

# HUBUNGAN KREDIBILITAS DAI DAN KUALITAS ISI PROGRAM TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR RADIO KARTINI FM JEPARA

**Mahfudlah Fajrie**

*Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU Jepara*

*Jl. Taman Siswa No. 9 Tahunan Jepara*

*mahfudlahfajrie@gmail.com*

## ABSTRACT

*This study aims to determine whether there is any relationship between the credibility of the preachers, the quality of program content either partially or simultaneously to the satisfaction of event listeners propaganda on the radio Kartini FM Jepara. The population in this study is an event listener Serambi Taukhid radio Kartini FM Jepara regency. The population numbers are not infinite, so that in the determination of the sample using the help table of Isaac and Michael. According to the table Isaac and Michael for the number of unknown population with a 5% error level is 349, so in this study sample is rounded to 350. Based on the results of the calculation of estimated regression adjusted coefficient of determination (adjusted  $R^2$ ) is a means 73.1% of the variation of all independent variables (credibility dai and quality of the content of the program) can explain the dependent variable (satisfaction listeners), while the remaining 26.9% is explained by other variables that are not proposed in this study. Based on the results of the  $t$  test ( $t$ -test) for the variables shown  $t_{count}$  dai credibility of 5.357 while the value  $t_{table}$  1.645. So  $t_{hitung} > t_{table}$  ( $5.357 > 1.645$ ) and to test the significance indicated  $sig$   $0.000 < \alpha$   $0:05$ , meaning credibility propagators have a positive relationship to the satisfaction of the event listener propaganda radio Kartini FM in Jepara regency. Variable quality of program content has  $t_{count}$  21.142 while  $t_{table}$  value 1.645. So  $t_{hitung} > t_{table}$  ( $21.142 > 1.645$ ), demonstrated the significance test  $sig$ .  $0,000 < \alpha$   $0.05$ , meaning the quality of program content has a positive relationship to the satisfaction*

*of the listener. From the calculation of output, calculated F value of 470.976 with a significant value of 0.000 is smaller than 0.05 so it can be concluded dai credibility and quality of the program content together have a positive relationship to the satisfaction of radio listeners*

**Keywords:** *credibility, quality, satisfaction, radio*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kredibilitas para dai dan kualitas isi program baik sebagian atau secara bersamaan terhadap kepuasan pendengar di radio Kartini FM Jepara. Populasi dalam penelitian ini adalah pendengar acara Serambi Taukhid radio Kartini FM Jepara. Penentuan sampel menggunakan bantuan tabel Isaac dan Michael. Menurut tabel Isaac dan Michael untuk jumlah populasi yang tidak diketahui dengan tingkat kesalahan 5% adalah 349, dibulatkan menjadi 350. Berdasarkan hasil perhitungan regresi taksiran Koefisien disesuaikan determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) adalah sarana 73,1% dari variasi semua variabel independen (kredibilitas dai dan kualitas isi program) dapat menjelaskan variabel dependen (kepuasan pendengar), sedangkan sisanya 26,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diusulkan dalam belajar. Berdasarkan hasil uji t (t-test) untuk variabel ditampilkan thitung dai kredibilitas 5,357 sedangkan nilai t tabel 1,645. Jadi t hitung > t tabel (5,357 > 1,645) dan untuk menguji signifikansi yang ditunjukkan sig 0,000 <  $\alpha$  0,05, berarti kredibilitas dai memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara radio propaganda Kartini FM di Kabupaten Jepara. variabel kualitas program konten telah tstat 21,142 sedangkan nilai t tabel 1,645. Jadi t hitung > t tabel (21,142 > 1,645), menunjukkan sig uji signifikansi. 0000 <  $\alpha$  0,05, yang berarti kualitas isi program memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pendengar. Dari hasil perhitungan output, dihitung nilai F dari 470,976 dengan signifikan nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan kredibilitas dai dan kualitas isi program bersama-sama memiliki hubungan positif dengan kepuasan pendengar radio.

**Kata kunci:** Kredibilitas, Kualitas, Kepuasan, Radio

## PENDAHULUAN

**RADIO** sebagai salah salah media massa elektronik mempunyai kelebihan dibandingkan media elektronik lainnya, seperti televisi. Kelebihan radio dibandingkan dengan televisi adalah cepat dan mudah dibawa kemana-mana. Radio bisa dinikmati walaupun sedang mengerjakan pekerjaan lain, seperti memasak, menyapu. Selain itu radio memiliki kemampuan audio yang khas yaitu dengan mengandalkan perpaduan antara suara dan bunyi.

