

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR
TERHADAP PROGRAM SIARAN “KAJIAN TILAWAH” DI
RADIO DAIS 107,9 FM**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Radio Dakwah

Oleh :

RINA LAILATUL MASRUOH
1501026083

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM WALISONGO
SEMARANG
2019**

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Proposal Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : RINA LAILATUL MASRUOH
NIM : 1501026083
Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jurusan/ Konsentrasi : KPI/ RADIO
Judul : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP
PROGRAM SIARAN "KAJIAN TILAWAH" DI RADIO DAIS
107,9 FM

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 7 Agustus 2019

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi dan Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Dr. H. Mas Supena M. Ag.

NIP.19720410 200112 1 003

SKRIPSI

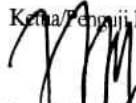
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP PROGRAM SAJARAN
"KAJIAN TILAWAH" DI RADIO DAIS 107,9 FM

Disusun Oleh:


Rina Lailatul Masruroh
1501026083telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 9 Desember 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

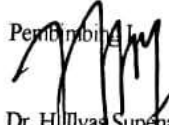
Ketua/Penguji I


Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 197204102001121003

Penguji III


Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag
NIP. 196605081991012001


Pembimbing I


Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 197204102001121003

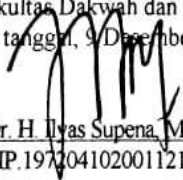
Sekretaris/Penguji II


H. M. Alfanji, M.Ag
NIP. 197108301997031003

Penguji IV


Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag
NIP. 19665131993031002

Mengetahui

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 9 Desember 2019
Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 197204102001121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum / atau belum diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Sampul 33 November 2019
S. AETTRAI (s) kan
TEKNIK
L. FARDIAH (s) 1600
6000
KMA L. 2016/01/1600/roh
1501026083

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis penjabarkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta pertolongan-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr.H. Ilyas Supena, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dan pembimbing serta dosen wali studi yang sabar dalam membimbing, menuntun, dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak H. M Alfandi, M.Ag, selaku Ketua Jurusan KPI dan Ibu Nilnan Ni'mah, M.S.I. Selaku Sekretaris Jurusan KPI UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah mengarahkan, mengkritik, mendidik, membimbing, dan memberikan ilmunya kepada peneliti selama dalam menuntut ilmu di bangku perkuliahan.
5. Ibunda tercinta Rosidah yang selalu memberi semangat, nasihat, doa, dukungan dan perjuangan yang sangat luar biasa demi kelulusan peneliti.
6. Keluarga besar kamar Al-ma'wa Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah (Mba Zulfa, Lika, Aenun, Mba Uzi, Mba Esa, Mba Mila, Izat, Mba Aat, Mba Syarifah, Mba fay, Mba Dian, Dwi, Mba Nia, Afifah, Sindi, Afi, Siti, Asri, Rizka, Indah, Nia Khoir, Dina, Mba Eko, Vivi, Vaiq, Hero, Anis, Yanti, Riski, Ziyah dan Nazil) yang setia mendengarkan keluh kesah peneliti dan juga menyemangati serta

membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi.

7. Keluarga besar Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah, Bapak K.H. Ahmad Amnan Muqoddam, Ibu Nyai. H. Rofiqotul Makiyyah. A.H, Gus Acep Athoillah, Ning Luluk Makiyyah, Gus Ivan, Gus Ali, Ning Ul, dan Gus Ya'lu, selaku pendidik peneliti dalam ilmu agama yang sangat sabar menuntun peneliti selama ini.
8. Keluarga besar santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah.
9. Teman- teman seperjuangan (Ana Machbubah, Siti Mozaroah, Ifa Rohmiatun, Rifatul Faizah , dan Titis Arumingtyas)
10. Teman-teman KPI angkatan 2015 (Keluarga besar KPI-C 2015 dan teman- teman konsentrasi Radio Dakwah 2015). Yang telah membantu dan memberikan informasi kepada peneliti.

Skripsi ini dibuat dengan usaha dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

Tiada yang dapat penulis berikan selain doa semoga Allah SWT dapat meringankan urusan mereka, mendapat pahala yang berlipat ganda dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengembangan khazanah keilmuan khususnya Dakwah melalui media radio.

Semarang, 23 November 2019

Rina Lailatul Masrurah

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang tiada hentinya memberikan doa serta dukungannya kepada penulis:

1. Ibunda Rosidah yang telah memberikan doa serta dukungan baik moral dan material. Terimakasih telah mendidik penulis menjadi perempuan yang pantang menyerah. Semoga penulis dapat membantu kelancaran dalam urusan dunia serta akhirat.
2. Almamater tercinta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

MOTTO

Untuk mendapatkan apa yang kamu suka, pertama-tama kamu harus bersabar dengan apa yang kamu benci. (Imam Al-Ghazali)

ABSTRAK

Rina Lailatul Masruroh. 1501026083, “Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran “Kajian Tilawah” Di Radio DAIS, 107,9 FM “ Skripsi Program Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kepuasan pendengar terhadap program siaran “Kajian Tilawah” dengan menggunakan tipologi motif menurut McQuail yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan dengan menggunakan angket untuk menggali data di lapangan kemudian diuji dengan *Mean dan Chi Square* dengan bantuan SPSS 16.0. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki tujuan sendiri mengkonsumsi media untuk memenuhi kepuasannya.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dari empat dimensi yang diukur, motif informasi, menduduki peringkat pertama dengan jumlah skor 1005, selanjutnya secara berturut-turut motif hiburan, identitas pribadi, dan integrasi dan interaksi sosial, memperoleh skor 632, 580 dan, 538. Kesimpulanya program tersebut lebih banyak memenuhi kepuasan di motif informasi dibanding motif yang lain bagi responden.

Setelah dianalisis didapatkan nilai *chi square* hitung sebesar 200,034 dan nilai *chi square* table sebesar 7,82. Jadi *chi square* hitung > *chi square* tabel, maka H_0 ditolak. Artinya ada hubungan yang signifikan antara program siaran “Kajian Tilawah” dengan kepuasan yang didapatkan responden.

Kata kunci: Radio, Kepuasan, *Mean, Chi Square*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINGKAT KEPUASAN, RADIO DAN RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH	14
A. Tingkat Kepuasan	14
B. Radio	15
C. Radio Sebagai Media Dakwah	18
D. Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF	22
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	22
B. Definisi Konseptual	23
1. <i>Uses And Gratification</i>	23
2. Motif	29
3. Kepuasan	31

4. Program Siaran Kajian Tilawah	34
C. Definisi Operasional	34
D. Sumber dan Jenis Data.....	35
E. Populasi dan Sampel.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Validitas dan Reliabilitas Data	38
H. Teknik Analisis Data	39
BAB IV GAMBARAN UMUM RADIO DAIS DAN KOTA	
SEMARANG	
A. Gambaran Umum Radio DAIS FM	43
1. Profil Radio DAIS FM	43
2. Lokasi Radio DAIS FM.....	45
3. Visi dan Misi Radio DAIS FM.....	45
4. Tujuan Berdirinya Radio DAIS FM.....	45
5. Struktur Organisasi Radio DAIS FM	46
6. Layanan Program Radio DAIS FM	46
7. Data Komunitas Pendengar Radio DAIS FM.....	49
B. Gambaran Umum Kota Semarang	51
BAB V PAPARAN DATA DAN ANALISIS DATA	
53	
A. Deskripsi Data Responden.....	53
B. Analisis Hasil Penelitian.....	54
1. Tingkat Kepuasan Terhadap Motif Informasi	54
2. Tingkat Kepuasan Terhadap Motif Identitas Pribadi.....	59
3. Tingkat Kepuasan Terhadap Motif Integrasi dan Identitas Sosial	63
4. Tingkat Kepuasan Terhadap Motif Hiburan	66
C. Analisis Chi-Square.....	69
1. Perbandingan Skor Antara Dimensi Informasi, Identitas Pribadi, Integrasi dan Interaksi Sosial dan Hiburan	69
2. Analisis Chi-Square Hitung.....	70

BAB VI PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Program Acara Radio DAIS	47
Tabel 2 Program Mingguan Radio DAIS	48
Tabel 3 Pemetaan Pendengar Berdasarkan Wilayah Kecamatan di Kota Semarang	50
Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 6 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Tentang Jenis-Jenis Tilawah	54
Tabel 7 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Mengenai Berbagai Lagu Tilawah.....	55
Tabel 8 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Mengenai Adab Melaksanakan Tilawah	55
Tabel 9 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Mengenai Tatacara Olah Vokal.....	56
Tabel 10 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Tata Cara Mengatur Pernapasan.....	57
Tabel 11 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Mengenai Makharijul Huruf	57
Tabel 12 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Wawasan yang Didapatkan Setelah Mendengarkan Acara “Kajian Tilawah”	58
Tabel 13 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Kemudahan Akses Untuk Mendengarkan Acara “Kajian Tilawah”.....	59
Tabel 14 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Ilmu yang Didapat Untuk Menjadi Qori’/ Qori’ah	59
Tabel 15 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Kepercayaan Diri Yang Didapat Setelah Mendengarkan Program Siaran “Kajian Tilawah	60
Tabel 16 Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Pengenalan Potensi Yang Dimiliki Berkat Mendengarkan Radio	61

Tabel 17	Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Pelajaran Yang Didapat Untuk Menjadi Qori/Qoriah	61
Tabel 18	Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Kepuasan Akan Suatu Hal	62
Tabel 19	Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Peran Membantu Lingkungan Sekitar Karena Pengetahuan Yang Didapat Dari Radio	63
Tabel 20	Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Terlihat Lebih Pandai Karena Mengetahui Banyak Pengetahuan Tentang Tilawah	63
Tabel 21	Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Berbagi Ilmu Tentang Tilawah	64
Tabel 22	Tingkat Kepuasan Pendengar yang Mendapat Lebih Banyak Bahan Diskusi dengan Teman	64
Tabel 23	Tingkat Kepuasan Pendengar yang dapat Dapat lebih Sering Menghabiskan Waktu Besama Teman Untuk Mengkaji Tilawah.....	65
Tabel 24	Tingkat Kepuasan Pendengar yang Dapat Mendengarkan Radio Sebagai Pengisi Waktu “ <i>Me Time</i> ”	66
Tabel 25	Tingkat Kepuasan Pendengar yang Dapat Lebih Bersantai Karena Mendengarkan Radio	66
Tabel 26	Tingkat Kepuasan Pendengar yang Merasa Terhibur Dengan Mendengarkan Radio	67
Tabel 27	Tingkat Kepuasan Pendengar yang Menghilangkan Rasa Bosan Dengan Mendengarkan Radio	67
Tabel 28	Tingkat Kepuasan Pendengar yang Merasa Terhibur Karena Mendengar Siaran.....	68
Tabel 29	Perbandingan Skor Antara Dimensi Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Pribadi, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Kepuasan Hiburan	69
Tabel	30 Analisis Chi Square Tabel	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	76
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	79
Lampiran 3 Coleration	84
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Media massa memiliki peran yang begitu penting bagi kehidupan manusia, bukan hanya sebagai objek untuk menyampaikan informasi kepada khalayak tapi berkembang sebagai alat pemenuhan kebutuhan manusia, seperti informasi terkini seputar hal-hal yang terjadi, sampai hiburan yang diberikan oleh media itu sendiri.

Selain untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti di atas, saat ini media massa juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan rohaniyah masyarakat. Saat ini banyak media yang menyediakan konten-konten acara keagamaan seperti ceramah, telephon interaktif dan juga *talkshow* yang membahas isu-isu keagamaan yang sedang berkembang. Maraknya tayangan atau acara-acara seperti di atas dikarenakan dakwah melalui media massa saat ini dirasa cukup efektif karena sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi yang sudah semakin modern dan canggih.

Adanya dakwah melalui media massa saat ini tentunya mempermudah masyarakat mendapatkan informasi dan kajian keagamaan. Apalagi saat ini media sudah tidak lagi menggunakan komunikasi satu arah dengan para penikmatnya, melainkan sudah menggunakan komunikasi dua arah dimana para penikmatnya bisa memberikan respon langsung terhadap apa yang mereka dapatkan dari media. Misalnya ketika seseorang mendengar ceramah di media massa kemudian ia merasa tidak puas dengan apa yang dijelaskan atau muncul sebuah pertanyaan, ia bisa melakukan dialog interaktif dengan narasumber melalui nomor telephon yang disediakan oleh pihak media.

Radio menjadi salah satu media yang ikut serta menyediakan konten-konten islami untuk pendengarnya mulai dari ceramah, talkshow, telepon interaktif, bahkan ada beberapa radio yang didirikan khusus untuk memenuhi kebutuhan dan pengetahuan islam tanpa ada konten lain seperti radio DAIS, radio Rodja, radio Insani dan masih banyak lagi.

Radio menjadi pilihan masyarakat karena sifatnya yang auditif, yaitu terbatas pada rangkaian suara/bunyi yang hanya menerpa indra pendengaran. Radio tidak menuntut khalayak untuk memiliki kemampuan membaca dan melihat, tetapi hanya sekedar kemampuan mendengar, sesederhana itu persyaratan yang dituntut radio. Selain itu, radio juga bisa dinikmati sembari pendengarnya melakukan aktivitas seperti memasak, mencuci, menyetir mobil atau bahkan sebagai pengantar tidur.

Radio memiliki format dan segmentasi yang beragam, hal ini menjadikan pendengar lebih selektif dalam memilih acara. Hanya acara yang menurut penilaian mereka baik untuk dinikmati yang akan mereka dengarkan, sementara yang menurut mereka tidak baik untuk didengarkan akan mereka lewatkan begitu saja. Perlu diketahui, begitu banyak acara yang ditawarkan dalam waktu yang bersamaan. Setiap stasiun berusaha semaksimal mungkin untuk dapat meraih pendengar sebanyak-banyaknya.

Atas dasar pemikiran di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana peran radio dalam memenuhi kepuasan pendengarnya? Dalam penelitian ini penulis menggunakan radio DAIS FM sebagai media massa yang akan diukur efektifitasnya dalam menyampaikan kajian keagamaan, apakah sudah memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai fungsinya sebagai radio itu sendiri atau belum. Alasannya adalah karena radio DAIS FM merupakan radio dakwah Islam terpercaya dan menjadi pilihan utama khususnya masyarakat Islam di daerah Semarang dan sekitarnya.

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Perkembangan radio dimulai pada tahun 1877 dimana pada tahun tersebut Edison menemukan *phonograph* (gramofon), yang juga bisa digunakan memainkan rekaman, dan pada saat yang sama James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio dan juga menyatakan bahwa jumlah gelombang radio diukur dengan satuan Hertz. (Mufid, 2010:25),

Radio mulai memasuki masa keemasannya sebelum masa perang dunia ke II. Ketika itu radio dikenal sebagai wahana informasi, hiburan sekaligus teman. Bagi individu ketika itu radio begitu spesial. Banyak stasiun ketika itu memiliki sendiri staf orkestra untuk memainkan jaz atau program *symphonic*. Setiap stasiun memiliki pendengar loyal tersendiri walaupun dengan perlengkapan yang tertinggal dibandingkan sekarang ini, namun menyiarkan ketika itu dianggap sebagai kegiatan “menyihir audien”. (Mufid, 2010: 27).

