

**EFEKTIVITAS PROGRAM SIARAN BERITA LOKAL LEMBAGA
PENYIARAN PUBLIK MAROS FM TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI BAGI MASYARAKAT
KABUPATEN MAROS**

OLEH :

NURIMNA FADLIA



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2020**

**EFEKTIVITAS PROGRAM SIARAN BERITA LOKAL LEMBAGA
PENYIARAN PUBLIK MAROS FM TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI BAGI MASYARAKAT
KABUPATEN MAROS**

OLEH :

**NURIMNA FADLIA
E31114303**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Deprtemen Ilmu Komunikasi

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : EFEKTIVITAS PROGRAM SIARAN BERITA LOKAL
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK MAROS FM
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI BAGI MASYARAKAT KABUPATEN
MAROS

Nama Mahasiswa : Nurimna Fadlia

Nomor Pokok : E311 14 303

Makassar, 22 Juli 2020

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Kahar, M.Hum
NIP 19591010 198503 1005

Pembimbing II



Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si
NIP 19701231 199802 1002

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. H.M. Iqbal Sultan, M.Si
NIP 19631210 1991031002



UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurimna Fadlia
Nomor Induk Mahasiswa : E31114303
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Efektivitas Program Siaran Berita Lokal Lembaga Penyiaran Publik Maros FM Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kabupaten Maros”** adalah **BENAR** merupakan hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan benar.

Makassar, 12 Agustus 2020




Nurimna Fadlia

E31114303

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah Diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Pada Hari Kamis Tanggal Enam Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh.

Makassar, 6 Agustus 2020

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Kahar, M.Hum



(.....)

Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.



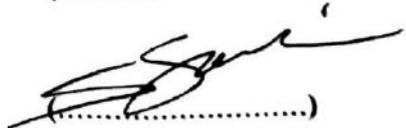
(.....)

Anggota : 1. Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si



(.....)

2. Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.



(.....)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggungjawab, guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Serta tak lupa pula penulis kirimkan salawat dan taslim kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat ini.

Teruntuk kedua orang tua yang penulis cintai, yang akan selalu menjadi tempat penulis pulang, Mohammad Rizal dan Marwa. Terima kasih atas limpahan kasih dan sayang yang tak henti-hentinya diberikan kepada penulis. Terima Kasih untuk segala hal yang selalu diupayakan untuk memenuhi kebutuhan bahkan keinginan penulis. Untuk saudara-saudaraku, Ibnu, Fauzi dan Tasya. Terima kasih karena telah hadir menemani hidup penulis sehingga penulis tidak pernah merasa kesepian. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan untuk penulis menjadi lebih baik lagi dan lagi. Kalian adalah rumah bagi penulis.

Terlebih skripsi ini saya dedikasikan kepada *mama ummi* tercinta, yang telah lebih dulu bertemu Allah SWT, salah satu orang yang merawat dan menemani penulis dari bayi. Semoga di surga sana beliau tersenyum melihat cucu kesayangannya telah sebesar sekarang dan telah menyelesaikan salah satu tanggung jawabnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Kahar, M.Hum selaku pembimbing I dan Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si selaku pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan membagi pengetahuannya untuk penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. H. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si dan Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Sudirman Karnay, M.Si beserta seluruh dosen pengajar dan staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu, dukungan dan motivasinya sejak penulis baru memasuki dunia perkuliahan sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Pemerintah dan masyarakat Kabupaten Maros atas bantuan dan dukungannya kepada penulis selama penulis melakukan penelitian.
4. Semua Crew dan Penyiar Lembaga Penyiaran Publik Maros FM atas masukan dan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Puanneku, H. Mustafa dan Ummiku, Hj. Aisyah, terima kasih atas doa, kasih sayang dan tempat tinggal yang diberikan kepada penulis sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Sehat-sehatki'.
6. Mustafa's family, P. Solong, tante Eni, Ibu, P. Nessa, Fika, Dela, Balqis, Dafa dan Zefa, terima kasih atas doa, kasih sayang dan kehadirannya yang selalu membuat penulis bahagia.

7. Keluarga besar Tajuddin Abu, Kakek taju', mama mia, mama iya, mama uni, anni, nurul, semua kakak-kakak, adek-adek dan keponakan-keponakan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan kasih sayang juga canda tawa yang selalu kalian berikan kepada penulis.
8. Teman-teman penulis tersayang, Dila, gretha, meynar, dian, winda, rani, ila, indah, dea, jasmine, cu, badrul, ario, cakra dan wawan. Terima kasih sudah menemani penulis sejak 6 tahun lalu sampai penulis menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas canda, tawa dan air mata yang semoga bisa terus kita lalui.
9. Pengurus Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi periode 2017-2018, yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk sama-sama belajar dalam satu periode kepengurusan.
10. Teman-temanku yang akan selalu ada di masa depan, FUTURE. Terima kasih untuk semua cerita yang telah kita lalui, yang membuat penulis sampai hari ini selalu merindukan belajar di kelas bersama kalian.
11. Salah satu rumahku, Kosmik. Terima kasih sudah menjadi keluarga yang selalu hangat dan selalu berbagi hal-hal yang menyenangkan kepada penulis.
12. UKM Liga Film, terima kasih sudah menjadi salah satu tempat lari paling nyaman *hehe* terima kasih atas kesempatan belajar yang diberikan untuk penulis.

13. TIMUR PICTURES, kak anca, kak pitto dan semuanya. Terima kasih atas kepercayaan dan tanggungjawab yang diberikan kepada penulis selama proses produksi “Mappacci”. Terima kasih sudah menjadi salah satu tempat belajar yang menyenangkan.
14. Pusbang Film Kemdikbud, tempat belajar yang paling menyenangkan. terima kasih untuk kesempatan belajar sekaligus jalan-jalan yang selalu diberikan kepada penulis. Terimakasih untuk staf pengajar dan teman-teman yang penulis temui di workshop pusbang film atas ilmu, semangat dan dukungannya selama ini.

Menutup segala ucapan yang ada, besar harapan penulis agar skripsi ini bisa menjadi karya yang bermanfaat dan berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi kedepannya.

Makassar, 26 Juli 2020

Penulis

ABSTRAK

NURIMNA FADLIA. E31114303. Efektivitas Program Siaran Berita Lokal Lembaga Penyiaran Publik Maros FM Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kabupaten Maros. Dibimbing oleh Dr. Kahar, M.Hum selaku pembimbing pertama dan Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si selaku pembimbing kedua.

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui tingkat efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM; (2) Untuk mengetahui minat mendengarkan Masyarakat Kota Kabupaten Maros terhadap program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM.

Tipe penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yakni mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada masyarakat Kabupaten Maros di tiga kecamatan yakni Kecamatan Turikale, Kecamatan Mandai dan Kecamatan Simbang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat Kabupaten Maros. Adapun teknik penentuan jumlah sampel menggunakan Tabel *Isaac* dan *Michael*.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik maros fm terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat Kabupaten Maros tergolong tinggi dengan persentase 83.5%. Adapun minat mendengarkan program siaran berita ini secara keseluruhan menunjukkan minat mendengarkan yang juga cukup tinggi dengan persentase 55.2%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa minat mendengarkan masyarakat terhadap program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM berbanding lurus dengan efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat kabupaten Maros.

ABSTRACT

NURIMNA FADLIA. *The Effectiveness Of The Local News Broadcast Programs on The Public Broadcasting Institution Maros FM Towards Meeting The Information Needs Of The Community at Maros Regency.* Supervised by Dr. Kahar, M.Hum as the first supervisor and Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M. Si as the second supervisor.

The purpose of this research is : (1) To find out the level of effectiveness of local news broadcast programs in public broadcasting institutions Maros FM; (2) To find out the interest in listening to the Maros Regency community towards local news broadcast programs in the Maros FM public broadcasting institution.

This type of research used quantitative descriptive methods that describe or evaluate data collected through questionnaire distribution to the people of Maros Regency in three districts : Turikale District, Mandai District and Simbang District. This research aims to determine the level of effectiveness of local news broadcast programs on public broadcasting institutions Maros FM to meet the information needs of the Maros Regency community. The technique for determining the number of samples using the Isaac and Michael's table.

The results showed the level of effectiveness of local news broadcast programs at the public broadcasting agency Maros FM towards meeting the information needs of the people of Maros Regency was relatively high with 83.5% percentage. The interest in listening to this news broadcast program as a whole shows that interest in listening is also high with 55.2% percentage. Therefore it can be concluded that the interest in listening to the community towards local news broadcast programs in public broadcasting institutions Maros FM is directly proportional to the effectiveness of local news broadcast programs in public broadcasting institutions Maros FM towards meeting the information needs of the people of Maros regency.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan	11
D. Kerangka Konseptual	12
E. Definisi Operasional	20
F. Metodologi Penelitian	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
A. Komunikasi Massa	29
B. Media Massa	33
C. Radio	42
D. Informasi	45
E. Berita	51

F. Efektivitas	55
G. Teori S-O-R	60
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	62
A. Kabupaten Maros	62
B. Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
A. Hasil Penelitian	78
B. Pembahasan	130
BAB V PENUTUP	139
A. Kesimpulan	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Teori S-O-R	18
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	19
Gambar 2.1 Bagan Teori S-O-R	61
Gambar 3.1 Peta Kabupaten Maros	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Masyarakat Kec. Turikale Kab. Maros	26
Tabel 1.2 Rekapitulasi Masyarakat Kec. Simbang Kab. Maros	26
Tabel 1.3 Rekapitulasi Masyarakat Kec. Mandai Kab. Maros	27
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kab. Maros Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 3.2 Susunan Pengurus Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	69
Tabel 3.3 Susunan Penyiar Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	70
Tabel 3.4 Reporter dan Teknisi Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	70
Tabel 4.1 Jumlah Sampel Dan Populasi Tiga Kecamatan Kab. Maros	78
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Kecamatan	81
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
Tabel 4.6 Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.7 Distributor Responden Berdasarkan Jenis Media Yang Dimiliki.....	83
Tabel 4.8 Distributor Responden Berdasarkan Media Yang Digunakan Untuk Mendapatkan Informasi Atau Berita Lokal	84
Tabel 4.9 Distributor Responden Berdasarkan Pernah Mendengarkan Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	85
Tabel 4.10 Distributor Responden Berdasarkan Program Siaran Yang Pernah Didengarkan	86

Tabel 4.11 Distributor Responden Berdasarkan Darimana	
Mendapatkan Informasi Mengenai Lembaga Penyiaran	
Publik Maros FM	88
Tabel 4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan	
Mengenai Lembaga Penyiaran Publik Maros FM berada	
dibawah Naungan Pemerintah Kabupaten Maros	89
Tabel 4.13 Distribusi responden berdasarkan pengetahuan	
mengenai Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	
dibiayai menggunakan APBD Kabupaten Maros	90
Tabel 4.14 Distributor Responden berdasarkan pengetahuan	
Mengenai Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	
mempunyai Program Siaran Berita Lokal	91
Tabel 4.15 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Efektivitas	
Pengetahuan Program	91
Tabel 4.16 Distributor Responden Berdasarkan Cara Penyampaian	
Berita Selamat Pagi Butta Salewangan	92
Tabel 4.17 Distributor Responden Berdasarkan Keaktualan Berita	
Selamat Pagi Butta Salewangan	93
Tabel 4.18 Distribusi Responden Berdasarkan Pemenuhan Criteria	
Selamat Pagi Butta Salewangan Sebagai Media Penyampaian	
Berita Dan Informasi	94
Tabel 4.19 Distributor Responden Berdasarkan Indikator Efektivitas	
Tepat Sasaran	95

Tabel 4.20 Distribusi Responden Berdasarkan Ketepatan Waktu Siaran	
Selamat Pagi Butta Salewangan	96
Tabel 4.21 Distribusi Responden Berdasarkan Ketepatan Durasi Siaran	
Selamat Pagi Butta Salewangan	97
Tabel 4.22 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Efektifitas	
Tepat Waktu	97
Tabel 4.23 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan	
Informasi Mengenai Peristiwa Di Kab. Maros	98
Tabel 4.24 Distribusi Responden Berdasarkan Rasa Kepemilikan	
Terhadap Selamat Pagi Butta Salewangan Sebagai	
Media Informasi	99
Tabel 4.25 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan	
Mengenai Program-Program Pemerintah Kab. Maros	99
Tabel 4.26 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai	
Calon Kepala Daerah Kab. Maros	100
Tabel 4.27 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai	
Stabil Tidaknya Harga Barang Pokok Di Pasar Kab. Maros	101
Tabel 4.28 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan	
Informasi Bencana, Kecelakaan Dan Criminal	102
Tabel 4.29 Tabel Distribusi Responden Berdasarkan	
Indikator Efektifitas Tercapainya Tujuan	103
Tabel 4.30 Distribusi Responden Berdasarkan Penerapan	
Pesan-Pesan Kehidupan Sehari-Hari	103