Radio merupakan media auditif, murah, merakyat dan bisa didengar di mana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, radio menstimuli begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Mufid, 2005: 33). Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luas. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominick: 2002).

Seiring berkembangnya media di era keterbukaan ini memberi dampak positif, utamanya bagi dunia penyiaran radio di Indonesia, yaitu dengan tumbuh suburnya radio dan memiliki sajian acara kreatif, menarik, bermutuan keilmuan dan sekaligus menghibur. Seperti dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia

nomor 32 tahun 2002, tentang penyiaran yang tertuang dalam BAB II, Asas, Tujuan, Fungsi, dan Arah. Pasal 4 (1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial.

Namun, kenyataannya industri radio sampai saat ini masih berkonsentrasi pada *rating*. Artinya hanya mengejar dan menyajikan acara yang banyak didengar sehingga memperoleh pemasang iklan yang banyak, akan tetapi kadang tidak memperhatikan isi program acara itu sendiri bahkan tidak sedikit radio yang melanggar Undang-Undang Kepyiaran.

Sedangkan untuk membuat program acara radio yang berkualitas dan menarik dibutuhkan para pekerja media yang profesional, memiliki tingkat kreatifitas yang memadai mulai dari perencanaan, isi dalam acara, target audiens bahkan penempatan jam siar yang sesuai dengan acara tersebut. Dengan demikian acara tersebut bisa dikatakan berkualitas dan para pendengar (masyarakat) merasa puas dengan program acara radio yang disiarkan.

Kepuasan pendengar sangat penting untuk menjaga loyalitas mereka pada program acara radio. Jika pendengar radio mendapatkan kepuasan maka kebutuhan mereka akan informasi dan hiburan juga terpenuhi. Dari penjelasan di atas, jelas bahwa seorang penyiar juga menentukan sukses atau tidaknya

program acara di radio, sehingga berdampak pada puas atau tidaknya pendengar radio tersebut.

Berkaitan dengan kepuasan pendengar, maka artikel ini memaparkan tentang kepuasan pendengar radio Kartini FM, sedangkan yang menjadi obyeknya adalah seluruh masyarakat kabupaten Jepara yang mendengarkan acara dakwah Islam di radio Kartini FM dengan nama acaranya Serambi Tauhid.

Berdasarkan wawancara awal dengan beberapa masyarakat kabupaten Jepara, ternyata acara Serambi Tauhid sangat diminati karena pendengar merasa mendapatkan tambahan ilmu agama ketika mendengarkan pesan yang disampaikan oleh dai. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa pendengar dari acara Serambi Tauhid merasa puas karena kebutuhan rohaninya terpenuhi. Sedangkan alasan peneliti memilih radio Kartini FM karena merupakan salah satu radio tertua di kabupaten Jepara dan termasuk radio suara pemerintah daerah (radio pemerintah). Sedangkan salah satu acara yang menarik dan disiarkan Radio Kartini FM adalah acara dakwah Islam dengan nama "Serambi Tauhid" program acara ini disiarkan lewat frekuensi 94,2 Mhz. Acara Serambi Tauhid ini disiarkan setiap hari senin sampai sabtu jam 04.30 WIB sampai dengan 05.00 WIB. Sedangkan tujuan dari acara Serambi Tauhid ini adalah untuk siraman rohani bagi pendengar radio Kartini FM. Kesuksesan acara dakwah Islami yang diberi nama "Serambi Tauhid" tidak lepas dari kepriawaian seorang

dai sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan atau informasi dalam kegiatan dakwahnya melalui media radio.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka artikel ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kredibilitas dai sebagai penyiar dan isi program radio terhadap tingkat kepuasan pendengar radio. Tujuan khususnya adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kredibilitas dai dan kualitas isi program baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara.

## RADIO

Radio sebagai salah satu media elektronika mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Lambang komunikasi radio bersifat auditif yang terbatas pada rangkaian suara atau bunyi yang hanya dapat didengar telinga. Karenanya radio tidak menuntut khalayaknya untuk memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan sekedar kemampuan mendengar.

Menurut Romli (2009: 21) selain memiliki keunggulan dengan kesederhanaannya, radio juga memiliki beberapa kelemahan, diantaranya: (1) selintas; radio umumnya dapat diakses dengan cepat dan seketika, sehingga dapat hilang dan dilupakan dengan cepat pula.

Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak seperti ketika membaca koran yang bisa kembali dibaca dari awal ketika ada informasi yang kurang jelas. (2) Global; sajian informasi dalam radio bersifat global dan tidak detil. Oleh karena itu, angka-angka yang disebutkan dalam informasi radio umumnya dibulatkan. (3) Batasan waktu; waktu siar radio sangat terbatas, hanya 24 jam sehari atau bahkan kurang. Tidak seperti surat kabar yang dapat menambah halaman dengan bebas. (4) Lilier; program yang disajikan umumnya teratur, yaitu berdasarkan jadwal yang sudah ada. Pendengar tidak bisa menikmati program dengan mengubah urutan jadwal program yang telah ada.

Pada dasarnya tujuan program stasiun radio komersil adalah untuk menyiarkan sesuatu yang bisa menarik perhatian pendengar (Prayudha, 2005: 47), kemudian bisa ditawarkan kepada para pengiklan. Oleh karena itu program acara menjadi sangat penting bagi sebuah stasiun radio karena dari programlah radio tersebut dapat dikenal oleh pendengarnya.

Morissan (2008: 201) menuliskan bahwa ada empat hal yang harus dipertimbangkan ketika merencanakan sebuah program siaran, yaitu: (1) *Product*, artinya materi program yang dipilih harus bagus dan diharapkan akan disukai pendengar. (2) *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi pemasang iklan yang berminat pada program yang bersangkutan. (3) *Place*, artinya

kapank waktu siaran yang tepat bagi program tersebut. Pemilihan waktu siar yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan suatu program. (4) *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual program tersebut sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

Namun, sebelum merancang sebuah program radio, dibutuhkan gambaran yang spesifik tentang pendengar, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset khalayak. Siapa pendengar suatu radio, apa yang ingin didengar dari sebuah stasiun radio, kapan mendengarkan acara radio, dimana dan bagaimana kebiasaan khalayak mendengarkan radio. Beranjak dari hasil riset inilah suatu acara dirancang, didiskusikan, dan akhirnya diproduksi.

Salah satu aspek yang dapat menentukan keberhasilan sebuah stasiun radio adalah berkaitan dengan program-program acara yang disiarkan. Morissan (2008: 200) mendefinisikan program sebagai hal yang ditampilkan stasiun radio untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Selanjutnya, Omar Abidin Gilang (1996: 62) menuliskan bahwa program radio adalah rangkaian acara radio sepanjang hari. Program ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian berdasarkan pembagian waktu, misalnya program siaran pagi, siang, sore dan malam hari. Namun, pembaginan ini tidaklah baku tetapi disesuaikan dengan kebutuhan stasiun radio yang bersangkutan.

Pendistribusian atau penempatan suatu acara siaran radio juga harus disesuaikan dan sebaiknya didasari dari hasil riset mengenai kebutuhan khalayak, kemampuan khalayak dalam menyerap isi pesan, dan kebiasaan pendengar. Misalnya untuk program pagi, dapat berupa musik, yang disisipkan informasi ringan mengenai kondisi cuaca, jalan raya, atau berita-berita aktual. Hal ini dikarenakan jam pagi merupakan jam sibuk pendengar, dimana pendengar melakukan aktifitasnya masing-masing seperti berangkat ke kantor, sekolah.

Untuk program siaran siang biasanya dibagi menjadi dua bagian, yaitu pukul 09.00 - 12.00 dan pukul 12.00 - 15.00. Pada bagian pertama dapat ditempatkan acara yang lebih serius, misalnya *talkshow* dengan mengundang seorang narasumber untuk membahas suatu masalah yang sedang banyak dibicarakan. Kemudian, pada jam makan siang dan seterusnya bisa disajikan acara yang tidak menuntut perhatian yang serius.

Program sore dapat diisi dengan acara yang dikemas dalam bentuk *variety show*. Acara malam hari merupakan program terberat penyelenggara stasiun radio, karena sebagian besar khalayak sudah berada di rumah untuk berkumpul bersama keluarga dan biasanya khalayak lebih tertarik dengan acara televisi. Namun, tidak menutup kemungkinan dengan sajian acara yang menarik, khalayak akan meninggalkan televisi dan beralih untuk mendengarkan radio.

Stasiun radio lebih sering

memproduksi sendiri program siarannya. Menurut Morissan (2008: 224) secara umum program radio terdiri dua jenis, yaitu musik dan informasi. Kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk untuk memenuhi kebutuhan pendengar dalam bentuk musik dan informasi.

Selain itu, ada karakteristik tertentu yang harus dimiliki sebuah program radio agar program tersebut dinilai baik. Sebuah program dikatakan baik jika mempunyai kualitas yang membuatnya berbeda dari program lainnya. Perbedaan itu bisa terdapat dalam keaslian tema atau perlakuan.