Pada tahun 1960 radio kembali mengalami perubahan yang cukup pesat yaitu dengan dikembangkannya teknologi frekuensi FM, yang sebelumnya radio masih menggunakan frekuensi AM. Walaupun daya jangkauannya lebih rendah dibanding dengan AM, namun FM menghasilkan suara yang lebih jernih dengan efek suara stereo. Menghadapi perkembangan FM yang pesat, akhirnya membuat peraturan kepemilikan stasiun radio diperlonggar dan tahun 1962 FM diperbolehkan untuk ranah komersial.

Amerika serikat memiliki peran penting dalam sejarah media massa termasuk radio. Bukan saja karena di negara ini teknologi baru diciptakan dan disebarluaskan, melainkan karena Amerika Serikat juga melahirkan model pertama pemanfaatan radio bagi kepentingan komersial. Pada tahun 1922 pihak radio Amerika Serikat mulai berhenti memajaki pendengarnya setelah ditemukannya pembiayaan berupa iklan. Sebelumnya pendengar radio wajib membayar pajak untuk pembiayaan siaran stasiun radio.

Di Indonesia fasilitas radio siaran pertama adalah berupa sebuah radio komunikasi Angkatan Laut yang mengudara tahun 1911 di Sabang. Perkembangan radio di Indonesia dibagi kedalam empat tahap, yaitu masa penjajahan Belanda, masa pendudukan Jepang, masa RRI dan masa Radio Swasta. Pada masa penjajahan Belanda status radio siaran di Indonesia adalah radio swasta. Radio swasta yang pertama kali didirikan adalah *Batavia Radio Society* (BRV) yang memulai siaran tetap pada tahun 1925 di Jakarta.

Setelah BRV, kemudian muncul *Netherlandsche-Indische Radio Omroep Maatschappij* (NIROM) yang terbentuk pada tahun 1934 di Jakarta, *Solo Radio Vereniging* (SRV) di Solo pada tahun 1933, *Vereginig Oosterche*

Radio Luistaars (VORL) di Bandung, *Chinesse en Intreemse Radio Luistraars Vereginig Oost Java* (CIRVO) di Surabaya, dan *Matasamse Vereginig Voor Omroop* (MAVRO) di Yogyakarta. Namun yang tercatat cukup besar operasionalnya adalah NIROM karena mendapat bantuan dari pemerintah Hindia-Belanda saat itu.(Oramahi, 2012: 124),

Pada masa pendudukan Jepang, radio siaran di Indonesia dikelola dan dikuasai oleh badan siaran di bawah naungan tentara pendudukan Jepang bernama Nippon Hoso Kanri Kyoku atau Radio Militer Jepang. Berpusat di jalan Merdeka Barat no.4-5 Jakarta Pusat. Di lokasi inilah M. Yusuf Ronodipuro dengan beraninya berhasil menyiarkan Naskah Proklamasi Kemerdekaan RI ke seluruh dunia pada malam tanggal 17 Agustus 1945.

Pada tanggal 11 September 1945 Radio Republik Indonesia secara resmi didirikan oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang di 6 kota. Rapat utusan 6 radio diadakan di rumah Adang Kadarusman Jalan Menteng Dalam Jakarta yang menghasilkan keputusan mendirikan Radio Republik Indonesia dengan memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama.(Mufid, 2010: 37),

Fase terakhir dari perkembangan sejarah radio siaran di Indonesia adalah lahir dan berkembangnya radio siaran milik swasta. PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) merupakan wadah organisasi radio swasta di Indonesia yang keberadaanya juga memiliki hubungan erat dengan sejarah perjuangan bangsa, baik dimasa penjajahan, masa perjuangan proklamasi kemerdekaan, maupun di dalam dinamika perjalanan bangsa memperjuangkan kehidupan bangsa yang adil, makmur, dan berkembang.

Secara *de facto*, Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia tumbuh sebagai perkembangan profesionalisme “radio amatir” yang dimotori kaum muda dan para mahasiswa diawal masa Orde Baru pada tahun 1966. Secara *yuridis*, keberadaan radio swasta diakui dengan prasyarat penyelenggaraannya harus berbadan hukum dan dapat menyesuaikan dengan

ketentuan Peraturan Pemerintah RI no. 55 tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah yang mengatur fungsi, hak, kewajiban, dan tanggung jawab radio siaran, syarat-syarat penyelenggaraan, perizinan, serta pengawasannya. (Oramahi, 2012: 127).

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* untuk meneliti tingkat kepuasan pendengar sebuah program siaran berdasarkan motif penggunaan media yang menurut Mc Quail ada empat, yaitu motif informasi, motif pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Kepuasan pendengar radio menjadi penting untuk diteliti karena pada kenyataan yang ada, pendengar yang tidak puas terhadap pelayanan dan program siaran yang ada pada sebuah stasiun radio cenderung akan mencari penyedia layanan dan program siaran yang mampu memuaskan kebutuhannya. Keberhasilan sebuah stasiun radio dimulai dari kemampuan dalam memberikan pelayanan dan program siaran yang baik kepada pendengarnya. Stasiun radio yang berhasil adalah yang mempunyai daya saing dan memberikan nilai dan kepuasan kepada pendengarnya melalui konten-konten yang berkualitas. Dengan meneliti tingkat kepuasan, maka sebuah radio akan mengetahui bagian mana yang harus diperbaiki dan ditingkatkan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.

Radio DAIS Semarang didirikan pada sabtu, 23 september 2006 oleh Gubernur saat itu, Bapak Mardiyanto. Pendirian radio DAIS dilatarbelakangi oleh jenuhnya masyarakat akan media hiburan yang berbau kebarat-baratan yang merusak moral anak muda dan juga anak-anak yang setiap hari disuguhi acara tidak sehat, melihat keprihatinan tersebut DAIS berusaha mengakomodir hiburan, pendidikan yang Islami sehingga dapat melawan budaya yang dapat meracuni anak-anak dan juga generasi muda.

Sesuai dengan kondisi masyarakat kota Semarang dan sekitarnya, target layanan radio DAIS yang mayoritas adalah masyarakat dibidang jasa, maka radio DAIS memilih target segmen masyarakat keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan segmen anak muda yang senang dengan lagu-lagu Islami,

terutama para santri pondok pesantren dan mahasiswa yang memang banyak terdapat di kota Semarang.

Radio DAIS memiliki spesifikasi khusus, yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. DAIS menyajikan acara hiburan, pendidikan, dan informasi dengan format Islami. Selain itu DAIS mempunyai keunggulan dari para pesaing radio lain yaitu adanya acara dialog interaktif mengenai agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap manusia, dalam rangka meningkatkan iman dan takwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan islami, selalu disajikan.

Hal tersebut dilakukan, dengan harapan acara radio DAIS dapat memikat hati pendengar, apalagi kota Semarang adalah kota metropolitan sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani. Radio DAIS berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya Semarang.

Berdiri sebagai radio Islam, DAIS memiliki beragam program keislaman mulai dari pendidikan, hiburan, informasi dan juga layanan masyarakat. Diantara beragam acara yang disuguhkan oleh radio DAIS, ada satu program yang menarik minat peneliti, yaitu program acara “Kajian Tilawah” yang disiarkan setiap Kamis malam Jumat pukul 19.15 sampai dengan pukul 20.30.

Program acara siaran “Kajian Tilawah” adalah siaran relay dari Masjid Agung Jawa Tengah yang berisi mengenai tata cara tilawah Al-Quran yang baik dan benar. Program acara kajian tilawah ini cukup diminati oleh pendengar karena dirasa langka bahkan hanya ada satu radio yang memiliki acara seperti ini di wilayah kota Semarang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti program siaran ini apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan memenuhi kepuasan pendengar radio DAIS.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang peneliti angkat adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pendengar radio DAIS 107,9 FM di Semarang terhadap program siaran “KAJIAN TILAWAH” ?
2. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara isi program siaran dengan kepuasan responden?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Berangkat dari permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan yang didapatkan oleh pendengar radio DAIS di wilayah kota Semarang dari mendengarkan acara siaran “ Kajian Tilawah” radio DAIS Semarang. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara mendengarkan siaran keislaman di radio DAIS terhadap kepuasan memperoleh informasi keagamaan atas fungsi kajian siaran dakwah pada pendengar radio di Semarang terkait keinginan mereka mendengarkan kajian keislaman. Tujuan lainnya adalah diharapkan untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang merujuk ke pembahasan mengenai gambaran eksistensi siaran dakwah Islam di radio ditengah terjangan siaran hiburan yang berbau kebarat-baratan yang sangat marak di radio saat ini.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

- 1) Memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan radio khususnya terhadap bidang radio Dakwah Islam.
- 2) Dapat dijadikan pengetahuan bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya terkait perkembangan radio Dakwah Islam di era modern seperti ini yang mana siaran-siaran dakwah Islam di dominasi oleh TV dan media online.

b. Manfaat Praktis

- 1) Menambah wawasan bagi para teoritis dan praktisi dalam bidang dakwah dan atau komunikasi.
- 2) Menambah ilmu dan referensi bagi para mahasiswa konsentrasi radio dakwah Islam, serta mahasiswa lain yang mempunyai minat dalam bidang dakwah Islam.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Agar penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan keasliannya dan terhindar dari plagiasi maka dianggap perlu melakukan tinjauan pustaka penelitian. Tinjauan pustaka yang dilakukan oleh peneliti menemukan beberapa skripsi dengan tema serupa, yaitu dari :

Pertama, jurnal dari Ditha Fitrialdi Putri dan Hadiyanto dengan judul Motivasi, Terpaan Media Dan Kepuasan Khalayak Siaran Radio Komunitas Jaseng FM, Kecamatan Walantakam Serang, Banten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan karakteristik demografi dengan melihat motivasi, korelasi antara motivasi dan kualitas siaran radio dengan melihat terpaan media, dan korelasi antara terpaan media dengan melihat kepuasan dari pendengar radio komunitas Jaseng FM. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan metode survei yang diperoleh melalui kuesioner, observasi langsung, dan wawancara mendalam. Responden adalah pendengar aktif radio Jaseng FM yang dipilih dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa usia berhubungan dengan motivasi informasi dan tingkat pendapatan yang berhubungan dengan motivasi identitas pribadi dan integrasi dan motivasi interaksi sosial. Motivasi identitas pribadi terkait dengan durasi mendengarkan dan pemilihan peristiwa siaran. Motivasi hiburan, integrasi dan motivasi interaksi sosial, materi siaran dan kualifikasi penyiar terkait dengan durasi mendengarkan. Terpaan media termasuk durasi mendengarkan berhubungan dengan kepuasan pengawasan dan frekuensi mendengarkan berhubungan dengan kepuasan pribadi.

Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification*, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini mengaitkan kepuasan pendengar dengan motivasi, karakteristik demografis, kualitas siaran radio dan terpaan media.

Kedua, adalah skripsi dari Ahmad Fauzi dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran “Berita Terkini” Di Radio 98.7 GEN FM. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait apakah terdapat hubungan yang signifikan antara isi berita terhadap kepuasan pendengar siaran program “Berita Terkini” di radio 98.7 Gen FM? Dan bagaimana tingkat kepuasan pendengar terhadap motif informasi, pribadi, tipologi, yang disarankan Mc Quail. Penelitian skripsi ini dilakukan di fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan sampel 130 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui penyebaran angket (kuesioner) dengan teknik random sampling yang pengukurannya dengan menggunakan skala likert dan diolah secara statistik menggunakan aplikasi SPSS 20.0. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and gratification* yang menyatakan bahwa sikap individu memiliki tujuan sendiri mengkonsumsi media untuk memenuhi kepuasannya, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, kemudian diuji dengan *mean* dan *chi square* dengan bantuan aplikasi SPSS 20. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dari empat dimensi yang diukur, motif informasi menduduki peringkat pertama 3663, selanjutnya secara berturut-turut motif pribadi, hiburan dan integrasi dan interaksi sosial dengan skor 3169, 2556, dan 2464. Keimpulanya program tersebut lebih banyak memenuhi kepuasan motif informasi dibanding motif yang lain bagi responden.

Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan teori *Uses and gratification* dan mengukurnya dengan motif informasi, hiburan, pribadi, dan integrasi dan interaksi sosial. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan berita sebagai subyek yang akan diteliti sedangkan penelitian yang akan saya lakukan menggunakan program siaran Islam yaitu “Kajian Tilawah” dan juga tempat penelitian yang berbeda.

Ketiga, adalah skripsi dari Azmy Aziz yang berjudul Kesenjangan Antara Motif Dan Tingkat Kepuasan Penonton Terhadap Tayangan Talkshow Indonesia Lawyers Club (ILC) Di TV One. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kesenjangan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* penonton terhadap *talkshow Indonesia Lawyers Club (ILC)*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications* yang digagas oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Teori ini menghasilkan dua konsep utama untuk mengukur tingkat kepuasan khalayak, yaitu *Gratification Sought* atau kepuasan yang diharapkan dan *Gratification Obtained* atau kepuasan yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode survei terhadap 57 responden dari Universitas Islam Negeri Jakarta dan 54 responden dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Konsentrasi Jurnalistik angkatan 2013-2014. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menghitung *mean* dari *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* (GS-GO) untuk melihat kesenjangan nilai antara kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh. Hasil analisis menunjukkan terdapat kesenjangan antara motif dan kepuasan. Secara keseluruhan menurut responden Universitas Islam Negeri Jakarta, skor GS lebih besar dari GO. Sementara skor GO lebih besar dari GS pada dimensi integrasi dan interaksi sosial menurut responden Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, serta tiga dimensi lain memiliki skor GS lebih besar dari GO. Kesenjangan yang terjadi dari dua kelompok ini sama-sama berada di kategori sangat rendah. Artinya responden masih merasa bahwa ILC mampu memenuhi harapan mereka atas motif informasi, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial, serta hiburan. Hal itu sesuai dengan teori *limited effect* dimana media dianggap memiliki efek terbatas terhadap khalayak aktif.

Adapun persamaanya dari skripsi ini yaitu sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification* yang fokus pada khalayak pengguna media, namun bedanya disini lebih fokus pada kesenjangan antara kepuasan yang diperoleh dengan kepuasan yang diharapkan dan khalayaknya dalah penonton televisi.

