



PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP AUDIENS PADA RADIO TIARA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STEI)

Rutinaias Haholongan¹, Zulkarnaini², Yofina Ananda^{3*}, Aldhea Nabila⁴, Rafi rahmat Effendi⁵, Haikal Madani⁶

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

*Corresponding Author: uniyofin@gmail.com

Article History;

Submitted: 2024-03-17

Revised : 2024-04-04

Accepted : 2024-04

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal terhadap persepsi audiens terhadap program Radio Tiara STEI. Metode convenience sampling digunakan untuk memilih 77 pendengar sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada audiens dan dianalisis secara sistematis. Yang menjadi dasar penelitian ini adalah teori komunikasi interpersonal yang menekankan pentingnya hubungan antar pribadi terhadap respons audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Radio Tiara STEI tidak signifikan terhadap minat dan kepuasan audiens terhadap konten yang disajikan oleh Radio Tiara STEI. Implikasi temuan ini menyoroti pentingnya memperhatikan aspek komunikasi interpersonal dalam merancang dan menyajikan program-program radio yang lebih menarik dan berdampak positif bagi audiens. Penelitian ini menyoroti perlunya pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif oleh Radio Tiara STEI untuk memperkuat ikatan dengan audiens.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal; Audiens; Radio Tiara; Program Acara.

Abstract:

This study aims to analyze the influence of interpersonal communication on audience perceptions of the Radio Tiara STEI program. Convenience sampling method was used to select 77 listeners as samples. Data were collected through questionnaires distributed to the audience and analyzed systematically. The basis of this research is interpersonal communication theory, which emphasizes the importance of interpersonal relationships in audience response. The results showed that interpersonal communication conducted by Radio Tiara STEI was not significantly related to the interest and satisfaction of the audience with the content presented by Radio Tiara STEI. The implications of these findings highlight the importance of paying attention to interpersonal communication aspects in designing and presenting more engaging and positively impactful radio programs for the audience. This research underscores the need for Radio Tiara STEI to develop more effective communication strategies to strengthen its bond with the audience.

Keyword: Communication; Quantitative; Radio Tiara; Convenience Sampling.

PENDAHULUAN

Radio adalah salah satu media komunikasi yang memiliki peran vital dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Radio merupakan media auditif tetapi murah, merakyat dan mudah dibawa atau didengarkan di mana-mana. (Morrison 2005). Dalam siaran radio, penyiar memiliki peran penting dalam berlangsungnya sebuah acara. Penyiar radio merupakan seseorang yang bertugas

menyiarkan melalui transmisi radio. Menurut (Fred Wibowo 2012), penyiar radio adalah seseorang yang mengumumkan/memberitahukan sebuah informasi kepada pendengar dan menurut Wahyu dalam (Muhammad Rohmadi 2004) penyiar radio merupakan orang yang bertugas sebagai jembatan kepada khalayak untuk penyampaian informasi yang bersifat informatif, hiburan, dan seni. Penyampaian informasi tersebut dikemas dalam sebuah acara yang direncanakan, diproduksi, dan disajikan kepada pendengar. Seorang penyiar radio bukan hanya seseorang yang hanya menyiarkan informasi, tetapi wajib memiliki keahlian yang menjadi syarat utama. Tiga syarat dasar untuk menjadi penyiar radio antara lain keahlian bicara, keahlian membaca, dan keahlian menulis (Effendy 2002). Dalam menyampaikan pesannya radio bisa mengambil komunikasi apa saja, satu arah atau dua arah. Model satu arah mengasumsikan radio sebagai komunikator tunggal yang menyampaikan pesan kepada khalayak pasif, model dua arah komunikator yang melakukan interaksi timbal balik dengan khalayak aktif (Indra Asusti 2017). Kemampuan berkomunikasi dianggap sebagai kemampuan dasar yang sangat penting. Namun, dalam kehidupan sehari-hari, kita sering mengalami perbedaan pendapat, situasi yang tidak nyaman, atau bahkan konflik yang terbuka karena adanya kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Dalam menghadapi situasi seperti ini, manusia menyadari bahwa diperlukan pengetahuan tentang bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan efektif, yang diawali dari hubungan antarpribadi yang baik. komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) adalah proses komunikasi langsung antara individu yang memungkinkan setiap peserta untuk secara langsung menangkap reaksi orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana 2005). Hubungan interpersonal yang baik, baik antara orangtua dan anak maupun antara pimpinan dan karyawan sebagai modal utama dalam terbangunnya komunikasi interpersonal yang efektif.

