

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Teknologi selalu berkembang dari zaman ke zaman, dengan beragam inovasi teknologi ditemukan manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah internet. Melalui media internet siapa saja bisa mendapatkan informasi dengan mudah asalkan memiliki *Personal Computer (PC)* dan koneksi internet. Teknologi seperti internet, saat ini sudah termasuk sebagai bagian dari media massa, yang disebut media *on-line*.

Dengan berkembangnya internet, maka media massa tradisional juga mengalami perkembangan yaitu konvergensi media. Misalnya saja media cetak seperti koran, majalah, juga bisa dinikmati pendengar melalui internet seperti [kompas.com](http://kompas.com), [tempointeraktif.com](http://tempointeraktif.com), dan sebagainya. Begitu juga dengan media massa lain, misalnya media massa elektronik seperti televisi. Jika pendengar tidak sempat menikmati tayangan berita atau tayangan favorit lainnya di televisi, maka pendengar bisa mengakses melalui *video streaming* yang tersedia di situs internet televisi yang bersangkutan, misalnya stasiun televisi yang menyediakan situs internet seperti [liputan6.com](http://liputan6.com), [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com), dan sebagainya.

Radio juga tidak ketinggalan untuk ikut berkembang, seiring dengan berkembangnya teknologi internet. Dalam suatu diskusi di Hotel Melia Purosani

pada tanggal 30 Agustus 2008, dalam acara Radio Today yang diselenggarakan Radio Suara Surabaya, Errol Johnatan pernah mengatakan kalau radio berfrekuensi ingin bertahan dan tidak mau kalah dengan teknologi yang berkembang maka radio harus mengikuti teknologi itu, yaitu dengan teknologi radio *streaming*. Radio konvensional dan radio internet memiliki salah satu ciri khas yang sangat menonjol, yaitu adanya interaksi antara penyiar dan pendengar. Jika pada radio konvensional interaksi antara penyiar dan pendengar hanya melalui satu atau dua arah, maka interaksi pada radio internet antara penyiar dan pendengar bisa melalui berbagai cara, bahkan tidak menutup kemungkinan pendengar satu dan pendengar lainnya juga bisa berinteraksi.

Dengan adanya fasilitas yang memudahkan adanya interaksi dalam radio internet, maka penyebaran informasi semakin besar lingkupnya. Salah satu keunggulan radio internet khususnya di Indonesia, belum ada aturan yang mengatur tentang radio internet, sehingga keberadaan radio internet dapat dimanfaatkan oleh komunitas tertentu sebagai media untuk menyampaikan informasi tanpa terhalang oleh adanya birokrasi seperti perijinan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Keunggulan ini dapat dimanfaatkan oleh komunitas tertentu yang ingin membuat media radio internet untuk menyebarkan informasi kepada komunitasnya, tanpa harus melalui birokrasi.

Hadirnya radio internet di Indonesia cukup banyak, berdasarkan data yang diperoleh keseluruhan radio internet yang dikelola secara profesional di Indonesia

terdiri atas 78 radio internet<sup>8</sup>. Radio internet ini biasanya membantu pendengar yang sedang mengakses internet bisa terhibur dengan berinteraksi secara langsung melalui fasilitas *chatting* dengan penyiarinya. Selain itu karena siaran radio internet bisa didengarkan dimana saja, radio internet bisa berperan sekaligus untuk mengobati rasa kangen pelajar dan warga negara Indonesia di luar negeri. Misalnya seperti radio *Voice of Jakarta*, Kaskus Radio. Ada juga radio yang mendekati dengan komunitasnya, anak muda Yogyakarta yang juga menyukai musik-musik *Indie* beraliran *Rock* yaitu Radio Soekamti. Selain itu radio internet juga tidak hanya memutar lagu-lagu baru dan yang sedang *hits* seperti radio *djwiry.com*, tetapi juga sebagai radio yang berbasis keagamaan tertentu seperti *radiomuslim.com* untuk umat beragama muslim, dan *imcmedia.org* untuk umat beragama Nasrani.

Selain beberapa radio internet yang telah disebutkan diatas, ada pula sebuah radio internet yang didirikan oleh Aliansi Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) yang beralamatkan di [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), radio ini bertujuan untuk menghimpun pelajar Indonesia yang ada di berbagai penjuru dunia untuk sekedar bersilatuhrahmi, serta bertukar informasi dan pengetahuan, sehingga siapa saja mahasiswa asal Indonesia yang belajar di luar negeri bisa saling bersilahturahmi melalui [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org). Dalam [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org) terdapat program Keliling

---

<sup>8</sup> Jumlah keseluruhan radio internet di Indonesia didapatkan di blog tulisan Aryo Nugroho. 2008 pada artikel berjudul Daftar Station Radio Online di Indonesia, dengan alamat blog <http://aryonugroho.blogspot.com> (diakses 10 Februari 2010)

Indonesia, dimana program ini tayang setiap hari Senin, pukul 03.00 sampai 06.00. Program ini berisi tentang informasi tentang Indonesia, baik keadaan politik, ekonomi, sosial, budaya serta prestasinya. Adanya berbagai program-program acara yang ada di [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org) memancing pendengar untuk mendengarkan program acara yang disukainya berdasarkan motivasinya. Penelitian ini berharap bisa melihat motivasi pendengar [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org) yang mendengarkan program Keliling Indonesia, sehingga penelitian ini berjudul “Motivasi Mendengarkan Radio Internet (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa yang Studi di Luar Negeri yang Mendengarkan [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org) dalam program Keliling Indonesia).

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

“Bagaimana motivasi mahasiswa yang tergabung dalam Aliansi Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) mendengarkan [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org) dalam program Keliling Indonesia?”

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan dari latar belakang masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui motivasi mahasiswa yang tergabung dalam Aliansi Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) yang mendengarkan [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org) dalam program Keliling Indonesia.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Sebuah penelitian diadakan untuk maksud tertentu dan bermanfaat bagi dunia pendidikan, civitas akademika, masyarakat dan pembaca itu sendiri. Maka, manfaat penelitian yang diharapkan dari studi ini adalah:

1. Adanya informasi bahwa terdapat media informasi baru seiring dengan berkembangnya teknologi di Indonesia, adanya radio internet.
2. Sebagai acuan, referensi bagi siapa saja yang ingin mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.