Keempat, jurnal penelitian dari Dimas Dwi Yuniarto yang berjudul *Penggunaan Media Radio Dan Kesenjangan Kepuasan Pendengar Radio*. Penelitian ini bertujuan mengetahui antara *Gratification Sought / GS* dan *Gratification Obtained / GO* untuk pendengar di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNS pada 2012-2013 setelah mendengarkan program radio Sriwedari dan Desta & Gina In the Morning. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Uses And Gratification* dan metode survei. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dan kemudian data dikodekan dan ditafsirkan. Selanjutnya, kesenjangan data diperoleh dengan menghitung menggunakan rumus gap palmgreen. Rumus kesenjangan itu dioperasionalkan oleh tabulasi yang dilintasi item di GS dengan item dari GO. Pada akhirnya, kedua stasiun radio antara Solo Radio dan Prambors Solo telah membuat para pendengar merasa puas. Hasil angka kepuasan dari formula kesenjangan Palmgreen adalah Solo radio mendapat 74,7% sedangkan Prambors mendapat 85,1%. Angka-angka itu termasuk dalam tingkat kepuasan yang tinggi yaitu dari 67% hingga 100%. Angka-angka ini membuktikan bahwa Prambors memberikan stratifikasi lebih banyak daripada Radio Solo.

Adapun persamaan dari skripsi ini adalah sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification* yang fokus pada khalayak pengguna media, namun bedanya disini lebih fokus pada kesenjangan antara kepuasan yang diperoleh dengan kepuasan yang diharapkan.

Kelima, adalah skripsi dari Teodora Lesna Prabaswara yang berjudul *Motif, Penggunaan Media Dan Kepuasan Metta Miarsa Terhadap Program Air Kehidupan Metta FM (Studi Uses and Gratification tentang Motif, Penggunaan Media dan Kepuasan Metta Miarsa Terhadap Program Air*

Kehidupan Metta FM). Skripsi ini bertujuan untuk melihat adanya motif dan kepuasan Metta Miarsa dalam mendengarkan program Air Kehidupan Metta FM. Penelitian ini akan menerapkan teori komunikasi Uses and Gratification untuk melihat fenomena ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner yang akan diisi oleh Metta Miarsa yang telah berespons melalui SMS di nomor 08122656400 pada Program Air Kehidupan selama bulan Juli. Penelitian ini memperoleh hasil yang pertama yaitu ada hubungan positif yang signifikan antara variabel motif mendengarkan program Air Kehidupan Metta FM oleh Metta Miarsa dengan perilaku mendengarkan program tersebut. Dengan nilai Spearman's rank rho sebesar 0,254 dan taraf signifikansi 5 %. Hasil kedua yaitu ada hubungan positif yang signifikan antara variabel penggunaan media Metta Miarsa dalam mendengarkan program Air Kehidupan Metta FM dengan kepuasan Metta Miarsa terhadap program tersebut. Dengan nilai Spearman's rank rho sebesar 0,240. Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin kecil motif Metta Miarsa dalam mendengarkan program Air Kehidupan maka semakin rendah penggunaan media Metta Miarsa dalam mendengarkan program tersebut dan semakin rendah penggunaan media Metta Miarsa dalam mendengarkan program Air Kehidupan maka semakin rendah kepuasan Metta Miarsa terhadap program tersebut.

Adapun persamaan dari skripsi ini adalah sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification* yang berfokus pada khalayak pengguna media, namun bedanya skripsi ini lebih fokus terhadap hubungan antara variabel motif dengan variabel kepuasan pengguna media.

E. SISTEMATIKA PENULISAN.

Penelitian ini akan menggunakan sistematika penulisan berdasarkan buku panduan penulisan skripsi Fakultas Dakwah dan komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Bagian muka, berisikan Halaman judul. Nota pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Pernyataan, kata Pengantar, Halaman Persembahan, Halaman Motto, Abstrak, dan Daftar Isi.

2. Bagian isi, berisi lima bab yang setiap bab memiliki sub bab tersendiri dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : Berisikan pendahuluan, yaitu mengungkap segala sesuatu yang mengarah pada pembahasan, yakni: berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan tinjauan pustaka.

BAB II: Kerangka teori, yang terdiri dari pengertian teori Uses and Gratification, penjelasan mengenai sejarah radio dan juga radio sebagai media dakwah serta dicantumkan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian, yaitu terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Gambaran umum objek penelitian. Berisi gambaran secara garis besar mengenai daerah penelitian, objek penelitian, serta responden.

BAB V: Paparan data dan analisis data, berupa hasil dari survey jawaban atau temuan lapangan dari pendengar di kota Semarang terhadap program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM.

BAB VI: Penutup, berupa kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan, serta lampiran-lampiran sebagai bahan pelengkap.

BAB II

TINGKAT KEPUASAN, RADIO DAN RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Tingkat Kepuasan

Kepuasan merupakan selisih antara apa yang diharapkan dengan apa yang didapatkan. Jika ternyata khalayak mendapatkan manfaat lebih banyak dibandingkan dengan apa yang dia harapkan, maka akan timbul kepuasan. Namun sebaliknya, jika apa yang diekspektasikan oleh khalayak tak didapatkannya atau kurang dari apa yang diharapkannya, maka kepuasan tidak akan tercapai. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Philip Palmgreen, ia memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang memengaruhi penggunaan media. Namun, Palmgreen juga menanyakan apakah motif-motif tersebut telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain apakah khalayak sudah puas setelah menggunakan media tertentu. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). (Kriyantono,2010:206),

Gratification sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, TV, koran). *Gratification sought* dapat disebut sebagai motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. (Kriyantono,2010:206),

Indikator kepuasan konsumen terbagi menjadi 2 yaitu (Admin, 2009): Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal: karena makan membuat perut kita menjadi kenyang. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal: Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah. Wilkie (1994) menyatakan bahwa

terdapat 5 elemen dalam kepuasan konsumen yaitu

a) *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilaksanakan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b) *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketikadigunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c) *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d) *Confirmation/disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.

(Faustina, Anastasia Klara. 2019. 2012/01 <https://id.scribd.com/document/77086228/Elemen-Kepuasan-Konsumen>. Diakses pada 22 mei 2019 pukul 13.59).

B. Radio

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan

22suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Tahun 1896, Guglielmo Marconi menciptakan *wireless telegraph* yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode morse. Pada tahun 1913, Marconi telah mendominasi bisnis radio di Eropa dan Amerika Serikat. Bisnis radio yang dimaksud disini buka bisnis stasiun radio, tetapi lebih pada pemanfaatan radio untuk keperluan-keperluan perdagangan dan transportasi.

Amerika Serikat memainkan peran yang penting dalam sejarah media massa termasuk radio. Bukan saja karena di negara ini teknologi baru diciptakan dan disebarluaskan, melainkan karena Amerika Serikat juga melahirkan model pemanfaatan radio bagi kepentingan komersial, seperti yang kita kenal saat ini. Dalam sejarah radio kita juga berkaca pada Eropa, khususnya Inggris. Tradisi radio di Inggris berbeda dari radio Amerika Serikat, karena perlu diketahui untuk menambah wawasan tentang model alternatif mengenai operasionalisasi radio berbasis publik. Sepanjang Perang Dunia I, gelombang radio berada di bawah penguasaan dan kontrol militer AS. Pada tahun 1920, setelah keadaan aman dan dunia damai kembali untuk sementara, militer AS mengembalikan kontrol radio ke tangan sipil. Seorang teknisi Westinghouse, Frank Conrad, mengawali siaran radio pertama di dunia dengan jadwal siaran tetap. Siaran ini menarik minat publik dan mendapat liputan luas di surat kabar. Satu langkah awal membuka langkah-langkah berikutnya. Sebuah *department store* di Pittsburg lantas memutuskan untuk menjual radio secara massal agar orang bisa menangkap siaran Conrad. Westinghouse yang menyadari potensi ini lalu mendirikan stasiun radio pertama di dunia, KDKA. Perkiraan tersebut tidak meleset. 100.000 radio terjual pada tahun 1922, melonjak menjadi 500.000 unit pada tahun 1923.

Awalnya, pendengar radio diwajibkan membayar pajak untuk membiayai stasiun radio memproduksi program. Radio di AS berhenti memajaki pendengarnya pada tahun 1922, setelah ditemukan sistem pembiayaan baru: iklan. Dari sinilah muncul sistem jual beli *air time*

bagi pengiklan. Dari sini pula muncul tendensi baru dalam operasionalisasi radio: masuknya radio AS dalam era komersialisasi. Dan lahirlah *broadcasting*. (Astuti, 213: 5-6),

Pada awalnya radio dimaksudkan sabagai alat telekomunikasi yang menjalankan fungsi sosial melayani masyarakat. Setelah didapati bahwa iklan bisa menjadi salah satu pendapatan radio yang signifikan, maka berkembanglah industri radio. Radio sebagai industri media baru dimulai pada saat KDKA didirikan di Pittsburgh tahun 1920. Namun bisnis radio baru ramai ketika raksasa-raksasa telekomunikasi memasuki industri tersebut, seperti AT&T dan RCA.

Perkembangan industri atau pasar radio tidak lepas dari perubahan teknologi. Teknologi radio juga mengalami perkembangan pesat, dan memunculkan gelombang siaran dari AM (*amplitudo modulation*) menjadi FM (*frekuensi modulation*).

Bagaimana gelombang AM dan FM punya keterbatasan terutama jika sudah menyangkut ketersediaan kanal-kanal frekuensi. Berapa banyak radio yang bisa bermain dalam rentang frekuensi 100 hingga 109 FM? Jika jarak frekuensinya terlalu dekat, tentu bisa mengganggu penerimaan karena suara yang tumpang tindih. Selain itu daya pancar gelombang radio bagaimanapun bisa terbatas. Tetapi semua keterbatasan ini menghilang berkat sistem *digital audio broadcasting* (DAB), atau sistem peyiaran audio berbasis digital.

Radio disebut sebut sebagai media dengan daya penetrasi atau daya tembus yang tinggi, karena difungsikan sebagai latar belakang. Sambil mendengarkan radio, seseorang bisa melakukan aktivitas lain. Mulai dari mencuci, memasak, mengemudikan kendaraan, berbincang-bincang, menemani sebelum tidur, belajar bahkan membaca buku. Radio dikatakan lebih hangat ketika melibatkan imajinasi khalayak sebagaimana dalam drama radio. Bandingkan dengan menonton sinetron di televisi, visualisasinya jelas sudah terlihat, siapa yang cantik, baik, pemaarah dan sebagainya. Demikian pula untuk menggambarkan suasana seperti

bahagia, menangis, dan lain-lain, semua bisa jelas terlihat. Berbeda dengan sandiwara radio, karakter atau *mood* semacam itu hanya dapat dideskripsikan lewat suara dan bebunyian. Pendengar radio hanya mendengarkan informasi, kemudian mereka-rekannya sendiri dalam pikiran masing-masing. Itu sebabnya keterlibatan radio dalam program seperti ini sedikit lebih tinggi dibandingkan televisi.

Radio memiliki sejumlah fungsi, seperti mentransmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Dalam penyampaian pesanya radio bisa mengambil model komunikasi apa saja. Entah itu komunikasi satu arah maupun dua arah. Model komunikasi satu arah mengasumsikan radio sebagai komunikator tunggal yang menyampaikan pesan kepada khalayak pasif. Sedangkan model komunikasi dua arah memosisikan radio sebagai komunikator yang melakukan interaksi timbal balik dengan khalayak aktif. Kecenderungannya kini memang lebih banyak acara-acara interaktif di radio, agak sulit jika radio bertahan dengan model komunikasi klasik yang bersifat linear satu arah. Radio semacam ini akan ditinggalkan oleh para pendengar yang merasa tidak terlibat dalam program yang diudarkan.

C. Radio Sebagai Media Dakwah

Sebelum muncul fenomena dakwah di televisi pada tahun 1990-an, radio telah lama berfungsi sebagai media dakwah. Tahun 1970-an misalnya, di Jakarta dikenal radio Cendrawasih yang didirikan oleh seorang keturunan arab bernama Sehan Alatas yang menyiarkan program tanya jawab seputar Tafsir AL-quran dan Hadis yang dipimpin oleh K.H. Syukran Makmun dari pondok pesantren Darul Rahman, Jakarta. Radio Cendrawasih juga menyiarkan program *Tahudil 'Adilah* yang dipandu K.H. Syafi'i Azami. Kemudian menjalin kerja sama dengan Himpunan Seni Budaya Islam (HASBI). Tahun 1980-an Radio Cendrawasih membuat siaran *relay* dari pengajian-pengajian tertua di Jakarta seperti pengajian al-Habsy Kwitang, Darul Mustafa dan Darul Afaf. Mutiara

Fajar, *Yasinan dan Ratib* juga adalah acara dakwah yang disiarkan oleh radio Cendrawasih. Meskipun bukan murni radio Islam, radio Cendrawasih memiliki sumbangsih yang besar terhadap perkembangan Islam di Jakarta waktu itu.

Hingga akhir dekade 1980-an, atensi masyarakat Indonesia pada siaran radio masih tinggi termasuk pada siaran siaran keagamaan. Para da'i, mubaligh dan ustad-ustad menggunakan radio sebagai media untuk memberikan ceramah dan menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang langsung memasuki ruang-ruang privasi, kamar-kamar pribadi, dan rumah-rumah masyarakat. Acara-acara dakwah Islam umumnya disiarkan rutin menjelang maghrib dan pagi hari setelah shalat subuh. Jam favorit mendengarkan radio umumnya adalah antara pukul 05.00-08.00, kemudian 08.00-10.00 dan malam hari pukul 20.00-22.00.

Kebutuhan akan siraman-siraman keagamaan yang semakin meluas membuat perkembangan yang menarik, yaitu pada tahun 2000-an tren "dakwah radio" bergeser menjadi "radio dakwah". Dua istilah ini memiliki arti yang berbeda, dakwah radio adalah ceramah-ceramah dan siaran-siaran keagamaan di radio komersial, sedangkan radio dakwah adalah radio yang didirikan khusus untuk tujuan berdakwah. (Makruf, 2017: 292-295),

Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah membuat dan menyusun serta menyiarkan program acara yang intinya adalah *amar ma'ruf nahi munkar*, mengajak kepada ketundukan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah menggunakan ajaran agama Islam sebagai pesan yang harus disampaikan radio sesuai dengan fungsinya. Memasukkan nilai dakwah dalam setiap penyusunan program siaran radio dapat dilakukan tanpa menyebut secara tertulis judul-judul program siaran radio dengan label dakwah, tetapi cukup memasukkan nilai dakwah pada setiap program yang disajikan.

Memasukkan unsur dakwah dalam setiap program siaran radio juga membutuhkan kemampuan dan keterampilan yang tidak sederhana, bagaimana agar pendengar tetap merasa senang terhadap program yang disiarkan. Jika memasukan unsur dakwah dalam radio hanya dilakukan melalui ceramah atau kultum saja, maka pemanfaatan radio sebagai media dakwah akan sangat sempit, berbeda halnya jika dakwah lewat radio dilakukan dengan pengawasan yang baik dalam setiap acara.