Tabel 4.31 Distribusi Responden Berdasarkan Keterlibatan Dalam	
Pembangunan Kab. Maros	104
Tabel 4.32 Distribusi Responden Berdasarkan Rasa Kepedulian	
Terhadap Peristiwa Yang Terjadi Disekitarnya	105
Tabel 4.33 Distributor Responden Berdasarkan Indikator	
Efektivitas Perubahan Nyata	106
Tabel 4.34 Distributor Responden Berdasarkan Efektivitas	
Program Siaran Selamat Pagi Butta Salewangan	106
Tabel 4.35 Distributor Responden Berdasarkan Frekuensi	
Mendengarkan Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	107
Tabel 4.36 Distributor Responden Berdasarkan Durasi Mendengarkan	
Lembaga Penyiaran Publik Maros FM Dalam Sehari	107
Tabel 4.37 Distribusi Responden Berdasarkan Pernah Mendengarkan	
Selamat Pagi Butta Salewangan	108
Tabel 4.38 Distributor Responden Berdasarkan Frekuensi	
Mendengarkan Lembaga Penyiaran Publik Maros FM	109
Tabel 4.39 Distributor Responden Berdasarkan Ketertarikan	
Mendengarkan Selamat Pagi Butta Salewangan.....	109
Tabel 4.40 Distribusi Responden Berdasarkan Minat Mendengarkan	
Lembaga Penyiaran Publik Maros Maros FM	110
Tabel 4.41 Distribusi Responden Berdasarkan Minat Mendengarkan	
Program Siaran Selamat Pagi Butta Salewangan	111
Tabel 4.42 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan	

Dengan Jenis Kelamin	112
Tabel 4.43 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Usia Responden	113
Tabel 4.44 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Kecamatan Tempat Tinggal Responden	114
Tabel 4.45 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Pendidikan Terakhir Responden	115
Tabel 4.46 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Pekerjaan Responden	116
Tabel 4.47 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan Dengan Media Yang Dimiliki Responden	118
Tabel 4.48 Tabulasi Silang Efektivitas Selamat Pagi Butta Salewangan Dengan Sumber Informasi Lokal Responden	120
Tabel 4.49 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Jenis Kelamin Responden	121
Tabel 4.50 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Usia Responden	122
Tabel 4.51 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta Salewangan dengan Kecamatan Tempat Tinggal Responden ...	123
Tabel 4.52 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta Salewangan Dengan Pendidikan Terakhir Responden	124
Tabel 4.53 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta Salewangan Dengan Pekerjaan Responden	126

Tabel 4.54 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta	
Salewangan Dengan Media Yang Dimiliki Responden	127
Tabel 4.55 Tabulasi Silang Minat Mendengarkan Selamat Pagi Butta	
Salewangan Dengan Sumber Informasi Lokal Responden	129

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di dunia secara tidak langsung memiliki banyak kebutuhan salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Informasi ini digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan lainnya, seperti hiburan, makan, dan beberapa kebutuhan lainnya. Informasi yang dibutuhkan tentunya sangat bervariasi, tergantung kepada kebutuhan masyarakat, tingkat pendidikan serta status sosial yang membutuhkan informasi tersebut (Keminfo, 2008).

Davis (dalam Abdul Kadir, 2003) menjelaskan bahwa informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. Crawford (dalam Devadason, 1996) menyatakan bahwa kebutuhan informasi tergantung pada: kegiatan pekerjaan, disiplin ilmu, tersedianya berbagai fasilitas, jenjang jabatan individu, faktor motivasi terhadap kebutuhan informasi, kebutuhan untuk mengambil keputusan, kebutuhan untuk mencari gagasan baru, kebutuhan untuk mendapatkan informasi yang tepat, kebutuhan untuk memberikan kontribusi profesional, dan kebutuhan untuk melakukan penemuan baru.

Lembaga yang menjadi wadah dalam penyampaian informasi ini disebut pers, yang merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari,

memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. (UU No. 40 Tahun 1999).

Hal yang tak dapat dipisahkan dari pers adalah media. Kata media berasal dari kata Latin, merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*". Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti sebagai "*perantara*" atau "*pengantar*", yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi dapat disimpulkan bahwa media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Sebelum media digunakan sebagai sarana komunikasi, orang-orang terdahulu berkomunikasi secara langsung tanpa adanya media atau perantara apapun.

Peran media massa adalah sebagai penghubung komunikasi massa untuk menjangkau khalayak banyak, adapun pesan yang disampaikan oleh media massa itu bersifat umum. Media massa berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah perilaku maupun mengubah pendapat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai. Tidak hanya itu, khalayak selalu mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian yang ada di sekitarnya, tapi mereka tidak bisa memenuhi itu tanpa bantuan pihak lain. Dalam hal ini dibutuhkan suatu pranata atau lembaga yang dapat mencari informasi dan

dapat memenuhi kebutuhan khalayak, lembaga yang dimaksud adalah pers (Effendy, 1989).

Media massa sendiri memiliki beberapa jenis seperti media cetak yaitu koran dan majalah, media elektronik yaitu radio dan televisi, serta media *online* yaitu situs-situs informasi yang bisa diakses secara online. Jika media cetak dan media elektronik masuk ke dalam kategori media massa tradisional atau media *mainstream*, media online masuk kedalam kategori media massa modern atau *new media*.

New media merupakan istilah yang digunakan untuk media-media baru yang telah bermunculan seperti komputer digital dan jaringan internet. Jaringan internet termasuk dalam media massa modern yang membuat semua orang dapat dengan cepat dan mudah mengakses informasi, berita, bahkan hiburan dalam sekali sentuhan jari.

Rudiantara (dalam P Putra, 2018) meyakini media *mainstream* atau arus utama seperti koran (media cetak) dan elektronik (radio dan televisi) tidak akan mati gara-gara media social karena tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media *mainstream* sangatlah tinggi. Ia mengatakan bahwa media *mainstream* mementingkan kebenaran dan keakurasian daripada kecepatan, sedangkan media sosial mementingkan kecepatan daripada keakurasian. Sedangkan di dunia media sosial kecepatan adalah hal yang utama, bahkan karena mendewakan kecepatan mereka menomorduakan keakurasian.

Dikutip dari Republika.co.id media-media nasional di Indonesia tergolong cukup baik, hal ini terbukti dengan menduduki posisi kedua setelah Republik Rakyat China diposisi pertama dalam tingkatan kepercayaan publik terhadap media, kemudian diikuti oleh India yang berada pada posisi ketiga.

Media elektronik radio sendiri pada awal keberadaannya dikenal sebagai media hiburan bukan media informasi dan pendidikan. Namun, sejak bergulirnya era reformasi radio semakin bebas menyajikan berita pada masyarakat.

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang dipandang sebagai *the fifth estate* (kekuatan kelima) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara (Romli, 2009). Sehingga dapat dikatakan bahwa radio adalah salah satu media massa yang memiliki kemampuan menyampaikan langsung informasi atau hiburan kepada telinga pendengarnya.

Sejak adanya UU Pers No. 40 tahun 1999, media menjadi lebih bebas, terbuka, dan informatif. Berkembangnya kemampuan media dalam pencarian berita hingga penyajiannya pada masyarakat umum, terjadi pada segala jenis media baik cetak maupun elektronik. Perubahan yang terjadi

di masing-masing jenis media tentunya berbeda, ada yang cepat namun adapula yang bertahap.

Radio sebagai salah satu media penyampai pesan pun ikut berkembang dengan banyaknya bermunculan media baru dari waktu ke waktu. Perkembangan ini ditandai dengan banyaknya radio lokal yang dikelola oleh pemerintah daerah, di Sulawesi Selatan sendiri terdapat kurang lebih 10 Lembaga Penyiaran Publik jika dilihat pada daftar lembaga penyiaran radio yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Sulawesi Selatan. Lembaga-lembaga penyiaran publik ini bersaing dengan media-media yang dimiliki oleh pihak swasta, apalagi bermunculan radio-radio komunitas yang memiliki segmentasi lain sehingga memunculkan persaingan satu dengan yang lainnya, khususnya dalam hal penyajian program berita.

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 pasal 13 ayat (2) tentang penyiaran, lembaga penyiaran terbagi atas lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas dan lembaga penyiaran berlangganan.

Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat (UU RI No. 32 Tahun 2002).

Lembaga penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya

menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi (UU RI No. 32 Tahun 2002).

Lembaga Penyiaran komunitas adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya (UU RI No. 32 Tahun 2002).

Lembaga penyiaran berlangganan adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan (UU RI No. 32 Tahun 2002).

Berdasarkan daftar lembaga penyiaran radio yang diterbitkan oleh KPID Sulsel 2018, di Sulawesi Selatan sendiri terdapat kurang lebih 45 lembaga penyiaran radio baik lembaga penyiaran radio publik lokal maupun swasta. Hal ini membuat lembaga-lembaga penyiaran radio di Sulawesi Selatan harus benar-benar bersaing dalam memperoleh pendengar. Misalnya di Kabupaten Maros yang hanya memiliki 1 lembaga penyiaran publik, Radio Maros FM harus bersaing dengan kurang lebih 20 lembaga penyiaran radio yang ada di Kota Makassar. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga penyiaran publik Kabupaten Maros yang berjarak sangat dekat dengan ibukota provinsi yang memiliki banyak lembaga penyiaran publik maupun swasta.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Maros Nomor 13 Tahun 2014 mengenai Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Publik disingkat LPP Radio Butta Salewangeng (sekarang berubah nama menjadi Maros FM) Kabupaten Maros adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum didirikan oleh Pemerintah Kabupaten Maros yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

Pemerintah Daerah Kabupaten Maros pasti mempunyai visi pembangunan untuk menjadikan daerahnya maju dan berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam rangka menuju pada visi tersebut, maka salah satu komponen utama penunjang keberhasilan pembangunan yang dilakukan pemerintahan adalah keikutsertaan dan partisipasi masyarakat dalam mendukung segala program pembangunan yang telah, sedang maupun yang akan dilaksanakan pemerintah daerah. Segala program pembangunan tersebut tidak akan dapat diketahui dan tidak akan mampu menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi apabila masyarakat tidak mendapatkan informasi dan sosialisasi dari Pemerintah daerah. Disinilah peran Maros FM berperan sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang bisa menjadi media informasi utama bagi pemerintah daerah yang dapat diandalkan untuk menginformasikan program-program pembangunan sampai ke masyarakat.

Lembaga Penyiaran Publik Maros FM mempunyai berbagai macam program siaran yang menjangkau semua kalangan usia. Mulai dari program siaran religi, musik dangdut, musik masa kini, musik barat, talkshow sampai program siaran berita lokal. Program siaran berita lokal yang dinamai Selamat Pagi Maros (Butta Salewangan) disiarkan setiap pagi selama 2 jam, mulai dari jam 07.00 sampai 09.00 WITA dengan isi siaran berupa berita-berita lokal Kabupaten Maros. Program Siaran ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan berita masyarakat Kabupaten Maros. Berbeda dengan sebagian kabupaten di Sulawesi Selatan yang sudah memiliki Stasiun TV lokalnya sendiri, Kabupaten Maros hanya memiliki lembaga penyiaran publik Radio Maros FM, satu-satunya yang dapat dimaksimalkan sebagai media yang bermanfaat bagi Masyarakat.

Lembaga Penyiaran Publik Maros FM harus berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta pelestari budaya bangsa, dengan senantiasa berorientasi kepada kepentingan seluruh lapisan masyarakat, jika berdasar pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.

Lembaga penyiaran publik ini mendapatkan pembiayaan oleh APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) yang berarti masyarakat juga turut membiayainya melalui pajak yang dibayarkan. Masyarakat berhak atas pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan oleh

lembaga penyiaran publik begitupun sebaliknya, lembaga penyiaran publik bertanggung jawab atas pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat.

Adapun penelitian sebelumnya mengenai Lembaga Penyiaran Publik Maros FM, yaitu :

1. Tingkat Kepuasan Pendengar Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Maros FM oleh Ansyar Ermas 2017. Penelitian ini mengkaji mengenai tingkat kepuasan pendengar terhadap program siaran yang dimiliki lembaga penyiaran publik Maros FM. Perbedaannya, penelitian ini menjadikan semua program siaran lembaga penyiaran publik Maros FM sebagai subjek penelitian dan berfokus kepada kepuasan pendengar.
2. Strategi Penyiaran Radio Butta Salewangan FM dalam Upaya Meningkatkan Intelegualitas Masyarakat di Kabupaten Maros oleh Muhammad Wadji 2014. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi penyiaran dari Radio Butta Salewangan FM (Sekarang Lembaga Penyiaran Publik Maros FM). Perbedaannya, penelitian ini menjadikan Lembaga Penyiaran Publik Maros FM sebagai objek penelitian dan berfokus kepada strategi penyiarannya.

