



## **PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PENYIAR TERHADAP MINAT DENGAR DAPUR REMAJA RADIO 107.8FM**

**Helmy Yahya<sup>1</sup>, Mulkan Habibi<sup>2</sup>**

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: [helmyyahyaaa@gmail.com](mailto:helmyyahyaaa@gmail.com), [mulkan.habibi@umj.ac.id](mailto:mulkan.habibi@umj.ac.id)

\*Corresponding Author : [helmyyahyaaa@gmail.com](mailto:helmyyahyaaa@gmail.com)

### *Article History;*

*Submitted: 2023-10-27*

*Revised : 2023-11-11*

*Accepted : 2023-12-11*

**Abstrak:** Penyiar harus menguasai cara mereka berbicara dengan memilih kata-kata yang tepat agar pendengar tetap mendengarkan mereka setiap kali mereka muncul. Penyiar di Radio Dapur Remaja 107.8FM berjuang untuk memajukan radio dan menyebarkan pesan informasi dan hiburan. Oleh karena itu, seorang penyiar harus menggunakan gaya komunikasi yang tepat untuk melibatkan pendengar dalam setiap program yang dibawakannya sehingga terdapat minat yang kuat oleh para pendengar atas program radio. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat pendengar Dapur Radio. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif, menggunakan kuesioner online sebagai metode pengumpulan data. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pendengar dengan nilai R square sebesar 0,710 sisanya sebesar 19%, dipengaruhi oleh unsur-unsur yang tidak diperhitungkan dalam variabel penelitian. Berdasarkan hasil tersebut maka gaya komunikasi yang digunakan oleh penyiar dapur remaja radio mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat minat mendengarkan individu.

**Kata Kunci:** Gaya Komunikasi; Minat; Penyiaran; Radio

**Abstract:** Broadcasters must master the way they speak by choosing the right words to keep the audience listening to them every time they appear. Announcers on Teen Kitchen Radio 107.8FM strive to advance radio and spread messages of information and entertainment. Therefore, a broadcaster must use the right communication style to involve listeners in each program he presents so that there is strong interest among listeners in the radio program. This research aims to see the influence of the broadcaster's communication style on the interest of Dapur Radio listeners. This research uses a quantitative descriptive methodology, using an online questionnaire as a data collection method. The findings of this research show that communication style has a significant influence on listener interest with an R square value of 0.710, the remaining 19% is influenced by elements that are not taken into account in the research variables. Based on these results, the communication style used by teenage radio broadcasters has a significant influence on the level of individual listening interest.

**Keyword:** Broadcasting; Communication Style; Interes; Radio

## PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial, manusia secara konsisten melakukan interaksi interpersonal dan berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi dapat dilakukan baik melalui sarana langsung maupun dengan memanfaatkan saluran yang berfungsi sebagai media penyampaian pesan dari pengirim ke penerima seperti media penyiaran Radio. Individu memiliki kapasitas untuk terlibat dalam komunikasi interpersonal. Gaya komunikasi mengacu pada cara interaksi verbal dan non-verbal individu yang bertujuan untuk menyampaikan dan memahami makna yang dimaksudkan untuk memperoleh reaksi atau tanggapan tertentu dalam konteks tertentu. Beragam gaya komunikasi ini tidak hanya diterapkan pada proses komunikasi interpersonal tapi juga diterapkan pada komunikasi di dunia penyiaran Radio. Gaya komunikasi di media penyiaran Radio menjadi ciri khas penting bagi setiap stasiun radio.

Salah satunya adalah para penyiar di di Dapur Remaja Radio. Dapur Remaja Radio ingin menjadi radio yang memiliki karakter tersendiri, sehingga sebagai radio misi informasi tetap ada, misi hiburan juga ada akan tetapi tidak berpolitik. Dapur Remaja Radio ingin menjadi media yang netral dan memiliki nilai. Selain itu Dapur Remaja Radio juga bernuansa religi namun tidak menghilangkan nilai-nilai modernitas di masyarakat, artinya Dapur Remaja Radio mengikuti perkembangan zaman dengan seksama tapi juga tidak seolah-olah ditelan mentah-mentah karena dalam beberapa hal harus ada filter atau resistensi untuk menerima berbagai hal tentang modernitas hal itu adalah moralitas dan agama. Ini menjadi salah satu Daya tarik dari Penyiar di Radio Dapur Remaja 107.8FM dalam menarik minat pendengar radio.

