

BAB 1 PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Radio diartikan sebagai media massa tercepat dan mampu dijangkau oleh khalayak ramai (Huffman, 2001: 73). Sebagai media massa, penggunaan radio sangat mudah, seseorang hanya perlu menggunakan indera pendengarannya saja. Dengan melakukan segala aktivitas, kita mampu memperoleh informasi dari radio.

Sebagai media komunikasi yang diperlukan masyarakat, radio memiliki tiga kekuatan. Pertama, radio bisa “membawa kemana saja pendengarnya” sambil tetap sibuk bekerja di suatu tempat. Kedua, radio menggiring pendengar ke dalam kenyataan suara-suara aktual dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan. Ketiga, radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat (Masduki, 2005: 17-18).

Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik untuk mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya (Masduki, 2001: 2). Di Indonesia penyiaran radio dibagi menjadi empat bagian: penyiaran publik, penyiaran komunitas, penyiaran komersil dan penyiaran berlangganan. Hal ini tertuang di Undang Undang No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Lembaga penyiaran Radio Publik di Indonesia adalah RRI (Radio Republik Indonesia). Lembaga penyiaran radio komersil contohnya seperti Sonora FM, Sindo FM, Prambors FM. Sedangkan lembaga penyiaran Radio Komunitas contohnya seperti Radio Komunitas Angkringan, Radio Komunitas Swarakota, dan Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani.

Radio Komunitas hadir untuk melayani kepentingan komunitasnya. Radio komunitas dibiayai juga oleh komunitas. Pada akhirnya radio komunitas adalah dari, untuk, oleh komunitas. Penyiaran pada radio komunitas mewakili semua lapisan masyarakat yang terdapat dalam komunitas yang bersangkutan secara merata dan demokratis (Vogt, 2001: 33). Berbagai program radio komunitas masih mengacu pada hiburan dari pada fungsi pemberdayaan pendidikan. Partisipasi menjadi semacam tantangan yang harus dipenuhi atau di jawab oleh radio komunitas tatkala berinteraksi dengan warga komunitasnya.

Namun hal itu tidak berlaku pada Balai Budaya Minomartani FM (BBM FM), terbukti sesuai dengan Proposal Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Radio Komunitas (2010), radio komunitas BBM FM ikut berperan serta dalam meningkatkan partisipasi masyarakat sekitarnya untuk menyampaikan pendapat yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraannya.

Fokus siaran dari BBM FM adalah program yang bersifat kemasyarakatan, seni-budaya, kemajemukan, independen, dan partisipatif. Sebagai media massa, banyak informasi mengenai keadaan sosial desa Minomartani, hiburan sekaligus edukasi mengenai budaya lokal terus terpelihara. Dengan adanya radio komunitas ini, hasil kesenian masyarakat sekitar bisa disiarkan oleh BBM FM (Masduki, 2007: 39).

Tingginya partisipasi komunitas memperlihatkan bahwa Radio Komunitas BBM FM memainkan perannya dengan baik, dengan demikian akan semakin meningkatkan motivasi pekerja yang bekerja di Radio Komunitas BBM FM. Sebagai radio komunitas BBM FM tidak mempunyai anggaran untuk memberikan

imbalan kepada pengelolanya, tidak hanya pada tataran manajemen pengelolaan saja melainkan hingga para penyiarnya.

Penyiar sebagai ujung tombak sebuah siaran radio, merupakan elemen penting yang tidak bisa dianggap hanya sebagai pelengkap saja, mengingat bagi para pendengarnya radio adalah teman, sarana komunikasi, imajinasi, dan seorang sahabat (Stokking, 1997: 19). Perasaan yang hadir dari para pendengar tersampaikan oleh peran serta seorang penyiar. Oleh karena itu seorang penyiar harus mempunyai kemampuan untuk menguasai para pendengar. Seorang penyiar dituntut cakap, mampu menyesuaikan diri, berpikir cepat dan tak kenal lelah (Masduki, 2007: 118).