## **E. KERANGKA TEORI**

### **E. 1. Konseptualitas**

#### **E. 1. 1. *Uses and gratification* (Kegunaan dan Kepuasan)**

Penelitian ini menggunakan konsep *Uses and gratification*, karena model *Uses and gratification* merupakan model yang meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan (Ardiyanto 2009:74)

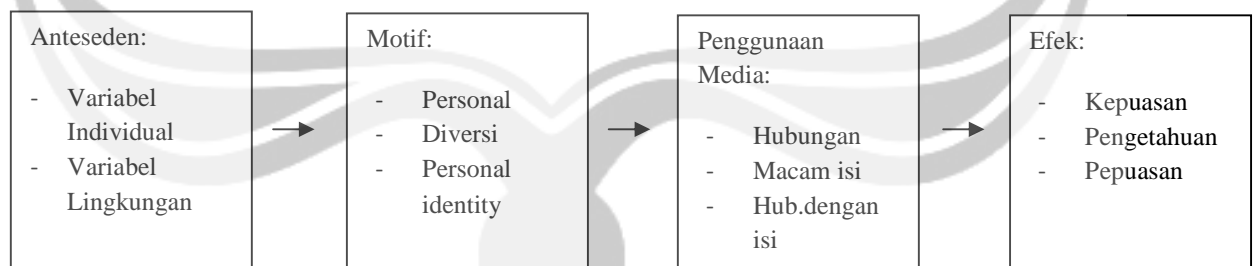
Teori ini intinya adalah pendengar menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Teori ini menurut pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch, merupakan teori yang meneliti asal mula kebutuhan psikologis

dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media–media massa (Kriyantono 2006:204)

Model *Uses and gratification* digambarkan sebagai suatu loncatan dari model jarum hipodermik, dimana model ini cenderung digunakan untuk melihat apa yang dilakukan orang terhadap media (Rachmat 2009:65). Dalam model ini khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Berkaitan dengan kebutuhan khalayak, penelitian *Uses and gratification* cenderung berkaitan dengan motif khalayak mengakses media yang nantinya akan berujung pada efek media dari sudut pandang khalayak. Model dari *Uses and gratification* bisa dilihat pada gambar berikut ini:

GAMBAR 1

Model *Uses and gratification*



Sumber: (Rakhmat 2009: 66)

Berdasarkan gambar diatas, anteseden terdiri dari variabel individual yang terdiri dari data demografis, seperti usia, jenis kelamin, dan faktor-faktor psikologis

komunikasikan. Sedangkan variabel lingkungan bisa organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial. Pada [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), khalayak aktif yang dimaksud dalam model *Uses and gratification* pada variabel lingkungan bisa termasuk dalam suatu komunitas online atau *online community*.

Pada gambar model di atas terdapat motif, ada berbagai macam motif dari khalayak yang tidak terbatas. Beberapa peneliti memiliki indikator tentang motif yang berbeda-beda tergantung dari hasil penelitian tentang motif. Misalnya saja Blumler, memiliki tiga orientasi tentang motif, yaitu orientasi kognitif (kebutuhan bukan informasi), diversifikasi, serta identitas personal.

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, isi media dan hubungan antara khalayak dengan isi media yang diakses atau media secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, maka akan ada data tentang waktu yang dihabiskan dalam mengakses media tersebut, serta mengapa mengakses media tersebut. Sehingga bisa menimbulkan efek media, apakah suatu media tersebut bisa memberikan kepuasan terhadap khalayaknya.

Terdapat beberapa fungsi media berdasarkan penelitian dengan teori *Uses and gratification*, menurut McQuail yang juga merupakan kerangka dasar dari penelitian *Uses and gratification*, sebagai berikut (McQuail 1987:72):

1. Informasi

Setiap manusia pasti menginginkan informasi terbaru tentang perkembangan dunia di sekitar mereka, untuk itu kebutuhan akan informasi sangatlah tinggi. Terutama jika informasi tersebut sangat dekat dengan tempat tinggal mereka. Adanya media massa membantu manusia untuk mendapatkan informasi, baik untuk sekedar memuaskan rasa ingin tahu atau untuk belajar.

## 2. Identitas Pribadi

Berpengaruh untuk menguatkan nilai-nilai dalam suatu media pada diri sendiri, menemukan model perilaku pendengar tersebut serta meningkatkan pemahaman akan diri sendiri.

## 3. Integrasi dan Interaksi Sosial

Selain kebutuhan mendapatkan informasi, manusia juga membutuhkan sosialisasi, informasi sebagai media dalam kategori ini adalah sebagai bahan percakapan dalam sosialisasi tersebut. Selain sebagai alat untuk bersosialisasi, media juga bisa meningkatkan rasa memiliki pendengar terhadap media tersebut.

## 4. Hiburan

Fungsi hiburan adalah sebagai pelarian dari rutinitas masyarakat dan berbagai masalah yang sedang dialaminya. Untuk melepaskan emosinya dari segala permasalahan tersebut maka masyarakat membutuhkan hiburan dari media massa.



## **E. 2. Teoritik**

### **E. 2. 1 Motivasi**

Pada konseptualisasi di atas disinggung tentang hubungan antara *Uses and gratification* dengan motivasi. Dimana khalayak aktif memilih tayangan pilihannya sesuai dengan motivasinya. Pengertian motivasi berasal dari kata motif yang berarti suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, sedangkan motivasi berarti suatu tenaga atau faktor yang terdapat di dalam diri manusia, yang menimbulkan, mengarahkan dan mengorganisasikan tingkah laku (Handoko 1992:1)

Apabila pengertian motivasi dikaitkan dengan judul penelitian dan subyek penelitian ini maka pengertian motivasi menjadi suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh studi di luar negeri serta tergabung dalam Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) untuk berbuat sesuatu, yaitu mendengarkan [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org).

Berdasarkan teori motivasi, ada banyak macam teori motivasi yang dikemukakan berbagai psikolog terkenal. Mereka mempunyai jenis klasifikasi motif yang berbeda-beda. Misalnya teori motivasi yang dikemukakan Maslow (1970) yang menyebutkan adanya 5 kebutuhan yang disusun dalam tangga hierarki, mulai dari pemenuhan kebutuhan fisiologis hingga kebutuhan pemenuhan diri (eksistensi diri). Menurut Kaarle Noerdenstreng, menyebutkan bahwa motif dasar menggunakan media adalah kebutuhan akan kontak sosial (Rakhmat 2005:208).