Perbedaan penelitian-penelitian diatas dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian ini akan berfokus kepada program siaran berita lokal kabupaten Maros di radio Maros FM yang diharap mampu

sesuai dengan peran dan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik lokal Kabupaten Maros. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas suatu program siaran berita lokal terhadap masyarakat lokal. Selain itu, ini juga bertujuan untuk mengetahui peran dan fungsi lembaga penyiaran publik lokal bagi masyarakat yang secara tidak langsung turut membiayai proses tumbuh dan berkembangnya lembaga penyiaran publik ini.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penulis merasa perlu untuk mengangkat penelitian yang berjudul: **“Efektivitas Program Siaran Berita Lokal Lembaga Penyiaran Publik Radio Maros FM Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Masyarakat Kabupaten Maros.”**

A. Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus pada studi khalayak dalam memberikan pendapat tentang efektivitas program siaran berita lokal yang disiarkan oleh lembaga penyiaran publik Kabupaten Maros, Radio Maros FM. Program siaran berita lokal yang diberi nama Selamat Pagi Maros Butta Salewangan ini menjadi salah satu program siaran yang telah mengudara semenjak pertama kali lembaga penyiaran publik ini didirikan 10 tahun yang lalu. Program siaran ini merupakan program siaran yang menyiarkan berita-berita lokal kabupaten Maros yang tentu sangat dibutuhkan oleh Masyarakat Kabupaten Maros, sehingga sangat menarik untuk diteliti

mengingat lembaga penyiaran publik ini adalah satu-satunya lembaga penyiaran yang dimiliki oleh pemerintah kabupaten Maros. Tingkat efektivitas pada program siaran berita lokal ini dapat dilihat dari seberapa banyak masyarakat yang bisa mendapatkan berita lokal dengan mendengarkan program siaran berita lokal ini. Berdasarkan uraian diatas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik radio maros FM?
2. Bagaimana minat mendengar masyarakat terhadap program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik radio Maros FM?

B. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM.
2. Untuk mengetahui minat mendengarkan Masyarakat Kabupaten Maros terhadap program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM.

b. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada

penelitian efektivitas lembaga penyiaran publik seperti program siaran berita lokal di lembaga penyiaran publik Maros FM

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui opini khalayak khususnya masyarakat Kabupaten Maros terhadap lembaga penyiaran publik Maros FM.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui efektivitas lembaga penyiaran publik, yaitu program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Kabupaten Maros, Radio Maros FM.

C. Kerangka Konseptual

Menurut *Dictionary for Library and Information Science* (2004) informasi adalah semua fakta, kesimpulan, ide dan karya-karya kreatif imajinatif dari hasil kecerdasan manusia yang telah dikomunikasikan secara formal maupun informal dalam bentuk apapun. Dengan dikomunikasikan dan disebarakan kepada masyarakat luas, maka informasi dapat diperoleh dan digunakan oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Line (Nicholas, 2000) bahwa kebutuhan informasi tampak ketika disadari terdapat informasi yang dibutuhkan oleh seseorang. Menurut Belkin (dalam Nicholas, 2000) kebutuhan informasi muncul ketika seseorang menyadari adanya kesenjangan antara pengetahuan dan harapan untuk memecahkan masalah.

Kebutuhan akan informasi muncul ketika seseorang menyadari bahwa mereka tidak memiliki atau kekurangan pengetahuan untuk mencapai tujuan, menjawab pertanyaan dan sebagainya (Batley, 2007).

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Menurut J.B. Wahyudi (1994), arti berita adalah suatu laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru, dan dipublikasikan melalui media massa periodik. Berita tentu sangat erat kaitannya dengan kebutuhan masyarakat akan informasi. Berita memuat unsure-unsur mengenai suatu peristiwa yang mampu menjawab pertanyaan masyarakat akan keingintahuannya terhadap informasi.

Informasi dalam bentuk berita memiliki ciri-ciri tersendiri yang membedakannya dengan bentuk informasi lainnya. Adapun ciri-ciri berita yaitu :

1. Suatu berita berisi informasi aktual dan terkini yang dianggap bermanfaat bagi khalayak umum.
2. Isi berita dapat menarik perhatian masyarakat sehingga dalam penyajiannya membutuhkan teknik penyampaian tersendiri.
3. Informasi yang disampaikan dalam berita sesuai fakta sehingga publik dapat mempercayainya.

4. Isi berita disampaikan dengan jelas dan menggunakan kalimat yang sederhana atau mudah dimengerti.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Cangara, 2002). Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2012).

Effendy (2003), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif karena dianggap dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi.

Dalam teori media dan masyarakat massa (Barran & Davis, 2000) misalnya dikatakan bahwa media memiliki sejumlah asumsi untuk membentuk masyarakat, yakni:

1. Media massa (tak terkecuali penyiaran) memiliki efek yang berbahaya sekaligus menular bagi masyarakat. Untuk meminimalisir efek ini di Eropa pada masa 1920- an, penyiaran dikendalikan oleh pemerintah, walaupun ternyata kebijakan ini justru berdampak buruk di Jerman dengan digunakannya penyiaran untuk propaganda Nazi.
2. Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi pola pikir rata-rata audiennya. Bahkan pada asumsi berikutnya dalam teori ini dikatakan bahwa ketika pola pikir seseorang sudah terpengaruh oleh media, maka semakin lama pengaruh tersebut semakin besar.
3. Rata-rata orang yang terpengaruh oleh media, dikarenakan ia mengalami keterputusan dengan institusi sosial yang sebelumnya justru melindungi dari efek negatif media.

Salah satu jenis media massa adalah media penyiaran. Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang memengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh Karena itu, seperti politik atau ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas (Rahardjo, 2002). Media penyiaran sendiri terbagi atas media penyiaran TV dan media penyiaran radio.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas, dan merambat lewat udara, dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio sebagai salah satu jenis media massa tentu mempunyai peran dan fungsinya sendiri untuk kelangsungan hidup masyarakat terutama dalam memperoleh informasi. Radio terbagi atas beberapa jenis, diantaranya radio swasta, radio komunitas, radio berlangganan dan radio publik.

Radio publik atau radio pemerintah adalah radio yang dipegang penuh oleh badan pemerintahan yang pengelolanya adalah salah satu departemen di badan pemerintahan yang sudah disetujui dan diatur dalam perundang-undangan. Sehingga, dapat dikatakan bahwa secara penuh dan secara tegas, bahwa radio publik ini dipimpin dan diolah oleh pemerintahan. Semua ketentuan-ketentuan yang harus dijalankan oleh radio publik telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Publik.

Efektivitas adalah hasil keputusan yang mengarahkan melakukan sesuatu dengan benar, yang membantu memenuhi misi suatu perusahaan atau pencapaian tujuan (Widjaya, 1993) Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat (1986) yang menjelaskan bahwa

“Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya”.

Adapun indikator ukuran efektivitas program menurut Sutrisno (2007), yaitu:

1. Pemahaman program
2. Tepat Sasaran
3. Tepat Waktu
4. Tercapainya Tujuan
5. Perubahan Nyata

Menurut teori S-O-R dari Hovland, Janis dan Kelley sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response yang semula dari psikolog, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah stimulus (pesan), penerima (organisme), efek (respon).

Teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat memperkirakan sesuatu dari sejumlah pesan yang disampaikan melalui media tersebut. Dalam hal ini, respon yang ditimbulkan oleh stimulus hanya sampai pada tahap kognitif dan afektif, karena pemberitaan di

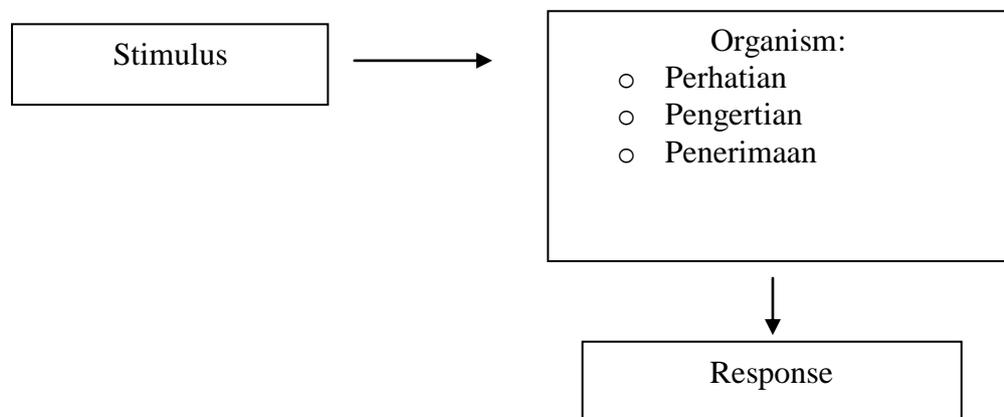
media terhadap peristiwa yang terjadi hanya dibatasi oleh opini publik saja yakni khalayak.

Pola S-O-R dapat berlangsung secara positif dan negatif, misalnya ketika orang yang saling bertemu di jalan menyapa dan di balas dengan sapaan balik maka ini merupakan reaksi positif. Namun ketika sapaan dibalas dengan memalingkan wajah atau melihat kearah lain maka hal tersebut merupakan reaksi negatif.

Dampak dari terpaan sebuah pesan media massa terjadi secara bertahap yakni berdampak pada pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada penelitian ini, yang hendak diteliti yakni dampak terhadap pengetahuan responden.

Teori S-O-R memandang bahwa stimulus berupa pesan tersebut akan menghasilkan reaksi yang berbeda di tiap individunya. Dalam hal ini, besar kecilnya pengaruh yang dihasilkan dapat dilihat dari isi penyajian stimulus tersebut.

Gambar 1.1 (Bagan Teori SOR)

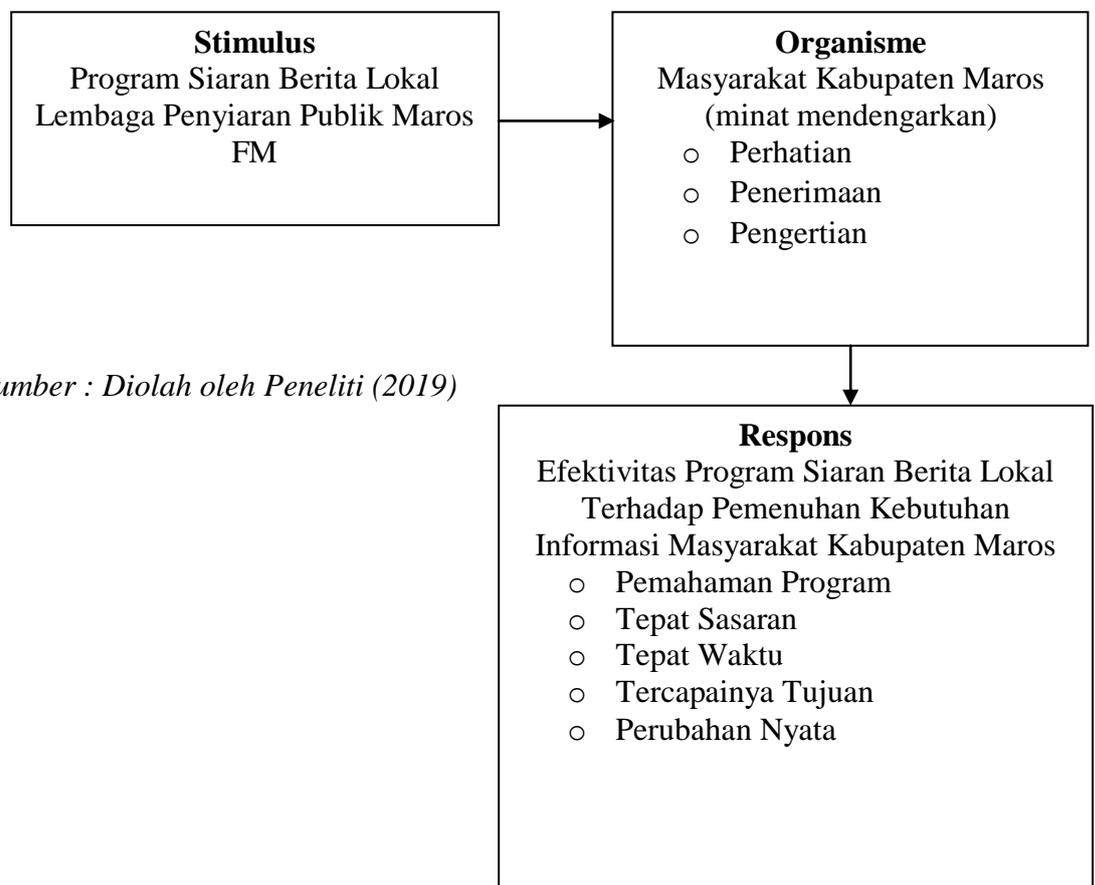


Adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah :

1. Stimulus yang dimaksud adalah program siaran berita lokal yang disiarkan oleh lembaga penyiaran publik Maros FM kepada masyarakat Kabupaten Maros.
2. Organisme yang dimaksud adalah Masyarakat Kabupaten Maros yang menerima siaran berita lokal Lembaga penyiaran publik lokal Maros FM
3. Respon yang dimaksud adalah pendapat dan sikap masyarakat kabupaten Maros yang menentukan tingkat efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM.