Dengan kompetensi seperti ini akan sulit bagi radio komunitas untuk memaksakan kemampuan para penyiarnya. Mengingat bahwa imbalan yang bisa diberikan oleh pengelola adalah kerja sama yang baik. Hal ini akan bertolak belakang tentunya jika penyiar bekerja di radio komersil, di mana kemampuannya sebagai penyiar dihargai secara profesional.

Perbedaan yang tampak dalam setiap orang penyiar tertuang dalam penelitian Lidia S. Pamungkas (2010), dalam penelitiannya berjudul “Motivasi penyiar bekerja di Prambors Radio 95.8 FM”, menuturkan bahwa penyiar di Prambos Jogja dipengaruhi oleh motif-motif tertentu yang menyebabkan mereka memilih bekerja di Prambors Jogja Radio 95.8 FM. Semakin tinggi motivasi akan prestasi maka akan semakin besar kemungkinan penyiar mencapai prestasi kerja yang tinggi.

Penelitian tersebut mengatakan, yang menjadi aspek dari kebutuhan akan prestasi di antaranya adalah tantangan dalam pekerjaan, pencapaian prestasi kerja yang tinggi, gaji/penghasilan yang memadai, keamanan pekerjaan dan kondisi pekerjaan. Kebutuhan akan afiliasi muncul dalam bentuk adanya pengakuan atas unjuk kerja dan eksistensinya sebagai penyiar, perasaan bangga sebagai penyiar dan semakin luasnya jaringan pertemanan yang dimiliki dengan menjadi penyiar radio. (Pamungkas, 2010: 68)

Sedangkan penelitian yang disusun oleh Maria Amanda Geraldine (2011), dalam penelitiannya berjudul “Motivasi Penyiar Swaragama bekerja di Radio Swaragama 101.7 FM”. Penyiar radio termotivasi terus bekerja di Swaragama FM karena mereka telah mencintai tempat kerja dan merasa nyaman bekerja di sana. Perasaan nyaman ini karena rasa kekeluargaan terus terbangun, selain itu imbalan materil yang diterima para penyiarnya tergolong tinggi. (Geraldine, 2011: 86)

Lain halnya dengan kondisi di radio komunitas BBM FM, sebagai radio komunitas yang tidak mempunyai anggaran untuk membayar jasa para pekerja. Radio komunitas tidak berorientasi pada profit namun lebih pada pengabdian pada komunitasnya. Maka dari itu, tentu saja para penyiar yang bekerja di radio komunitas bukan termotivasi karena imbalan materiil. Dengan asumsi seperti ini maka penulis tertarik untuk mengetahui apa saja motivasi para penyiar yang bekerja di radio komunitas BBM FM.

Peneliti memilih judul motivasi penyiar bekerja di radio komunitas BBM FM, karena penelitian ini tergolong baru di BBM FM. Mengetahui motivasi pekerja dalam menekuni pekerjaannya menjadi penting. Dengan mengetahui

motivasi seseorang menjadi penyiar Radio Komunitas BBM FM, peneliti ingin memahami hal-hal apa saja yang ingin dicapai oleh penyiar. Dalam penelitian ini peneliti memilih motivasi penyiar bekerja di Radio Komunitas BBM FM karena peneliti tertarik pada dunia radio, dan peneliti melihat bahwa perkembangan media penyiaran radio memang perlu terus diikuti terlebih dalam bidang radio komunitas.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini adalah: Apa saja motivasi penyiar bekerja di Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan dari latar belakang masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:
Menemukan apa saja motivasi penyiar bekerja di Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

- a. Manfaat teoritis
 - Memaparkan motivasi penyiar Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani
- b. Manfaat Praktis

- Sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan untuk mengembangkan ilmu komunikasi khususnya dibidang broadcasting.
- Memberikan informasi bagi para pengelola Radio Komunitas Balai Budaya Minomartani dalam melihat motivasi penyiar

