

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Uses and Gratification berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Pendengar sebagai sasaran komunikasi bukanlah pendengar yang pasif menerima pesan. Rubin mengemukakan bahwa aktivitas penonton yaitu pilihan yang disengaja dari pengguna media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka adalah konsep inti dari pendekatan *Uses and Gratification* (penggunaan dan pemenuhan) (dalam Severin and Tankard, 2001).

Pendekatan *Uses and Gratification* ini adalah penggunaan yang digunakan media dengan mencoba berbagai macam fokus selama selang waktu tertentu, antara tujuan komunikator dan tujuan penerima mendengar untuk menentukan apa fungsi media massa itu bagi anggota pendengar. Inti dari 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 (Kriyantono. 2006: 207)

Motif pengguna radio juga banyak maka dari itu ada juga motif pengguna radio, dimana dalam teori ini membicarakan tentang bagaimana seseorang mendengarkan radio itu ternyata ada motif tertentu dan ada beberapa macam motif tersebut.

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Kategori motif yang berhubungan dengan penggunaan media radio menurut McQuail antara lain (Mcquail, 1987: 72) motif informasi, motif identitas sosial, motif integrasi dan interaksi sosial, motif hiburan.

Dari semua media yang ada saat ini, keunggulan radio adalah mampu menjangkau publiknya setiap waktu di wilayah jangkauannya, dan juga mampu melibatkan siapa saja yang menjadi audiensnya. Radio juga dikatakan sebagai *channel* informasi dan komunikasi yang efektif karena media pesaingnya, yaitu media televisi masih belum tersebar luas di seluruh pelosok dunia. Media televisi memiliki keterbatasan dimana dibutuhkan waktu khusus untuk bisa dinikmati. Menonton televisi tidak bisa dilakukan sambil mengerjakan hal lain. Contohnya menonton televisi sambil mendengarkan radio atau sambil mengendarai mobil. Berbeda dengan radio yang merupakan media yang sangat fleksibel. Pendengar radio yang tidak harus berada di depan pesawat radionya. Mendengarkan radio dapat dinikmati sambil melakukan hal-hal lainnya. Ini berarti bahwa makin banyak pendengar yang dapat dijangkau sementara mereka masih tetap dapat bekerja sesuai tanggung jawab pekerjaannya.

Radio Republik Indonesia Surabaya memiliki beberapa saluran siaran radio antara lain Programa 1 (Pro 1) yang menjadi pusat pemberdayaan masyarakat, Programa 2 (Pro 2) yang menjadi pusat kreatifitas anak muda, Programa 4 (Pro 4) yang menjadi pusat kebudayaan serta Channel 5 yang menjadi pusat musik dalam negeri ataupun luar negeri.

Pada jaman sekarang radio juga mempunyai banyak program - program nya sendiri hampir sekarang di setiap frekuensi nya sudah terdapat acara - acara atau program radio dan sekarang di radio mulai banyak sekali program - program acara seperti lelucon untuk masyarakat , nyanyian lagu - lagu barat , lokal , maupun rohani. Maka dari itu radio tidak pernah mati walaupun ada media yang lain. Radio juga lebih flexibel di dengarkan di mana saja walaupun radio hanya mengandalkan audio saja tapi radio tetap lah media yang masih banyak di akui para masyrakat. (Sukardi, Operational Pro 4, RRI Surabaya)

Radio Republik Indonesia adalah salah satu radio yang menyanggah nama Negara yang siarannya ditujukan untuk kepentingan Bangsa dan Negara. Karakteristik radio RRI Surabaya yaitu harus untuk semua warga, siarannya harus menjangkau seluruh wilayah Negara, merefleksikan keberagaman, siarannya harus berbeda dengan lembaga penyiar lainnya, harus bervariasi dan berkualitas, mencerminkan identitas bangsa, perekat dan pemersatu bangsa.