Adapun kerangka teori pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 1.2 Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah oleh Peneliti (2019)

D. Definisi Operasional

1. Efektivitas

Tercapainya tujuan yang sesuai dari yang telah direncanakan oleh suatu organisasi, program atau kegiatan tanpa terdapat sebuah tekanan yang berarti dalam pelaksanaannya.

2. Berita Lokal

Informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi di daerah kabupaten Maros yang disajikan lewat program siaran berita lembaga penyiaran publik lokal Maros FM

3. Program Siaran Selamat Pagi Butta Salewangan

Program siaran yang disiarkan oleh lembaga penyiaran publik Maros FM yang menyiarkan informasi dan berita lokal kabupaten Maros yang disiarkan setiap pagi jam 07:00 – 09:00 WITA.

4. Radio Maros FM

Lembaga penyiaran publik lokal Kab. Maros, Sulawesi Selatan yang berada dibawah naungan Diskominfo Kab.Maros

5. Efektivitas Program Siaran

Terpenuhinya kebutuhan informasi masyarakat kota kabupaten Maros oleh program siaran berita lokal Selamat Pagi Butta Salewangan, Radio Maros FM sesuai dengan peran dan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik. Untuk mengukur efektivitas program siaran berita lokal lembaga penyiaran publik Maros FM, digunakan ukuran efektivitas program menurut Sutrisno (2007:125-126) yang terdiri dari:

a. Pemahaman Program

Dalam penelitian ini, ingin diketahui sejauh mana pengetahuan masyarakat kota kabupaten Maros terhadap lembaga penyiaran publik Maros FM terkhusus program siaran berita lokal, Selamat Pagi Butta Salewangan.

b. Tepat Sasaran

Berdasarkan segmentasi lembaga penyiaran publik Maros FM yang menyasar semua kalangan, penelitian ini ingin mengukur sejauh mana kesesuaian antara program siaran berita lokal, Selamat Pagi Butta Salewangan dengan kebutuhan informasi masyarakat kota kabupaten Maros.

c. Tepat Waktu

Berdasarkan jam siaran program siaran berita lokal, Selamat Pagi Butta Salewangan, penelitian ini ingin mengetahui ketepatan jam siaran dengan kebutuhan informasi masyarakat. Mengingat salah satu hal yang penting dari berita adalah keaktualan waktu penyampaiannya.

d. Tercapainya Tujuan

Dalam penelitian ini, ingin diketahui sejauh mana keberhasilan tujuan program siaran berita lokal, Selamat Pagi Butta Salewangan ini terutama dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat berdasarkan peran dan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik lokal.

e. Perubahan Nyata

Dalam penelitian ini ingin diketahui sejauh mana efek dari mendengarkan program siaran berita lokal, Selamat Pagi Butta Salewangan terhadap sikap dan perilaku masyarakat kabupaten Maros.

6. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Kebutuhan sendiri merupakan hal dasar dalam memenuhi keberlangsungan hidup dan harus segera terpenuhi. Pemenuhan kebutuhan yang dilakukan makhluk hidup khususnya manusia menjadi faktor dasar dalam melakukan kehidupannya. Informasi adalah pesan (ucapan atau ekspresi) atau kumpulan pesan yang terdiri dari order sekuens dari simbol, atau makna yang dapat ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan. Pemenuhan kebutuhan informasi yang dimaksud adalah terpenuhinya ha-hal dasar dalam keberlangsungan hidup masyarakat yang salah satu hal didalamnya adalah informasi dan berita.

7. Masyarakat Kabupaten Maros

Masyarakat kabupaten Maros adalah masyarakat kabupaten Maros yang tinggal di kabupaten yang dijangkau oleh siaran lembaga penyiaran publik lokal Maros FM. Adapun yang termasuk adalah kecamatan Turikale, Kecamatan Mandai dan Kecamatan Simbang.

8. Fungsi Lembaga Penyiaran Publik (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik)

- RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta pelestari budaya bangsa, dengan senantiasa berorientasi kepada kepentingan seluruh lapisan masyarakat.
- RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal dalam menjalankan fungsi pelayanannya untuk kepentingan masyarakat melibatkan partisipasi publik berupa keikutsertaan di dalam siaran, evaluasi, iuran penyiaran, dan sumbangan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

9. Peran Lembaga Penyiaran Publik (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik)

Lembaga Penyiaran Publik Lokal bertujuan menyajikan program siaran yang mendorong terwujudnya sikap mental masyarakat yang beriman dan bertakwa, cerdas, memperkuat integrasi nasional dalam rangka membangun masyarakat mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menjaga citra positif bangsa.

E. Metodologi Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Kriyantono (2008) dalam buku Riset Komunikasi menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan sedangkan metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk melukiskan atau memaparkan suatu objek misalnya suatu gejala atau fenomena sosial. Peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner kepada masyarakat Kabupaten Maros.

2. Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan November 2019 sampai bulan Maret 2020 yang dilaksanakan di Kabupaten Maros.

3. Teknik Pengumpulan Data

Melakukan teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya:

a. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang didapat dari buku-buku panduan dan referensi yang sesuai dengan masalah yang

dibahas, dengan cara mempelajari dan menelaah hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

b. Kuisisioner

Kuisisioner disebarkan kepada Masyarakat Kabupaten Maros yang pernah mendengar siaran berita lokal radio Maros FM.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset. Sedangkan sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Turikale, Kecamatan Mandai dan Kecamatan Simbang yang berusia 15-64 keatas yang pernah mendengarkan program siaran selamat pagi butta salewangan Maros FM.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Masyarakat Kecamatan Turikale Kabupaten Maros Tahun Publikasi 2018

No	Usia	Jumlah
1	15-19 Tahun	4.773 orang
2	20-24 Tahun	4.440 orang
3	25-29 Tahun	3.499 orang
4	30-34 Tahun	3.110 orang
5	35-39 Tahun	3.132 orang
6	40-44 Tahun	3.137 orang
7	45-49 Tahun	2.905 orang
8	50-54 Tahun	2.105 orang
9	55-59 Tahun	1.731 orang
10	60-64 Tahun	1.079 orang
Jumlah		29.911 orang

Sumber : Kabupaten Maros Dalam Angka 2018

Tabel 1.2 Rekapitulasi Masyarakat Kecamatan Simbang

Kabupaten Maros Tahun Publikasi 2018

No	Usia	Jumlah
1	15-19 Tahun	2.320 orang
2	20-24 Tahun	2.027 orang
3	25-29 Tahun	1.786 orang
4	30-34 Tahun	1.700 orang
5	35-39 Tahun	1.764 orang
6	40-44 Tahun	1.527 orang
7	45-49 Tahun	1.290 orang
8	50-54 Tahun	1.111 orang
9	54-59 Tahun	1.002 orang
10	60-64 Tahun	680 orang
Jumlah		15.207 orang

Sumber : Kabupaten Maros Dalam Angka 2018

Tabel 1.3 Rekapitulasi Masyarakat Kecamatan Mandai

Kabupaten Maros Tahun Publikasi 2018

No	Usia	Jumlah
1	15-19 Tahun	3.817 orang
2	20-24 Tahun	3.794 orang
3	25-29 Tahun	3.524 orang
4	30-34 Tahun	3.191 orang
5	35-39 Tahun	2.986 orang
6	40-44 Tahun	2.946 orang
7	45-49 Tahun	2.299 orang
8	50-54 Tahun	1.758 orang
9	54-59 Tahun	1.128 orang
10	60-64 Tahun	816 orang
Jumlah		26.259 orang

Sumber : Kabupaten Maros Dalam Angka 2018

Dalam penentuan sampel, peneliti memakai metode pengambilan sampel secara probability sampling, dengan teknik penarikan

sampel berstrata proporsional. Untuk penarikan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Tabel Isaac dan Michael untuk menentukan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, jumlah sampel yang diperoleh dari populasi 71.377 orang adalah sebanyak 346 orang dengan pembagian jumlah untuk tiap kecamatan. Dalam perhitungan jumlah sampel setiap kecamatan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Sampel} = \frac{\text{Populasi}}{\text{Total Populasi}} \times \text{sampel keseluruhan}$$

Selain itu, masing – masing sampel harus proporsional sesuai dengan populasi.

Adapun hasilnya adalah :

- Kecamatan Turikale

Jumlah sampel untuk Kecamatan Turikale :

$$\frac{29911}{71377} \times 346 = 145$$

- Kecamatan Simbang

Jumlah sampel untuk Kecamatan Simbang :

$$\frac{15207}{71377} \times 346 = 74$$

- Kecamatan Mandai

Jumlah sampel untuk Kecamatan Mandai :

$$\frac{26259}{71377} \times 346 = 127$$

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data yang diperoleh melalui kuesioner dan studi pustaka sebagai data penunjang. Memanfaatkan *software* SPSS 24.0 dalam pengolahan data dan menggunakan skala Likert sebagai pedoman.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*.

Menurut Tan dan Wright (1991) komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.

Sementara itu, menurut Mulyana (2005:75) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Menurut Joseph R. Dominick mendefenisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Sedangkan menurut

Jalaluddin Rakhmat, komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Selain pengertian di atas, ahli komunikasi Joseph A. Devito merumuskan komunikasi massa menjadi dua hal, yaitu: “Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang bersifat audio atau visual.”

Komponen-komponen Komunikasi Massa

Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sesederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut (Ardianto, 2007).

1. Komunikator

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.

2. Pesan

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.

3. Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (simultaneous) dan serentak (instananeous).

4. Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

5. Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan di – filter (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.

6. Gatekeeper (Penjaga Gawang)

Dalam proses perjalanannya sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, gatekeeper ikut terlibat di dalamnya. Gatekeeper dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.

Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick yang dikutip Ardianto dkk dalam bukunya “Komunikasi Massa Suatu Pengantar” (2007) adalah sebagai berikut:

1. Surveillance (Pengawasan)

Pengawasan mengacu kepada yang kita kenal sebagai peranan berita dan informasi dari media massa. Media mengambil tempat para pengawal yang mempekerjakan pengawasan.

2. Interpretation (Penafsiran)

Media massa tidak hanya menyajikan fakta atau data, tetapi juga informasi beserta penafsiran mengenai suatu peristiwa tertentu. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok.

3. Linkage (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. Transmission of Values (Penyebaran nilai-nilai)

Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa menyajikan penggambaran masyarakat dan dengan membaca, mendengar, dan menonton maka seseorang mempelajari bagaimana khalayak berperilaku dan nilai-nilai apa yang penting.

5. Entertainment (Hiburan)

Fungsi menghibur dari komunikasi massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangan-tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

B. Media Massa

Cangara (2010) menyatakan bahwa media massa merupakan suatu alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan menggunakan alat komunikasi mekanis dari sumber pesan ke penerima pesan atau khalayak umum. Alat mekanis komunikasi yang dimaksud oleh Cangara adalah berbagai media massa yang ada di masyarakat seperti surat kabar, televisi, radio, hingga film.

Menurut Effendy (2003), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang

beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. Media massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak. Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik media massa menurut (Canggara, 2010) antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Selain karakteristik, media massa juga memiliki fungsinya sendiri dan terdapat berbagai peran dalam pelaksanaan fungsi tersebut. Berikut adalah fungsi media massa sesuai dengan yang dijelaskan oleh Mc.Quail (2011) :

1. Fungsi informasi, media massa berperan dalam menyediakan dan menyampaikan informasi mengenai berbagai peristiwa, kejadian, dan realita yang terjadi di dalam masyarakat.
2. Fungsi kesinambungan, media massa berperan penting dalam mengakui, mengekspresikan, dan mendukung adanya budaya dominan dan budaya khusus. Media massa juga berperan dalam terbentuknya perkembangan budaya baru yang ada di masyarakat, sekaligus tetap melestarikan nilai yang sudah ada.
3. Fungsi korelasi, media massa menafsirkan dan menjelaskan peristiwa yang terjadi berikut kemungkinan hubungan dengan hal atau peristiwa lain yang terkait.
4. Fungsi mobilisasi, media massa berperan dalam menyebarkan informasi dan mengkampanyekan berbagai hal dalam bidang ekonomi, politik, negara, agama, dan lain sebagainya.

5. Fungsi hiburan, media massa memberikan hiburan kepada *audience* sebagai sarana relaksasi dan pengalihan perhatian dari ketegangan sosial yang terjadi di masyarakat.