E. KERANGKA TEORI

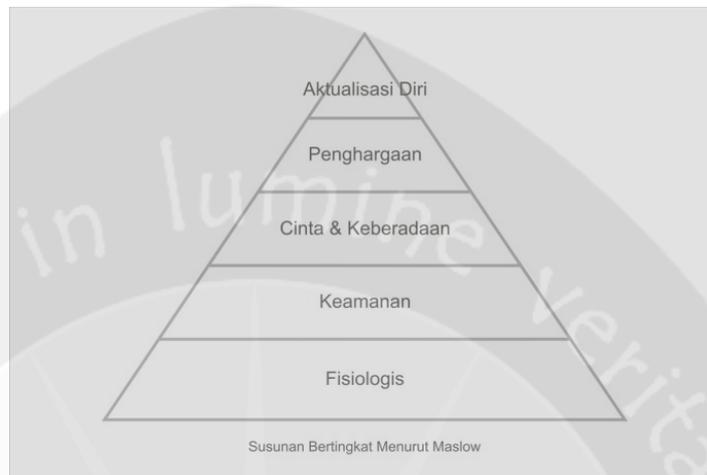
Sub bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan untuk memperkuat penelitian yang dilakukan penulis. Sub bab ini memaparkan mengenai pengertian Hirarki Kebutuhan.

E.1 Teori Hirarki Kebutuhan Maslow

Konsep hirarki kebutuhan yang diungkapkan Maslow beranggapan bahwa kebutuhan di level rendah harus terpenuhi dan paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan di level lebih tinggi menjadi hal yang memotivasi (Feist & Feist, 2010: 330). Kebutuhan di level rendah sebenarnya mempunyai potensi atau kekuatan yang lebih besar dibandingkan kebutuhan di level tertinggi. Maslow dalam buku Frank. G. Goble (1987) mengungkapkan kebutuhan-kebutuhan berikut ini berdasarkan prapotensi dari masing-masing : fisiologis, keamanan, cinta dan keberadaan, penghargaan, dan aktualisasi diri.

Maslow yakin bahwa banyak tingkah laku manusia bisa diterangkan dengan memperhatikan tendensi individu untuk mencapai tujuan-tujuan personal yang membuat kehidupan dirinya memuaskan dengan penuh makna

(Koeswara, 1995: 224). Bagaimanapun manusia adalah makhluk yang tidak pernah berada dalam keadaan sepenuhnya puas.



Gambar 1.1 : Struktur Bertingkat

(Koeswara, 1995 : 225)

Dari gambar 1.1, individu akan memenuhi kebutuhan dasar terlebih dahulu. Individu tidak akan mencari kebutuhan yang lebih tinggi, sebelum kebutuhan dasarnya tidak terpenuhi. Pada kebutuhan bertingkat yang diutarakan Maslow, terdiri dari lima kebutuhan, yaitu : Fisiologis, Keamanan, Cinta dan Keberadaan, Penghargaan, dan Aktualisasi Diri. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan satu per satu lima kebutuhan yang dimaksud.

a. Kebutuhan Dasar Fisiologis

Kebutuhan paling mendasar dari setiap manusia adalah kebutuhan Fisiologis, yang didalamnya terdiri dari makanan, minuman, air, dan lain sebagainya. Maslow mengatakan dalam Feist & Feist (2010) bahwa adalah cukup benar apabila manusia hidup dengan hanya roti saja-yaitu ketika tidak ada roti. Kebutuhan fisiologis berbeda dengan kebutuhan lainnya, setidaknya

dalam dua hal penting. Pertama, kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang dapat terpenuhi bahkan selalu terpenuhi. Kedua, kemampuannya untuk muncul kembali (*recurring system*).

Efek yang luar biasa ketika individu kekurangan makanan, minuman. Bahwa kesadaran fisik akan mempengaruhi standar penurunan moral (Koeswara 1995: 226). Sekali lagi di sini terbukti bahwa kebutuhan fisiologis memiliki pengaruh motivasional dan behavioral yang sangat kuat atas diri manusia.

b. Kebutuhan Keamanan

Maslow mengemukakan walaupun kebutuhan akan rasa aman merupakan bawaan dalam urgensi dan pemuasannya, tetapi faktor belajar atau pengalaman memainkan peranan sangat penting (Koeswara, 1995: 226). Kebutuhan akan rasa aman berbeda dengan kebutuhan fisiologis dalam hal ketidakmungkinan kebutuhan akan keamanan untuk terpenuhi secara maksimal. Contohnya saja, orang-orang tidak pernah benar-benar terlindungi dari meteor, gunung meletus, gempa bumi, banjir dan lainnya.

c. Kebutuhan Cinta dan Keberadaan

Kebutuhan ini adalah kebutuhan yang mendorong individu untuk membangun hubungan afektif dengan orang lain, baik di lingkungan keluarga, masyarakat, maupun dalam kelompok. Cinta dan keberadaan mencakup beberapa aspek dari seksualitas dan hubungan lain untuk memberi dan mendapatkan cinta (Feist & Feist 2010: 334).

