandala

Tri Herry Surhartinah. (2005). *Studi Kasus Pengelolaan Radio Siaran Pada Rapendik (Radio Pendidikan) di Surabaya*. Surabaya. Universitas Airlangga

Website

RadioJatim.2014 “ *Anggota Radio AM dan FM di Surabaya*” .Retrieved February 25, 2017.
From: <http://www.radiojatim.com/>

Yulia. 2010. “*Daftar Radio AM dan FM di Surabaya*”. Retrieved February 25, 2017. From:
www.infosby.asia/2015/09/daftar-stasiun-radio-am-fm-surabaya.html

UU nomor 24 tahun 1997. (2008). Retrieved February 23, 2017. From: www.hukumonline.com

UU no 32 tahun 2002. (2008). Retrieved February 23, 2017. From: www.hukumonline.com

Wawancara:

Surojo, Untung. *Interview*. penyiar dan pengelola radio komunitas Radio Pertanian Wonocolo.
17.02.2017