Setidaknya ada dua paradigma yang diberikan oleh ahli komunikasi untuk pemanfaatan media massa, yaitu teori *Uses and Gratification* dan teori *agenda setting*. Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah bila dilihat dari prespektif teori *Uses and Gratification*, sebaiknya upaya memasukan pesan dakwah di dalam program siaran radio dilakukan setelah terlebih dahulu mengetahui respons yang positif dari khalayak terhadap siaran tersebut. Sebaliknya, *agenda Setting* juga dapat dilakukan produser dan penyiar siaran radio untuk mempengaruhi opini publik pendengar. (Munthe, 2018:12-14),

Pada dasarnya, apapun isi dan format radio, jenis acara maupun programnya, siapa sasarannya dan segmentasinya, semua bisa dieksploitasi sesuai dengan keperluan atau keinginan pengelolanya. Kuncinya terletak pada pemahaman akan daya pikat, kemasan, frekuensi durasi, dan waktu penayangan setiap produk radio. Diupayakan untuk meminimalisasi penunjang yang tidak perlu dan menggunakan bahasa yang komunikatif bagi pendengarnya sehingga mudah dicerna karena radio bersifat selintas dan sesaat.

D. HIPOTESIS.

Hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Tidak terdapat kepuasan pendengar sesuai dengan motif penggunaan media pada program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM.

Hk: Terdapat kepuasan pendengar sesuai dengan motif penggunaan media pada program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF

A. Jenis dan pendekatan penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini berupaya untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. (Suryabrata, 2012:75),

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menggambarkan sifat atau suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian ini dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Hikmat,2011:44). Peneliti menggunakan penelitian deskriptif karena peneliti ingin mengetahui bagaimana fungsi program siaran “Kajian Tilawah” pada radio DAIS FM dalam memenuhi kepuasan pendengar.

Pendekatan adalah falsafah yang mendasari suatu metodolgi riset. Pendekatan ini pada dasarnya merupakan falsafah yang mendasari suatu metodologi riset (Kriyantono,2010:50). Pendekatan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Secara umum data kuantitatif lebih bersifat konkret karena dapat dikuantitaskan berupa angka-angka. Data ini bersifat objektif dan bisa ditafsirkan oleh semua orang.(Kriyantono,2010:39).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Penelitian survei merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang sama pada setiap orang, kemudian semua jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur disebut kuesioner. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk mengukur variabel-variabel, berhubungan diantara variabel yang ada, serta dapat berupa pengalaman dan pendapat dari responden. Metode survei biasanya digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu

yang alamiah, namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data (kuesioner, test, wawancara, dan sebagainya), perlakuan yang diberikan tidak sama pada eksperimen. (sugiyono,2014: 76).

Pendekatan metode ini digunakan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik. (Kriyantono,2010:59).

B. Definisi Konseptual

1. Uses and gratification

Riset *uses and gratification* pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz pada tahun 1959. Metode *uses and gratification* menonjolkan keunikan dalam teknik dan metodenya yang “revolusioner” daripada metode-metode dan teknik-teknik “tradisional” dalam metode riset komunikasi kuantitatif. Studi-riset kuantitatif selain metode *uses and gratification*, cenderung lebih menitikberatkan pada riset-studi efektifitas komunikasi, khususnya efek komunikasi massa. Alasan-alasan yang menyatakan metode *uses and gratification* mendobrak tradisi studi-riset tentang efek komunikasi terhadap khalayak:

- a.) Metode *uses and gratification* menitik beratkan fokus pada khalayak.
- b.) Titik berat metode *uses and gratification* adalah *what do people do with the media and not what do media do with people*.
- c.) Bukan motif yang menimbulkan kepuasan akan tetapi kepuasan yang akhirnya menimbulkan motif.
- d.) Media bukan dan tidak menjadi satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi khalayak, ada faktor lain yang dapat mempengaruhi khalayak.

- e.) Kekuatan persuasi media massa bukanlah merupakan variabel utama untuk perubahan perilaku khalayak.
- f.) Situasi dan kondisi saat itu, 1959 di AS memang menunjukkan bahwa studi efek media yang pada awalnya menganggap bahwa media itu punya kemampuan *powerfull* dalam mempengaruhi khalayak mulai tidak terbukti sepenuhnya dan telah terjadi perubahan dari teori *powerfull effect media* menjadi teori *limited effect media*.

Riset menurut metode *uses and gratification* adalah suatu penelitian dan investigasi tentang kegunaan dan pemanfaatan media massa oleh publik atau masyarakat pemakainya berdasarkan upaya media memberikan layanan kepada publiknya, berdasarkan saling kepentingan kedua belah pihak tersebut. Saling transaksi kepentingan ini menimbulkan daya seleksi masing-masing untuk saling memanfaatkan daya efektifitas dan pengaruhnya kedua belah pihak. Semuanya sangat berkaitan dengan pasar iklan, pengaruh media, dan daya tarik publik terhadap media.

Pada periode tertentu, tentu saja sikap dan perilaku publik terhadap media bisa berubah sesuai dengan pasang surut dan dinamika keadaan. Sudut pandang metode *Uses and Gratification* menyatakan bahwa agenda publik lah yang menentukan agenda media. Seberapa besar dan seberapa jauh media massa memberikan pelayanan serta pemuatan informasi yang terjadi pada diri dan di dalam masyarakat, sebesar dan sejauh itu pula keterlibatan masyarakat publik menghubungi media massa. Publik atau masyarakat adalah variabel independen bukan variabel dependen. Titik berat riset *Uses and Gratification* ini pada khalayak sebagai *selector* yang aktif terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa. (Aan, 2013: 76).

Riset metode *Uses and Gratification* berusaha menjelaskan tentang bagaimana khalayak menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya berdasarkan seleksi kepentingannya, bukan berdasarkan media massa. Khalayak dianggap lebih layak dijadikan titik berat atau pusat perhatian karena khalayak itu aktif dan selektif dalam memilih

media yang diinginkannya baik sebelum, ketika bahkan sesudah menggunakan media massa tersebut.

Inti teori *Uses and Gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. (Kriyantono, 2006: 208),

Kebangkitan pertama atas ketertarikan dalam pendekatan *Uses and Gratification* dapat dilacak ke dalam tiga tahap perkembangan - satu metodologis dan dua teoritis.

- a.) Metode survey dan teknik analisis data yang baru memungkinkan perkembangan strategi baru yang lebih penting untuk mempelajari serta menafsirkan penggunaan dan kepuasan khalayak. Para peneliti menemukan kuesioner inovatif yang memungkinkan alasan seseorang dalam menggunakan media dapat diukur secara lebih sistematis dan objektif. Di saat yang sama, teknik analisis data yang baru menyediakan prosedur yang lebih objektif untuk mengembangkan kategori dan memberikan alasan terhadap kategorisasi tersebut.
- b.) Selama tahun 1970-an beberapa peneliti media mengembangkan kesadaran yang semakin meningkat bahwa orang-orang yang secara aktif menggunakan media mungkin menjadi faktor antara yang penting yang membuat efek kurang lebih terjadi. Mereka berdebat bahwa seorang khalayak aktif dapat memutuskan apakah efek media tertentu memang mereka inginkan dan berupaya meraih efek tersebut.
- c.) Beberapa peneliti mulai menyampaikan kekhawatiran yang semakin besar bahwa penelitian efek terlalu berfokus pada efek negatif media yang tidak sengaja sementara kegunaannya yang positif diabaikan. Pada tahun 1975, kita mengetahui banyak hal mengenai pengaruh kekerasan di televisi terhadap sebagian kecil khalayak (terutama anak laki-laki pra-remaja), tetapi hanya sedikit yang diketahui mengenai bagaimana

orang-orang berusaha membuat media melakukan hal yang mereka inginkan.

Kebangkitan kedua dan yang terbaru dari bangkitnya ketertarikan atas pendekatan *Uses and Gratification*, adalah produk dari aplikasi baru internet yang selalu berkembang dan tersebar, lebih spesifik karena keterhubungan yang didorong oleh aplikasi tersebut. Berpendapat bahwa “*Uses and Gratification* selalu menyediakan pendekatan teoritis terbaru pada tingkat hal dari tiap medium komunikasi massa”.

Sebetulnya para peneliti yang mempelajari teknologi baru telah menemukan bahwa penelitian *Uses and Gratification* ini membantu dalam mempelajari berbagai jenis media baru, terutama pesan elektronik. Bonka Boneva, Robert Kaurt, dan David Frochlich melaporkan bahwa pesan elektronik lebih berguna bagi wanita daripada pria dalam memelihara hubungan sosial. Jhon Dimmick dan koleganya di Ohio State University melakukan studi berkelanjutan yang melacak penggunaan dan kepuasan telepon, pesan elektronik, dan internet. Teori *Uses and Gratification* terbukti penting dalam mengukur mengapa dan bagaimana beragam layanan komunikasi nirkabel atau berbasis komputer digunakan untuk menambah atau mengganti media yang lebih lama. (Davis, 2010: 295-296),

Baik mereka yang terlibat dalam penggunaan media baru atau tradisional, pertanyaannya tetap sama, yaitu seberapa aktifkah khalayak media? Dan dalam bentuk apa aktivitas mereka? Kritik terhadap pendekatan *Uses and gratification* telah lama menyatakan bahwa teori ini melebih-lebihkan jumlah penggunaan aktif. Mereka berpendapat bahwa sebagian besar pengguna media adalah pasif dan menjadi kebiasaan sehingga tidak masuk akal untuk menanyakan orang-orang mengenai hal tersebut.

Jay G. Blumer menyatakan bahwa satu masalah dalam perkembangan yang kuat tradisi *Uses and Gratification* adalah “Jangkauan makna yang luar biasa besar” terhadap konsep aktivitas. Ia

mengidentifikasi beberapa pengertian untuk istilah tersebut, termasuk beberapa di bawah ini:

- a.) Kegunaan: media memiliki kegunaan untuk orang-orang dan mereka dapat menggunakan media untuk kegunaan-kegunaan tersebut.
- b.) Ketersenjangan: konsumsi konten media dapat ditunjukkan langsung dengan motivasi yang sebelumnya sudah dimiliki seseorang.
- c.) Selektivitas: penggunaan media oleh seorang mencerminkan ketertarikan dan kesukaan mereka.
- d.) Kebal terhadap pengaruh: khalayak sering kali keras kepala, mereka tidak ingin dikontrol oleh siapa pun atau apa pun, bahkan media massa. Khalayak secara aktif menghindari berbagai jenis pengaruh media.

Penyampaian klasik dari kerangka ini adalah yang diberikan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch. Mereka mendeskripsikan lima elemen atau asumsi dasar dari model *Uses and Gratification*.

Khalayak adalah pihak yang aktif dan menggunakan media yang mereka lakukan berorientasi tujuan.

- a.) Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan kepuasan yang lain
- b.) Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
- c.) Orang-orang sadar betul dengan penggunaan media, minat, dan motif sehingga memungkinkan peneliti menyediakan gambaran lebih akurat terhadap penggunaan tersebut.
- d.) Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media isi tertentu seharusnya ditunda.

Sinopsis dari perspektif asumsi dasar *Uses and Gratification* menimbulkan beberapa pertanyaan. Faktor apa yang mempengaruhi tingkat perilaku aktif seorang anggota khalayak atau kesadaran mereka atas penggunaan media? Hal lain apa di dalam lingkungan yang mempengaruhi pembuatan atau pemeliharaan dari kebutuhan anggota dan

penilaian mereka atas penggunaan media mana yang memenuhi kebutuhan mereka tersebut? Katz, Blumer, dan Gurevitch berpendapat bahwa “situasi sosial” ketika orang-orang menemukan diri mereka sendiri dapat mengalami “keterlibatan dalam generasi dengan kebutuhan terkait media” dalam salah satu dari cara-cara berikut ini :

- a.) Situasi sosial dapat memproduksi ketegangan dan konflik, menyebabkan tekanan terhadap sebuah hak guna terbatas yang mereka miliki atas konsumsi media.
- b.) Situasi sosial dapat membuat kesadaran akan masalah yang menyita perhatian, informasi mengenai apa yang dapat dicari di media.
- c.) Situasi sosial dapat melemahkan kesempatan nyata untuk memuaskan kebutuhan tertentu, dan media dapat bertindak sebagai pengganti atau tambahan.
- d.) Situasi sosial sering kali merangsang nilai-nilai tertentu, dan peneguhan serta dorongan tersebut dapat difasilitasi oleh konsumsi terkait media.
- e.) Situasi sosial dapat memberikan wilayah pengharapan terhadap kedekatan dengan media yang harus dipenuhi untuk memelihara keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu.

Stanley J. Baran dan Dennis K. Devis dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pengelolaan dan Masa Depan* mengungkapkan beberapa kelebihan dan kelemahan dalam teori *Uses and Gratification*, yaitu:

- a.) Kelebihan:
 - 1.) Memusatkan perhatian pada individu dalam proses komunikasi massa.
 - 2.) Menghargai kepandaian dan kemampuan media.
 - 3.) Menyediakan pemahaman analisis terhadap bagaimana orang memiliki pengalaman dengan konten media.
 - 4.) Membedakan pengguna aktif dengan pengguna pasif.
 - 5.) Mempelajari penggunaan media sebagai bagian dari interaksi sosial sehari-hari.

6.) Memberikan pemahaman berguna dalam penggunaan media baru.

b.) Kelemahan:

- 1.) Bergantung pada analisis fungsional yang dapat menciptakan bias terhadap status quo.
- 2.) Tidak dapat dengan mudah menunjukkan keberadaan atau ketiadaan efek.
- 3.) Banyak konsep kuncinya yang dikritik karena dinilai tidak dapat diukur.
- 4.) Terlalu berorientasi pada level mikro.

2. Motif

Dalam berbagai penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratification*, ada berbagai model yang digunakan oleh para peneliti. Namun salah satu variabel terpenting dalam penelitian *Uses and Gratification* ialah motif. Dalam teori *Uses and Gratifications*, motif menjadi sumber penggerak orang berhubungan dengan media, bukan sebaliknya. (Sumadiria,2014:96). Motif merupakan sebuah awal atau alasan mengapa seseorang menggunakan media tersebut

Teori *uses and gratifications* berakar dari teori hierarki kebutuhan dan motivasi yang digagas oleh Abraham Maslow (1970). Teori hierarki kebutuhan dan motivasi menyatakan bahwa orang akan selalu berupaya aktif untuk memenuhi hierarki kebutuhannya dan orang yang berhasil mencapai satu tingkatan pada hierarki kebutuhan akan berupaya mencapai tingkatan yang lebih tinggi. Abraham Maslow mengusulkan lima kelompok kebutuhan yang disusun dalam tangga hierarkis, yaitu: aktualisasi diri, penghormatan diri, sosial, keamanan, dan dialogis/fisik. (Morissan,2013:270).