Maslow menekankan bahwa kebutuhan akan cinta adalah mencintai dan dicintai. Mencintai dan dicintai merupakan instrumen bagi adanya perasaan yang sehat. Pengalaman cinta di masa kanak-kanak dan kesehatan di masa dewasa terdapat korelasi yang signifikan.

d. Kebutuhan Penghargaan

Maslow mengidentifikasi bahwa dua tingkatan kebutuhan akan penghargaan/reputasi dan harga diri. Reputasi adalah persepsi akan gengsi, pengakuan, atau ketenaran yang dimiliki seseorang yang dilihat dari sudut pandang orang lain. Sementara harga diri adalah perasaan pribadi seseorang bahwa dirinya bernilai dan bermanfaat. Keterpuasan seseorang akan rasa harga diri menghasilkan rasa dan sikap percaya diri. Sebaliknya terhambatnya atau tidak kerpuaskannya kebutuhan akan rasa harga diri menyebabkan individu mengalami perasaan rendah diri, rasa lemah dan tidak berguna.

Setelah orang memenuhi kebutuhan mereka akan penghargaan, mereka siap untuk mengejar aktualisasi diri yang merupakan kebutuhan tertinggi yang diungkapkan Maslow. Karena bagaimana pun susunan hirarkis dari kebutuhan bawah ke tingkat atas. Sebelum kebutuhan di level bawah terpenuhi maka seseorang tidak akan naik pada tingkat selanjutnya.

e. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Kebutuhan aktualisasi diri akan muncul jika kebutuhan atas penghargaan sudah terpenuhi. Kebutuhan ini merupakan wujud dari individu untuk mewujudkan sebagai apa yang ada dalam kemampuannya, atau kebutuhan individu untuk menjadi apa saja menurut kemampuan yang

dimilikinya (Koeswara, 1995: 230). Kebutuhan aktualisasi diri di dalam tiap orang berbeda. Pengaktualisasian diri merujuk pada upaya masing-masing orang untuk menjadi yang terbaik sesuai dengan bidangnya atau sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

Orang-orang yang telah mencapai level aktualisasi diri menjadi orang yang seutuhnya. Mereka sangat alami, mereka mengekspresikan kebutuhan mendasar mereka dan tidak membiarkan dirinya mendapat tekanan dari luar. Orang yang mampu mengaktualisasikan diri dapat mempertahankan harga diri mereka bahkan ketika mereka dimaki dan diremehkan orang lain.

Menurut Koeswara (1995) individu yang mengaktualisasikan dirinya mempunyai ciri-ciri.

- Kesegaran dan apresiasi

Maslow menemukan bahwa individu yang teraktualisasi diri memiliki kesanggupan untuk menghargai hal-hal yang biasa dengan rasa hormat dan penuh gairah. Pendek kata bahwa individu yang teraktualisasi diri tidak bosan merasakan pengalaman-pengalaman hidup.

- Pengalaman puncak

Individu yang sudah melakukan aktualisasi diri pada umumnya memiliki pengalaman puncak. Pengalaman puncak ini menunjuk pada momen-momen dari perasaan yang mendalam seperti perasaan yang dihasilkan oleh relaksasi dan meditasi. Momen-momen yang menandai

pengalaman puncak dialami sebagai hasil dari penyatuan, kreativitas, penemuan dan pemahaman terhadap alam.