Menurut Hafied Cangara (2010) dalam bukunya "pengantar ilmu komunikasi" komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan signifikan dengan bentuk komunikasi yang lain. Sifat pesannya yang terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Oleh karena komunikasi massa memiliki sejumlah ciri atau karakteristik yang khas diantaranya :

1. Komunikator Terlembaga Dalam komunikasi massa, komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, namun bersifat melembaga. Lembaga penyampai pesan komunikasi massa melalui media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, internet.
2. Pesan bersifat umum Dalam proses komunikasi massa pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada khalayak luas atau semua orang bukan hanya sekelompok orang. Dengan demikian, maka proses komunikasi massa bersifat terbuka. Hal ini dikarenakan, komunikasi tersebar di berbagai tempat yang tersebar. Pesan beritanya pula mengandung unsur fakta yang bersifat penting dan menarik untuk semua kalangan masyarakat bukan hanya sekelompok orang.
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen Komunikasi atau penerima informasi dalam komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Hal

ini dikarenakan komunikasi massa menyampaikan pesan secara umum pada seluruh masyarakat, yang tidak saling mengenal antara satu sama lain. Tanpa membedakan suku, ras, agama serta memiliki beragam karakter psikologi, usia, jenis kelamin, tempat tinggal, adat budaya, maupun strata sosial yang berbeda-beda.

4. Media massa bersifat Keserempakan Menurut Effendy (1981) dalam Elvinaro (2007), keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.
5. Pesan yang disampaikan satu arah Artinya terjadi komunikasi antara komunikator dan komunikan secara langsung tapi komunikator dan komunikan tidak saling bertemu dan komunikan tidak dapat merespon secara langsung. Disini komunikator yang mengendalikan komunikasinya.
6. Umpan Balik Tertunda (Delayed Feedback) Dikarenakan antara komunikator dengan komunikan yang tidak bertatap muka secara langsung maka komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang telah disampaikannya.

Efek Kehadiran Media Massa

Efek yang disebabkan oleh kehadiran media massa kepada khalayak merupakan akibat dari perubahan psikologis. Efek-efek tersebut antara

lain, yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek konatif yang sering disebut juga efek behavioral.

1. Efek Kognitif Media Massa

Informasi merupakan sesuatu yang dapat memberikan kejelasan atau klarifikasi. Informasi yang didapatkan telah menstruktur atau mnegorganisasikan realitas, realitas adalah gambaran yang mempunyai makna (Jalaluddin Rakhmat : 2012). Gambaran tersebut lazim disebut dengan citra. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Bagi khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra. Dengan media massa khalayak memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak dialami secara langsung.

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga dengan informasi yang diberikan oleh media massa membuat khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi lebih jelas.

2. Efek Afektif Media Massa

Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, menonton acara televisi atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media massa itu bermacam-macam, senang sehingga tertawa terbahakbahak, sedih sehingga mencururkan air mata, takut sampai

merinding, dan lain-lain misalnya: perasaan marah, benci, kesal, kecewa, penasaran, dan lain sebagainya (Onong Ucjana : 2003).

Faktor-faktor yang memengaruhi rangsangan emosional pesan media antara lain, suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

a. Suasana Emosional

Suasana emosional yang mendahului terpaan stimuli mewarnai respon khalayak pada stimuli itu. Dapat dikatakan bahwa respon khalayak pada film, sandiwara televis, atau surat kabar akan dipengaruhi oleh suasana emosional khalayak. Film-film sedih akan sangat mengharukan, setelah khalayak itu sendiri mengalami kekecewaan sebelumnya. Adegan-adegan lucu menyebabkan tertawa terbahak-bahak bila khalayak menontonnya setelah mendapat keuntungan yang tidak disangka-sangka.

b. Skema Kognitif

Ini adalah semacam naskah pada pikiran yang menjelaskan alur peristiwa. Dalam film tentang *superhero* khalayak mengetahui bahwa dalam film tersebut pemeran *superhero* akan menang pada akhirnya. Kesadaran bahwa sang pahlawan dalam kebanyakan cerita akan tetap hidup pada akhir cerita, cenderung memoderatkan goncangan emosional ketika sang

pahlawan ditempatkan dalam situasi berbahaya dan menakutkan. Karena alasan inilah, penonton mungkin sangat kecewa ketika mengetahui akhir cerita seorang pahlawan kalah oleh para penjahat.

c. Suasana Terpaan

Penonton akan sangat ketakutan menonton film horror bila menontonnya sendirian di sebuah rumah tua, ketika hujan lebat, dan tiang-tiang rumah berderik. Begitu pula reaksi orang lain pada saat menonton akan memengaruhi emosi pada waktu memberikan respon. Ketakutan, juga emosi lainnya memang mudah menular.

d. Predisposisi Individual

Mengacu pada karakteristik khas individu. Orang yang melankolis cenderung menanggapi tragedi lebih terharu daripada orang periang. Sebaliknya orang periang akan lebih terhibur oleh adegan lucu. Misalnya, drama televisi yang melukiskan keluarga yang penuh sayang dan kehangatan terasa sangat menyakitkan bagi anak-anak yang tinggal di panti asuhan.

e. Identifikasi Khalayak

Dengan identifikasi penonton, pembaca atau pendengar menempatkan dirinya dalam posisi tokoh. Ia ikut merasakan apa yang dirasakan tokoh. Karena itu, ketika tokoh identifikasi

itu kalah, ia juga kecewa, ketika tokoh identifikasi berhasil, ia ikut gembira. Mungkin juga kita menganggap seorang tokoh dalam televisi atau film sebagai lawan kita. Yang terjadi sekarang ialah disidentifikasi. Dalam posisi ini kita gembira bila tokoh disidentifikasi celaka dan jengkel bila ia berhasil. Semuanya ini menunjukkan bahwa makin tinggi identifikasi atau Dis-identifikasi kita dengan tokoh yang disajikan, makin besar intensitas emosional pada diri kita akibat terpaan pesan media massa.

3. Efek Konatif Media Massa

Efek konatif bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka sebagaimana disinggung efek konatif sering disebut juga efek behavioral

Efek konatif tidak langsung timbul sebagai akibat dari terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan efek afektif. Dengan perkataan lain, timbulnya efek konatif setelah muncul efek kognitif dan efek afektif. Misalnya, seorang suami yang bertekad untuk berkeluarga dua anak saja merupakan efek konatif setelah ia menyaksikan fragmen TVRI, betapa bahagianya beranak dua, dan sebaliknya betapa repotnya beranak banyak.

C. Radio

Menurut Asep Syamsul dan M. Romli dalam bukunya Dasar-Dasar Siaran Radio (2009), Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di rumah, di mobil, dan lain-lain dan dilepas dimana aja.

Radio dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampaian informasi. Suara yang didengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, lalu diubah melalui penguat suara sehingga mendapatkan hasil bunyi yang bisa kita dengar. Suara yang didengar dari pesawat radio dapat berisi tentang hiburan, misalnya musik, humor serta berita dan berbagai informasi yang dapat diterima. Pengertian

radio pertamanya adalah alat/pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi/suara. Sedangkan pengertian lain dari radio adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

Radio adalah media elektromagnetik yang termurah, baik pemancar maupun penerimanya. Terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun radio dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Perbedaan radio dengan media lainya adalah biayanya yang rendah sama artinya dengan akses kepada pendengar yang lebih besar dan jangkauan lebih luas kepada kaum dengan tingkat ekonomi yang rendah. Namun radio juga memiliki kekurangan seperti media massa pada umumnya, Radio memiliki gelombang yang dapat menimbulkan induksi gelombang elektromagnetik, induksi gelombang elektromagnetik dapat mempengaruhi ion positif dan ion negatif disekeliling pancaran radionya, muatan (ion) positif dan negatif didalam tubuh terjadi keseimbangan apabila tidak mendapatkan pengaruh terutama dari radiasi gelombang elektromagnetik, dan lainnya.

Radio merupakan salah satu media komunikasi sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio mempunyai sifat yang khas yang dapat menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Radio bersifat auditif terbatas pada suara atau bunyi yang menerpa pada indra, tidak menuntut khalayak memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut memiliki kemampuan

melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. Begitu sederhananya untuk menikmati sajian radio. Seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins mengenai karakteristik media radio yang menguntungkan (2009) yaitu:

1. Murah
2. Waktu transmisi tidak terbatas
3. Suara manusia dan music
4. Tidak memerlukan perhatian terfokus
5. Teman setia

Radio menurut J.Schupan yang dikutip kembali oleh niken Widiastuti (1992). “Radio adalah alat untuk melayani tiga tujuan; memelihara, memperluas, dan melancarkan kebudayaan. Ini perlu diperhatikan dengan munculnya nilai, walaupun nilai penyiarannya pada masyarakat tidak dapat mencapai keseimbangan dan kestabilan”. Selain berfungsi sebagai media informasi, hiburan, dan pendidikan radio berfungsi sebagai alat yang memancarkan kebudayaan. Kebudayaan merupakan hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Media radio berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang mencakup ideology, norma, seni, ilmu pengetahuan dan agama (suemarjan 1990).

Media massa dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena media tumbuh dan berkembang seiring dengan timbulnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi. Pertumbuhan media massa saat ini sangat cepat, hal ini juga disertai dengan kebutuhan

masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat. Penyiaran Radio yang pada saat ini banyak diminati berbagai kalangan usia, pendidikan dan kelas social sebagai alat penghubung dalam kehidupan sehari-hari sangat berpengaruh dalam kehidupan social.

D. Informasi

informasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah penerangan, pemberitahuan atau kabar dan berita tentang sesuatu. Menurut Jogiyanto HM (1999), informasi merupakan sebuah hasil dari pengolahan data ke dalam bentuk yang lebih bermanfaat bagi penerimanya yang menggambarkan kejadian-kejadian yang nyata untuk digunakan dalam pengambilan keputusan.

Jonner Hasugian (2009) mendefinisikan informasi sebagai sebuah konsep yang bersifat universal dan dalam jumlah muatan yang besar. Konsep ini meliputi banyak hal dalam masing-masing ruang lingkup yang berkaitan dan terekam dalam sejumlah media.

Adapun Komponen-komponen informasi meliputi:

1. Root of Information, yaitu komponen inti dari informasi berada pada tahap keluaran pertama sebuah proses pengolahan data yang biasanya disampaikan oleh orang pertama.
2. Bar of Information, yaitu merupakan badan/batangnya dari informasi yang disajikan dan memerlukan informasi pendukung, agar informasi

inti dapat diketahui secara utuh. Contoh : headline surat kabar agar pembaca jelas maka harus membaca informasi selanjutnya.

3. Branch of Information, yaitu informasi dapat dipahami apabila informasi sebelumnya telah dipahami. Misalnya, ketika kita membaca glosarium atau indeks ketika membaca sebuah buku.
4. Stick of information, yaitu komponen informasi yang sederhana dari cabang informasi. Bentuk dari informasi ini biasanya berbentuk pengayaan pengetahuan, kedudukannya hanya sebagai pelengkap, terhadap informasi yang ada.
5. Bud of Information, yaitu komponen informasi yang sifatnya semi mikro namun sangat dibutuhkan, sehingga diwaktu mendatang informasi ini akan berkembang dan dicari orang, misalnya informasi tentang multiple intelligence, hypoteaching, kurikulum masa depan, pembelajaran abad ke 21, dan lain-lain.
6. Leaf of Information, yaitu merupakan informasi pelindung untuk menjelaskan kondisi dan situasi ketika informasi itu muncul ke permukaan, seperti informasi tentang prakiraan cuaca, prakiraan kemarau panjang, prakiraan gempa atau gerhana matahari/bulan.

Kualitas informasi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

1. Keakuratan dan teruji kebenarannya.

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan serta tidak menyesatkan.

2. Kesempurnaan informasi

Informasi disajikan dengan lengkap tanpa pengurangan, penambahan, serta perubahan.

3. Tepat waktu

Informasi harus disajikan secara tepat waktu, karena menjadi dasar dalam pengambilan sebuah keputusan.

4. Relevansi

Informasi akan memiliki nilai manfaat yang tinggi, jika Informasi tersebut dapat diterima oleh mereka yang membutuhkan.

5. Mudah dan murah

Apabila cara serta biaya untuk memperoleh informasi sulit serta mahal, maka orang menjadi tidak berminat untuk memperolehnya, atau akan mencari alternatif substitusinya (Budi Sutedjo Dharma Oetomo).

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan menurut Kotler (2009) adalah sesuatu yang berupa barang atau jasa yang diperlukan bagi kelangsungan hidup manusia. Apabila kebutuhan tidak terpenuhi, maka seseorang akan merasa resah sehingga terjadi ketidakbahagiaan. Kebutuhan dan keinginan manusia sebagai dua sisi

mata uang yang saling menguatkan. Karena keinginan itu berasal dari kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.