#### a. Kepuasan pendengar

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2001: 146). Pada dasarnya, kepuasan itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Nasution, 2005: 51). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu. Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen (Mowen, 2000: 89).

Sedangkan untuk mengukur tingkat kepuasan, penulis menggunakan teori *uses and gratification*. Alasan

penggunaan teori *uses and gratification* ini, karena tingkat kepuasan yang diukur adalah kepuasan pendengar radio berarti kepuasan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media.

Menurut Handoko pemakaian media massa oleh seseorang didorong oleh alasan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, yaitu menggunakan media massa. Dalam suatu motif umumnya terdapat dua unsur pokok, yaitu unsur dorongan atau kebutuhan dan tujuan (Handoko, 1992: 10). Motif dan kepuasan memiliki hubungan yang erat. Motif melatar belakangi seseorang dalam menggunakan media massa, dan kepuasan dapat timbul jika motif-motif tersebut dapat dipenuhi oleh media.

Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Palmgreen dengan menanyakan kembali apakah motif-motif yang mendorong seseorang menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya bisa dipenuhi oleh media massa yang bersangkutan. Kepuasan dalam hal ini diartikan sebagai hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan barang atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2001: 78). Seseorang dapat dikatakan puas setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan.

Motif-motif itulah yang akhirnya penulis gunakan untuk mengukur kepuasan pendengar radio terhadap kualitas program dan kredibilitas

dai di radio Kartini FM. Jenis-jenis motif atau kemungkinan penggunaan media oleh seseorang menurut Denis McQuail (1983: 82-83), yaitu: 1) motif informasi: motif yang berhubungan dengan kebutuhan informasi tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya, dorongan akan mendapatkan pengetahuan, dorongan akan rasa ingin tahu. 2) Motif personal: motif yang berhubungan dengan dorongan untuk memperkuat dan menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, dorongan untuk memperkuat kredibilitas (tingkat seberapa besar dapat dipercaya dengan seseorang), stabilitas, dan status. 3) Motif interaksi sosial: motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk berinteraksi dengan orang lain. 4) Motif hiburan: motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk mencari hiburan.

Dari penjelasan di atas, penulis memilih menggunakan teori motif penggunaan media milik Denis McQuail (1983: 82-83) sebagai indikator dalam menentukan tingkat kepuasan pendengar radio Kartini FM. Indikator-indikator tersebut adalah motif informasi, personal, interaksi sosial dan hiburan.

#### b. Kredibilitas Penyiar (Dai)

Sebuah proses komunikasi dikatakan berhasil apabila pesan dari komunikator dapat sampai kepada khalayak (komunikan). Agar sebuah pesan dapat sampai pada khalayak (komunikan) maka seorang komunikator harus mengetahui karakteristik khalayaknya agar dapat menentukan strategi dan media

komunikasi yang efektif. Maka dari itu mengenali khalayak adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi, karena dengan mengetahui dan memahami karakteristik khalayak (komunikan), berarti telah tercipta suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi (Cangara, 2007: 26).

Pemahaman ini penting bagi para penyiar radio, karena profesi penyiar radio hanya dapat didengar suaranya tanpa tahu orangnya. Sehingga seorang penyiar dituntut profesional agar dapat menarik pendengarnya, karena dalam hal ini penyiar adalah komunikatornya.

Untuk menjadi komunikator yang baik seseorang harus memiliki kredibilitas (*credibility*). Kredibilitas memiliki pengertian seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima dan diikuti oleh khalayak (Cangara, 2007: 91). Jadi kredibilitas seseorang sebagai komunikator merupakan kekuatan (*power*) yang dapat secara optimal mengubah sikap, perilaku, opini dan persepsi seseorang sesuai dengan kemauan komunikator.

James Mc Croskey dalam Cangara (2007: 92) lebih jauh menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari: 1) kompetensi (*competence*), adalah penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya. 2) Sikap (*character*), menunjukkan pribadi komunikator, apakah ia tegar atau toleran dalam prinsip. 3) Tujuan (*intention*), menunjukkan apakah hal-hal yang

disampaikan itu mempunyai maksud baik atau tidak. 4) Kepribadian (*personality*), menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat. 5) Dinamika (*dynamism*), menunjukkan apakah hal-hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya justru membosankan.