- Kreativitas

Kreativitas dimanifestasikan melalui pengetahuan, seni dan bidang-bidang kehidupan lainnya. Dalam arti khusus, kreativitas individu yang mengaktualisasikan dirinya menunjuk pada penciptaan hal-hal yang meski sederhana, orisinal, dan berbeda dari gagasan lama yang telah ada.

- Minat sosial

Orang yang mengaktualisasi dirinya akan merasa terganggu, marah dan sedih ketika melihat kekurangan umat manusia lainnya. Mereka merasa memiliki rasa keterikatan yang mendalam terhadap sesama, yang mengakibatkan rasa kepedulian yang tinggi. Selain itu orang yang teraktualisasi diri akan memiliki hasrat tulus untuk memperbaikinya.

Akhirnya teori menekankan bahwa proses perkembangan atau pengungkapan potensi-potensi itu hanya mungkin apabila individu-individu menghuni lingkungan dengan baik dan memungkinkan para warganya dapat memuaskan kebutuhannya dengan baik pula. (Goble, 1987: 33)

F. KERANGKA KONSEP

Dalam penelitian ini penulis memakai beberapa konsep yang masing-masing saling berhubungan.

1. Motivasi

Motivasi adalah konsep yang digunakan untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada dan bekerja pada diri organisme atau individu yang menjadi penggerak dan pengarah tingkah laku individu (Koeswara, 1995: 1). Dalam setiap melakukan aktivitasnya seseorang pasti mempunyai motivasi, dari bangun tidur hingga tidur di malam hari.

Dalam disiplin ilmu psikologi, motivasi mengacu pada konsep yang digunakan untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada dan bekerja pada diri organisme atau individu yang menjadi penggerak dan pengarah tingkah laku individu tersebut (Koeswara, 199: 3). Tingkah laku yang dilakukan secara terus menerus merupakan hasil dari motivasi. Semakin individu melakukan suatu hal secara terus-menerus, maka semakin tinggi pula motivasinya.

2. Penyiar Radio

Penyiar adalah seseorang yang berkomunikasi baik secara langsung atau tidak langsung untuk memberikan suatu informasi, pendidikan, hiburan, dan sebagai teman dekat bagi khalayak pendengarnya (Wardana, 2009: 7). Apa yang diucapkan seorang penyiar terkenal di sebuah radio akan menjadi penggerak untuk pendengarnya. Penggerak untuk berpikir, untuk memberi pendapat pro dan kontra, sebagai penggerak berimajinasi, bahkan penggerak massa yang ampuh.

Tugas siaran bisa menjadi sebuah ajang apresiasi diri dari seorang penyiar dan bukan sebagai tuntutan pekerjaan semata. Sebagiaian besar orang yang mempunyai alasan mengapa memilih profesi sebagai penyiar, yaitu

karena status, penghasilan, penyaluran hobi dan bakat, pergaulan, karier, dan menjadi terkenal (Wardana, 2009: 14). Pada akhirnya hal ini senada dengan konsep yang disampaikan oleh Maslow mengenai “aktualisasi diri”. Tidak hanya itu, sebagai profesi tentunya penyiar mendapat timbal balik atas kerja kerasnya.

Penyiar bisa juga dikatakan sebagai aktor dalam radio, penganekaragaman program radio layaknya hanya bisa diatasi oleh seorang penyiar, dengan penguasaan teknik serta segala kemampuan vokal dan wawasannya (Masduki, 2005: 116). Sebagai aktor, penyiar harus mengendalikan empat senjata utama, yaitu pikiran, perasaan, suara dan raga.

Seorang penyiar dituntut cakap, mampu menyesuaikan diri, berpikir cepat dan tidak cepat lelah (Masduki, 2005: 118). Hal ini berkenaan dengan sifat radio sebagai media *auditif*, media yang hanya mampu didapatkan melalui proses pendengaran. Dengan kemampuan seperti itu, pendengar akan terus nyaman untuk mendengarkan suatu radio. Namun jika penyiar mengalami banyak masalah dengan hal itu, tentunya pendengar akan beralih pada siaran lain.