Dalam penelitian ini menggunakan teori motivasi dari Abraham Maslow. Teori dari Abraham Maslow terdapat dua jenis motif. Pertama, motif primer atau yang disebut motif biologis. Kedua, motif sekunder atau motif sosiogenis. Namun, dalam penelitian ini teori motif yang digunakan adalah motif sekunder atau motif sosiogenis, karena motif sosiogenis berperan membentuk perilaku sosial yang sangat menentukan. Teori motif sekunder dari Abraham Maslow adalah: (Rakhmat 2005:37)

1. Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*). Motif ini relevansinya dengan motivasi mendengarkan radio internet adalah dengan mendengarkan radio PPI dunia, pendengar bisa mendapatkan rasa aman misalnya mendengarkan informasi tentang bencana alam atau berdampak pada kehidupan sosialnya karena merasa mendapatkan perlindungan dari solidaritas teman-teman dari Radio PPI Dunia.
2. Kebutuhan akan keterikatan dan cinta (*belongingness and love*). Motif keterikatan dan cinta dengan motivasi mendengarkan radio internet pada analisis data akan menjelaskan bahwa motivasi pendengar Radio PPI Dunia mendengarkan radio internet karena adanya *sense of belonging* terhadap Radio PPI Dunia, dan adanya kemungkinan ajang mencari jodoh mengingat adanya kebutuhan manusia akan cinta.
3. Kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*). Relevansi motivasi ini adalah ketika manusia memiliki kebutuhan akan penghargaan dari manusia lainnya, misalnya jika menjadi pendengar radio PPI Dunia maka pendengar radio tersebut menginginkan adanya penghargaan misalnya dari penyiar yang membacakan pesan,

memutar lagu atau juga ada penghargaan khusus dari pihak Radio PPI Dunia untuk pendengar terlama.

4. Kebutuhan untuk pemenuhan diri (*self-actualization*), kebutuhan manusia akan aktualisasi merupakan kebutuhan manusia yang paling puncak. Dengan adanya jaringan internet yang tersedia mendukung motivasi manusia untuk mengaktualisasikan diri mereka. Relevansi motif ini dengan analisis data nantinya untuk mengetahui apakah Radio PPI Indonesia merupakan salah satu motif pendengar untuk eksis sehingga mendengarkan Radio PPI Dunia sebagai media untuk aktualisasi diri.

### **E. 2. 2 Radio**

Radio ditemukan pada tahun 1894 oleh Marchese Gugliermo Marconi. Lima tahun kemudian, Marconi sukses pertama kali melakukan lintasan gelombang radio pertama antara Inggris dan Prancis. Tahun 1900 seorang ilmuwan asal Amerika bernama R.A Fressenden sukses mentransmisikan suara manusia melalui gelombang radio. Pada tahun 1904, di Austria, transmisi musik lewat gelombang radio pertama kali dilakukan di dunia, kemudian di tahun 1918 Edwin Howard Amstrong mengembangkan pesawat penerima radio (*receiver*) (Ardiyanto 2009:125).

Radio adalah suara atau audio. Audio merupakan modal utama radio dalam menyampaikan pesannya kepada pendengar. Menurut teori dalam psikologi komunikasi suara atau audio merupakan sensasi yang dipersepsikan dalam kemasam auditif. Setiap suara yang memiliki percampuran kata, musik, efek suara lainnya

mampu membentuk visualisasi atau gambaran yang tercipta di setiap masing-masing pendengar, peristiwa ini disebut TOM (*theatre of mind*).

Radio sebagai salah satu media massa yang hanya menghasilkan audio memiliki kelebihan dan kekurangan:

TABEL 1  
Kelebihan dan Kelemahan Radio Secara Teknologis dan Sosiologis

<b>Kelebihan</b>	<b>Kekurangan</b>
1. Sarana tercepat penyebar informasi dan hiburan	1. Hanya bunyi, tidak ada visualisasi yang nyata
2. Dapat diterima di daerah yang memiliki sambungan listrik	2. Tergantung pada kondisi dan stabilisasi udara di suatu lokasi
3. Produksi siarannya singkat, serta berbiaya murah	3. Tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara mendetil
4. Merakyat, buta huruf tidak menjadi kendala	4. Selintas dengar, sulit diingat dan tidak bisa diulangi.

Sumber: (Masduki 2004:17)

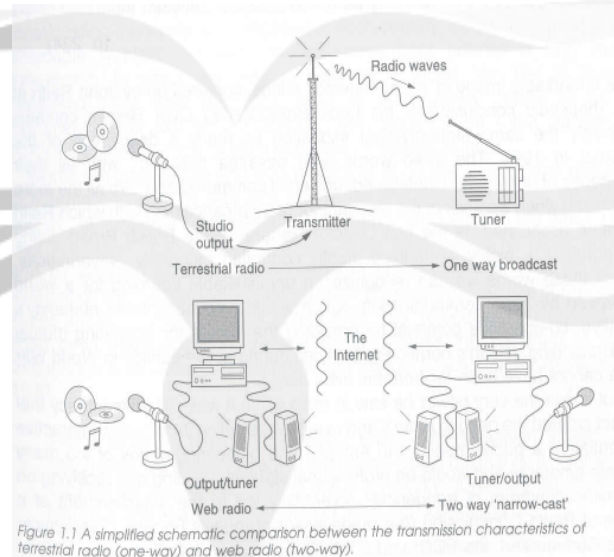
Teori berkaitan tentang radio ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa radio memiliki kelebihan dan kekurangan yang telah disebutkan diatas. Kelebihan dan kekurangan radio diatas memiliki relevansi pada penelitian ini bahwa informasi yang bisa didapatkan oleh pendengar tidak bisa selengkap seperti pada televisi atau koran,

karena hanya merupakan suara atau audio, hal ini terlihat pada pembahasan bab tiga tentang analisis motivasi mendengarkan program acara Keliling Indonesia.

### E. 2. 3. Radio internet

Radio internet berbeda dengan radio frekuensi pada umumnya, dari segi teknis bersiaran dan membuat program acara masih sama yang membedakan radio internet dengan radio frekuensi adalah teknis alatnya saja. Bila radio frekuensi membutuhkan pemancar untuk menyebarkan siarannya ke radio-radio pendengar, maka radio internet hanya membutuhkan jaringan internet untuk menyebarkan siaran radionya.