Pengertian kebutuhan informasi seringkali membingungkan dan sulit dipisahkan antara pengertian penggunaan, kebutuhan, permintaan, keinginan dan persyaratan informasi. Perbedaan pendapat juga terjadi pada definisi kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi merupakan proses kognitif yang bergerak pada tingkat kesadaran yang berbeda-beda dan karenanya sulit untuk diketahui secara pasti.

Pendekatan dalam kajian tentang kebutuhan informasi memerlukan berbagai pertimbangan khusus, diantaranya difokuskan pada individu, pada institusi sebagai suatu kelompok, atau kepada suatu disiplin ilmu tertentu. Sebuah sistem informasi tidak akan dapat dirancang dengan baik tanpa adanya pemahaman yang jelas terhadap keinginan, kebutuhan informasi penggunanya, bagaimana perilaku pencarian informasi, serta bagaimana mereka mengevaluasi informasi yang didapat.

Menurut Krikelas (1983) konsep tentang kebutuhan informasi dapat dipahami secara umum sebagai suatu kesenjangan antara struktur pengetahuan yang dimiliki dengan yang seharusnya dimiliki. Suatu ketidak pastian yang muncul dalam diri seseorang dan diyakini dapat dipenuhi dengan adanya informasi (It when an uncertainty arise in the individual which the individual believes can be satisfied by information) (Rubin, 2004). Namun konsep ini juga dapat dibedakan antara an information needs dan an Information wants. An Information Wants

adalah keinginan terhadap informasi untuk menghilangkan keragu-raguan, sementara an Information needs adalah suatu kondisi, baik diterima/diakui atau tidak oleh seseorang terhadap informasi yang diperlukan untuk memecahkan masalah (Rubin, 2004).

Wilson (dalam Henny, 2012) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang membingungkan antara kata ‘informasi’ dan ‘kebutuhan’. Untuk menjawab kebingungan tersebut, Nicholas (dalam Henny, 2012) menguraikan hubungan kata ‘kebutuhan informasi’ berasal dari tiga kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan fisiologis (kebutuhan akan makanan, tempat tinggal dan lain-lain); kebutuhan psikologis (kebutuhan akan rasa aman, dan lain-lain); kebutuhan kognitif (kebutuhan akan perencanaan sesuatu, belajar tentang suatu keterampilan, dan lain-lain). Lebih lanjut Wilson menyebut kebutuhan tersebut sebagai kebutuhan fisiologis, kebutuhan afektif, dan kebutuhan kognitif. Wilson menjelaskan bahwa tiga kebutuhan tersebut dengan informasi saling berhubungan. Kebutuhan fisiologis akan memunculkan kebutuhan afektif, kebutuhan afektif akan mencetuskan kebutuhan kognitif.

Ketiga kategori tersebut merupakan pemicu dasar munculnya kebutuhan informasi. Wilson menyatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan informasinya seseorang harus memiliki pengetahuan yang berkaitan. Untuk memperoleh informasi tersebut, masyarakat harus terlibat dalam proses pencarian informasi.

Kajian kebutuhan informasi dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa kategori yang terdiri dari usia, latar belakang tingkat pendidikan, intelegensi, dan disiplin ilmunya. Sulistyobasuki (2004) juga menjelaskan bahwa kebutuhan informasi ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya:

1. Kisaran informasi yang tersedia
2. Penggunaan informasi yang akan digunakan
3. Latar belakang, motivasi, orientasi, professional, dan karakteristik masing-masing pemakai
4. Sistem sosial, ekonomi, dan politik tempat pemakai berada
5. Konsekuensi penggunaan informasi.

Kebutuhan informasi seseorang atau suatu masyarakat banyak dipengaruhi oleh jenis tugas-tugas serta fungsi yang dijalankan, latar belakang pendidikan, pengalaman dan ambisi seseorang, Faktor-faktor itu kemudian menentukan sumber dan media informasi yang digunakan.

Faktor situasi dan kondisi pada saat proses pencarian informasi mempengaruhi pilihan seseorang terhadap sumber dan saluran informasi yang dipakai. Setelah melalui proses evaluasi terhadap sumber informasi yang digunakan dan diketahui alasan-alasan penggunaan sumber tersebut maka seseorang akan sampai

pada keputusan untuk memakai atau tidak memakai sumber informasi tertentu (Jarvelin, 2003).

E. Berita

Berita merupakan sebuah produk kebutuhan khalayak. Dalam definisi jurnalistik, seperti dikutip Assegaff dikatakan, berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Sumandiria,2005). Setiap individu tentu memiliki versi menarik nya masing-masing terhadap informasi yang dikonsumsi, tergantung bagaimana sebuah informasi tersebut dapat mempengaruhi pikiran pembaca sehingga menekankan unsur informatif.

Kebutuhan akan berita telah menjadi naluri kesadaran manusia. Akses berita dibutuhkan untuk menjalani hidup kita, untuk melindungi diri kita, menjadi ikatan dengan satu sama lain, serta mengenali kawan dan lawan.

George Fox Mott dalam *New Survey of Journalism* (dalam Sumandiria,2005) menjelaskan bahwa terdapat delapan konsep berita yang harus diperhatikan oleh para praktisi dan pelaku media, meliputi:

1. Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*)
2. Berita sebagai rekaman (*news as record*).
3. Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*)

4. Berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*)
5. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*)
6. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*)
7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*)
8. Berita sebagai gambar (*news as picture*)

Berita yang baik adalah hasil dari perencanaan yang baik. Perencanaan yang baik butuh waktu yang tidak singkat, mulai dari proses pencarian dan penciptaan berita, berawal dari penentuan topik atau tema berita dalam rapat redaksi lalu turun ke lapangan mencari narasumber dan menyusun berita hingga akhirnya dapat dinikmati oleh khalayak luas.

Unsur Berita

Suatu berita memiliki nilai layak berita jika didalamnya ada unsur kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada unsur kejutannya (*surprise*), ada unsur kedekatannya (*proximity*) secara geografis, serta ada dampak (*impact*) dan konflik personalnya. Tetapi, Kriteria tentang nilai berita ini sekarang sudah lebih disederhanakan dan disistematiskan sehingga sebuah unsur kriteria mencakup jenis-jenis berita yang lebih luas. Adapun unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita, unsur-unsur tersebut adalah :

1. Aktualitas, peristiwa terbaru, terkini, terhangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).

2. Faktual (*factual*), yakni ada faktanya, benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).
3. Penting, besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya, peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat.
4. Menarik, artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat membaca (*interesting*) (Romli,2003:37).

Berita tidak mutlak harus memenuhi unsur-unsur tersebut. Namun semakin banyak unsur-unsur tersebut melekat dalam suatu peristiwa maka nilai beritanya semakin tinggi.

Mengenali Sumber Berita

Sebuah berita dikatakan layak dipercaya ketika informasi yang disajikan sesuai dengan yang didapatkan di lapangan. Sekali memperoleh sumber yang salah akan berdampak negatif bahkan tingkat kepercayaan khalayak terhadap kredibilitas lembaga akhirnya menurun.

1. Sumber berita berdasarkan sifatnya

Sumber berita berdasarkan sifatnya, terbagi atas dua kelompok besar yakni, sumber berita formal (resmi) dan sumber berita informal (tidak resmi). Sumber berita dikatakan resmi apabila sebagian besar waktu yang dihabiskan para wartawan ialah mengikuti atau mendekati para pejabat atau aparat pemerintahan. Sedangkan sumber berita informal

merupakan berita yang wartawan peroleh dari masyarakat, tokoh masyarakat, para teknisi, peneliti lapangan, dll.

2. Sumber berita berdasarkan materi isinya

Berdasarkan materi isinya, Errol Jonathan mengklasifikasikan ke dalam tiga kelompok besar yakni, *Paper Trail* (bahan yang tertulis atau tercetak berupa *press release*), *Electronic Trail* (sumber berdasarkan dari perangkat elektronik semacam internet), dan *People Trail* (Orang sebagai narasumber).

3. Kedudukan dan kredibilitas berita

Demi mendapatkan sebuah berita yang baik, kredibilitas berita merupakan salah satu faktor yang paling penting. Wartawan tidak sekedar mencari sumber berita, namun wartawan dituntut berpikir kritis untuk mendapatkan bahan-bahan berita berkualitas. Karena tidak semua bahan berita dapat dijadikan sebuah berita. Dalam memperoleh bahan berita wartawan juga dituntut untuk mengikuti prosedur yang sesuai sehingga tak bertentangan dengan aspek-aspek moral serta norma-norma sosial.

Secara universal berita ditulis dengan menggunakan teknik melaporkan (*to report*), merujuk kepada piramida terbalik, dan mengacu pada 5W+1H. Sejatinya, dalam menulis berita tidak ada acuan standart, sehingga jurnalis bisa mengembangkan pola penulisan beritanya masing-masing. Menulis berita merupakan suatu keterampilan yang tidak sama dengan menulis cerita fiksi. Susunan berita harus ditulis dengan baik agar

mudah dipahami dan menarik pembaca. Suatu berita seharusnya tidak lebih hebat—dengan memanipulasi kata-kata—daripada kejadiannya sendiri (Ishwara, 2011). Dalam penyajiannya, berita memiliki tiga unsur yang sangat penting, diantaranya *headline* (judul berita), *lead* (teras berita), dan *body* (isi / tubuh berita).

F. Efektivitas

Efektivitas menurut Mahmudi (2005) merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan.

Lebih lanjut menurut Agung Kurniawan dalam bukunya Transformasi Pelayanan Publik mendefinisikan efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya (Kurniawan, 2005).

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson (dalam Handayani, 1994) yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”

Sedangkan menurut Georgopolous dan Tannembraum (dalam Sanjaya, 2015) Efektivitas ditinjau dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan suatu organisasi harus mempertimbangkan bukan saja sasaran organisasi tetapi juga mekanisme mempertahankan diri dalam mengejar sasaran. Dengan kata lain, penilaian efektivitas harus berkaitan dengan masalah sasaran maupun tujuan.

Upaya mengevaluasi jalannya suatu program kegiatan, dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk dan manajemen suatu program kegiatan atau tidak. Dalam hal ini efektivitas merupakan pencapaian tujuan suatu program melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (input), proses, maupun keluaran (output). Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan. Suatu program kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.

Ukuran Efektivitas

Menurut pendapat David Krech, Ricard S. Cruthfied dan Egerton L. Ballachey dalam bukunya "*Individual and Society*" yang dikutip Sudarwan Danim dalam bukunya "*Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*" menyebutkan ukuran efektivitas, sebagai berikut:

1. Jumlah hasil yang dapat dikeluarkan, artinya hasil tersebut berupa kuantitas atau bentuk fisik dari organisasi, program atau kegiatan. Hasil dimaksud dapat dilihat dari perbandingan (*ratio*) antara masukan (*input*) dengan keluaran (*output*).
2. Tingkat kepuasan yang diperoleh, artinya ukuran dalam efektivitas ini dapat kuantitatif (berdasarkan pada jumlah atau banyaknya) dan dapat kualitatif (berdasarkan pada mutu).
3. Produk kreatif, artinya penciptaan hubungannya kondisi yang kondusif dengan dunia kerja, yang nantinya dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan.
4. Intensitas yang akan dicapai, artinya memiliki ketaatan yang tinggi dalam suatu tingkatan intens sesuatu, dimana adanya rasa saling memiliki dengan kadar yang tinggi.

Selanjutnya Strees dalam Tangkilisan (2005) mengemukakan 5 (lima) kriteria dalam pengukuran efektivitas, yaitu:

1. Produktivitas
2. Kemampuan adaptasi kerja
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan berlabar
5. Pencarian sumber daya

Mengukur efektivitas media bukanlah suatu hal yang sederhana karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung

pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Adapun yang perlu diperhatikan untuk tercapainya suatu tujuan bagi media massa antara lain :

1. Accuracy (Akurasi)

Ketepatan (akurasi) merupakan hal paling utama dalam penulisan berita. Jika berita tidak dapat memberikan unsur ketepatan di dalam berita tersebut, berarti berita tersebut gagal merebut minat pendengar, yang berarti pula berita tersebut kehilangan kredibilitasnya. Semua unsur dan materi berita harus terlebih dahulu dilakukan *check and re-check*.

Ketelitian dan kebenaran berkaitan dengan tuntutan akal kecermatan dalam menyusun berita agar memenuhi syarat aktualitas dan tenggat waktu (*deadline*). Berita harus objektif dan tidak boleh mengandung opini pribadi. Membuat laporan berdasarkan fakta merupakan pekerjaan wartawan sehari-hari. Baginya fakta itu suci (*fact is scared*).