3. Radio Komunitas

Di Indonesia sebelum 1998 hanya dikenal dua tipe radio, yaitu radio pemerintah dan radio komersial (Masduki, 2005: 27). Meskipun radio komunitas sudah mulai ada, secara politik dilarang dan dicap sebagai radio gelap. Menurut UU No. 32/2002 tentang Penyiaran, ada tiga bentuk radio

yang boleh beroperasi di Indonesia : (1) Radio siaran Publik, (2) Radio Siaran Swasta, (3) Radio Siaran Komunitas.

Radio komunitas sendiri dibedakan dengan radio publik karena beberapa hal, di antaranya; radio komunitas melayani komunitas yang secara geografis terbatas. Kepemilikan, dana, pengelolaan radio komunitas dilakukan oleh komunitas itu sendiri. Radio komunitas muncul atas gagasan dari komunitasnya, karena dibutuhkan, dan radio komunitas tidak bersifat komersil.

Stasiun penyiaran komunitas harus berbentuk badan hukum Indonesia, bersifat independen, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya (Morrison, 2008: 96). Dalam pembentukannya radio komunitas didirikan dengan modal awal yang diperoleh dari kontribusi komunitasnya. Radio komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.

Stasiun komunitas didirikan dengan persetujuan tertulis paling sedikit 51% dari jumlah penduduk dewasa dan paling sedikit 250 orang dewasa dan dikuatkan dengan persetujuan tertulis aparat pemerintah setingkat desa/lurah setempat (Morrison, 2008: 97).

Dalam siarannya, radio komunitas mengudara minimal lima jam perhari. Dan tidak berfungsi sebagai stasiun *relay* stasiun penyiaran lain kecuali untuk acara kenegaraan, ilmu pengetahuan dan teknologi yang sesuai dengan kepentingan komunitasnya.

G. METODOLOGI PENELITIAN

1. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data dekriptif berupa kata-kata tertulis dari orang dan perilaku yang dapat diamati (Nawawi, 1991: 93). Penelitian kualitatif bertujuan untuk melakukan penafsiran terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan motivasi penyiar bekerja di radio komunitas, yaitu BBM FM, peneliti mengumpulkan data yang mengungkapkan motivasi dari penyiar Radio komunitas BBM FM.

Menggunakan proses penelitian kualitatif agar dapat menghasilkan temuan yang benar-benar bermanfaat, dan hal tersebut memerlukan perhatian yang serius terhadap berbagai hal yang dipandang perlu. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2008: 9).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung atau akibat yang sedang terjadi (Surachmad, 1978: 13). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif memudahkan peneliti untuk menggambarkan apa yang sedang diteliti, terutama

untuk menggambarkan bagaimana motivasi penyiarnya. Pendekatan deskriptif juga ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama (Rakhmat, 1984: 25)

2. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk mendapatkan data di lapangan. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Nazir, 2011: 174). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga metode pengumpulan data tersebut.

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik penelitian yang paling sosiologis dari semua teknik dalam penelitian sosial (Black & Champion, 2001: 305). Dengan menggunakan wawancara peneliti akan mendapatkan informasi yang hanya dapat didapatkan dengan jalan bertanya langsung pada narasumber. Maka dari itu wawancara penting digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian.

Tujuan wawancara adalah mendapatkan informasi di lapangan dengan cara melakukan kegiatan komunikasi verbal. Peneliti akan mengetahui informasi dari bentuk Jawaban maupun perilaku, mimik, *gesture* seorang narasumber. Semua hal sewaktu wawancara penting dicatat, agar peneliti mampu mengeksplorasi berbagai data dengan optimal.

Sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu menyiapkan *interview guide* yang sudah disusun. Dengan cara seperti ini akan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data. Selain itu wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar narasumber mampu menjawab dengan leluasa dan memberikan jawaban yang dalam.

Narasumber yang akan peneliti pakai adalah penyiar BBM FM. Jawaban-Jawaban narasumber dapat dikembangkan menjadi pertanyaan selanjutnya di luar *interview guide* namun masih berhubungan dengan topik.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara tatap muka di Radio komunitas BBM FM. Narasumber yang digunakan adalah tiga penyiar BBM FM, yaitu: Suparno, Musiyana, dan Agus Santoso. Ketiga penyiar dipilih karena sudah menjadi penyiar tetap di BBM FM. Penyiar yang siaran di BBM FM berjumlah lima orang, dua orang lainnya masih terhitung baru.