Berdasarkan teori umum dari kebutuhan manusia, William J. McGuire (1974) menyatakan versi yang lebih bersifat psikologis dari teori motivasi khalayak. Pertama ia membedakan antara kebutuhan kognitif dan afektif, kemudian menambahkan tiga dimensi lebih lanjut, yaitu: inisiasi aktif versus pasif, orientasi tujuan eksternal versus internal

dan orientasi untuk bertumbuh atau untuk stabilitas. Ketika saling terhubung, faktor-faktor ini menghasilkan 16 jenis motivasi berbeda yang diterapkan untuk penggunaan media. Teori psikologi semacam ini mempunyai sifat alamiah bahwa pengguna media tidak terlalu sadar akan penyebab motivasi yang mendasarinya dalam menggunakan media. (McQuail, 2011:175-176).

McQuail (1972) mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak ke dalam empat kategori (Turner,2010:105):

- a) Pengalihan: melarikan diri dari rutinitas atau masalah sebagai pelepasan emosi.
- b) Hubungan personal: pertemanan, kegunaan sosial.
- c) Identitas pribadi: rujukan sendiri, eksplorasi realitas, penguatan nilai.
- d) Pengawasan: bentuk pencarian informasi.

Menurut penulis, teori hierarki kebutuhan dan motivasi yang digagas oleh Abraham Maslow kurang cocok dijadikan dasar teori penelitian ini karena motif yang diteliti berdasarkan pemenuhan kebutuhan umum manusia, bukan pemenuhan kebutuhan konsumsi media. Begitu juga dengan teori motivasional yang digagas oleh William J. McGuire. Teori tersebut lebih condong meneliti motif dari segi psikologis manusia dibanding motif manusia dalam mengonsumsi media untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam penelitian ini media yang akan diteliti adalah siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS sebagai siaran yang menyebarkan informasi kepada khalayak. Oleh sebab itu, motif yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah motif pengonsumsi media menurut Dennis McQuail. Kategori motif dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

- a) Motif Informasi:
 - 1.) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.
 - 2.) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai isu atau

peristiwa nasional maupun internasional.

- 3.) Dapat mengetahui suatu informasi yang faktual dari berbagai perspektif.
- 4.) Dapat memberikan rasa tenang karena informasi yang ditemukan.

b) Motif Identitas Pribadi:

- 1.) Untuk menemukan nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi khalayak.
- 2.) Untuk menambah kepercayaan diri.
- 3.) Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.

c) Motif Interaksi dan Integrasi Sosial

- 1.) Menonton talkshow untuk memperoleh bahan obrolan dengan orang lain.
- 2.) Dapat menjalankan peran di lingkungan sosial.
- 3.) Keinginan untuk dekat dengan orang lain.
- 4.) Ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.

d) Motif Hiburan

- 1.) Ingin bersantai dan mengisi waktu luang.
 - 2.) Ingin mendapat hiburan dan kesenangan.
- (Kriyantono,2010:216),

3. Kepuasan.

Kepuasan merupakan selisih antara apa yang diharapkan dengan apa yang didapatkan. Jika ternyata khalayak mendapatkan manfaat lebih banyak dibandingkan dengan apa yang dia harapkan, maka akan timbul kepuasan. Namun sebaliknya, jika apa yang diekspektasikan oleh khalayak tak didapatkannya atau kurang dari apa yang diharapkannya, maka kepuasan tidak akan tercapai. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Philip Palmgreen, ia memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang memengaruhi penggunaan media. Namun, Palmgreen juga menanyakan

apakah motif-motif tersebut telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain apakah khalayak sudah puas setelah menggunakan media tertentu. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). (Kriyantono,2010:206),

Gratification sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, TV, koran). *Gratification sought* dapat disebut sebagai motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. (Kriyantono,2010:206),

Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori *uses and gratifications*, yaitu teori *expectancy values* (nilai pengharapan). Menurut teori ini, orang mengarahkan diri pada media berdasarkan pada kepercayaan (*belief*) dan evaluasi (*evaluation*) mereka tentang media tersebut. Teori ini mengkaji tentang komunikasi massa yang meneliti pengaruh penggunaan media oleh pemirsanya dilihat dari kepentingan penggunaannya. Teori ini mengemukakan bahwa sikap seseorang terhadap segmen-segmen media ditentukan oleh nilai yang mereka anut dan evaluasi mereka tentang media tersebut. Dengan kata lain menurut Palmgreen, *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Sedangkan *gratification obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media. (Kriyantono,2010:207),

Indikator kepuasan konsumen terbagi menjadi 2 yaitu (Admin, 2009): Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal: karena makan membuat perut kita menjadi kenyang. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal: Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah

rumah makan yang mewah. Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat 5 elemen dalam kepuasan konsumen yaitu

e) *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilaksanakan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

f) *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketikadigunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

g) *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

h) *Confirmation/disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*. (Faustina, Anastasia Klara. 2019. 2012/01 <https://id.scribd.com/document/77086228/Elemen-Kepuasan-Konsumen>. Diakses pada 22 mei 2019 pukul 13.59).

4. Program Siaran Kajian Tilawah.

Program siaran “Kajian Tilawah” merupakan sebuah program yang disiarkan secara rutin oleh radio DAIS Semarang setiap hari kamis malam jumat pada pukul 19.15 s/d 20.30. Program ini merupakan siaran relay Tilawatil Qur’an langsung dari Masjid Agung Jawa Tengah yang berisi tentang tata cara tilawatil qu’an yang dipimpin langsung oleh ustad HM Rohani ataupun ustad Hasanuddin.

C. Definisi Operasional.

Agar penelitian ini dapat diukur, maka konsep yang ada harus diketahui indikator-indikatornya terlebih dahulu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan satu variabel yaitu variabel *independent* saja, yaitu variabel tingkat kepuasan pendengar terhadap program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS. Berikut ini adalah indikator kepuasan pendengar aktif terhadap program “Kajian Tilawah” yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

1. Kepuasan Informasi, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila mereka: (Kriyantono,2006:215),
 - a) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.
 - b) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.
 - c) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah.
2. Kepuasan Identitas Pribadi, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan Identitas Pribadi apabila mereka:
 - a) Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri.
 - b) Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
 - c) Memperoleh nilai-nilai lebih sebagai mahasiswa
3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial apabila

mereka:

- a) Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.
 - b) Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain disekitarnya.
 - c) Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa.
4. Kepuasan Hiburan, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan Hiburan apabila mereka:
- a) Dapat melepaskan diri dari permasalahan
 - b) Dapat bersantai dan mengisi waktu luang
 - c) Mendapat hiburan dan kesenangan

D. Sumber dan Jenis Data.

Sumber data primer dari penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang yang mendengarkan program siaran “Kajian Tilawah” radio DAIS yang berjumlah 70 orang yang diambil melalui kuesioner / angket. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti mendapatkan dari beberapa sumber seperti buku-buku, dokumentasi dari pihak radio DAIS, internet, maupun sumber lain yang terkait dengan masalah yang dibahas guna memperoleh bahan-bahan yang melengkapi penelitian ini.

E. Populasi dan Sampel.

1. Populasi.

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian kata populasi amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. (Bungin,2010:99). Sugiyono menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. (Kriyantono,2010:153),

Populasi penelitian ini adalah khalayak yang diteliti dengan metode survei, yaitu para pendengar setia radio DAIS yang mendengarkan program siaran “Kajian Tilawah” yang berjumlah 70

orang.

Dari segi kompleksitas objek dari sekelompok populasi, maka populasi dibedakan menjadi dua macam yaitu :

- a) Populasi Homogen yaitu keseluruhan individu yang mempunyai sifat relative sama satu sama lain.
- b) Populasi Heterogen tentu berbeda dengan diatas. Populasi heterogen adalah keseluruhan individu anggota populasi relatif berbeda sifatnya satu sama lain. (Bungin,2010:100),

2. Sampel.

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. (Siregar,2013:30). Dalam riset kuantitatif, representatif sampel sangat diperlukan karena riset kuantitatif bersifat dapat digeneralisasikan.

Dalam penelitian sosial, dikenal dengan hukum kemungkinan-hukum *probabilitas* - yaitu kesimpulan yang ditarik dari pouulasi dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Untuk menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus pengambilan sampel dari Slovin, rumus ini digunakan untuk menentukan sampel yang mewakili populasi. rumusnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{I + Ne^2}$$

$$n = \frac{N}{I + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 2%, kemudian e ini dikuadratkan.

Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%. (Kriyantono, 2006:164), Dan peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%.

Berdasarkan rumus di atas diperoleh sampel sebagai berikut:

- a) Sampel penelitian ini adalah: pendengar program siaran “Kajian Tilawah” di kota Semarang.

$$n = \frac{70}{1 + 70(0,1)^2}$$

$$n = \frac{70}{1 + 0,7}$$

$$n = \frac{70}{1,7}$$

$$n = 41,1765 \text{ mendekati } 41$$

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel probabilitas di mana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk di pilih melalui perhitungan secara matematis. Teknik jenis probabilitas untuk menentukan sampel yaitu menggunakan teknik sampel random sederhana.

Sampel random sederhana merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel. Siregar (2013:31).

F. Teknik Pengumpulan Data.

1. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan memperoleh data dari buku-buku, artikel dari *website*, dan dokumen penting yang relevan dengan materi atau objek yang diteliti sehingga dapat mendukung data dalam penelitian ini. (Mulyana,2004:195),

2. Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono,2008:199),

G. Validitas dan Reabilitas Data.

1. Validitas.

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kevalidan suatu instrumen yang dikatakan valid apabila mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Siregar,2013:46). Masalah validitas tidak sederhana, di dalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoritis sampai empiris (indikator), namun bagaimana tidak suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.

Mengingat pentingnya masalah validitas, maka tidak mengherankan apabila para pakar telah banyak berupaya untuk mengkaji masalah validitas serta membagi validitas ke dalam beberapa jenis, terdapat perbedaan pengelompokan jenis-jenis validitas, Elazar Pedhazur menyatakan bahwa validitas yang umum dipakai *tripartite classification* yakni *content*, *criterion* dan *construct*, sementara Kenneth Bailey mengelompokkan tiga jenis utama validitas yaitu: *face validity*, *criterion validity*, dan *construct validity*, dengan catatan *face validity* dianggap sama dengan *content validity*. (Siregar,2013:46),

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Ujian reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan test-retest, equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. (Siregar,2013:55),

Untuk mengukur uji reliabilitas menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan SPSS versi 16.0. suatu penelitian dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* mendekati 1 atau lebih dari 0,6, yang berarti konsisten dan jika digunakan di lain kesempatan maka jawaban yang didapat akan relatif sama.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas melalui SPSS versi 16.0 didapatkan nilai koefisien *cronbach alpha* 0,752. Dengan begitu alat ukur ini dapat dikatakan reliabel untuk mengukur hubungan yang signifikan antara fungsi kajian Islam dengan kepuasan pendengar.

H. Teknik Analisis Data.

Dalam menganalisa hasil penelitian, metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu menggambarkan dan menjelaskan objek penelitian berupa tingkat kepuasan pendengar di wilayah kota Semarang terhadap program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS Semarang 107,9 FM.

Moleong mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. (Kriyantono,2010:167),

Penelitian deskriptif ini menggunakan pernyataan secara terstruktur atau sistematis kepada banyak orang untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh penulis dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif

yaitu metode analisis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menganalisis data yang berwujud angka. Analisis ini meliputi perhitungan skoring, perhitungan *mean* dan *chi-square*

Dalam melakukan perhitungan data hasil angket, digunakan pengujian dengan perhitungan mean dan *chi-square*

1. Menghitung rata-rata atau *mean*.

Mean adalah nilai rata-rata yang diperoleh dari perhitungan penjumlahan seluruh nilai data kemudian dibagi dengan banyaknya data. Dalam penelitian ini, perhitungan *mean* diperlukan untuk mengetahui skor rata rata kepuasan. Rumus mean adalah sebagai berikut:

Rumus(Pasaribu,1998:71):

$$X = \frac{\sum f_i X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

X = Rata-rata

Fi = Frekuensi Pengamatan

XiFi= Jumlah perkalian antara jumlah data sampel dengan tanda kelas.

Atau dengan rumus berikut ini:

$$\frac{x_1+x_2+x_3+\dots+X}{n}$$

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini terdiri sejumlah pertanyaan yang meminta respon dari responden. Respon negatif diberi nilai paling rendah yaitu 1 dan respon positif (sangat bagus) diberi nilai paling tinggi dengan 5.

2. Chi-Square

Analisis chi-square digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data seragam atau tidak. Uji ini juga disebut uji keselarasan (*goodness of fit test*). (Priyatno,2009:175),

Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*).

a) Editing

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Proses editing dimulai dengan memberi identitas pada instrumen yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrumen pengumpulan data, kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.

b) Pengkodean

Setelah tahap editing selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklarifikasi data-data tersebut melalui tahap koding. Maksudnya bahwa data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis.

c) Tabulasi (Proses Pembeberan)

Tabulasi adalah bagian terakhir dari proses pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Ada dua jenis tabel yang bisa dipakai dalam penelitian sosial, yaitu tabel data dan tabel kerja. Tabel data adalah tabel yang dipakai untuk mendeskripsikan data sehingga memudahkan peneliti untuk memahami struktur dari sebuah data. Sedangkan tabel kerja adalah tabel yang dipakai untuk menganalisis data yang tertuang dalam tabel data. (Bungin,2010:168),

BAB IV

GAMBARAN UMUM RADIO DAIS DAN KOTA SEMARANG

A. Gambaran Umum Radio DAIS FM

1. Profil Radio DAIS FM

Radio Dais merupakan sebuah lembaga dakwah Islamiyah yang berada di Semarang. Dais didirikan oleh Gubernur Mardiyanto pada hari Sabtu, 23 September 2006. Pendirian Dais di latarbelakangi oleh jenuhnya masyarakat akan media hiburan yang berbau kebarat-baratan yang merusak moral anak muda dan juga anak-anak yang setiap hari disuguhi acara tidak sehat, melihat keprihatinan tersebut Dais berusaha mengakomodir hiburan, pendidikan yang Islami sehingga dapat mengcounter budaya yang dapat meracuni anak-anak dan juga generasi muda.

Sesuai dengan kondisi masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya target layanan radio Dais yang mayoritas adalah masyarakat di bidang jasa, maka radio Dais memilih target segmen masyarakat keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan segmen anak muda yang senang dengan lagu-lagu Islami, terutama para santri pondok pesantren dan mahasiswa yang memang banyak terdapat di kota Semarang.

Radio Dais memiliki spesifikasi khusus, yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. Dais menyajikan selain acara hiburan, pendidikan, dan informasi dengan format Islami. Selain itu Dais mempunyai keunggulan dari para pesaing radio lain yaitu adanya acara dialog interaktif mengenai agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap manusia, dalam rangka meningkatkan iman dan Takwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan Islami, selalu disajikan.