GAMBAR 2  
Perbedaan Teknis Transmisi Radio Frekuensi dan Radio Internet



Sumber: (Priestman 2002:1)

Saat ini radio internet semakin berkembang, secara akademis ada beberapa alasan mengapa radio internet saat ini menjadi alternatif cara untuk mendengarkan siaran radio, yaitu untuk mengaplikasikan teori dan praktek serta mengenal dan mempelajari teknologi yang baru, untuk mempelajari lintas disiplin ilmu seperti musik, multi media, desain, komunikasi dan jurnalisik (Baker 2004: 25). Beberapa perbedaan antara radio frekuensi dengan radio internet, diantaranya:

Tabel 2

Perbedaan Radio Frekuensi Dengan Radio Internet

Radio Frekuensi	Radio Internet
Komunikasi 1 arah	Komunikasi 2 arah
Bersifat monolog	Bersifat interaktif
Kurangnya <i>feedback</i> dari pendengar	<i>Feedback</i> melalui pendengar dengan berbagai fasilitas seperti email, <i>chatting</i> , dan kuis online
Mengandalkan kualitas audio	Mengandalkan kualitas jaringan internet
Vertical institution	Horizontal institution
Dalam suatu organisasi yang besar	Dalam suatu unit kecil
Iklan melalui adlips, jingle, spot iklan.	Iklan melalui halaman web, e-commerce.

Sumber: (Baker 2004:14)

#### **E. 2. 4. Tipologi Pendengar Radio**

Dalam suatu produksi program radio terdapat tiga pihak yang mendukung suatu produksi program radio tersebut agar siaran radio berjalan dengan baik. Pihak pertama, merupakan bagian penutur yang terdiri dari *announcer*, reporter, penulis naskah. Pihak kedua merupakan pendengar. Pendengar dibagi menjadi dua kategori, yaitu pendengar aktif dan pendengar pasif. Ketiga, adalah *receiver* yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan teknologi yang dipakai. Dari ketiga pihak yang berperan penting dalam mendukung suksesnya siaran radio, salah satunya merupakan tonggak yang menentukan hidup mati sebuah stasiun radio, yaitu pendengar. Layaknya televisi, sebuah stasiun televisi tidak akan bisa hidup tanpa penonton.

Menurut kelas sosial, pendengar dibagi menjadi dua. *Pertama*, kelas menengah ke atas. Pendengar yang berasal dari kelas menengah ke atas memiliki pandangan jauh ke depan, memiliki wawasan yang lebih luas, berpikir secara rasional, memiliki selera yang beragam, serta berciri kota urban. *Kedua*, kelas menengah ke bawah. Sebaliknya, pendengar yang berasal dari kelas menengah ke bawah memiliki cara pandang yang terbatas, memiliki wawasan yang sempit, cara berpikir yang nonrasional umumnya menyukai hal mistis, memiliki selera yang terbatas, serta cenderung bercirikan pedesaan. (Morrisan 2008:193,197-198)

Dalam buku *Menjadi Broadcaster Profesional* terdapat enam perilaku pendengar. *Pertama*, pendengar yang memiliki tingkat konsentrasi yang pendek, karena mendengarkan radio sambil melakukan kegiatan yang lain. *Kedua*, perhatiannya cepat teralih oleh orang atau peristiwa di sekitarnya. *Ketiga*, tidak bisa

menyerap informasi secara menyeluruh karena memiliki daya ingat yang terbatas, serta karakter radio yang merupakan selintas dengar. *Keempat*, pendengar lebih tertarik pada topik yang mempengaruhi kehidupan mereka secara langsung, misalnya teman, pacar, rekan kerja, keluarga. *Kelima*, pendengar yang melek huruf mudah mematikan radio. *Keenam*, pendengar tidak terdeteksi secara konstan, sehingga kita tidak mengetahui apakah pendengar tersebut pintar, heterogen, dan tidak fanatik. (Morrisan 2008:19)

Menurut skala partisipasi pendengar dalam suatu acara, tipologi pendengar dibagi dalam empat kategori:

Tabel 3

Tipologi Pendengar Menurut Skala Partisipasi

Tipologi	Penjelasan
1. Pendengar spontan	Tidak berencana untuk mendengarkan radio atau program acara tertentu, sehingga perhatian mudah teralih.
2. Pendengar pasif	Mendengarkan radio hanya untuk waktu luang dan menghibur diri, sehingga radio hanya dianggap teman biasa
3. Pendengar selektif	Mendengarkan radio pada acara tertentu, atau pendengar yang fanatik terhadap sebuah acara atau seorang penyiar, sehingga meluangkan waktu hanya untuk acara tersebut.
4. Pendengar aktif	Mendengarkan radio setiap saat, tak terbatas waktu, dan



	tempat, serta menyempatkan diri untuk berinteraksi. Menempatkan radio lebih dari teman biasa
--	---

Sumber: (Morrisan 2008:20)

Relevansi teori diatas dengan penelitian ini adalah untuk membantu menentukan informan yang menjadi subyek penelitian yaitu pendengar aktif. Pendengar aktif merupakan pendengar yang menjadi fokus pada penelitian yang berkaitan dengan *uses and gratification*, dimana pendengar atau khalayak aktif adalah khalayak yang sering menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

#### **E. 2. 5. *Online community***

Menurut Polak, definisi komunitas adalah organisasi total kehidupan sosial suatu wilayah, atau menurut Soerjono Soekanto disebut sebagai “Masyarakat Setempat”. Sedangkan komunitas menunjuk pada bagaian masyarakat yang tinggal di suatu wilayah atau daerah dalam arti geografis, mempunyai batas-batas tertentu dengan unsur utamanya yaitu adanya interaksi dan inter-relasi yang kadarnya lebih besar ke dalam di banding di luar (Worang 1983:49). Penjelasan ini termasuk penjelasan tentang maksud komunitas di “dunia” yang sebenarnya.

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi seperti internet, tidak menutup kemungkinan adanya sebuah komunitas yang terbentuk dalam dunia maya,

yang disebut *online community*. *Online community*<sup>9</sup> ini bisa ditemui dalam situs-situs yang saat ini marak dikunjungi, yaitu situs jejaring sosial seperti *Friendster*, *Facebook*, *Twitter*, atau juga situs-situs seperti *blog* yang bertujuan untuk menuangkan ide, atau sekedar menuangkan cerita yang biasa dikenal sebagai buku harian namun dalam bentuk digital dalam dunia maya.