Pro 1 ada di frekuensi 99.2-MHz , Pro 2 berada di frekuensi 95.2-Mhz , Pro 3 berada di frekuensi 106.3-Mhz , Pro 4 berada di frekuensi 91.7-Mhz. Pro 4 adalah program budaya dimana dalam program ini budaya - budaya di Indonesia banyak di siarkan. Salah satu program acara nya yaitu ludruk dimana program acara tersebut menampilkan ludruk yang sebenarnya di dalam acara tersebut terdapat 30 orang lebih dan itu sudah termasuk pengrawit nya , dan yang membuat menarik adalah ada satu orang perempuan yang ikut menjadi pemain dalam acara tersebut dan dia adalah salah satu nya perempuan yang menjadi pemain ludruk di Surabaya. Menurut riset atau data yang ada ludruk adalah program acara yang masih banyak di dengarkan banyak masyarakat di Surabaya ini dibandingkan yang

lain nya seperti pro 1 , 2 , 3 pro 4 ludruk lah yang menjadi trending topik dalam RRI tersebut. Radio yang berdurasi satu set jam ini banyak memikat masyarakat di Surabaya, rata - rata pendengar program acara ini berumur 25 sampai 30 tahun. (Johanes Eko Priyanto, Operasional Pro 4, RRI Surabaya)

Ludruk adalah salah satu budaya yang ada Indonesia yang patut di lestarikan dan di Indonesia sendiri budaya sudah mulai di tinggalkan oleh penduduk di Indonesia ini dan di radio RRI Surabaya menyiarkan program ludruk tersebut dan masih banyak orang yang menyukai salah satu budaya ini. Menurut Johanes Eko Priyanto ludruk adalah salah satu program yang di unggulkan oleh RRI Surabaya ini.

Acara ini sangat di unggulkan oleh pro 4 karena program acara ludruk ini sangat di sukai banyak orang di Surabaya ini. Berikut klasifikasi atau data rating pendengar RRI Surabaya : siaran informasi dan berita 10% , kebudayaan 55% , iklan yanmas 5% lalu hiburan dan music 30% (Radio RRI Surabaya). Dari data tersebut bisa di lihat bahwa siaran atau program budaya yang ada di PRO 4 memang banyak di dengarkan daripada program yang lain. Dan orang - orang lebih memilih mendengarkan ludruk di radio daripada melihat langsung di mall karena mereka bisa nyaman di rumah dengan mendengarkan radio atau dimanapun selagi mereka bisa nyaman kenapa tidak? Memang di mall terlihat banyak yang melihat kalau ada acara ludruk” tampil tapi masyarakat yang melihat acara tersebut hanya akan melihat sekilas karena kebanyakan mereka memilih senang mendengarkan acara “Ludruk” di radio karena lebih bisa bersantai daripada harus berdiri dalam keramaian di mall(sumber : Sukardi dan Agus Kuprit, Operational pro 4 RRI Surabaya).

Pembentukan ludruk RRI Surabaya dirintis oleh Sudino, Sumarso, Sidik Riaman, Sumadi, M.A Remu, dan Madiorini (Surati) pada tahun 1957.

Karawitan dibantu rombongan Wongsokadi dibawah pimpinan Kadir Wongsokadi. Sedangkan tokoh-tokoh ludruk luar adalah Timbul Sarisin, Katik Marsaid, Kadirasmoro, dan Duldasi. Organisasi tersebut dibawah nama Ludruk Keluarga Studio Surabaya (LKSS) pimpinan Sudino dan Sumadi.

Respon masyarakat terhadap program acara ini juga sangat baik, banyak sekali yang telepon untuk berbicara dengan pemain ludruk tersebut, tidak hanya itu saja, pendengar radio yang setia kepada program ini juga terkadang sampai datang ke RRI untuk bisa bertemu dengan pemain - pemain ludruk tersebut, dan dalam tim ludruk tersebut ternyata terdapat 1 wanita yang bermain dalam ludruk tersebut. (Agus Kuprit, Operasional Pro 4, RRI Surabaya).