Ada enam gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss Pertaman, *The controlling style* Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan yang ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, serta mengatur sikap, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal nama komunikator satu arah atau *one way communications*. Kedua, *The equalitarian style*. Aspek penting gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*). Ketiga gaya *The structuring style*. Gaya komunikasi ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memanfaatkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan, serta struktur organisasi. Pengirim pesan (sender) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk memengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi.

Keempat *The dynamic style* Gaya komunikasi yang dinamis mempunyai kecenderungan agresif karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaan berorientasi pada tindakan (*action oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering digunakan oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesmen and saleswomen*). Kelima, *The relinquishing style* Gaya komunikasi ini mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat, ataupun gagasan orang lain dari pada keinginan untuk memberi perintah meskipun pengirim pesan (sender) mempunyai hak

untuk memberikan perintah serta mengontrol orang lain. Keenam *The Withdrawal style* Akibat yang muncul bila ini digunakan artinya melemahkan tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang menggunakan gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Keenam gaya komunikasi tersebut dapat digunakan oleh para penyiar radio dalam menarik para pendengar radio. (Hidayat, 2012)

Menarik pendengar radio merupakan tantangan yang cukup besar. Industri penyiaran menghadapi tantangan untuk bersaing dengan media-media baru yang memanfaatkan teknologi canggih dan menyediakan fitur-fitur seperti fleksibilitas dan keleluasaan. Daya tarik yang melekat pada dimensi pribadi yang diberikan oleh bentuk komunikasi yang sedang berkembang ini tidak dapat disangkal menarik perhatian khalayak. Namun demikian, industri penyiaran secara keseluruhan masih belum mampu memenuhi kriteria tersebut. Menarik perhatian pendengar menimbulkan kesulitan yang signifikan dalam bidang penyiaran radio. (RG, 2019). Dapur Remaja adalah komunitas yang di rintis sejak 1984 bergerak di bidang jasa penyiaran non komersil. Dapur Remaja berkembang sebagai wadah pengembangan potensi remaja Dapur Remaja mengembangkan kegiatan lainnya di bidang Internet & Jaringan, Sosial Lingkungan Hidup, UMKM dan Entrepreneur Muda.

Perhatian penulis tertuju pada fenomena ini. Menjamurnya platform media baru yang berfungsi sebagai saluran alternatif untuk informasi, hiburan, musik, dan konten lainnya telah memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Namun, penting untuk dicatat bahwa radio tidak dianggap ketinggalan zaman. Hal ini menyiratkan bahwa meskipun terdapat kemajuan teknis dalam lanskap media, khalayak tetap memiliki hak untuk memilih materi yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Pemilihan Radio Teen Kitchen sebagai titik fokus penelitian oleh peneliti dilatarbelakangi oleh keterlibatan mereka sebelumnya dalam program magang yang diselenggarakan oleh institusi tersebut. Pengalaman langsung ini memberi peneliti wawasan berharga mengenai tantangan dan peluang pertumbuhan yang dihadapi oleh lembaga penyiaran radio. Oleh karena itu, tujuan utama dari upaya penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang keadaan perkembangan dan hambatan yang dihadapi oleh individu yang terlibat dalam penyiaran radio.

Terdapat penelitian yang menjadi rujukan atas penelitian ini yaitu penelitian dari Amin muliyati dan kadir nurul hikma dengan judul jurnal Pengaruh Penggunaan Bahasa Daerah Terhadap Minat Dengar Radio, hasil dari penelitian ini adalah Penggunaan bahasa daerah pada program berbahasa daerah Laugi dan Baruga, di Radio Gamasi adalah 80%, selebihnya 20% adalah penggunaan Bahasa Indonesia. Minat pendengar untuk mendengarkan program berbahasa daerah di Radio Gamasi sangat tinggi. Karena dari 44 total responden yang telah diteliti, sebanyak 19 responden (43.2%) mengatakan sangat berminat, 24 responden (54.5%) menjawab berminat saja, dan hanya 1 responden (2.3%) yang menjawab tidak tertarik. Ada pengaruh penggunaan bahasa daerah terhadap minat dengar Radio Gamasi 105.9 FM. Adapun pengaruh variabel bebas (penggunaan bahasa daerah) terhadap variabel terikat (minat dengar)

adalah sebesar 40.8 %, selebihnya 59.2 % dipengaruhi oleh faktor lain. (Amin & Hikmah Kadir, 2018)