Pembuatan berita merupakan pekerjaan yang tergesa-gesa. Semuanya dituntut serba cepat. Tuntutan ini yang menjadikan masalah ketelitian serta kebenaran akan fakta, data, dan informasi sering kali terabaikan. Di satu sisi, pekerja selalu dituntut memberi laporan yang bersifat segera (*immediately*) demi memenuhi unsur 'kebaruan' dan 'aktualitas'. Di sisi lain pekerja tidak boleh gegabah saat menyusun berita.

2. *Balance* (Berimbang)

Dalam meliput berita, agar hasilnya dapat digunakan sebagai materi siaran, semuanya haruslah berimbang. Untuk itu, diperlukan upaya yang disebut *cover both sides*. Khusus berita-berita yang kontroversial, *cover both sides* merupakan suatu keharusan. Jika tidak, berita tersebut akan kehilangan kredibilitasnya.

3. *Clarity* (Jelas)

Apabila pesan yang disampaikan tidak dapat dimengerti oleh pemirsa atau pendengar itu artinya pesan tersebut tidak jelas. Pemirsa hanya mempunyai satu kesempatan untuk mendengar pesan yang disampaikan. Gagal memanfaatkan peluang ini, berarti proses komunikasi yang dibangun tidak berhasil.

Seorang pembaca surat kabar dapat membalik kembali halaman surat kabar yang dibacanya untuk membaca ulang berita yang kurang jelas. Sebaliknya, hal ini sama sekali tidak dapat dilakukan oleh seorang pemirsa televisi. Itu sebabnya, semua pesan yang disampaikan melalui siaran televisi harus jelas. Jangan membuat pemirsa berpikir untuk menafsirkan maksud pesan yang disampaikan karena sewaktu pemirsa masih berpikir, penyiar sudah menyampaikan pesan yang lain.

Dalam penelitian ini, ukuran efektivitas yang digunakan adalah ukuran efektivitas program menurut Sutrisno, yaitu :

1. Pemahaman program
2. Tepat sasaran
3. Tepat waktu
4. Tercapainya tujuan
5. Perubahan nyata

G. Teori S-O-R

Teori S-O-R merupakan singkatan dari *Stimulus – Organism – Respon*. Teori ini awalnya berasal dari kajian psikologi kemudian digabungkan menjadi teori komunikasi. Teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi khusus terhadap situasi tertentu, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (Effendy,2003).

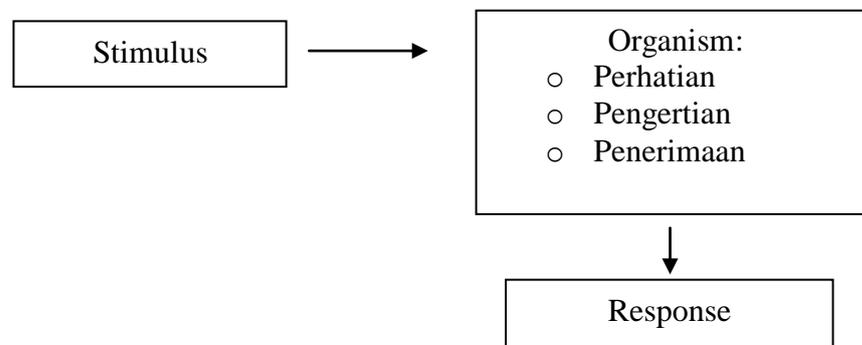
Teori S-O-R, (S-O-R theory) yang dikemukakan oleh Hovland, beranggapan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Adapun unsur-unsur dalam model ini meliputi: Pesan, Komunikan (*Organism*) dan Efek (*Respon*) (Effendy, 2003).

Teori ini memiliki tiga elemen yakni pesan (*stimulus*), penerima (*organism*), dan efek (*respons*). Stimulus adalah rangsangan atau dorongan, sehingga unsur stimulus dalam teori ini merupakan perangsang berupa message (isi pernyataan). Organism adalah badan yang hidup, sudah berarti manusia atau dalam istilah komunikan. sehingga unsur organism dalam teori ini adalah receiver (penerima pesan). sedangkan

respons yang dimaksud sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori ini unsur respons adalah efek (pengaruh) (Soehoet, 2002).

Hovland, Jennis dan Kelly menyatakan bahwa dalam menelaah perubahan sikap, ada tiga variabel penting yakni perhatian, pengertian, dan penerimaan (Effendy, 2003).

Gambar 2.1 (Bagan Teori SOR)



Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap sangat bergantung pada proses yang terjadi pada individu itu sendiri. Stimulus atau pesan yang disampaikan dari komunikan diterima atau ditolak. Komunikasi berlangsung apabila ada perhatian dari komunikan, selanjutnya komunikan mengerti dan akhirnya mengolah dan menerima stimulus tersebut.

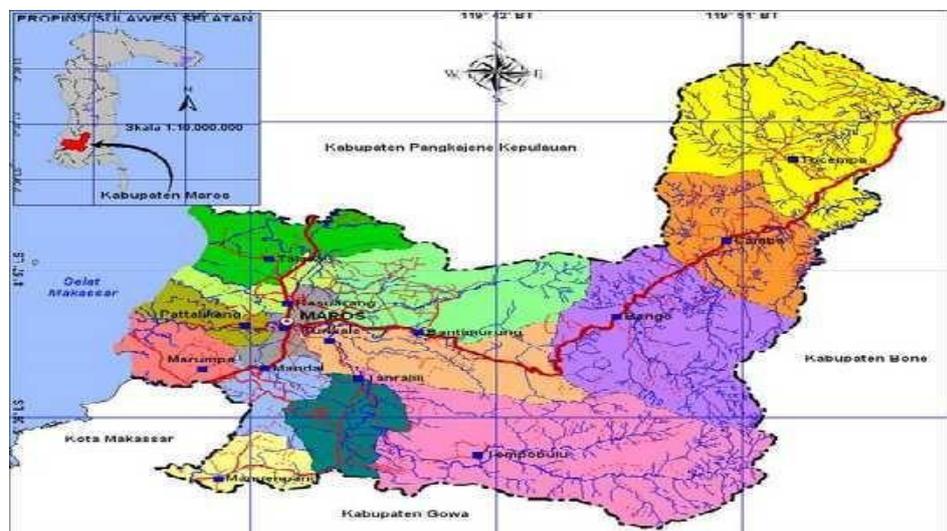
BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Kabupaten Maros

1. Peta Kabupaten Maros

Gambar 3.1 Peta Kabupaten Maros



(Sumber : Kabupaten Maros Dalam Angka 2018)

2. Deskripsi Kabupaten Maros

Kabupaten Maros adalah salah satu daerah tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini, Kecamatan Turikale terletak di kota Maros. Kabupaten Maros memiliki luas wilayah 1.619,12 km² dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 300.000 jiwa.

Jumlah kecamatan di Kabupaten Maros sebanyak 14 kecamatan diantaranya kecamatan Mandai, kecamatan Maros Baru, Kecamatan Marusu, Kecamatan Moncongloe, Kecamatan Turikale, Kecamatan

Bontoa, Kecamatan Lau, Kecamatan Bantimurung, Kecamatan Simbang, Kecamatan Cenrana, Kecamatan Mallawa, Kecamatan Tanralili, Kecamatan Tompobulu, dan Kecamatan Camba. Dari 14 kecamatan tersebut terdapat 23 kelurahan dan 80 desa.

Kabupaten Maros terletak di bagian barat Sulawesi Selatan yang berbatasan dengan Kabupaten Pangkep sebelah Utara, Kota Makassar dan Kabupaten Gowa sebelah Selatan, Kabupaten Bone disebelah Timur dan Selat Makassar disebelah Barat.

1. Letak Geografis Kabupaten Maros

Kabupaten Maros merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan ibukota propinsi Sulawesi Selatan, dalam hal ini adalah Kota Makassar dengan jarak kedua kota tersebut berkisar 30 km dan sekaligus terintegrasi dalam pengembangan Kawasan Metropolitan Mamminasata. Dalam kedudukannya, Kabupaten Maros memegang peranan penting terhadap pembangunan Kota Makassar karena sebagai daerah perlintasan yang sekaligus sebagai pintu gerbang Kawasan Mamminasata bagian utara yang dengan sendirinya memberikan peluang yang sangat besar terhadap pembangunan di Kabupaten Maros dengan luas wilayah 1.619,12 km² dan terbagi dalam 14 wilayah kecamatan. Kabupaten Maros secara administrasi wilayah berbatasan dengan :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pangkep
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Bone

- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Kota Makassar
- Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar

Demikian pula sarana transportasi udara terbesar di kawasan timur Indonesia berada di Kabupaten Maros sehingga Kabupaten ini menjadi tempat masuk dan keluar dari dan ke Sulawesi Selatan. Tentu saja kondisi ini sangat menguntungkan perekonomian Maros secara keseluruhan.

Keadaan topografi wilayah sangat bervariasi mulai dari wilayah datar sampai bergunung-gunung. Hampir semua kecamatan terdapat daerah dataran dengan luas keseluruhan 70.822 ha atau 43% dari luas wilayah Kabupaten Maros. Sedangkan daerah yang mempunyai kemiringan lereng di atas 40% atau wilayah yang bergunung-gunung mempunyai luas 49.869 ha atau 30,8 % dan sisanya sebesar 26,2% merupakan wilayah pantai. Klasifikasi batuan terbagi dalam 4 kelompok besar yaitu batuan permukaan, batuan sedimen, batuan gunung api dan batuan terobosan.

Jenis air permukaan berasal dari sungai-sungai yang berjumlah 12 sungai, yaitu sungai Maros, Parang Pakku, Marusu, Puse, Borongkaluku, Batu Pute, Matturunge, Marana, Campaya, Pattumanagasae, Bontotenga dan Tanralili. Wilayah kabupaten Maros meliputi pantai yang terbentang sepanjang 30 km di Selat Makassar. Maros mempunyai curah hujan yang cukup, sehingga kondisi

pertanian subur. Curah hujan tertinggi dalam satu tahun terjadi di bulan Pebruari (839 mm) dan curah hujan terendah terjadi di bulan Juni dan Agustus. Rata-rata suhu udara di Kabupaten Maros berkisar antara 210-240C. Suhu terendah di Maros biasanya terjadi di bulan Mei (210C). Kondisi suhu tersebut di Indonesia termasuk rendah, mengingat suhu di kota lain di Indonesia dapat mencapai 300C, terutama kota-kota yang terletak di dekat pantai.

2. Keadaan Demografis Kabupaten Maros

Penduduk Kabupaten Maros berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 2010 berjumlah 319.008 jiwa, yang tersebar di 14 Kecamatan, dengan jumlah penduduk terbesar yakni 43.378 jiwa yang mendiami Kecamatan Turikale. Berdasarkan hasil proyeksi, penduduk Kabupaten Maros pada tahun 2017 sebanyak 346.383 jiwa.

Secara umum, keterbandingan antara penduduk laki-laki dengan perempuan (*sex ratio*), perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki dengan perbandingan 96 laki-laki dibanding dengan 100 perempuan. Namun di Kecamatan Tanralili, rasio jenis kelamin Laki-laki lebih besar dari 100, hal ini menunjukkan jumlah penduduk laki-laki di kecamatan tersebut lebih besar dari penduduk perempuan.

Tingkat kepadatan penduduk tertinggi ditemukan di Kecamatan Turikale, 1.491 jiwa/km². Sedangkan yang terendah di Kecamatan Mallawa, 49 jiwa/km².

Tabel 3.1. Jumlah penduduk Kabupaten Maros berdasarkan jenis kelamin

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Total
Mandai	19.113	20.301	39.414
Moncongloe	9.221	9.831	19.052
Maros Baru	12.816	13.351	26.167
Marusu	13.512	13.765	27.277
Turikale	21.590	23.031	44.621
Lau	12.915	13.486	26.401
Bontoa	13.915	13.486	26.401
Bantimurung	14.573	15.463	30.036
Simbang	11.511	12.314	23.825
Tanralili	13.367	12.924	26.291
Tompobulu	7.559	7.791	15.350
Camba	6.549	5.813	13.362
Cenrana	7.208	7.508	14.716
Mallawa	5.578	5.981	11.559
Kabupaten Maros	169.433	176.950	346.383 Jiwa

3. Visi dan Misi Kabupaten Maros

Visi :

Mewujudkan masyarakat maros yang sejahtera dan beriman melalui pemerintahan yang bersih dan profesional.

Misi :

1. Meningkatkan pertumbuhan perekonomian rakyat dengan mendorong secara sungguh-sungguh simpul-simpul perekonomian;

2. Mengoptimalkan sumber-sumber pendanaan dan investasi melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif;
3. Penataan birokrasi dan peningkatan kualitas pelayanan publik;
4. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan;
5. Meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan dan perbaikan gizi masyarakat;
6. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan;
7. Meningkatkan pembinaan keagamaan;
8. Meningkatkan Pemberdayaan Perempuan;
9. Meningkatkan Pembinaan Pemuda, Olahraga, Seni dan Budaya;
10. Meningkatkan daya dukung Lingkungan hidup.