Penggunaan gaya komunikasi menjadi penting bagi para penyiar di media penyiaran, karena akan memberikan daya tarik dan minat para pendengarnya pada saat melakukan kegiatan penyiaran, Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau kecenderungan menyenangkan sesuatu objek (Suryabrata 2007). 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. (Helmy Yahya 2023).

Pentingnya komunikasi dalam organisasi adalah dimana dalam melakukan pekerjaan diantara sesama anggota memerlukan komunikasi yang efektif agar dapat dimengerti pesan-pesan yang akan disampaikan. Agar komunikasi efektif maka komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikan nya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. (Effendy 2007). Begitu juga pada Radio Tiara STEI komunikasi interpersonal yang terjadi pada anggotanya harus efektif dimana arus pesan yang disampaikan diantara anggota dapat diterima agar dapat mempengaruhi kegiatan organisasi, dan kepuasan audience.

Radio Tiara di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) merupakan salah satu stasiun radio yang aktif dalam menyajikan program pendidikan dan hiburan kepada pendengarnya. Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh anggota radio memegang peran penting dalam membentuk persepsi dan partisipasi audiens. Dalam komunikasi interpersonal yang efektif, tentu saja terdapat hambatan-hambatan yang seringkali menyebabkan miss communication. Miss communication ini dapat mengganggu hubungan antara pendengar dan penyiar, menyebabkan ketidakharmonisan dan kekakuan dalam interaksi. Kesalahpahaman antara pendengar dan penyiar kadang sulit untuk diperbaiki karena hubungan yang terjalin cenderung tidak berkelanjutan, dan seringkali dianggap sebagai hubungan yang

hanya ada saat melakukan siaran. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi dampak komunikasi interpersonal yang dilakukan anggota Radio Tiara STEI terhadap audiensnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Convenience Sampling. Convenience Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dipilih dengan pertimbangan kemudahan peneliti dalam mengumpulkan data, di mana pengambilan sampel dilakukan pada orang-orang yang dikenali oleh peneliti. Menurut (Roscoe 1982) yang dikutip dalam (Sugiyono 2011) ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai 500 orang. Dalam penelitian ini, 77 responden dipilih berdasarkan ketersediaan dan aksesibilitas mereka sebagai mahasiswa STEI dan pendengar Radio Tiara STEI. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah dirancang secara khusus untuk mengukur persepsi audiens terhadap komunikasi yang dilakukan oleh Radio Tiara STEI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 77 responden yang merupakan pendengar aktif Radio Tiara FM STEI. Hasil survei menunjukkan bahwa terdapat 39 responden laki-laki, atau sekitar 51,3%, dan 37 responden perempuan, atau sekitar 48,7%. Dari data tersebut, terlihat bahwa lebih banyak responden dalam penelitian ini adalah laki laki.

Tabel 1. Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	39	51,3%
2	Perempuan	37	48,7%
Jumlah		77	100%

Sumber : hasil survey responden

Berdasarkan data tabel tersebut, dari total 77 responden, dapat dilihat bahwa 18,2% berusia 19 tahun, 14,3% berusia 20 tahun, 45,5% berusia 21 dan 22% berusia 24-26 tahun. Ini menunjukkan dominasi kelompok usia tersebut dalam penelitian, sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	19	14	18,2%
2	20	11	14,3%
3	21	35	45,5%
4	22-26	17	22%
Jumlah		77	100

Sumber : hasil survey responden

Berdasarkan tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 77 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui bahwa responden berusia 19 tahun sebanyak 14 orang (18,2%), responden berusia 20 tahun sebanyak 11 orang (14,3%), responden berusia 21 tahun sebanyak 35 orang (45,5%), dan usia 22-26 tahun sebanyak 17 orang (22%). Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa penelitian ini didominasi oleh responden berusia 21 tahun.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.020 ^a	.000	-.013	1.373	.000	.031	1	75	.861

a. Predictors: (Constant), Total Y

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

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

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien korelasi (R) antara gaya komunikasi interpersonal dan minat mendengarkan audiens adalah sebesar 0,141. Koefisien determinasi R² sebesar 0,020, menunjukkan bahwa sekitar 20% dari variasi dalam minat mendengarkan audiens dapat dijelaskan oleh gaya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penyiar. Namun, R² yang disesuaikan sedikit negatif (-0,013), menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak signifikan secara statistik. Artinya, gaya komunikasi interpersonal penyiar hanya menjelaskan sebagian kecil dari variasi dalam minat mendengarkan audiens.