“Berdasarkan wawancara peneliti dengan Ibu Nita mengatakan bahwa beliau mendengarkan acara ludruk dapat mengetahui seputar informasi yang ada di Surabaya seperti kebijakan pemerintah, atau event-event yang ada di Surabaya. (Nita, Masyarakat Surabaya, April 15, 2016)”

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Motif suatu pendengar radio sangat lah penting bagi perusahaan radio di mana pun.

Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai motif pendengar radio RRI - Surabaya dalam mendengarkan program “Ludruk”. Alasannya adalah karena ingin mengetahui bagaimana motif pendengar program ludruk. kebutuhan individu dianggap sebagai titik awal. Kebutuhan ini kemudian berinteraksi dengan karakteristik individu bersangkutan dan kondisi-kondisi lingkungan sosialnya yang pada akhirnya menimbulkan persoalan. Pada tingkat individu, persoalan-persoalan yang muncul dan solusinya dapat memberikan motif untuk bertindak. Dalam hal ini, motif dapat diarahkan kepada berbagai tujuan pemenuhan atau solusi atas suatu persoalan. Dengan kata lain, tindakan khalayak yang aktif melibatkan diri dengan media disebabkan karena didorong oleh motif motif tertentu yang timbul akibat adanya kebutuhan-kebutuhan khalayak untuk mendapat kepuasan.

“Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Hadi mengatakan bahwa, beliau senang mendengarkan radio pro 4 khususnya program acara ludruk karena dari program acara tersebut beliau dihibur oleh cerita-cerita lucunya dan dapat menambah pengetahuan tentang sekilas berita politik yang ada di Indonesia. (Hadi, Masyarakat Surabaya, April 6, 2016)”

Menurut McQuail dalam teori komunikasi massa, juga sepakat bahwa audiens aktif dalam memilih media, dan secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Keaktifan audiens diukur berdasarkan kadar sejauh mana selektivitas audiens, kadar dan jenis motivasi yang menimbulkan penggunaan media, penolakan terhadap pengaruh yang tidak

diinginkan, jenis dan jumlah tanggapan yang diajukan audiens media. Jadi, dengan kata lain audiens aktif dalam menentukan bahasan atau topik mana yang ingin diikutinya, yang kiranya sesuai dengan kebutuhannya.

Palmgreen dalam (Kriyantono, 2006: 206 – 207) mengungkapkan bahwa dasar orang menggunakan media atau aktif dalam memilih media didorong oleh motif-motif tertentu. Motif didefinisikan sebagai kebutuhan, keinginan, dorongan, atau gerak hati dalam individu. Motif-motif diarahkan kepada tujuan-tujuan, yang terjadi dengan sadar atau di bawah sadar. “Pada dasarnya motif-motif atau kebutuhan-kebutuhan merupakan sebuah dorongan utama daripada kegiatan audiens menggunakan media” Media massa, dalam hal ini radio, dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif khalayak terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Dengan kata lain, kebutuhan khalayak yang terpenuhi sama dengan khalayak puas setelah menggunakan media.

Penulis ingin melakukan penelitian ini dengan cara melakukan metode suvey, yaitu membagi kuesioner kepada masyarakat agar penulis tau apa motif masyarakat mendengarkan program acara ludruk ini.

I.2 Rumusan Masalah

Apa motif pendengar radio RRI Surabaya dalam mendengarkan program acara “Ludruk”?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif pendengar radio RRI Surabaya dalam mendengarkan program acara “ludruk”

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis : Penelitian ini berharap dapat berguna sebagai sarana pemahaman dan penerapan Uses And Gratifications dalam bidang penyiaran radio.

Manfaat Praktis : sebagai referensi untuk radio RRI Surabaya mengembangkan dan memajukan Program unggulan pro 4 ini yaitu “ludruk”

I.5 Batasan masalah

Batasan masalah peneliti hingga sampai motif pendengar radio RRI Surabaya dalam program acara “ ludruk “ pada segment umur 25 – 30 tahun.