Menurut Amy Jo Kim<sup>10</sup>, penulis buku "*Community Building on the Web*", *Online community* adalah sekelompok orang yang memiliki tujuan tertentu, ketertarikan atau aktivitas yang bisa mengenal satu sama lain dari waktu ke waktu. Pengertian *Online community* yang lain menurut Howard Rheingold<sup>11</sup> adalah sekelompok orang yang bisa atau mungkin tidak bisa bertatap muka satu sama lain, yang bisa bertukar pikiran atau ide dalam sebuah wadah interaksi dalam suatu jaringan internet, sehingga *Online community* adalah wadah dimana pendengar bisa saling bertukar ide dan ketertarikan yang sama.

*Online community* pada teori ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa Radio PPI Dunia, juga merupakan bagian dari *Online community* karena terdapat interaksi

---

<sup>9</sup> Artikel tentang *Online Community* ini ditulis Brian Rusnak dengan judul *Logging in and Joining the Masses: The Online community*. Artikel ini diunduh di <http://www.scribd.com> diakses pada tanggal 17 April 2010.

<sup>10</sup> Definisi tentang *online community* yang dikemukakan oleh Helen Baxter terdapat pada artikel *An Introduction to Online Communities*. Artikel ini diunduh gratis di <http://www.scribd.com> diakses pada tanggal 17 April 2010.

<sup>11</sup> Definisi lain tentang *online community* yang diungkapkan oleh Howard Rheingold juga terdapat pada artikel Helen Bexter.

antar penyiar dengan pendengar, atau pendengar dengan pendengar untuk saling bertukar informasi.

### **E. 2. 6 Konvergensi**

Salah satu ciri radio internet adalah adanya interaksi antara penyiar dengan pendengar, hal ini dikarenakan media internet bisa menyediakan wadah komunikasi yang lebih interaktif antara penyiar dan pendengar dibanding dengan radio tradisional. Adanya kemajuan teknologi di ranah penyiaran radio ini bisa disebut konvergensi media. Konvergensi adalah bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus.<sup>12</sup>

Konvergensi ini bisa menyebabkan perubahan radikal baik dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh informasi baik dalam bentuk visual, audio, data, dan sebagainya. Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, saat ini pendengar bisa menonton televisi atau mendengarkan radio melalui internet karena adanya digitalisasi. Digitalisasi adalah berubahnya seluruh bentuk informasi dari bentuk analog ke bentuk digital dan dikirim dalam bentuk satuan bit.

---

<sup>12</sup> Rahmat Setiadi. 2007. Menyambut Konvergensi Media: Tantangan Baru Media Massa. Hal

## **F. KERANGKA KONSEP**

Kerangka konsep bertujuan untuk membantu menyusun pertanyaan yang digunakan pada pengumpulan data. Pada penelitian ini salah satu teknik pengumpulan data adalah wawancara, sehingga kerangka konsep ini dibutuhkan untuk membantu menyusun pertanyaan penuntun untuk membantu pengumpulan data sebanyak-banyaknya.

### **F. 1. Teori *Uses and gratification***

Kerangka konsep untuk teori *uses and gratification* menggunakan kerangka dasar dari penelitian *Uses and gratification*, yang dikemukakan oleh McQuail:

#### 1. Informasi

- untuk mengetahui kebutuhan pendengar akan informasi pada program Keliling Dunia
- untuk mengetahui informasi seperti apa yang dibutuhkan di program Keliling Indonesia.

#### 2. Identitas Pribadi

- Untuk mengetahui pengaruh informasi terhadap kehidupan pendengar.

#### 3. Integrasi dan Interaksi Sosial

- Untuk mengetahui apakah informasi yang ada pada program Keliling Indonesia dimanfaatkan untuk kebutuhan sosialisasi
- Untuk mengetahui seberapa besar kecintaan pendengar pada Radio PPI Dunia.

#### 4. Hiburan

- Untuk mengetahui program Keliling Dunia sudah memenuhi kebutuhan pendengar akan hiburan

## F. 2. Motivasi

Keempat teori Abraham Maslow tersebut, diturunkan lagi menjadi kerangka konsep sebagai panduan merancang pertanyaan untuk *interview guide*.

1. Kebutuhan akan rasa aman,
  - Untuk mengetahui solidaritas pendengar Radio PPI Dunia
  - Peran Radio PPI dalam membantu kesulitan pendengar dan anggotanya
2. Kebutuhan akan keterikatan dan cinta
  - Untuk mengetahui *sense of belonging* dari pendengar terhadap Radio PPI Dunia
  - Untuk mengetahui kebutuhan akan mendapatkan teman/jodoh melalui Radio PPI Dunia
3. Kebutuhan akan penghargaan
  - Untuk mengetahui apakah pendengar dihargai oleh penyiar/ Radio PPI Dunia
  - Untuk mengetahui bentuk penghargaan apa yang diinginkan pendengar
4. Kebutuhan untuk pemenuhan diri:
  - Untuk mengetahui tingkat aktualisasi diri dari pendengar
  - Untuk mengetahui pemanfaatan jejaring sosial untuk berinteraksi dengan Radio PPI Dunia.

## **G. METODOLOGI PENELITIAN**

### **G. 1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian naturalistik atau fenomenologi. Paradigma fenomenologi adalah paradigma yang berusaha memahami perilaku manusia dari segi kerangka berfikir maupun bertindak orang-orang itu yang dibayangkan oleh orang-orang itu sendiri (Moleong 2004:52). Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui motivasi mendengarkan radio internet, yaitu [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), peneliti mengumpulkan data yang mengungkapkan motivasi dari pendengar [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org).

Paradigma adalah bagaimana cara memandang sebuah penelitian. Penelitian dengan paradigma penelitian fenomenologi, yaitu peneliti berusaha masuk ke dalam dunia subyek yang diteliti sehingga peneliti mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh subyek penelitian, di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari (Moleong 2004:9). Penelitian dengan paradigma fenomenologis, dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan mengamati dan menangkap sesuatu yang sedang diteliti, sehingga penelitian ini akan menggunakan paradigma penelitian fenomenologis untuk mencari, mengamati, dan menangkap subyek penelitian yaitu pendengar Radio PPI Dunia tentang motivasi mendengarkan Radio PPI Dunia, serta mendapatkan data tentang radio internet.