Komunikator yang dimaksud dalam artikel ini adalah seorang dai yang menjadi penyiar acara dakwah Islam di radio Kartini FM. Jadi kredibilitas yang diukur adalah kredibilitas dai atau disebut kredibilitas sumber, karena dai dalam radio hanya didengar suaranya dan tidak nampak sosok orangnya. Kredibilitas sumber (*source credibility*) seperti diungkapkan oleh Jalaluddin Rakhmat adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator (Rakhmad, 2008: 265).

Tingkat kredibilitas seseorang ditentukan oleh pengaruh komunikan sebagai pelaku. Kredibilitas adalah persepsi sehingga kredibilitas seseorang belum tentu sama pada masing-masing individu. Jadi kredibilitas bukan pada diri komunikator tetapi terletak pada persepsi komunikan. Oleh karena itu kredibilitas dapat berubah atau diubah. Kredibilitas seseorang dapat berubah bila terjadi perubahan komunikan, topik dan waktu. Kredibilitas seseorang di satu tempat belum tentu sama di tempat lain jika komunikasinya berubah, demikian pula bila terjadi perubahan topik dan waktu, artinya seorang komunikator yang menguasai suatu topik tertentu belum tentu pula menguasai topik



lainnya.

### c. Kualitas Isi Program

Menurut Goesth dan Davis bahwa kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2004: 51). Menurut Triguno (1997: 76) kualitas adalah suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Dari pengertian tersebut, kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, tetapi kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan khalayak sehingga dapat memuaskan khalayak.

Kualitas yang dimaksud dalam riset ini berupa kualitas isi program radio. Maka dalam kajian teoritis ini juga perlu menjelaskan tentang program radio.

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata

“program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas (Morissan, 2008: 199-200).

Jadi program siaran merupakan segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik radio ataupun televisi. Jika suatu stasiun memperoleh jumlah audien yang besar dan jika audien itu memiliki karakteristik yang dicari oleh pemasang iklan, maka stasiun yang bersangkutan akan sangat menarik bagi pemasang iklan. Dengan demikian pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat dipengaruhi oleh programnya.

Sedangkan program yang menjadi bahan riset adalah program radio, yaitu salah satu program di radio Kartini FM kabupaten Jepara yang disiarkan setiap pagi dengan nama acara “Serambi Taukhid”. Acara Serambi Taukhid adalah program dakwah Islamiah. Program dakwah radio

merupakan acara yang ditampilkan stasiun radio dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang digunakan untuk penyampaian dan usaha merubah manusia sesuai ajaran Islam.

Adapun untuk menentukan kualitas isi program radio ada beberapa hal yang harus dipenuhi. Menurut Wibowo (2007: 47) filsafat barat pada masa klasik berpandangan bahwa kualitas isi sebagai perwujudan dari tiga kuasa metafisis yaitu kebaikan, kebenaran dan keindahan. Sedangkan Kasali (1995: 83) menjelaskan ada lima elemen yang harus dipenuhi dalam hal kualitas program, yaitu antara lain: (1) program harus menarik perhatian, (2) menimbulkan rasa ingin tahu, (3) menggerakkan keinginan, (4) menimbulkan rasa percaya dan (5) dapat mendorong untuk melakukan tindakan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah *explanatory*, yang bersifat penjelasan di mana menyoroti hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun dan Effendi, 1990: 5). Adapun lokasi penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Jepara. Populasi dalam penelitian ini adalah pendengar acara Serambi Taukhid di radio Kartini FM Kabupaten Jepara. Karena jumlah populasinya tidak diketahui maka penarikan sampelnya menggunakan bantuan

tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael. Berdasarkan tabel Isaac dan Michael untuk jumlah populasi yang tidak diketahui dengan taraf kesalahan 5% adalah 349, sehingga dalam penelitian ini sampelnya dibulatkan menjadi 350. Sumber data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada 350 orang pendengar acara Serambi Taukhid di radio Kartini FM Kabupaten Jepara. Sedangkan untuk pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan rumus product moment, dan untuk metode analisis datanya menggunakan analisis regresi linier berganda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) Kabupaten Jepara yang berdiri pada tahun 1983 ini memiliki nama station dan lebih dikenal masyarakat dengan nama radio Kartini FM Jepara beroperasi atas izin siar dari DISHUBTEL Provinsi Jawa tengah No. 482/3811/2005 dengan frequency 94,2 Mhz, serta izin gangguan dengan nomor 503/16.TU/530.352 Th.2004. Radio Kartini FM pada mulanya dikelola pemerintah daerah Kabupaten Jepara dengan frekuensi AM. AM adalah singkatan dari "*amplitude modulation*" dan sekarang berubah menjadi FM "*frequency modulation*" perbedaannya adalah berdasarkan perubahan naik turunnya gelombang radionya.