Hal tersebut dilakukan, dengan harapan acara radio Dais dapat memikat hati pendengar, apalagi Kota Semarang adalah kota metropolitan

sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani. Radio Dais berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya Semarang.

Sejarah berdirinya radio Dais di awal pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, Bapak H. Mardiyanto yang waktu itu menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah sudah merencanakan adanya stasiun Radio di badan Masjid Agung yang nantinya diharapkan bisa menjadi ruang publik, sarana pendidikan, dan wahana dakwah bagi umat Islam di Jawa Tengah, khususnya di kota Semarang. Sejak akan berakhirnya pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, segala peralatan dan perlengkapan untuk sebuah stasiun radio sudah dipersiapkan.

Pada tanggal 15 September 2006, gubernur mendesak agar awal Ramadhan radio harus mengudara. Waktu yang sedemikian singkat membuat pihak Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah merasa bingung karena tak satupun dari anggota paham tentang dunia *broadcast*. Badan pengelola MAJT menghadap gubernur untuk meminta pertimbangannya (Profil Radio DAIS).

Atas perintah Gubernur Mardiyanto, Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah melalui BIKK Provinsi Jawa Tengah melayangkan surat ke RRI untuk didaulat sebagai konsultan. Sebagai wujud rasa tanggung jawab atas mandat yang sudah diterima, RRI mengirim 7 (tujuh) orang crew yang merupakan ahli di bidang masing-masing. Yaitu 1 programmer, 2 teknisi, 1 HRD, 1 kepenyiaran, 1 pemberitaan, dan 1 operator. Dalam waktu kurang lebih satu minggu, ketujuh orang tersebut bekerja tanpa henti dalam mempersiapkan segala sesuatunya. Dari pemasangan antena, penempatan peralatan pemancar dan studio sampai benar-benar siap dioperasikan, pencarian SDM yang nantinya mengoperasikan radio, menyiapkan program acara, dan lain sebagainya. Tepat pada tanggal 23 September 2006 peresmian stasiun radio oleh Gubernur Jawa Tengah dengan nama radio Dakwah Islam (Dais) Masjid Agung Jawa Tengah (nama ini dicetuskan oleh Octo Gunarso yang

merupakan programmer sekaligus koordinator para utusan dari RRI). Tanggal 23 September 2006, bersamaan dengan acara *Dugderan*, radio Dais mulai mengudara perdana pada pukul 15.00 WIB dalam acara interaktif bersama gubernur mengenai perlunya sebuah media publik yang diperuntukkan bagi umat muslim di Jawa Tengah (Profil Radio Dais). (Buku profil Radio DAIS, hal.2).

2. Lokasi Radio DAIS FM

Radio Dais berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya, No.128 Sambirejo, Gayamsari, Semarang. Stasiunnya berada di dalam menara Al-husna Masjid Agung Jawa Tengah.

3. Visi dan Misi.

a. Visi

“meningkatkan iman dan takwa serta melayani kebutuhan rohani umat islam dan melakukan pelayanan kepada masyarakat secara umum.” Seperti yang tercermin pada motto radio dais itu sendiri yaitu “terdepan dalam dakwah dan nada.”

b. Misi

“menjadikan radio dais sebagai sarana dakwah, sumber informasi, pendidikan dan hiburan bagi masyarakat Islam Jawa Tengah dan sekitarnya.”

Untuk dapat mencapai tujuan dakwah sebagai tersirat dalam VISI radio DAIS FM maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut :

- 1) Memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat Islam di wilayah jangkauannya.
- 2) Memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik dan pendidikan serta budaya.
- 3) Memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat.
- 4) Mengembangkan musik dan hiburan sesuai dengan kaidah Islam.
- 5) Memakmurkan Masjid agung Jawa Tengah.

6) Membantu Pemerintah ikut mencerdaskan anak bangsa yang memiliki sifat akhlakul karimah.

4. Tujuan Berdirinya Radio DAIS.

Latar belakang didirikannya radio Dais salah satunya adalah jenuhnya masyarakat akan media hiburan yang mengikuti gaya kebaratbaratan yang dapat merusak moral anak muda dan anak-anak. Oleh karenanya, radio Dais mempunyai tujuan untuk mendukung Syiar Islam MAJT dan untuk membangun masyarakat yang lebih Islami serta mandiri dan ikut serta dalam pembangunan baik fisik maupun mental melalui program siaran yang dapat menggerakkan kegiatan pendidikan, hiburan dan informasi.

5. STRUKTUR ORGANISASI

- Direktur Radio DAIS & MAJT-TV
 - Dr. Guruh Fajar Shidik, S.Kom, M.Cs
- Sekretaris Radio DAIS & MAJT-TV
 - Fadjar Tri Utami, S.Kom
- Koordinator Produksi & Teknis Radio DAIS
 - Drs. H. Karno, MH
 - Penyiar: Hartono, S.Pd.I
Nur Laili Aisyiyah
Fadjar Tri Utami, S. Kom
Prehatiningsih Widyastuti
Eko Ananto, S.I.Kom
Eva Risti Winata, S.Sos.I
 - Crew Teknik: Marjianto S.T

6. LAYANAN PROGRAM RADIO DAIS.

Komposisi program siaran radio Dais lebih menitik beratkan pada siaran yang dapat dinikmati oleh masyarakat menengah ke bawah, ke atas dengan mayoritas pendengar beragama Islam. Adapun beberapa komposisi program di radio Dais adalah sebagai berikut:

a. Hiburan

Unsur hiburan dalam program acara di radio Dais mempunyai porsi 50% dari semua materi siaran, mengingat akan kebutuhan hiburan bagi masyarakat, khususnya hiburan yang bisa menyentuh emosional masyarakat serta hiburan yang sehat seperti Pop Religi, Nasyid, Balasik, Qosidah, Rebana, Arabian, Lagu anak Islami dan lain-lain.

b. Pendidikan

Seluruh mata acara yang dikemas sebenarnya mengandung unsur pendidikan, namun yang benar-benar pendidikan murni diberikan porsi 30%. Materi siaran pendidikan fokus pada pendidikan Islam seperti membaca kitab kuning, interaktif agama, serta mendalami ilmu tasawuf dan lain-lain.

c. Informasi

Informasi dalam program acara di radio Dais mendapat porsi 10% juga merupakan menu utama, baik informasi lokal/daerah maupun nasional, bahkan apabila ada berita yang sangat *actual* dan ingin cepat diketahui masyarakat Dais mengadakan *breaking news*.

d. Layanan Masyarakat

Layanan masyarakat di radio Dais mendapatkan porsi 10%. Berikut ini program acara radio Dais :

Tabel 1
Program Acara Radio DAIS

No.	PUKUL	NAMA ACARA
1	04.00-04.20	OPENING (Indonesia Raya, Tune pembuka siaran dengan lagu Opick “Assalamualaikum”)
2	04.20-04.45	Relay adzan dan sholat subuh jamaah MAJT
3	04.45-05.00	Selingan nada-nada Nasyid
4	05.00-06.00	Jendela Hati

5	06.00-07.00	Salam Pagi
6	07.00-08.00	Untaian Hikmah
7	08.00-09.00	Inspirasi Pagi
8	09.00-10.00	Siaran TK/RA live
9	10.00-11.00	MAKNA (Macam-macam Kiat untuk Anda)
10	11.00-11.30	ISTIQOMAH
11	11.30-12.00	Relay adzan sholat dhuhur
12	12.00-13.00	Kajian Siang Tafsir Al Munir
13	13.30-14.00	OASE
14	14.00-14.45	Sang Teladan
15	14.45-15.00	Relay adzan sholat ashar
16	15.00-16.30	Nada Taqwa
17	16.30-17.30	Kajian Sore
18	17.30-18.00	Relay adzan dan sholat maghrib jamaah MAJT
19	18.00-18.45	Senin, Selasa, Sabtu: Murotal; Rabu-Jumat & Ahad: Kajian Petang MAJT
20	18.45-19.15	Relay adzan dan sholat Isya jamaah MAJT
21	19.15-19.30	Selingan nada qosidah
22	19.30-20.00	Renungan Malam
23	20.00-22.00	Silaturahmi dan Closing

(sumber: profil Radio Dais).

Program Mingguan Radio Dais

Tabel 2

Program Minggunan Radio DAIS

No.	PUKUL	NAMA ACARA
1	07.00-08.00	Kajian Ahad Pagi (Ahad)
2	09.00-09.30	Nada Anak Muslim
3	09.30-10.00	Mutiara Iman Bersama KH Yazid Bustomi

4	10.00-10.30	Dongeng Anak Muslim
5	19.15-20.30	Relay Pelajaran Tilawatul Qur'an MAJT (Kamis)

(Sumber: Profil Radio Dais).

Kajian Sore merupakan salah satu program acara radio Dais dalam penyampaian dakwah Islam. Acara Kajian Sore disiarkan 60 menit (1 jam) setiap hari Senin, Selasa, Rabu, Jumat dan Sabtu pukul 16.30 - 17.30 WIB, Dengan jenis program perbincangan (*talk show*), dengan bentuk *one on one show* yaitu perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan materi Kajian Sore dengan dua mikrofon terpisah di ruang studio yang sama. Dimana dai sebagai narasumber berdialog dengan penyiar. program Kajian Sore ini disiarkan dalam bentuk langsung atau siaran *on air*, sehingga para pendengar mendapatkan kesempatan untuk bertanya kepada pemateri.

Seorang penyiar pada awal acara berperan sebagai pembuka kemudian pemateri akan menyampaikan ulasan materi. Setelah itu baru dibuka layanan telepon untuk memberikan kesempatan kepada para pendengar untuk bertanya kepada pemateri yang siaran saat itu. Materi yang disampaikan dalam acara Kajian Sore ini membahas tentang nasehat dan tuntunan hidup sesuai ajaran Islam. Tujuan dari acara Kajian Sore antara lain adalah memberi wahana kepada masyarakat untuk menanyakan permasalahan di bidang agama Islam. Target Audien acara ini adalah para pemeluk agama Islam khususnya di Semarang dan sekitarnya.

Siaran Kajian Sore yang disiarkan dengan format perbincangan radio dan diselingi dialog interaktif, pendengar dapat melakukan *feed back* secara langsung meskipun ada tanggapan dari pendengar yang tidak relevan dengan materi yang telah disampaikan dai saat itu, namun tetap akan dilayani. Adapun lebih jelasnya program Kajian Sore dilihat dalam tabel berikut:

7. Data Komunitas Pendengar Radio Dakwah Islam (Dais) Fm Semarang

Komunitas pendengar setia radio Dais yang ada di Kota Semarang disebut MODIS (monitor Dais), anggota komunitas pendengar setia radio Dais yang tercatat dalam arsip data berjumlah 225 orang. Pendengar radio Dais berdasarkan jenis kelamin pendengar laki-laki persentasenya 40%, dan perempuan 60% (tabulasi data pendengar radio Dais: 2015)

Pendengar berdasarkan usia pendengar untuk kategori Pendengar kategori remaja usia 17 – 19 tahun 17 pendengar, Pendengar yang dikategorikan dewasa usia 20– 25 tahun 74 pendengar, pendengar yang dikategorikan dewasa lanjut usia 26 - 30 tahun 36 pendengar, untuk pendengar usia 31 – 40 tahun 43 pendengar, pendengar usia 41-50 tahun 28 pendengar, pendengar usia 51-60 tahun 18 pendengar dan pendengar usia 60 tahun keatas 9 orang (tabulasi data pendengar radio Dais: 2015).

a. Wilayah

Tabel 3

Pemetaan pendengar berdasarkan wilayah kecamatan di Kota Semarang

No.	Wilayah Kecamatan	Jumlah Pendengar	Presentase
1	Banyumanik	1	0,4%
2	Semarang Barat	38	16,9%
3	Candisari	1	0,4%
4	Gajah Mungkur	9	4%

5	Gayamsari	28	12,4%
6	Genuk	51	22,7%
7	Gunung Pati	3	1,3%
8	Mijen	5	2,2%
9	Ngaliyan	38	16,9%
10	Pedurungan	18	8%
11	Tembalang	6	2,7%
12	Semarang Tengah	10	4,4%
13	Tugu	13	5,8%
14	Ungaran	3	1,3
15	Semarang utara	1	0,4
	Total	225	100%

Tabel di atas terlihat komunitas pendengar radio Dais menyebar di seluruh kecamatan Kota Semarang. Adapun penyebarannya yaitu: Kecamatan Banyumanik 1 pendengar setia, Kecamatan Semarang Barat 38 pendengar setia, Kecamatan Candisari 1 pendengar setia, Kecamatan Gajah Mungkur 9 pendengar setia, Kecamatan Gayamsari 28 pendengar setia, Kecamatan Genuk 51 pendengar setia, Kecamatan Gunung Pati 3 pendengar setia, Kecamatan Mijen 5 pendengar setia, Kecamatan Ngaliyan 38 pendengar, Kecamatan Pedurungan 18 pendengar setia, Kecamatan Tembalang 6 pendengar setia, Semarang Tengah 10 pendengar setia, Kecamatan Tugu 13 pendengar setia, Kecamatan Ungaran 3 pendengar

setia, Kecamatan Semarang Utara 1 pendengar setia (tabulasi data pendengar radio Dais: 2015).

B. Gambaran Umum Kota Semarang

Secara geografis, Semarang terletak antara 6 50' – 7 10' Lintang Selatan dan garis 109 35' – 110 50' Bujur Timur, dengan batas-batas sebelah Utara dengan Laut Jawa, sebelah Timur dengan Kabupaten Demak, sebelah Barat dengan Kabupaten Kendal, dan sebelah Selatan dengan Kabupaten Semarang. Suhu Udara berkisar antara 20-30 Celcius dan suhu rata-rata 27 Celcius.

Kota Semarang memiliki Luas 373,70 km atau 37.366.836 Ha terdiri dari 16 kecamatan dan 117 kelurahan berpenduduk kurang lebih 1,79 juta jiwa. Penduduknya sangat heterogen terdiri dari campuran beberapa etnis, Jawa, Cina, Arab dan Keturunan. Juga etnis lain dari beberapa daerah di Indonesia yang datang di Semarang untuk berusaha, menuntut ilmu maupun menetap selamanya di Semarang. Mayoritas penduduk memeluk agama Islam, kemudian berikutnya adalah Kristen, Katholik, Hindu dan Budha. Mata pencaharian penduduk beraneka ragam, terdiri dari pedagang, pegawai pemerintah, pekerjaan pabrik dan petani. Kendati warganya sangat heterogen, namun kehidupan sosial masyarakat Kota Semarang sangat damai. Toleransi kehidupan umat beragama sangat dijunjung tinggi. Inilah faktor yang sangat mendukung kondisi keamanan sehingga Semarang menjadi kota Indonesia yang sangat baik untuk pengembangan investasi dan bisnis.