Penerapan paradigma fenomenologi pada penelitian ini adalah dengan memanfaatkan jejaring yang dimiliki peneliti untuk mendapatkan akses ke informan. Salah satu keunikan penelitian ini adalah subyek penelitian yang berada di “dunia maya” sehingga diperlukan proses untuk mengenal lebih dalam tentang informan dalam penelitian ini, agar data yang dibutuhkan dapat terekplor banyak. Ini merupakan tantangan, dimana penelitian fenomenologi umumnya merupakan penelitian yang subyek penelitiannya nyata atau tampak, maksudnya peneliti hadir secara langsung mengamati di lapangan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, alasan menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini secara langsung terdapat hubungan antara peneliti dengan informan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan data deskriptif, yaitu memaparkan situasi atau peristiwa yang berupa kata-kata dan perilaku yang diamati (Rakhmat 2009: 24). Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan atau faktor, penelitian deskriptif merupakan metode untuk mencari teori bukan menguji teori.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono 2006:58). Penelitian kualitatif tidak membutuhkan populasi dan sampel. Dalam penelitian ini fenomena yang akan diteliti merupakan fenomena radio internet sebagai alternate media baru yang mengikuti perkembangan teknologi. Sedangkan metode deskriptif juga dipilih karena metode ini merupakan metode yang digunakan peneliti untuk

menggambarkan apa yang sedang diteliti, terutama untuk menggambarkan seperti apa radio internet dan motivasi pendengarnya.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Kriyantono 2006:25).

Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini tergolong topik penelitian baru, tentang radio internet yang sebelumnya belum ada yang meneliti, sehingga referensi penelitian tentang radio internet sulit ditemui. Selain itu metode deskriptif kualitatif digunakan karena jenis unit analisis terlalu luas dan sulit untuk disempitkan lagi, karena unit analisis adalah pendengar radio internet yang tersebar diberbagai belahan dunia, dan dunia maya tidak mengenal batasan wilayah. Radio internet tergolong suatu jenis media massa yang cenderung baru, belum banyak buku yang mengupas lebih dalam mengenai radio internet, sehingga dalam penelitian ini menggunakan deskriptif karena harus menggambarkan seperti apa radio internet tersebut, dan pengumpulan data tentang radio internet tercantum dalam teknik pengumpulan data.



## G. 2. SUBYEK PENELITIAN

Untuk menemukan jawaban dari penelitian ini, maka dibutuhkan subyek penelitian bertujuan untuk membantu pada tahap pengumpulan data, meliputi:

a. pengelola [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), yang diwakili oleh Wakil Direktur Radio PPI Dunia, Bezie Galih Manggala.

Data yang diperoleh dari pengelola, yaitu Wakil Direktur Radio PPI Dunia melalui wawancara via Yahoo Messenger tanggal 24 Oktober 2010. Data yang didapat berupa tim manajemen yang baru, tentang sumber dana yang didapat dari Radio PPI Dunia, teknis penyiaran dan permasalahan *intern* yang ada di Radio PPI Dunia.

b. penyiar [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), khususnya program Keliling Indonesia, yaitu Early Rahmawati.

Untuk mendapatkan data dari penyiar program acara Keliling Indonesia dilakukan tanya jawab melalui email. Tanya jawab tersebut berupa deskripsi acara Keliling Indonesia, serta pengalaman suka dan duka Early dalam membawakan acara Keliling Indonesia.

c. serta pendengar [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org).

Berdasarkan proses pencarian informan dari pihak pendengar untuk diwawancarai, maka didapat tiga orang informan yang bersedia untuk memberikan pendapat mereka tentang Radio PPI Dunia dan program acara Keliling Indonesia. Tiga orang tersebut adalah Nugroho, mahasiswa S1 Shorter University, Georgia,

Amerika Serikat, kemudian Alex Sepnov, mahasiswa S3 Keio University, Jepang, dan Mohammad Hendri Alfarouq, mahasiswa S1 Al Azhar University, Mansoura, Mesir. Tiga orang informan tersebut dipilih karena merupakan pendengar aktif yang sesuai dengan kriteria informan yang dicari untuk penelitian ini.

## **H. METODE PENGUMPULAN DATA**

### **H. 1. Jenis Data**

Sebagai penguat fakta dalam suatu penelitian, maka digunakan data untuk mendukung valid atau tidaknya penelitian tersebut. Data ada dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh menggunakan wawancara, data sekunder yang digunakan adalah sumber tertulis. Pada penelitian ini menggunakan data primer seperti wawancara dengan subyek peneliti yang telah tercantum diatas, sedangkan data sekunder seperti sumber tertulis.

#### **H. 1. 1. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu (Kriyantono 2006:187). Metode wawancara yang dilakukan adalah wawancara pembicaraan informal. Pertanyaan diajukan berdasarkan pertanyaan penuntun (*interview guide*) yang sudah disusun, sehingga memudahkan pewawancara untuk mengumpulkan data, sehingga terwawancara bisa menjelaskan dengan terarah terhadap pertanyaan yang diberikan.

Dalam penelitian ini, wawancara menggunakan internet melalui fasilitas *chatting*, serta *e-mail*. Wawancara tidak bisa dilakukan secara tatap muka, karena pengelola, pendengar, serta pengelola, sebagian tidak berada di Indonesia, karena mahasiswa yang tergabung dalam PPI sedang menempuh studi di luar negeri, sehingga bentuk wawancara dalam bentuk transkrip dari hasil *chatting*, dan *e-mail*.

Penelitian ini paling banyak menggunakan media *chatting* daripada *e-mail*, karena beberapa kelebihan wawancara menggunakan fasilitas *chatting* sebagai teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai alternatif media wawancara karena subyek penelitian berdomisili di luar negeri, tidak terlalu banyak membuang-buang waktu untuk menunggu subyek penelitian menjawab pertanyaan pewawancara daripada menggunakan *e-mail*, dan sebagai media pendekatan kepada subyek peneliti agar pada saat wawancara tidak ada lagi perasaan canggung. Namun, kekurangan pada teknik pengumpulan data dengan wawancara menggunakan *chatting* adalah kebiasaan menjawab dengan singkat, sehingga data yang dikumpulkan kurang mendalam, sehingga penggunaan teknik wawancara seperti ini memerlukan pengalaman untuk mengolah pertanyaan agar data yang didapat bisa mendalam.