Kegiatan penyiran radio merupakan bentuk komunikasi massa yang digunakan oleh seorang komunikator. Jika kembali merujuk pada definisi komunikasi maka secara etimologi (bahasa) dan menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi terbagi menjadi beberapa kata antara lain “communicare” yang artinya ikut serta atau memberi informasi, komunikasi adalah opini publik. (Roudhonah, 2019) Raymond S. Ross yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengemukakan bahwa “Komunikasi atau Communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin Communis yang berarti membuat sama” (Mulyana, 2007) Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan. Sedangkan secara “terminologi” ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale bahwa “komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”. (Muhammad, 2015)

Selanjutnya dalam teori komunikasi terdapat bentuk komunikasi massa yang proses digunakan oleh media penyiaran. Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003 dalam Ardianto, 2007), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, televisi, surat kabar, majalah, serta film. (Ardianto et al., 2017). Pada UU No. 32 Tahun 2002 ditegaskan bahwa Lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, mendidik, hiburan dan serta kontrol sosial. (Riswandi, 2009)

Pada dasarnya komunikasi massa berlangsung satu arah, dari komunikator (media massa) kepada khalayak. Namun demikian, komponen yang saling berhubungan tetap dibutuhkan untuk menghasilkan konten informatif dari konten media massa. Isti Nursih Wahyuni menjelaskan bahwa komunikasi massa membutuhkan komponen-komponen untuk menciptakan keseimbangan. Komponen tersebut juga memiliki karakteristik diantaranya, seorang komunikator melahirkan pesan, melalui media diterima oleh komunikan dengan proses filter dan kegiatan *gatekeeper* (Nursih Wahyuni, 2014). Proses komunikasi massa dilakukan oleh seseorang melalui media penyiaran, penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal secara umum sebagai broadcasting adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat. (Wahyudi, 1994)

Penyiaran yang merupakan padanan dari kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu. (Rachman, 2010). Media radio adalah media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu, radio memiliki sejumlah fungsi, seperti mentransmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Dalam menyampaikan pesannya radio bisa mengambil komunikasi apa saja, satu arah, dan dua arah. Model satu arah 15 mengamsumsikan radio sebagai komunikator tunggal yang menyampaikan pesan kepada khalayak pasif, model dua arah komunikator yang melakukan interaksi timbal balik dengan klayak aktif. (Indra Asusti, 2017). Dalam aktifitas media penyiaran radio, seorang penyiar memiliki peran yang sangat penting untuk tercapainya pesan kepada para komunikan.

Penyiaran yang merupakan padanan kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkanluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu. (Rachman, 2010). Seorang komikator juga seorang penyiar dalam media penyiaran memiliki karakter atau gaya komunikasi, hal ini sebagai cara seseorang berinteraksi menggunakan sarana verbal dan non-verbal untuk menunjukkan bagaimana orang lain harus memahami atau memahami apa yang sebenarnya dimaksud. Gaya komunikasi adalah cara memahami bagaimana dunia atau audiens sepenuhnya memandang seseorang sebagai kepribadian yang unik. 20 Itu juga dapat memengaruhi hubungan, kepribadian, karier, sikap fisik atau emosional seseorang. Mengetahui gaya komunikasi memungkinkan orang bekerja untuk menemukan yang positif. (Allen J. L., Rybczyk E.J., 2006). Ada berbagai jenis gaya komunikasi yang pakai khalayak diantaranya, *the dynamic style, the controlling style, the religuishing style, the structuring style, the whitdrawal style dan the equalitarian style*. Gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi, bukan oleh tipe orang, tetapi oleh situasi yang dihadapi. Misalnya saat merasa senang, sedih, bosan, marah, dan Lain-lain. (Widjaja, 2000).