Dengan adanya kondisi ini, maka peneliti memilih Suparno, Musiyana dan Agus Santoso. Masing-masing penyiar mewakili generasi yang berbeda. Sebut saja Suparno yang merupakan penyiar tertua yang ada di BBM FM, ia sudah menjadi penyiar sejak BBM FM selama 12 tahun. Sedangkan Musiyana merupakan penyiar sekaligus Ketua BBM FM, sejauh ini Musiyana sudah siaran selama 10 tahun. Lain halnya dengan Agus Santoso, penyiar ini merupakan penyiar muda yang bersiaran selama 3 tahun. Pemilihan penyiar untuk menjadi narasumber juga disarankan oleh pengurus Kepala bidang teknik dan produksi BBM FM, Sri Kuncoro.

Wawancara dilaksanakan pada 26 Agustus 2012 hingga 5 September 2012. Wawancara dilaksanakan di BBM FM, sedangkan waktunya menyesuaikan narasumber.

Tabel 1. Jadwal Wawancara

Penyiar	Tanggal dan Waktu Wawancara	Materi Wawancara
Suparno	26 Agustus 2012, Pukul 17.00 WIB	Motivasi Penyiar
Musiyana	27 Agustus 2012, Pukul 21.00 WIB	Motivasi Penyiar
Agus Santoso	5 September 2012, Pukul 20.00 WIB	Motivasi Penyiar

2. Observasi

Melihat, mengamati, melihat dinamika, melihat gambaran perilaku di lokasi penelitian merupakan salah satu metode pengumpulan data. (Black & Champion, 2001: 285). Observasi dilakukan sebelum peneliti melakukan wawancara, hal ini penting untuk dilaksanakan agar peneliti mampu melihat gambaran awal untuk melanjutkan penelitiannya.

Keunikan observasi sebagai alat pengumpul data adalah perlunya para peneliti mengambil langkah-langkah penting yang dapat menjaga tingkah laku sosial berlangsung secara ilmiah selama berlangsungnya observasi (Black & Champion, 2001 : 286). Semakin detail observasi yang peneliti lakukan akan berakibat pada sejauh mana eksplorasi akan penelitian tersebut.

Di lapangan peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati para penyiar bersiaran. Dengan cara seperti ini peneliti dapat membangun kedekatan dengan penyiar yang sekaligus menjadi narasumber.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006:116). Dokumentasi yang digunakan peneliti adalah profil radio BBM FM, Proposal penyelenggaraan ijin penyiaran BBM FM, deskripsi program acara BBM FM, dan lain-lain.

4. Tehnik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah analisis data. Analisis data bisa dikatakan sebagai suatu langkah yang sangat kritis dalam penelitian (Wirartha, 2006: 260). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis data, agar setiap data yang diperoleh dapat diinterpretasi secara mendalam.

Analisis data merupakan proses sistematis peencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan dan materi-materi yang lain yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi tersebut dan untuk memungkinkan menyajikan apa yang sudah ditemukan kepada orang lain (Emzir, 2010: 85)

Menurut Miles dan Huberman dalam Emzir (2010), ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokus, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan peneliti (Emzir, 2010: 129). Dalam reduksi data peneliti

merupakan salah satu analisis yang memungkinkan peneliti untuk memilih, membuang dan menyusun data hingga bisa ditarik menjadi suatu kesimpulan.

b. Model Data

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data. Membuat model data akan memberikan suatu jalan masuk utama untuk analisis kualitatif yang valid (Emzir, 2010: 132). Sebagaimana dengan reduksi data, menciptakan dan menggunakan model bukanlah suatu yang terpisah dari analisis.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis data adalah penarikan kesimpulan. Setelah proses pengumpulan data, reduksi data, model data, hingga akhirnya menentukan kesimpulan. Kesimpulan ditarik setelah peneliti mendapatkan pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan studi dokumentasi. kesimpulan yang didapat menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan pada narasumber.