Langkah – langkah yang ditempuh dalam wawancara adalah:

1. Mendengarkan program Keliling Indonesia melalui web [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), setiap hari Selasa pukul 12.00-15.00 (Sebelumnya disiarkan setiap hari Senin pukul 12.00-15.00).

2. Mencari informan dari *shouting box* atau *chatting box* yang terdapat pada web [www.radioppidunia.org/chat-listen](http://www.radioppidunia.org/chat-listen). Informan yang dicari pada *chat box* merupakan informan yang termasuk pendengar aktif. Pendengar aktif merupakan pendengar yang mendengarkan radio setiap saat, tidak terbatas waktu, dan tempat, serta menyempatkan diri untuk berinteraksi, sehingga menempatkan radio lebih dari teman biasa<sup>13</sup>. Maka, informan yang dimaksud adalah informan yang tidak sekedar mendengarkan radio, namun juga ikut aktif untuk berinteraksi pada *chat box*. Pendengar dengan kriteria ini yang menarik perhatian untuk dijadikan informan pada penelitian ini.

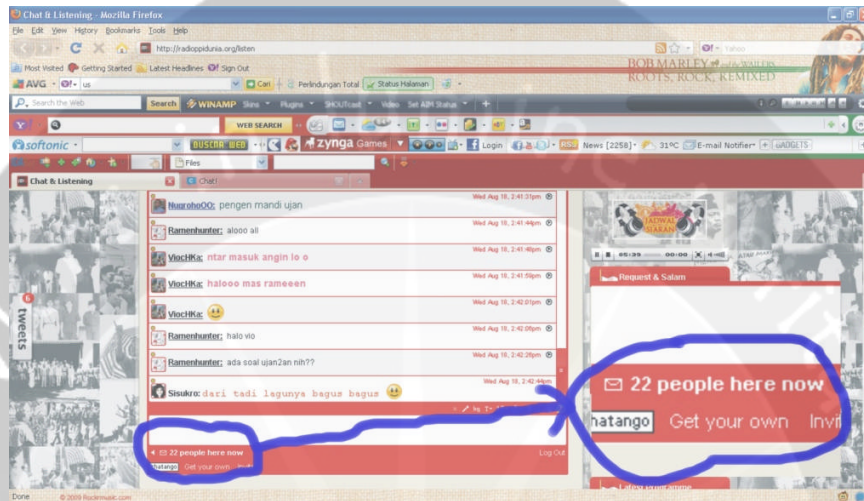
Untuk mengetahui jumlah pendengar yang mendengarkan Radio PPI Dunia tidak sulit, karena pada tampilan *website* Radio PPI Dunia pada halaman *chat and listen*, jumlah pendengar tampil di bawah *chat box*, dan setiap ada pendengar terbaru masuk dan mendengarkan Radio PPI Dunia sudah otomatis bertambah. Gambar di bawah ini bisa menjelaskan tentang jumlah pendengar Radio PPI Dunia yang terlihat jelas pada halaman *website*.

---

<sup>13</sup> Lihat pada hal 16

### GAMBAR 3

#### Jumlah pendengar radio PPI Dunia



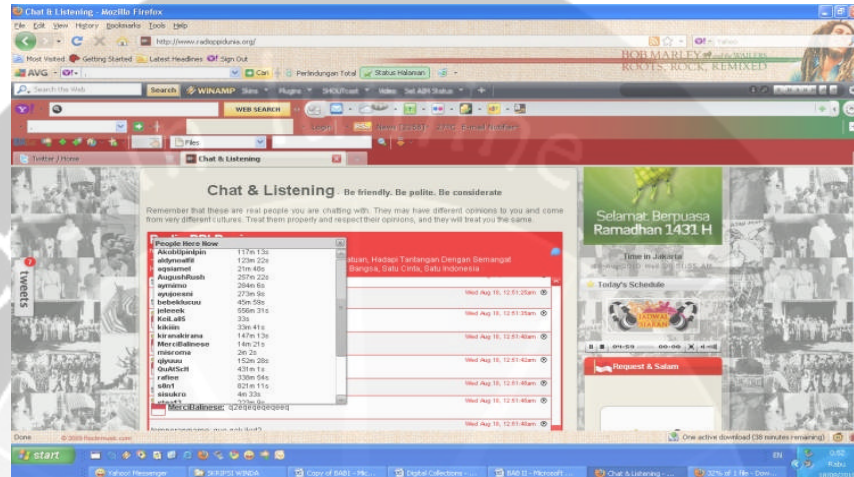
Sumber: [www.radioppidunia.org/chat-listen](http://www.radioppidunia.org/chat-listen) diakses pada Rabu, 18 Agustus 2010

Jumlah pendengar yang mendengarkan Radio PPI Dunia bisa dilihat pada bagian kiri bawah *Chat Box*. Jumlah pendengar bertambah otomatis ketika pendengar membuka web [www.radioppidunia.org/chat&listen](http://www.radioppidunia.org/chat&listen). Bagi pendengar yang tidak memiliki identitas *chat box* otomatis terdaftar dengan identitas *anonymous*<sup>14</sup>, sehingga bagi pendengar yang memiliki identitas maupun tidak memiliki identitas yang terdaftar melalui salah satu fasilitas *chat box* bisa teridentifikasi dan dan bisa terlihat juga sedang mendengarkan Radio PPI Dunia. Selain menampilkan siapa saja pendengar Radio PPI dunia dan jumlah pendengarnya, pada *website* Radio PPI Dunia bisa diketahui bahwa berapa lama waktu yang telah dihabiskan pendengar Radio PPI Dunia. Penjelasan selanjutnya bisa dilihat pada gambar dibawah ini.

<sup>14</sup> Penjelasan tentang cara untuk mendapatkan identitas bisa dilihat pada Bab 2

## GAMBAR 4

Keterangan Pendengar yang Mendengarkan Radio PPI Dunia pada *chat box*.