B. Lembaga Penyiaran Publik Maros FM

1. Sejarah dan perkembangan

Butta Salewangan FM (BSFM) atau yang sekarang dikenal sebagai Maros FM merupakan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) milik Pemerintah Kabupaten Maros yang mengudara di gelombang 107,3 Mhz. Berdiri pada tanggal 07 Februari tahun 2008 di bawah koordinasi Badan Data sebagai Lembaga struktur pemerintah Kabupaten Maros. Setelah melakukan revisi kelembagaan pada tahun 2008, BSFM berada di bawah koordinasi Dinas Perhubungan dan Informatika dan Badan Data dihapuskan dari kelembagaan Pemerintah Kabupaten Maros. Tahun 2012 pemerintah Kabupaten Maros membentuk sebuah

lembaga setingkat eselon III, yakni Kantor Komunikasi dan Informasi, maka disitulah kembali pusat koordinasi BSFM.

Melalui Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2014 tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Radio *Butta Salewangang*, maka BSFM akhirnya berdiri sendiri sebagai sebuah lembaga penyiaran publik dan mengurus dirinya sendiri dengan tetap berkoordinasi dengan kantor Informasi dan Komunikasi sebagai instansi teknis sebagai Penyelenggara Lembaga Penyiaran Publik.

2. Kedudukan

Maros FM berkedudukan di Kecamatan Turikale Ibu Kota Kabupaten Maros, tepatnya di kompleks Kantor Bupati Maros, Jalan Jendral Sudirman, Telepon 0411-388-1211.

3. Visi dan Misi

Visi:

Menjadikan Maros FM sebagai radio berkualitas dan didambakan Masyarakat Maros dan sekitarnya.

Misi:

- a. Membangun struktur organisasi LPP Maros FM yang kuat dan kompak
- b. Memberikan Informasi yang berkualitas dan kekinian
- c. Memberikan Siaran Hiburan yang baik dan mendidik
- d. Menyebarkan siaran Pendidikan

e. Mendekatkan pemerintah Kabupaten Maros dengan masyarakat Maros

f. Mengelola manajemen Radio dengan Profesional

4. Format siaran

- a. *Infotainment* : Mengintegrasikan Berita dan Hiburan
- b. *Edutainment* : Mengintegrasikan Pendidikan dan Hiburan
- c. *Pure Information* : Penuh dengan Informasi
- d. *Pure Entertainment* : Penuh dengan Hiburan
- e. *Siar Islami* : Dakwah udara dan Tadarrus

5. Susunan Pengurus

Direksi:

Tabel 3.2 Pengurus Direksi Lembaga Penyiaran Publik Maros FM

No	Nama	Jabatan
1	Lory Hendradjaya, S.Pd.I, M.I.Kom	Direktur
2	Abdul Herman	Kabid Produksi Siaran dan Iklan
3	Iqbal	Kabid Umum Dan Keuangan
4	Takdir Mastur	Pemberitaan

Sumber : marosfm.com

Penyiar:

Tabel 3.3 Daftar Penyiar Lembaga Penyiaran Publik Maros FM

No	Nama	Sapaan Udara	Pendidikan	Keterangan
1	Gunawan Eman	Jay Surya Saputera	S1	2002-Sekarang
2	Ahmad	Reza Fahlika	SMA	2000-Sekarang
3	Nirwana Ahmad	Kalila	S1	2007-Sekarang
4	Hasninar	Gita	SMA	2010-Sekarang
5	Andi Yulianti	Loly	S1	2014-Sekarang

Sumber : marosfm.com

Reporter dan teknisi:

Tabel 3.4 Daftar Reporter dan Teknisi Lembaga Penyiaran Publik Maros FM

No	Nama	Jabatan
1	Fahrul Zainuddin	Reporter
2	Indra Sadli Pratama	Reporter
3	Muh. Kaharuddin Hafid	Teknisi

Sumber : marosfm.com

6. Uraian Tugas

Radio Maros FM dalam rangkaian mencapai tujuan Lembaga Penyiaran Publik Lokal telah membentuk sebuah struktur yang

diharapkan dapat berfungsi semaksimal mungkin agar kinerja pemerintah dapat berjalan efektif. Untuk itu, penulis berusaha menguraikan tugas-tugas yang, mengacu pada struktur yang ada:

g. *General manager* / direktur utama

General manager / direktur utama merupakan kedudukan yang tertinggi untuk sebuah lembaga representatif/perwakilan. Meskipun ada penggabungan antara dua lembaga dan menjadi satu, namun untuk pimpinan perusahaan perwakilan tetap dikepalai oleh seorang direktur utama. Arti dari direktur utama adalah kekuasaan atau wewenang untuk pemimpin suatu lembaga atau organisasi.

h. Kabid umum dan keuangan

Bagian keuangan menangani semua masalah keuangan yang ada dalam lembaga atau organisasi. Semua keuangan yang masuk dijadikan tambahan modal untuk kelanjutan hidup lembaga serta bertugas mengatur semua administrasi perusahaan, mulai dari kelengkapan sarana dan prasarana dan juga surat keluar maupun surat masuk. Bagian administrasi juga memberikan rekomendasi yang telah disahkan oleh seorang direktur utama/ *general manager* untuk menyetujui sesuatu hal yang berhubungan dengan kelancaran usaha perusahaan.

Bagian ini pula yang harus mengetahui administrasi yang dilakukan oleh semua divisi yang ada apabila mereka ingin membuat surat ataupun proposal yang akan dikeluarkan oleh lembaga yang bersangkutan.

i. Kabid produksi siaran dan iklan

Kabid produksi adalah orang yang bertugas membuat jadwal siaran, mengatur format siaran, pengatur staf penyiar sesuai dengan program dan jadwal yang dibuat, memantau siaran, serta mengontrol kualitas program siaran. Bertugas menjembatani antara pihak radio dan pihak luar, misalnya ada proposal kerja sama dengan pihak luar, maka *marketing*-lah yang bertugas mengkoordinasikannya.

j. Pemberitaan

Bertugas sebagai penanggung jawab produksi pemberitaan, mulai dari perencanaan, reportase, samapi penyiaran berita. Sekaligus merangkap sebagai music director, yang bertanggung jawab atas boleh tidaknya sebuah lagu diputar oleh penyiar, promo album dari sebuah perusahaan rekaman dan berkoordinasi dengan program director selaku atasannya.

k. Reporter

Bertugas sebagai orang yang melakukan peliputan berita (*news gathering*) di lapangan dan melaporkannya ke pada

publik, yang akan ditulis dalam situs berita di internet, ataupun secara lisan, bila laporannya disampaikan melalui media elektronik radio atau televisi.

1. Teknisi

Bertugas untuk memperbaiki dan mengontrol kelayakan alat-alat yang mendukung penyiaran.

7. Segmentasi

Segmentasi Siaran adalah masyarakat secara **umum**. Menyentuh semua lapisan Masyarakat baik latar belakang Usia, Pendidikan, struktur sosial, maupun Agama dan ras

8. Program Acara

Berikut adalah program acara yang disajikan Maros FM yang semuanya merupakan program unggulan:

a. Kisah Islami

Waktu siar: Setiap hari, pukul 06.00-07.00 WITA.

Membacakan kisah islami seperti sirah Sahabat Rasulullah, sirah Nabawiah, kisah tokoh Islam Dunia, Nasional dan local, yang dipandu oleh Lory dan Herman.

b. Selamat Pagi BS (Butta Salewangang)

Waktu siar: Senin-Sabtu, pukul 07.00-09.00 WITA.

Membacakan berita-berita lokal Maros dengan selingan lagu-lagu *still hot* (1999-2010), yang dipandu oleh Ady dan Ibhet.

c. Gendang (Gebyar Dangdut Salewangang)

Waktu siar: Senin-Jumat, pukul 09.00-12.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu dangdut dengan melibatkan pendengar melalui *live* telepon untuk berbagi pengalaman dengan *request* lagu kesukaan pendengar, yang dipandu oleh Gita dan Jay.

d. Dialog Siang

Waktu siar: Senin-Kamis, pukul 12.00-14.00 WITA

Melakukan wawancara *live* di studio bersama tokoh-tokoh masyarakat ataupun ketua panitia sebuah acara yang akan digelar di Maros dengan melibatkan pendengar melalui *live* telepon dan sms, yang dipandu oleh Lory dan Herman.

e. Musik Lepas Siang

Waktu siar: Jumat dan Sabtu, pukul 12.00-14.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu terbaru dengan membacakan beberapa berita yang *up to date* baik lokal maupun nasional, yang dipandu oleh Loly.

f. Deng Pasang (Dendang Pa'Rasanganta)

Waktu siar: Senin-Sabtu, pukul 14.00-16.00 WITA.

Memutarkan lagu-lagu daerah Bugis Makassar yang dipandu oleh dua orang penyiar dengan melibatkan pendengar untuk berbagi pengalaman melalui *live* telepon dan bisa *request* lagu kesukaan pendengar. Dipandu oleh Reza, Gita, Jay, dan Loly.

g. Top In

Waktu siar: Senin-Sabtu, pukul 16.00-18.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu pop Indonesia terbaru dengan selingan beberapa tips-tips yang bermanfaat bagi pendengar dan bisa *request* lagu kesukaan pendengar melalui line sms, yang dipandu oleh Loly.

h. Tadarrus Qur'an/Ceramah

Waktu siar: Setiap hari, pukul 18.00-20.00 WITA.

Memanggil narasumber anak-anak untuk melakukan Tadarrus Qur'an setiap hari Senin-Rabu, yang dipandu oleh Ibheth. Selanjutnya Dialog Islami pada hari Kamis dan Jumat bersama narasumber dengan Tanya jawab yang melibatkan pendengar melalui *live* telepon dan sms, dipandu oleh Reza. Kemudian Sabtu dan Minggu memutarkan ceramah udara dari penceramah Nasional dan Lokal, dipandu oleh Ady.

i. Klasik (Kumpulan Lagu Indonesia Kenangan)

Waktu siar: Senin-Sabtu, pukul 16.00-18.00 WITA.

Memutarkan lagu pop Indonesia era 70,80 dan awal 90-an kemudian menceritakan kenangan-kenangan tempo dulu yang berkaitan dengan lagu yang telah di putarkan dan pendengar bisa *request* lagu kesukaannya melalui line sms, yang dipandu oleh Lory.

j. NSP (Nada Sambung Pendengar)

Waktu siar: Senin, Rabu, Jumat, pukul 22.00-24.00 WITA.

Memutarkan lagu dangdut dengan melibatkan pendengar melalui *live* telepon untuk berbagi pengalaman dan *request* lagu yang diinginkan, yang dipandu oleh Reza.

k. Selebesku (Selerah Bebas *Request*)

Waktu siar: Kamis, pukul 22.00-24.00 WITA.

Memutarkan aneka lagu dalam dan luar negeri dan aneka *genre* termasuk lagu daerah seluruh Indonesia dimana sebagian besar lagu yang diputarkan berasal dari *request* dari pendengar melalui line sms, yang dipandu oleh Ibheth.

l. Sambalada

Waktu siar: Sabtu dan Minggu, pukul 09.00-12.00 WITA.

Dialog bersama pendengar untuk berbagi pengalaman melalui *live* telepon dengan selingan beberapa lagu dangdut dan daerah. Dipandu oleh Reza.

m. Pesona Maros

Waktu siar: Minggu, pukul 07.00-09.00 WITA.

Membacakan kekayaan wisata dan budaya yang ada di Kabupaten Maros dengan di selingi lagu-lagu daerah, yang dipandu oleh Ady.

n. Selayang Pandang

Waktu siar: Selasa dan Sabtu, pukul 22.00-24.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu lawas baik dalam dan luar negeri dengan *request* lagu melalui line Facebook Maros FM, yang dipandu oleh Reza.

o. Sweet Memori

Waktu siar: Minggu, pukul 14.00-16.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu nostalgia 80-an dan 90-an awal dengan melibatkan pendengar melalui *live* telepon untuk berbagi kenangan pada tempo dulu, yang dipandu oleh Lory.

p. INTRO

Waktu siar: Minggu, pukul 16.00-18.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu pop Indonesia terbaru dengan selingan beberapa tips-tips yang bermanfaat bagi pendengar dan bisa *request* lagu kesukaan pendengar melalui line sms, yang dipandu oleh Kalili.

q. Asal Asik

Waktu siar: Minggu, pukul 20.00-22.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu akustik terbaru baik dalam dan luar negeri dan bisa *request* lagu melalui line sms, yang dipandu oleh Ady.

r. Nada Serumpun

Waktu siar: Minggu, pukul 22.00-24.00 WITA

Memutarkan lagu-lagu daerah lokal dan berdialog bersama pendengar melalui *live* telepon untuk berbagi pengalaman mengenai lagu yang akan di-*request*, yang dipandu oleh Ibhet.