Pada tahun 2002 RSPD pernah gabung dengan CPP Radio Net dan pada tahun 2004 kembali di ambil alih oleh pemerintah daerah

Kabupaten Jepara untuk dikelola dibawah naungan Humas Kabupaten Jepara. Radio Siaran Pemerintah Daerah hadir untuk memberikan kontribusi pada masyarakat Jepara pada khususnya dan masyarakat pada umumnya sebagai layanan publik dan memberikan berita-berita seputar Jepara dan sekitarnya, memberi solusi pada masyarakat terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi, serta memberikan informasi program-program pemerintah Kabupaten Jepara, baik yang sudah dilakukan atau akan dilakukan.

Radio kartini juga difungsikan sebagai mediator antara pemerintah Kabupaten Jepara dengan masyarakat Jepara, selain itu radio Kartini digunakan sebagai wadah berkreasinya anak muda Kabupaten Jepara dalam menunjukkan bakat, minat serta prestasinya.

Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) Kabupaten Jepara/ radio Kartini FM adalah media radio yang memiliki loyalitas tinggi terhadap masyarakat untuk memberikan layanan informasi, pendidikan, hiburan serta pelayanan publik dari pemerintah

Kabupaten Jepara kepada masyarakat Jepara.

Mengacu pada positioning sebagai *The Best Informasi and Music Station*, radio Kartini FM menempatkan komposisi 25% pada program siaran berita dari jumlah keseluruhan jam siar (18) jam. Program siaran berita meliputi *straight news*, *in depth news* maupun *live reporting* dengan titik berat pada peningkatan kualitas isi berita. Sedangkan 75% pendidikan dan hiburan.

**Tabel 01**  
**Data Siaran Program Acara Radio Kartini FM**

News	Musik	Iklan
25%	65% - Dangdut - Campursari - Pop Indo - Lagu Manca - Etnis	10%

*Sumber: dokumentasi radio Kartini FM 2014*

**Tabel 02**  
**Menu Acara Radio Kartini FM**

No	Waktu	Program Acara	Description	Musik
1.	04.20-04.30	On Air	Qiroatul	
2.	04.30-05.00	Serambi Tauhid	Dakwah Islam	
3.	05.00-08.30	Hallo Jepara	Hot Info Nasional	Indonesia dan Barat Tengah
4.	08.30-09.00	Info Seputar Jepara	Berita Jepara	
5.	09.00-10.00	Ruang Keluarga	1. Senin : Keluarga Sehat 2. Selasa : Kewanitaan/kecantikan 3. Rabu : Memasak 4. Kamis: Perawatan Perlengkapan Keluarga 5. Jum'at : Karier 6. Sabtu : Wisata	Pop Indonesia
6.	10.00-12.00	Pasar Goyang	Info Pedagang Pasar	Dangdut Memory
7.	12.00-13.00	Goyang Pamoria	Pantun Hiburan	Dangdut Disco
8.	13.00-15.00	Campursari Kempling	Request	Campursari
9.	15.00-17.00	Goyang Pantura	Info Lalu Lintas	Dangdut Hits
10.	17.00-17.30	Info Seputar Jepara	Berita Jepara	
11.	17.30-18.00	Pengajian Sore	Dakwah Islam	Pop Indonesia Lama
12.	18.00-19.00	Kartini Love Song	Motivasi Kehidupan	Barat Lama
13.	19.00-21.00	Extreem	Opini	Indo dan Barat Hits
14.	21.00-21.30	Info Seputar jepara	Berita Jepara	
15.	21.30-23.00	Memory Dangdut Khusus hari Rabu Wayang Kulit	Request	Dangdut Lama
16.	23.00-24.00	Nuansa Malam	Sharing	Indonesia Tengah
17.	24.00-25.05	Off Air		

*Sumber: dokumentasi radio Kartini FM 2014*

Adapun target *audience*, untuk pengklasifikasian pendengar (*audience*) berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin, sebagai berikut:

**Tabel 03**  
**Segmen Pendengar**

Umur		Jenis Kelamin	
12 – 16 tahun	10%	Pria	55%
17 – 25 tahun	25%		
26 – 35 tahun	30%	Wanita	45%
< 36 tahun	35%		

*Sumber: dokumentasi radio Kartini FM 2014*

Sedangkan untuk daerah jangkauan siaran radio Kartini FM Kabupaten Jepara meliputi: kabupaten Jepara termasuk karimunjawa, Demak, Kudus, Kendal, Semarang, Batang, Magelang dan Temanggung.