Sumber: [www.radioppidunia.org/chat-listen](http://www.radioppidunia.org/chat-listen) diakses pada 18 Agustus 2010

Seperti pada keterangan yang telah dituliskan diatas selain jumlah pendengar yang bisa dilihat, identitas pendengar pada *chat box* juga bisa diketahui apabila ingin mengetahui siapa saja dan berapa lama pendengar sudah mendengarkan Radio PPI Dunia. Untuk melihat siapa saja yang mendengarkan Radio PPI Dunia, bisa diklik jumlah pendengar yang terdapat pada kiri bawah *chatbox*, maka langsung terlihat keterangan identitas, serta total waktu yang dihabiskan untuk mendengarkan [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org), dan juga bisa terlihat identitas siapa saja yang baru meninggalkan Radio PPI Dunia. Menariknya dari fasilitas ini, pendengar bisa melihat siapa saja pendengar terlama yang mendengarkan Radio PPI Dunia yang biasanya menghabiskan waktu sampai lebih dari 3000 menit. Namun, bukan berarti pendengar terlama ini termasuk kategori pendengar yang aktif, karena belum tentu

pendengar ini ingin berinteraksi tetapi menganggap radio hanyalah teman biasa yang membantu untuk menghabiskan waktu luang.

3. Menanyakan kesediaan pendengar untuk menjadi informan dalam wawancara. Bila informan tersebut menyetujui dilakukan wawancara untuk melengkapi data, kemudian wawancara dilakukan dengan cara *chatting* yang kemudian di transkrip untuk data. Hal yang penting untuk diingat, sebelum wawancara adalah menjelaskan kepada informan maksud dan tujuan penelitian, penjelasan tersebut merupakan kode etik akademis yang harus selalu diingat peneliti, khususnya jika penelitian ini menggunakan metode *chatting* yang bisa saja informan tersebut tidak percaya atau enggan untuk terbuka, karena kurang terpercaya.

#### **H. 1. 2. Sumber Tertulis**

Sumber tertulis yang merupakan metode pengumpulan data berasal dari catatan-catatan kecil peneliti, jadwal siaran dan profil Radio PPI Dunia yang dicetak dan bersumber dari [www.radioppidunia.org](http://www.radioppidunia.org).

#### **I. TEKNIK ANALISIS DATA**

Analisis adalah suatu proses mengorganisasikan dan mengumpulkan data dalam pola, kategori dan satuan ucapan sehingga dapat ditemukan tema analisis data dilakukan dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode dan mengkategorikan (Kriyantono 2006:103). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu deskriptif-analisis. Mengenai analisis dengan

menggunakan metode ini, Arikunto mengungkapkan bahwa prinsip metode deskriptif analisis adalah peneliti berusaha menggambarkan keadaan atau status fenomena tertentu, dalam hal ini peneliti hanya ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu (Arikunto 1996:243).

Sehingga analisis pada penelitian ini mengikuti langkah-langkah berikut (Kriyantono 2006:107):

1. Membuat transkrip wawancara yang telah dilakukan melalui media internet, yaitu *chatting* berdasarkan kategori-kategori yang dibuat pada panduan wawancara. Kategori yang digunakan adalah kategori yang telah dibahas pada sub bab kerangka konsep. Kategori-kategori tersebut adalah teori *uses and gratification* meliputi, informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan. Kategori selanjutnya adalah kategori yang berasal dari kerangka konsep tentang motivasi, yang meliputi kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan keterikatan dan cinta, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan untuk pemenuhan diri.

2. Pengkategorian hasil wawancara dari hasil topik-topik yang ditanyakan pada saat wawancara. Untuk mempermudah peneliti melakukan analisis, maka pengkategorian menggunakan tabel, yang berisi kolom keterangan kategori yang telah disebutkan diatas, kemudian dilanjutkan dengan memasukkan input kata kunci dari hasil wawancara yang sesuai dengan kategori. Kata kunci yang dimaksud adalah kata-kata yang sering disebutkan oleh informan sewaktu wawancara. Misalnya: pada kata kebutuhan informasi, informan sering menyebutkan kata berita, info, dan



sebagainya. Pada tahap pengkategorian ini untuk semakin mempermudah lagi dalam analisis, maka dilakukan pengkategorian masing-masing informan

3. Setelah pengkategorian selesai, maka dilanjutkan dengan menganalisis.

Analisis ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah penelitian ini, yang telah diturunkan pada kerangka konsep untuk membantu mengkategorikan motivasi-motivasi pendengar. Pada analisis ini akan ditampilkan pernyataan dari informan yang menunjukkan adanya motivasi yang telah dikategorikan.

## **J. JADWAL PENELITIAN**

Januari- 9 Juni 2010: Penyusunan proposal lengkap (pembimbingan proposal)

Pada tahap awal ini merupakan tahap penyusunan proposal penelitian untuk diajukan pada rapat program studi Ilmu Komunikasi untuk menentukan apakah judul penelitian ini diterima atau tidak. Proses pengajuan judul penelitian ini berlangsung selama satu bulan, karena melalui dua kali rapat program studi untuk mengetahui keputusan diterima judul beserta proposal untuk melanjutkan proses selanjutnya yaitu bimbingan dengan dosen pembimbing yang bersangkutan.

Setelah judul diterima maka dilakukan penyusunan proposal dan juga berbagai revisi agar proposal penelitian dapat disetujui untuk memasuki tahap selanjutnya, yaitu seminar penelitian.

13 Juli 2010: Seminar

Pada tahap seminar penelitian ini, merupakan tahapan yang bisa disebut sebagai ujian proposal penelitian. Pada tahap ini peneliti diuji berkaitan dengan proposal penelitian, Selain itu dosen-dosen yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu dosen-dosen Jurnalisme memberikan masukan yang bertujuan agar proposal penelitian bisa lebih baik lagi.

19 Juli 2010-30 Oktober 2010: Penelitian

Pada tahap ketiga ini, peneliti memulai penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang mendukung untuk menjawab rumusan masalah pada bab pertama penelitian ini.

1 November 2010: Penyusunan laporan penelitian skripsi

Apabila tahap penelitian telah selesai maka dilakukan penyusunan laporan penelitian, yaitu berupa temuan data dan pembahasan berkaitan tentang data-data yang telah ditemukan untuk dianalisis, sehingga pertanyaan pada rumusan masalah terjawab.

19 November 2010: ACC Ujian Skripsi

Tahapan terakhir, yaitu ujian skripsi, dimana penelitian dipertanggungjawabkan kepada penguji.