Sebagai kota Metropolitan dan ibu kota propinsi Jawa Tengah, Semarang juga memiliki fasilitas yang sangat memadai. Disini terdapat fasilitas pelabuhan, fasilitas pendidikan, fasilitas kesehatan, fasilitas perbelanjaan, kawasan bisnis, dll. Kota Semarang nampaknya akan terus berkembang, selain sebagai kota perdagangan juga menjadi kota jasa pariwisata. Oleh karena itu, di Semarang terus bertumbuh hotel-hotel dari kelas, melati hingga bintang. Perkembangan menjadi kota jasa itu akan

ditunjang sarana transportasi udara dengan Bandara Ahmad Yani yang ditingkatkan statusnya menjadi Bandara Internasional, maupun transportasi darat berupa Kereta Api (KA) dan bus dengan berbagai jurusan. (Laily,2018, Profil Kota Semarang, diakses pada tanggal 05 oktober 2019)

BAB V

PAPARAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data Responden

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pendengar program siaran “Kajian Tilawah” radio DAIS 107,9 FM, peneliti telah melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan cara *simple random sampling*. Kuesioner disebarikan kepada responden yang dalam penelitian ini adalah pendengar program siaran “Kajian Tilawah” di Kota Semarang yang berjumlah 41 orang.

a. Data Responden Berdasarkan usia.

Tabel 4

Data Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	17-19 th	5	12,3
2.	20-21 th	19	46,3
3.	22-23 th	10	24,4
4.	24-25 th	7	17
	Jumlah	41	100%

b. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 5

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
.			
1.	SMA	12	29,3
2.	MA	14	34,2
3.	S1	8	19,5
4.	D3	7	17
	Jumlah	41	100%

B. Analisis Hasil penelitian

Setelah menyebar kuesioner kepada responden peneliti mendapatkan jawaban terkait kepuasan para pendengar terhadap berbagai motif yang ingin peneliti teliti, yaitu motif Informasi, motif pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Di bawah ini adalah jawaban dari responden.

1. Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Motif Informasi

Penulis mengumpulkan data dengan cara menyebarkan angket kepada pendengar siaran “Kajian Tilawah” radio DAIS 107,9 FM di kota Semarang. Untuk mengetahui hasil tingkat kepuasan pendengar terhadap motif informasi yang didapat dari siaran tersebut. Dibawah ini hasil jawaban dari responden.

Tabel 6

Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Infomasi tentang jenis-jenis tilawah

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	1	2,5
2	Tidak Puas	6	14,6
3	Puas	29	70,8
4	Sangat Puas	5	12
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap informasi tentang berbagai lagu tilawah memperoleh nilai persentasi senilai 70,8% dari responden yang menyatakan puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa puas dengan berbagai macam informasi tentang berbagai lagu tilawah. Responden merasa cukup mendapat informasi mengenai berbagai jenis tilawah.

Tabel 7
Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Infomasi
mengenai berbagai lagu tilawah.

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	1	2,5
2	Tidak Puas	0	0
3	Puas	32	78
4	Sangat Puas	8	19.5
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap informasi tentang berbagai lagu tilawah memperoleh nilai persentasi senilai 78% dari responden yang menyatakan puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa puas dengan berbagai macam informasi tentang berbagai lagu tilawah. Responden merasa cukup mendapat informasi mengenai berbagai lagu tilawah.

Tabel 8
Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Infomasi
mengenai adab melaksanakan tilawah

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	6	14,6
3	Puas	25	61
4	Sangat Puas	10	24,4
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap informasi tentang adab melaksanakan tilawah memperoleh nilai persentasi senilai 61% dari responden yang menyatakan puas, dan 24,4% merasa sangat puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa cukup puas dengan berbagai macam informasi tentang adab melaksanakan tilawah. Responden merasa cukup mendapat informasi terkait adab melaksanakan tilawah.

Tabel 9
Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Infomasi
mengenai tata cara olah vokal.

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	7	17,1
3	Puas	26	63,4
4	Sangat Puas	8	19,5
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap informasi tata cara olah vokal memperoleh nilai persentasi senilai 63,4% dari responden yang menyatakan puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa puas dengan berbagai macam informasi tentang tata cara olah vokal. Responden merasa cukup mendapat informasi terkait tata cara oilah vokal.

Tabel 10
Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Infomasi
mengenai tata cara mengatur pernapasan.

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	11	26,8
3	Puas	23	56,1
4	Sangat Puas	8	19,5
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap informasi tata cara mengatur pernapasan memperoleh nilai persentasi senilai 56,1% dari responden yang menyatakan puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa puas dengan berbagai macam informasi tentang tata cara mengatur pernapasan. Responden merasa cukup mendapat informasi terkait tata cara mengatur pernapasan.

Tabel 11
Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Infomasi
mengenai makharijul huruf.

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	4	9,8
3	Puas	10	24,4
4	Sangat Puas	27	65,9
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap informasi mengenai makharijul huruf memperoleh nilai persentasi senilai 65,9% dari responden yang menyatakan sangat puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa sangat puas dengan berbagai macam informasi mengenai makharijul huruf. Responden merasa sangat puas mendapat informasi mengenai makharijul huruf.

Tabel 12

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap wawasan yang didapatkan setelah mendengarkan acara “Kajian Tilawah”

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	5	12,2
3	Puas	11	26,8
4	Sangat Puas	25	61
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap wawasan yang didapatkan setelah mendengarkan acara “Kajian Tilawah” memperoleh nilai persentasi senilai 61% dari responden yang menyatakan sangat puas. Dengan demikian dapat dikatakan responden sudah merasa sangat puas dengan terhadap wawasan yang didapatkan setelah mendengarkan acara “Kajian Tilawah”.

Tabel 13

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap kemudahan akses untuk mendengarkan acara “Kajian Tilawah”

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
----	------------------	-----------	------------

1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	11	26,8
3	Puas	14	34,1
4	Sangat Puas	16	39
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap kemudahan akses untuk mendengarkan acara “Kajian Tilawah” memperoleh nilai persentasi senilai 26,8% menyatakan tidak puas, 34,1% dari responden yang menyatakan puas, 39% menyatakan sangat puas. Dengan demikian dapat dikatakan setiap responden mendapatkan akses yang berbeda-beda terhadap program siaran ‘Kajian Tilawah’ tergantung pada lokasi responden dan juga faktor-faktor lain yang alami oleh responden. Misalnya, responden menggunakan radio streaming, maka faktor lainnya adalah berupa signal yang lemah.

2. Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Motif Identitas Pribadi

Tabel 14

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap ilmu yang didapat untuk menjadi Qori’/Qori’ah

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	8	19,5
3	Puas	22	53,7
4	Sangat Puas	11	26,8
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap ilmu yang didapat untuk menjadi Qori'/Qori'ah memperoleh nilai persentasi senilai 19,5% menyatakan tidak puas, 53,7% dari responden yang menyatakan puas, 26,8% menyatakan sangat puas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden sebagian besar merasa puas akan ilmu yang mereka dapatkan untuk menjadi seorang qor/ qoriah.

Tabel 15

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap kepercayaan diri yang didapat setelah mendengarkan program siaran "Kajian Tilawah".

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	2	4,9
2	Tidak Puas	19	46,3
3	Puas	18	44
4	Sangat Puas	2	4,9
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap kepercayaan diri yang didapat setelah mendengarkan program siaran "Kajian Tilawah". memperoleh nilai persentasi senilai 4,9% menyatakan sangat tidak puas, 46,3% dari responden yang menyatakan tidak puas, 44% menyatakan puas, 4,9% menyatakan sangat puas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden mendapatkan hasil yang sangat beragam sesuai dengan perkembangan masing-masing.

Tabel 16

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap pengenalan potensi yang dimiliki berkat mendengarkan radio

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	12	29,3
3	Puas	28	68,3
4	Sangat Puas	1	2,5
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap pengenalan potensi yang dimiliki berkat mendengarkan radio memperoleh nilai persentase senilai 68,3% responden merasa puas. Dengan demikian responden merasa puas terhadap pengenalan potensi yang dimiliki berkat mendengarkan radio.

Tabel 17

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap pelajaran yang didapat untuk menjadi Qori'/Qori'ah

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	1	2,5
2	Tidak Puas	5	12,2
3	Puas	28	68,3
4	Sangat Puas	7	17,1
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap pelajaran yang didapat untuk menjadi Qori'/Qori'ah memperoleh nilai persentase senilai 68,3% merasa puas. Dengan demikian responden merasa puas terhadap pelajaran yang didapat untuk menjadi Qori'/Qori'ah.

Tabel 18

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap kepuasan akan suatu hal

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	2	4,9
2	Tidak Puas	6	14,6
3	Puas	29	70,7
4	Sangat Puas	5	12,2
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap kepuasan akan suatu hal memperoleh nilai persentase senilai 70,7% responden merasa puas. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa dengan responden mendapatkan kepuasan akan suatu hal dengan mendengarkan radio.

3. Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Motif Integritas dan Interaksi Sosial

Tabel 19

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap peran membantu lingkungan sekitar karena pengetahuan yang didapat dari radio

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	2	4,9

2	Tidak Puas	11	26,8
3	Puas	24	58,3
4	Sangat Puas	4	9,76
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap peran membantu lingkungan sekitar karena pengetahuan yang didapat dari radio memperoleh nilai persentasi senilai 58,6% responden merasa puas. Dengan demikian responden merasa puas terhadap peran mereka dalam membantu lingkungan sekitar karena pengetahuan yang didapat dari radio.

Tabel 20

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap terlihat lebih pandai karena mengetahui banyak pengetahuan tentang tilawah

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	3	7,3
2	Tidak Puas	18	44
3	Puas	20	48,8
4	Sangat Puas	0	0
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap terlihat lebih pandai karena mengetahui banyak pengetahuan tentang tilawah memperoleh nilai persentasi senilai 44% responden kurang puas dan 48,8%. Dengan demikian

sebagian responden merasa puas sedangkan sebagian yang lain tidak merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 21

Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap berbagi ilmu tentang tilawah kepada orang lain

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	2	4,9
2	Tidak Puas	11	26,8
3	Puas	24	58,5
4	Sangat Puas	3	7,3
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap berbagi ilmu tentang tilawah kepada orang lain memperoleh nilai persentase senilai 58,5%, merasa puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 22

Tingkat Kepuasan Pendengar yang mendapat lebih banyak bahan diskusi dengan teman

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	3	7,3
2	Tidak Puas	8	19,5
3	Puas	27	65,9
4	Sangat Puas	3	7,3

Jumlah	41	100%
--------	----	------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan terhadap mendapat lebih banyak bahan diskusi dengan teman kepada orang lain memperoleh nilai persentasi senilai 65,9%, merasa puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 23

Tingkat Kepuasan Pendengar yang dapat lebih sering menghabiskan waktu bersama teman untuk mengkaji tilawah

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	6	14,6
2	Tidak Puas	13	31,7
3	Puas	17	41,5
4	Sangat Puas	5	12,2
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan Pendengar yang dapat lebih sering menghabiskan waktu bersama teman untuk mengkaji tilawah memperoleh nilai persentasi senilai 41,5%, merasa puas dan 31,7 merasa kurang puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat dan sebagian lagi merasa kurang puas, hal tersebut juga mendapat pengaruh dari lingkungan responden.

4. Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Motif Hiburan

Tabel 24

Tingkat Kepuasan Pendengar yang dapat mendengarkan radio sebagai pengisi waktu “*Me Time*”

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	8	19,5
3	Puas	10	24,4
4	Sangat Puas	23	56,1
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan Pendengar yang dapat mendengarkan radio sebagai pengisi waktu “*Me Time*” memperoleh nilai persentasi senilai 56,1%, merasa sangat puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 25

Tingkat Kepuasan Pendengar yang dapat bersantai karena mendengarkan radio

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	7	17,1
3	Puas	27	66
4	Sangat Puas	7	17,1
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan Pendengar yang dapat bersantai karena mendengarkan radio memperoleh nilai persentasi senilai 66%, merasa puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 26

Tingkat Kepuasan Pendengar yang merasa terhibur dengan mendengarkan radio

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	6	14,6
3	Puas	26	63,4
4	Sangat Puas	9	22
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan Pendengar yang merasa terhibur dengan mendengarkan radio memperoleh nilai persentasi senilai 63,4%, merasa puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 27

Tingkat Kepuasan Pendengar yang menghilangkan rasa bosan dengan mendengarkan radio

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	4	9,76

3	Puas	24	58,5
4	Sangat Puas	13	31,7
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan Pendengar yang menghilangkan rasa bosan dengan mendengarkan radio memperoleh nilai persentase senilai 58,5%, merasa puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat.

Tabel 28

Tingkat Kepuasan Pendengar yang merasa terhibur dengan mendengarkan radio

No	Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0
2	Tidak Puas	0	0
3	Puas	24	58,5
4	Sangat Puas	17	41,5
Jumlah		41	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Dilihat dari tabel di atas, pertanyaan mengenai kepuasan Pendengar yang merasa terhibur dengan mendengarkan radio memperoleh nilai persentase senilai 58,5%, merasa puas dan 41,5% merasa sangat puas. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas terhadap pernyataan yang peneliti buat karena radio memang selalu membuat orang yang mendengarkan terhibur.

C. Analisis Chi-Square.

Pengujian penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah jika:

H₀: Tidak terdapat kepuasan pendengar sesuai dengan motif penggunaan media pada program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM.

H_k: Terdapat kepuasan pendengar sesuai dengan motif penggunaan media pada program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM.

Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai Chi-Square hitung yaitu:

Jika Chi-Square hitung < Chi-Square tabel, maka H₀ diterima.

Jika Chi-Square hitung > Chi-Square tabel, maka H₀ ditolak.

1. Perbandingan Skor Antara Dimensi Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Pribadi, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Kepuasan Hiburan.

Tabel 29

Perbandingan Skor Antara Dimensi Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Pribadi, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Kepuasan Hiburan.

No.	Jenis Dimensi	Jumlah	Rangking
1.	Informasi	1005	1
2.	Hiburan	632	2
3.	Identitas Pribadi	580	3
4.	Integrasi dan Interaksi Sosial	538	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jawaban Responden

Tabel di atas menggambarkan tabulasi silang antara empat peran siaran program “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM berdasarkan dimensi Informasi, Identitas Pribadi, Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Hiburan. Berdasarkan hasil di atas dimensi Informasi menempati peringkat pertama dengan skor 1005. Diikuti

dimensi hiburan dengan skor 632, dimensi Identitas Pribadi dengan skor 580 dan dimensi integrasi dan interaksi sosial di peringkat terakhir dengan skor 538. Artinya responden dapat merasakan kepuasan yang signifikan pada informasi yang disiarkan program tersebut.