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Jepara yang pernah mendengarkan acara Serambi Tauhid di radio Kartini FM minimal 3 kali. Berdasarkan hasil survey dan wawancara di lapangan, maka ditemukan gambaran mengenai responden bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki laki adalah sebanyak 87 responden dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 263 responden dari jumlah keseluruhan sampel yang diteliti sebanyak 350 responden.

Deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 04**  
**Deskripsi Profil Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	87	25 %
Perempuan	263	75 %
Jumlah	400	100 %

*Sumber: Data primer diolah, 2014.*

**Tabel 05**  
**Deskripsi Profil Usai Responden**

Usia	Jumlah	Prosentase
Kurang dari 23 tahun	14	4%
24 tahun s/d 35 tahun	105	30%
36 tahun s/d 46 tahun	133	38%
Diatas 47 tahun	98	28%
Total	350	100%

*Sumber: Data Primer Diolah, 2014*

Berdasarkan usianya, responden memiliki usia mulai dari yang termuda yaitu kurang dari 23 tahun dan yang tertua adalah lebih dari 47 tahun. Kelompok terbanyak adalah responden yang berusia 36 s/d 46 tahun, yakni sejumlah 133 responden (38%), sedangkan yang paling sedikit adalah di range usia kurang dari 23 tahun, yaitu sebanyak 14 responden (4%).

Data tersebut menggambarkan bahwa kebanyakan masyarakat yang menjadi responden adalah di range usia 36 tahun s/d 46 tahun dikarenakan pada usia tersebut masyarakat kabupaten Jepara cenderung lebih aktif dan responsif dan lebih tanggap terhadap apa yang terjadi terhadap lingkungan.

**Tabel 06**

**Deskripsi Profil Pendidikan Responden**

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	42	12 %
SLTP	105	30 %
SLTA	168	48 %
Perguruan Tinggi	35	10 %
Total	350	100 %

*Sumber: Data primer diolah, 2014*

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden paling sedikit adalah responden dengan tingkat perguruan tinggi sejumlah 35 responden (10%), dan yang paling banyak adalah responden dengan tingkat pendidikan setara Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) yaitu sebanyak 168 responden (48%). Data tersebut menggambarkan bahwa kebanyakan masyarakat yang menjadi responden adalah mereka yang berpendidikan sederajat dengan SLTA.

Selanjutnya pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer

menggunakan program SPSS for Windows versi 17, pengujian validitas hanya dilakukan terhadap 30 responden. Uji coba ini dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Variabel kredibilitas dai (X1), kualitas isi program (X2), dan kepuasan pendengar (Y).

Berdasarkan hasil uji coba validitas (output) menunjukkan item pertanyaan dalam kuesioner mempunyai r hitung terendah adalah 0,510 dan r hitung tertinggi adalah 0,887 bila dibandingkan dengan nilai r dalam tabel untuk N=30 pada taraf signifikan 5% atau taraf kepercayaan 95% yaitu 0,361, sehingga item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel valid.

Analisis statistik yang penulis gunakan dalam riset ini adalah regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel bebas (independent) yaitu kredibilitas dai (X1), kualitas isi program (X2) terhadap variabel terikat (dependent) yaitu kepuasan pendengar (Y). Adanya hubungan variabel independent (kredibilitas dai dan kualitas isi program) dengan variabel dependent (kepuasan pendengar) secara bersama-sama dapat dihitung melalui persamaan regresi berganda.

**Tabel 07**  
**Hasil Analisis Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.856	.528		1.621	.106
KREDIBILITAS	.148	.028	.185	5.357	.000
KUALITAS PROGRAM	.637	.030	.732	21.142	.000

*Sumber: output SPSS 17*

Hasil dari analisis regresi berganda dengan melihat data pada tabel 07 diperoleh persamaan:

$$Y = 0,856 + 0,148X_1 + 0,637X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diterangkan bahwa nilai koefisien regresi untuk dua variabel independen (kredibilitas dan kualitas program) mempunyai hubungan positif terhadap variabel dependen (kepuasan pendengar).

Sedangkan hasil dari analisis regresi berganda menunjukkan untuk variabel kredibilitas dai nilai regresi positif (0,148) berarti kredibilitas dai mempengaruhi hubungan terhadap kepuasan pendengar radio Kartini FM. Jadi jika dai (penyiar) acara Serambi Tauhid mempunyai kredibilitas tinggi maka akan membuat pendengar radio Kartini FM merasa puas. Sedangkan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas isi program ditunjukkan nilai positif (0,637), berarti dapat disimpulkan bahwa kualitas isi program mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar

radio Kartini FM. Jadi jika kualitas isi program radio baik maka akan membuat pendengar radio Kartini FM merasa puas dalam mendengarkan siaran radio.