Penggunaan gaya komunikasi ini menjadi penting bagi para penyiar di media penyiaran, karena akan meberikan daya tarik dan minat para pendengarnya pada saat melakukan kagiatan penyiaran, Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau kecenderungan menyenangkan sesuatu objek. (Suryabrata, 2007). Minat sendiri merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut. Namun apabila obyek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka ia tidak akan memiliki minat pada obyek tersebut. Crow and Crow berpendapat bahwa minat erat hubungannya dengan daya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda atau bisa juga

sebagai pengalaman efektif yang dipengaruhi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan itu. (Pardamean, 2011).

## METODE

Penelitian ini mengadopsi metodologi kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dijelaskan (Sugiyono, 2018), didasarkan pada ideologi positivis dan digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Prosedur pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan cara yang tidak sistematis, dimana pengumpulan data menggunakan perangkat penelitian khusus, dan pemrosesan data sebagian besar menggunakan metode kuantitatif atau statistik untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Lokasi penelitian ini bertempat pada Dapur Remaja Radio dengan penelitian menggunakan kuesioner online yang di bagikan kepada pendengar radio, populasi pada penelitian ini berjumlah 1000 orang dengan sanpel yang diambil berjumlah 99 orang dihitung dengan rumus taro yamane (Sugiyono, 2018), sumber data pendengar diambil dari database Dapur Remaja Radio, uji yang diggunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linier dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 90 responden yang merupakan pendengar aktif Dapur Radio. Berdasarkan hasil survey Dapat diketahui responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang dengan persentase 46,7%, responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 orang dengan persentase 53,3%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa penelitian ini responden didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 1. Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	42	46,7%
2	Perempuan	48	53,3%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: hasil survey responden

Selanjutnya Berdasarkan data tabel usia diatas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden berusia 19 – 20 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 6,7%, responden berusia 21 – 22 tahun sebanyak 65 orang dengan persentase 72,2%, responden berusia 23 - 24 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 12,2%, responden berusia 25 - 26 sebanyak 6 orang dengan persentase 6,7%, responden berusia 27 – 28 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase 2,2%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 21 - 22 tahun dengan presentase 72,2%. Sebagaimana dijelaskan pada tabel 2.

**Tabel 2. Usia Responden**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	19 - 20	6	6,7%

2	21 - 22	65	72,2%
3	23 - 24	11	12,2%
4	25 - 26	6	6,7%
5	27 - 28	2	2,2%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: hasil survey responden

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier dasar untuk menguji hubungan potensial antara variabel X, yang disebut gaya komunikasi, dan variabel Y, yang disebut minat mendengarkan masyarakat. Berikut hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS):

**Table 3. Regresi linier sederhana**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.710	.707	2.349

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji hubungan fungsional atau sebab akibat antara variabel Independen (X) dan variabel Dependen (Y). Koefisien korelasi yang dilambangkan dengan R mewakili hubungan antara variabel gaya komunikasi penyiar radio dengan minat mendengarkan masyarakat. Koefisien korelasi yang dilambangkan dengan R dihitung sebesar 0,843. Angka ini berada dalam kisaran 0,800 hingga 1,000, menunjukkan adanya hubungan yang substansial dan signifikan antara variabel yang mewakili gaya komunikasi penyiar dan tingkat minat masyarakat terhadap siarannya. Hal ini terlihat dari:

Koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan R square menunjukkan bahwa 71,0% varians variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Data yang ditunjukkan pada gambar ini menunjukkan bahwa tingkat minat masyarakat untuk mendengarkan radio penyiaran dapur muda dapat dikaitkan dengan gaya komunikasi sebesar 71%. Sisanya sebesar 19% dipengaruhi oleh karakteristik yang tidak diperhitungkan dalam variabel penelitian. Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R square menunjukkan nilai sebesar 0,710 atau 71%. Artinya, gaya komunikasi yang dilakukan oleh penyiar dapur remaja radio mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat minat mendengarkan individu.

Selanjutnya kita akan melakukan analisis regresi linier sederhana. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang hubungan antara variabel X yang mewakili gaya komunikasi penyiar dan variabel Y yang mewakili tingkat minat masyarakat dalam mendengarkan. Tabel ANOVA yang disajikan menampilkan hubungan antara variabel X dan Y.