2. Analisis Chi-Square hitung.

Tabel 30
Analisis Chi-Square Tabel

Dimensi	Frekuensi Observasi (fo)	Frekuensi Harapan (fh)	(fo-fe) ²	$X^2 = \sum \frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Informasi	1005	688,8	99982	145,15
Identitas Pribadi	580	688,8	11837	17,18
Interagrasi dan Interaksi Sosial	538	688,8	22741	33,02
Hiburan	632	688,8	3226	4,684
	2755			200,034

Jadi X^2 hitung= 200,034

X^2 Tabel= $x^2(a,db)$

Dengan: $n=4$, $a=5\%$

$X_{tabel} = X^2(a,db)$ $db = n-1 = 4-1 = 3$

Nilai x^2 tabel= $x^2(0,5.3) = 7,82$

Dilihat dari tabel di atas, maka didapatkan Chi-Square hitung sebesar 200,034. Sedangkan Chi-Square tabel didapat dari tabel Chi-Square sesuai dengan rumus di atas yaitu sebesar 7,82.

Jadi, Chi-Square hitung lebih besar dari Chi-Square tabel, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya, berarti ada hubungan yang signifikan antara isi program siaran “Kajian Tilawah” dengan kepuasan yang didapat pendengar radio DAIS setelah mendengarkan program siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

- a. Tingkat kepuasan pendengar radio DAIS terhadap program siaran “Kajian Tilawah” tergolong tinggi. Dilihat dari ke empat kategori yaitu kepuasan informasi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, kepuasan identitas pribadi, serta kepuasan hiburan. Peneliti menemukan bahwa dalam kategori kepuasan informasi dan kepuasan hiburan tergolong tinggi atau dengan kata lain pendengar sangat puas dikarenakan program “Kajian Tilawah” dapat membantu memberikan informasi tentang aspek-aspek tilawah yang menarik. Pendengar merasa puas karena dapat menghilangkan kejenuhan dengan mendengarkan lantunan ayat suci Al-Quran yang ada di radio.

Dalam kategori Identitas pribadi dan integrasi dan interaksi sosial juga mendapat nilai yang cukup tinggi, artinya pendengar merasa cukup puas dengan program “Kajian Tilawah” karena pendengar dapat menemukan minat dalam tilawah dan juga dapat mengembangkan kepercayaan diri melalui keterampilan yang didapat dari program “Kajian Tilawah”.

- b. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi program siaran ”Kajian Tilawah” terhadap kepuasan pendengar radio DAIS 107,9 FM dilihat dari angka tingkat kepuasan yang didapatkan peneliti dari responden yang ada di kota Semarang, yaitu:
 - a. Hasil penelitian menyatakan bahwa motif informasi menempati peringkat pertama sebagai dimensi yang paling dapat memenuhi kepuasan responden. Mendapat skor 1005 dari hasil jawaban kuesioner, peneliti menyimpulkan bahwa memang tujuan utama responden mendengar siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS

107,9 FM adalah untuk memperkaya informasi yang mereka miliki, baik informasi mengenai jenis-jenis tilawah, lagu tilawah, adab dalam melaksanakan tilawah, tata cara olah vokal, tata cara mengatur pernapasan, dan pentingnya makharijul huruf. Dan sebagian besar responden merasa puas atas sajian informasi yang diberikan program tersebut.

- b. Selanjutnya dimensi hiburan menempati posisi kedua dengan skor 632 dari hasil jawaban kuesioner, berarti dapat disimpulkan bahwa selain memenuhi kepuasan motif informasi, program “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM juga membantu responden untuk memenuhi kepuasan hiburan mereka. Tidak bisa dipungkiri bahwa motif mendengarkan radio adalah mencari hiburan dengan siaran-siaran yang disajikan radio atau sekedar mengisi waktu luang.
- c. Kemudian diperingkat ketiga ada dimensi identitas pribadi yang memperoleh skor sebanyak 580 dari responden. Berarti dapat disimpulkan bahwa program “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM membantu responden untuk memenuhi kepuasan pribadi mereka. Banyak dari mereka yang mencari ilmu menjadi seorang qori’ dari siaran tersebut.
- d. Terakhir adalah motif integrasi dan interaksi sosial. Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner setuju bahwa dengan mendengarkan siaran “Kajian Tilawah” di radio DAIS 107,9 FM dapat memberikan dampak positif ke kehidupan mereka.

DAFTAR PUSTAKA.

- Aan, Munawar Syamsudin. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Astuti, Santi Indra. 2013. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Baran, Stanley J. dan Davis Dennis K. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pengelolaan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metodologi Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ir. Siregar, Sofyan, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Grup.
- Kriyantono, Rahmat. 2010. *Teknik Praltis Riset Komunkasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M,A, Morissan. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Mufid, Muhamad. 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Dedi. 2004. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munthe, Muktarudin. 2018. *Penggunaan Radio Sebagai Media Komunikasi Dakwah*. Jurnal Komunika Islamika Vol. 5 No.2.
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio: Kiat menulis Berita di Radio*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008 . *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tim Radio Da'wah Islam Masjid Agung Jawa Tengah, *Buku Profil Radio Da'wah Islam Semarang*.
- Wahid, Din. Dan Makruf, Jamhari. 2017. *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*. Jakarta: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Syarif Hidayatullah.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Faustina, Anastasia Klara. 2019. 2012/01/04 <https://id.scribd.com/document/77086228/Elemen-Kepuasan-Konsumen>. Diakses pada 22 mei 2019 pukul 13.59
- Laily, 13 maret 2018 http://semarangkota.go.id/p/33/profil_kota. Diakses pada tanggal 05 oktober 2019 pukul 23.17

B. Pertanyaan di bawah ini adalah hal-hal yang anda harapkan telah terpenuhi kepuasanya dari program kajian tilawah di radio

Petunjuk: Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan anda.

1. STP : Sangat Tidak Puas
2. TP : Tidak Puas
3. P : Puas
4. SP : Sangat Puas

a. Kepuasan Informasi

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Saya mendapat informasi mengenai jenis-jenis tilawah				
2.	Saya memperoleh informasi mengenai berbagai lagu tilawah				
3.	Saya mendapatkan informasi mengenai adab dalam melaksanakan tilawah				
4.	Saya memperoleh informasi mengenai tata cara olah vokal				
5.	Saya dapat mengetahui mengenai tata cara mengatur pernapasan				
6.	Saya mendapatkan informasi mengenai pentingnya makharijul Huruf				
7.	Mendengarkan program acara “Kajian Tilawah dapat menambah wawasan saya				
8.	Saya mendengarkan program acara				

	“Kajian Tilawah” karena mudah diakses				
--	---------------------------------------	--	--	--	--

b. Kepuasan Identitas Pribadi

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Saya mendapatkan ilmu untuk belajar menjadi Qori’/Qori’ah yang baik				
2.	Saya mendapatkan kepercayaan diri dari program acara “Kajian Tilawah” di radio DAIS				
3.	Saya jadi lebih mengenali potensi yang saya miliki berkat pengetahuan yang saya dapat dari mendengarkan radio				
4.	Program acara “Kajian Tilawah” belajar menjadi seorang Qori’/Qori’ah				
5.	Mendengarkan program siaran “Kajian Tilawah” memuaskan rasa penasaran saya akan sesuatu hal				

c. Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Saya dapat membantu lingkungan sekitar karena pengetahuan yang saya dapat tentang tilawah				
2.	Saya menjadi terlihat lebih pandai karena mengetahui banyak pengetahuan tentang tilawah				
3.	Saya jadi dapat berbagi ilmu dengan tentang tilawah kepada orang lain				

4.	Saya mendapatkan lebih banyak bahan diskusi dengan teman melalui program acara “Kajian Tilawah”				
5.	Saya jadi lebih sering menghabiskan waktu dengan teman-teman untuk sama-sama mengkaji tentang tilawah				

d. Kepuasan Hiburan

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Mendengarkan radio membuat saya mengisi kekosongan waktu “ <i>Me Time</i> ”				
2.	Saya dapat bersantai karena mendengarkan radio				
3.	Mendengarkan radio membuat saya merasa terhibur				
4.	Mendengarkan saya dapat menghilangkan rasa bosan				
5.	Saya dapat merasa terhibur dengan mendengarkan siaran radio				

Data Jawaban Responden

Sampel	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8
1	3	3	3	3	3	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	3
6	3	3	4	3	3	4	3	2
7	4	4	3	4	4	4	3	3

8	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	4	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	3	3	2	2	3	3	2
13	3	3	3	2	2	2	3	3
14	2	3	2	4	4	4	3	2
15	3	3	3	3	3	4	4	3
16	1	1	2	2	2	2	2	2
17	3	3	4	3	3	3	4	3
18	3	3	3	3	2	4	3	2
19	3	3	3	3	2	4	3	2
20	4	3	3	4	4	2	2	3
21	2	3	2	3	2	3	2	4
22	3	3	3	3	3	4	3	4
23	2	3	2	3	2	2	3	2
24	3	3	2	2	2	4	2	2
25	3	3	4	3	2	3	4	3
26	3	4	3	3	3	3	4	3
27	3	3	3	3	3	3	4	3
28	3	3	3	3	3	3	4	3
29	3	3	4	3	4	4	4	3
30	3	3	3	2	3	4	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	2
32	2	3	3	3	2	3	4	2
33	4	4	4	3	4	4	4	3
34	3	3	3	3	3	3	2	2
35	3	4	3	4	3	4	3	3
36	2	3	2	2	2	3	3	3
37	3	3	3	4	3	4	3	4

38	3	3	4	3	3	3	4	4
39	3	3	4	3	4	4	3	3
40	3	4	3	3	3	3	3	3
41	3	4	3	4	3	3	4	2
jumlah	120	129	127	124	120	135	133	117

1	x9	x10	x11	x12	x13
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	2	2	3	3
6	3	3	3	4	4
7	3	2	2	3	3
8	4	4	3	4	4
9	3	2	2	3	2
10	3	2	2	3	1
11	4	4	3	3	3
12	3	3	3	3	3
13	3	2	2	2	3
14	2	2	3	3	3
15	3	2	2	3	2
16	3	3	3	3	4
17	1	1	3	1	1
18	4	3	2	3	3
19	3	2	3	2	2
20	3	2	3	2	2
21	4	3	3	4	3
22	2	2	3	4	3
23	3	3	3	3	3

24	2	2	2	3	2
25	3	3	3	3	3
26	3	3	3	4	4
27	4	3	3	3	3
28	3	3	2	3	3
29	4	1	2	3	3
30	4	2	3	3	3
31	2	2	4	3	4
32	3	2	3	4	3
33	3	2	2	3	3
34	4	3	3	4	3
35	4	2	3	3	3
36	3	3	3	3	3
37	2	2	1	2	3
38	2	2	2	3	3
39	4	3	3	3	3
40	2	3	3	3	2
41	3	3	3	3	3
41	4	3	3	3	3
	125	103	110	124	118

Sampel	x14	x15	x16	x17	X18
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	3	2
5	3	3	3	3	3
6	3	2	2	3	3
7	4	3	3	3	3

8	2	2	2	2	2
9	3	2	3	2	2
10	3	3	3	4	4
11	3	3	3	3	3
12	3	1	3	3	2
13	3	2	3	3	2
14	2	2	3	3	1
15	3	3	3	3	3
16	1	1	1	1	1
17	2	3	2	3	4
18	2	2	3	2	2
19	2	2	3	2	2
20	3	3	3	2	2
21	2	3	2	3	1
22	3	3	4	3	2
23	2	2	2	1	1
24	3	3	3	2	2
25	3	2	3	3	3
26	4	3	4	4	3
27	3	3	3	3	4
28	3	2	2	3	3
29	3	2	3	3	3
30	3	2	2	3	2
31	3	2	3	2	1
32	2	2	2	2	2
33	3	3	3	3	3
34	3	3	3	4	3
35	2	2	2	3	3
36	1	1	1	1	1
37	2	2	2	3	2

38	3	2	3	3	3
39	4	3	3	3	4
40	4	3	3	3	3
41	4	3	4	4	3
jumlah	113	99	111	113	102

Sampel	X19	x20	x21	x22	x23
1	3	3	3	4	4
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	4	3	4
6	4	4	4	4	3
7	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3
11	3	3	3	4	4
12	3	2	2	3	2
13	4	4	3	3	3
14	2	2	3	3	3
15	4	4	4	4	4
16	2	2	2	2	2
17	4	4	4	4	3
18	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3
20	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4

22	2	2	3	3	3
23	2	2	2	2	2
24	4	3	3	4	3
25	3	3	4	4	4
26	3	3	3	3	3
27	3	3	4	4	4
28	3	3	4	4	4
29	3	3	2	2	2
30	4	3	2	3	2
31	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3
33	4	3	3	3	3
34	2	3	3	4	3
35	3	3	3	4	4
36	2	2	3	2	2
37	3	3	3	3	3
38	2	2	2	3	3
39	2	4	3	3	3
40	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3
jumlah	124	123	126	132	127

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	24

Item Statistik

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
x1	41	2.9268	.60788
x2	41	3.1463	.52730
Xx	41	3.0976	.62470
x4	41	3.0244	.61187
x5	41	2.9268	.68521
x6	41	3.2927	.64202
x7	41	3.2439	.66259
x8	41	2.8537	.65425
x9	41	3.0488	.73997
x10	41	2.5122	.67535
x11	41	2.6829	.56741
x12	41	3.0244	.61187
x13	41	2.8780	.67805
x14	41	2.7561	.73418
x15	41	2.4146	.63149
x16	41	2.7073	.67985
x17	41	2.7561	.73418
x18	41	2.4878	.86954
x19	41	3.0244	.65145
x20	41	3.0000	.59161
x21	41	3.0732	.60788
x22	41	3.2195	.61287
x23	41	3.0976	.62470
Sumx	41	67.1951	9.13843
Valid N (listwise)	41		

BIODATA

Nama : Rina Lailatul Masruroh

Tempat Tanggal Lahir: Batang, 10 Maret 1998

Alamat : Rt.01 Rw. 05 Dk. Wales Ds. Wonobodro Kec. Blado
Kab. Batang Jawa Tengah

Email : Ninamasruroh8@gmail.com

Riwayat Pendidikan:

1. SDN Wonobodro 02 (Lulus Tahun 2009)
2. SMP N 01 Blado (Lulus Tahun 2012)
3. MA KH. Syafi'i Buaran Pekalongan (Lulus Tahun 2015)
4. UIN Walisongo Semarang (Lulus Tahun 2019)
5. TPQ Al-Ikhlas Dk. Wales Ds. Wonobodro (Lulus tahun 2006)
6. MADIN Miftahul Ulum Dk. Wales Ds. Wonobodro (Lulus Tahun 2010)
7. Ponpes Modern Al-Quran Buaran Pekalongan
8. Ponpes Putri Tahfidzul Quran Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang

Riwayat Organisasi:

1. OSIS SMPN 01 Blado Periode 2009-2010
2. OSIS MA. KH. Syafi'i Buarang Pekalongan Periode 2012-2013 dan 2013-2014
3. Dewan Ambalan MA KH. Syafi'i Buaran Pekalongan Periode 2013-2014