Standar error estimasi sebesar 1,373 menunjukkan jarak rata-rata antara nilai-nilai yang diamati dengan garis regresi. Analisis perubahan menunjukkan bahwa inklusi prediktor menyebabkan perubahan yang tidak signifikan dalam nilai R² (0,031), dengan F-statistik yang terkait sebesar 0,861, Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Audiens Pada Radio Tiara Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)

yang juga tidak signifikan secara statistik. Oleh karena itu, hasil ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi interpersonal penyiar tidak secara signifikan mempengaruhi minat mendengarkan audiens. Selanjutnya adalah tabel ANOVA yang disajikan untuk menunjukkan hubungan antara variabel X dan Y.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.058	1	.058	.031	.861 ^b
	Residual	141.396	75	1.885		
	Total	141.455	76			

a. Dependent Variable: Total X

b. Predictors: (Constant), Total Y

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Sum of Squares (jumlah kuadrat) untuk regresi adalah 0.058 dengan 1 derajat kebebasan, yang menghasilkan *Mean Square* (rata-rata kuadrat) sebesar 0.058. F-statistik untuk regresi adalah 0.031 dengan p-value sebesar 0.861. Hal ini menunjukkan bahwa regresi tidak signifikan secara statistik. Jumlah kuadrat residu (*Residual*) adalah 141.396 dengan 75 derajat kebebasan, sehingga *Mean Square* residu adalah 1.885. Total jumlah kuadrat adalah 141.455 dengan total 76 derajat kebebasan.

Dari hasil ini, kita dapat menyimpulkan bahwa regresi tidak signifikan dalam menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen "Total X", karena nilai F-statistiknya tidak signifikan pada tingkat signifikansi yang umum ($\alpha = 0.05$). Artinya gaya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penyiar tidak begitu berpengaruh terhadap minat audiens Radio Tiara STEI.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.292	.647		17.450	.000
	Total Y	-.016	.089	-.020	-.176	.861

a. Dependent Variable: Total X

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Konstanta (*Constant*): memiliki nilai B sebesar 11.292 dengan standar error sebesar 0.647. Nilai t-statistiknya adalah 17.450 dengan p-value yang sangat rendah (< 0.001), menunjukkan bahwa konstanta ini signifikan secara statistik. Total Y: memiliki nilai B sebesar -0.016 dengan standar error sebesar 0.089. Beta-nya adalah -0.020. Nilai t-statistiknya adalah -0.176 dengan p-value sebesar 0.861, yang menunjukkan bahwa Total Y tidak signifikan secara statistik dalam menjelaskan variabilitas Total X.

KESIMPULAN

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penyiar Radio Tiara STEI tidak berpengaruh terhadap minat mendengar audiensnya. Hal ini didukung oleh hasil analisis data menggunakan regresi linier dasar yang menunjukkan bahwa variabel komunikasi tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabilitas minat mendengar audiens.

Melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode convenience sampling, 77 pendengar Radio Tiara STEI dipilih sebagai sampel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Radio Tiara STEI tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon audiensnya. Meskipun demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya strategi komunikasi interpersonal yang efektif dalam mempengaruhi audiens dan meningkatkan kualitas siaran Radio Tiara STEI.

Mayoritas responden adalah laki-laki dengan usia dominan 21 tahun, menunjukkan bahwa Radio Tiara STEI memiliki basis pendengar yang terutama terdiri dari kalangan pria dan usia muda, yang mungkin mempengaruhi pola komunikasi dan minat mendengar mereka. Namun, hasil analisis regresi linier dasar menunjukkan bahwa variabel komunikasi tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabilitas minat mendengar audiens. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,020 menunjukkan bahwa sekitar 20% dari keragaman dalam minat mendengar audiens dapat dijelaskan oleh variabel komunikasi. Meskipun demikian, nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat mendengar audiens yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Kesimpulan ini menekankan perlunya pengembangan strategi komunikasi interpersonal yang lebih efektif oleh Radio Tiara STEI untuk memperkuat ikatan dengan audiensnya.

DAFTAR PUSTAKA

- M. A. Morissan. 2005. *Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ramdina Perkasa.
- Fred Wibowo. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Muhammad Rohmadi. 2004. *Karakteristik Bahasa Penyiar Radio JPI FM Solo*. *Rohmadi | Humaniora* 16(2): 211-222. <https://doi.org/10.22146/jh.820>
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. diedit oleh Tjun Surjaman. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Astuti, Santi Indra. 2017. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*, diedit oleh Rema Karyanti Soenendar. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumadi Suryabrata. 2007. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Helmy Yahya, and Mulkan Habibi. 2023. Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Terhadap Minat Dengar Dapur Remaja Radio 107.8FM. *Yahya | Jurnal Bincang Komunikasi*. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.2.2023.68-76>

- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta
- Rahmawati Indah, and Rusnandi Dodoy. 2014. *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi dan Radio*. Bekasi, Jawa Barat: Laskar Aksara.