**Tabel 4. Anova**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1188.406	1	1188.406	215.443	.000 <sup>b</sup>
Residual	485.416	88	5.516		
Total	1673.822	89			

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 215,433 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,00 < 0,05$  maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel gaya komunikasi penyiar dapur remaja radio atau dengan kata lain terdapat pengaruh variabel gaya komunikasi penyiar dapur remaja radio terhadap minat dengar masyarakat. Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variable terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,05$ . karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,05$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh gaya komunikasi penyiar dapur remaja radio terhadap minat masyarakat mendengarkan radio.

**Tabel 5. Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.495	2.421		1.857	.067
1 GAYA KOMUNIKASI	.905	.062	.843	14.678	.000

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Tingkat signifikansi (Sig) analisis penelitian yang diperoleh lebih kecil dari tingkat alpha yang telah ditentukan ( $0,000 < 0,05$ ), menunjukkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak. Dengan kata lain penggunaan gaya komunikasi berpengaruh signifikan terhadap minat dengar masyarakat Dapat dilihat dari t hitung  $> t$  tabel,  $14,678 > 1,987$  maka ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_1$ ) diterima karena variabel gaya komunikasi berpengaruh terhadap minat dengar masyarakat.

## KESIMPULAN

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan bahwa gaya komunikasi oleh penyiar Dapur Remaja Radio berpengaruh terhadap minat dengar masyarakat, pemilihan Bahasa penyiar Dapur Remaja Radio pada program Ngopi (ngobrol pagi ini) meningkatkan minat dengar masyarakat terutama kalangan remaja, gaya penyiar, konten yang disampaikan mampu menyesuaikan gaya Bahasa sehingga penyampaian pesan antara penyiar sebagai komunikator dan pendengar sebagai komunikan berjalan dengan baik sehingga pendengar pun merasa tertarik dan slalu memperhatikan konten yang disampaikan



oleh penyiar radio, selain pemilihan Bahasa dan istilah-istilah yang dapat membuat pendengar nyaman, penyiar juga membawakan konten-konten yang menarik dan haipening untuk pendengar setia program ngopi sehingga pendengar dapat menambah pengetahuan tentang hal-hal yang baru dan selalu update. Nilai R square sebesar 0,710 menunjukkan pengamatan tersebut. Data yang ditunjukkan pada gambar ini menunjukkan bahwa tingkat minat masyarakat mendengarkan radio young kitchen penyiar mungkin disebabkan oleh gaya komunikasi sekitar 71%. Sisanya sebesar 19% dapat disebabkan oleh aspek lain yang tidak diperhitungkan dalam variabel penelitian. Nilai R-squared menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,710 atau 71%. Hal ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang dilakukan oleh penyiar dapur remaja radio memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat minat mendengarkan individu. Selain itu, hasilnya dapat dilihat melalui nilai uji hipotesis dengan menggunakan uji t, dimana nilai t yang diperoleh lebih besar dari nilai t kritis yaitu  $14,678 > 1,987$ . Maka hipotesis (H<sub>0</sub>) ditolak dan (H<sub>1</sub>) diterima.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Allen J. L., Rybczyk E.J., J. B. (2006). Communication Style And The Managerial Effectiveness Of Male And Female Supervisors. *Journal of business & economics research University Of New Heaven*.
- Amin, M., & Hikmah Kadir, N. (2018). Pengaruh Penggunaan Bahasa Daerah Terhadap Minat Dengar Radio, *IV*(1), 58–71.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana: Fakta Penelitian Fenomologi Orang Tua Karrir dan Anak Remaja*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indra Asusti, S. (2017). *Jurnalisme radio teori dan praktik*. (K. Soenandar Rema, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhammad, A. (2015). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2007). *ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nursih wahyuni, I. (2014). *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pardamean, R. (2011). Pengaruh Program Radio dan Minat Dengar (Studi Korelasional Pengaruh Acara O Tano Batak di Radio Teladan FM Terhadap Minat Dengar Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Sei Sikambing D Kota Medan). *Universitas Sumatera Utara*.
- Rachman, A. (2010). *Dasar dasar penyiaran*. Pekanbaru: Unri Press.
- RG. (2019). Era Digital Tidak Mampu Matikan Industri Radio.
- Riswandi. (2009). *Dasar-dasar penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi (Cet. 2)*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (Edisi 2)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (2007). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wahyudi, J. . (1994). *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia.
- Widjaja, A. . (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.