Hasil perhitungan estimasi regresi diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (adjusted  $R^2$ ) adalah artinya 73,1 % variasi dari semua variabel bebas (kredibilitas dai dan kualitas isi program) dapat menerangkan variabel terikat (kepuasan pendengar), sedangkan sisanya sebesar 26,9 % diterangkan oleh variabel lain.

**Tabel 08**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.855 <sup>a</sup>	.731	.729	1.40384	.731	470.976	2	347	.000
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PROGRAM, KREDIBILITAS									
b. Dependent Variable: KEPUASAN									

*Sumber: output SPSS 17*

Sedangkan hasil uji t untuk variabel kredibilitas dai adalah nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,357 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,645 *level of significant* 0,05. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,357 > 1,645$ ) maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima, dan untuk uji signifikansinya ditunjukkan nilai sig  $0,000 < \alpha = 0,05$ , berarti kredibilitas dai mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar. Hal ini mendukung hipotesis bahwa: “kredibilitas dai mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara”. Untuk uji t variabel kualitas isi program nilai  $t_{hitung}$  21,142 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,645. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $21,142 > 1,645$ ) maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Sedangkan untuk uji signifikansinya ditunjukkan nilai sig.  $0,000 < \alpha = 0,05$ , berarti kualitas isi program mempunyai hubungan positif. Hal ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu bahwa: “kualitas isi program mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara”. Hasil uji F (F-test) adalah nilai F hitung sebesar 470,976 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan kredibilitas dai dan kualitas isi program secara bersama-sama mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar radio.

**Tabel 09**

**Uji F-test**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1856.379	2	928.190	470.976	.000 <sup>a</sup>
	Residual	683.861	347	1.971		
	Total	2540.240	349			
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PROGRAM, KREDIBILITAS						
b. Dependent Variable: KEPUASAN						

*Sumber: output SPSS 17, diolah 2014*



Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa kredibilitas dai dan kualitas isi program mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara.

Kredibilitas dai sangat penting karena menentukan kepuasan pendengar, terutama di radio yang hanya bisa didengar suaranya saja. Dengan kredibilitas tinggi maka seorang pendengar akan percaya dan menenjkkan seorang dai tersebut mempunyai kemampuan sesuai bidangnya. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas dai sangat menentukan kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM.

Suatu program radio dibuat agar dapat menarik minat pendengar, termasuk di radio Kartini FM. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas isi program di radio Kartini FM mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar. Hal ini menjelaskan bahwa program radio harus dibuat dengan cermat sehingga dapat menarik dan sesuai dengan segmennya. Jika program radio berkualitas maka pendengar juga akan merasa terpuaskan dengan program radio tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Kredibilitas dai mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara. Hal ini berarti jika kredibilitas dai

dinilai tinggi oleh pendengar maka tingkat kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM juga meningkat. 2) Kualitas isi program mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara. 3) Kredibilitas dai dan kualitas isi program secara bersama-sama mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pendengar acara dakwah di radio Kartini FM Kabupaten Jepara. Jadi jika kredibilitas dai tinggi dan kualitas isi program dinilai menarik maka akan meningkatkan kepuasan pendengar radio Kartini FM Kabupaten Jepara, khususnya pendengar acara dakwah.

## DAFTAR RUJUKAN

- Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Dominick, Joseph R. (2002). *The Dynamic Mass Communication*. 7th Edition. USA: hill Publishing.
- Handoko, T. Hani. (1992). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi 2. Penerbit Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, Positioning)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, Dennis. (1987). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Kedua. Terjemahan oleh Agus Dharma & Aminuddin Ram. 2012. Jakarta: Erlangga.

Mufid, Muhammad. (2005). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.

Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.

Mowen C, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Nasution, M.N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Omar Abidin Gilang dalam Muryanto Ginting Muthe. (1996). *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Prayudha, Harley. (2005). *Radio: Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing.

Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Romli, Asep Syamsul M. (2009). *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Penerbit Nuansa.

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. (1990). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Penerbit Andi.

\_\_\_\_\_. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Triguno. (1997). *Budaya Kerja Menciptakan Lingkungan Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Golden Terayon Press.

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran, penerbit Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID), tahun 2011

Wibowo, I. S. (2007). *Dasar-Dasar Jurnalistik*. Jakarta: *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo.

Yamit, Zulian. (2001). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ekonisia.