

Motivasi keikutsertaan pendengar radio terhadap acara kuis promosi onpair (penelitian mengenai motivasi keikutsertaan pendengar radio Prambors terhadap kuis Fmania cash : suatu studi komunikasi dengan menggunakan pendekatan uses and gratifications)

M.TH. Kurniati Sutadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283486&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Berkomunikasi pada saat ini sudah merupakan suatu kebutuhan utama bagi manusia. Dengan semakin rumit dan beragamnya aktivitas manusia, suatu sarana komunikasi yang mampu menjangkau sasaran yang luas secara serentak amatlah diperlukan, dimana kemudian manusia menjadi begitu tergantung pada sarana komunikasi yang bersifat massa ini, atau yang dikenal sebagai media massa. Salah satu media massa tersebut adalah radio. Khususnya di Indonesia, radio merupakan media dengan tingkat pengenalan tertinggi terhadap masyarakat dibandingkan dengan media massa-media massa lain. Sejalan dengan semakin berkembangnya pembangunan di Indonesia, stasiun-stasiun radio pun bermunculan demikian banyak bak jamur dimusim hujan. Beberapa radio memperebutkan sasaran pendengar dengan segmentasi yang sama. Hal ini kemudian menimbulkan kompetisi diantara mereka. Salah satu cara memenangkan atau bertahan dalam kompetisi adalah promosi, yang salah satunya adalah promosi kepada pendengar. Salah satu cara promosi kepada pendengar secara 'on-air' adalah dengan mengudarakan kuis radio, dimana salah satu tujuan dari pengudaraan kuis ini adalah untuk meningkatkan waktu yang dihabiskan oleh pendengar untuk mendengarkan radio. Penelitian ini hendak melihat motivasi keikutsertaan pendengar radio terhadap acara kuis promosi 'on-air', yaitu motivasi keikutsertaan pendengar radio Prambors terhadap kuis FMANIA CASH. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan Uses and Gratifications, dimana khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhannya. Penggunaan media akan berlanjut terus apabila kepuasan yang dicari oleh khalayak tercapai. Dari sudut metodologi penelitian ini bersifat Deskriptif Analitis yakni hanya menggambarkan motivasi keikutsertaan pendengar radio Prambors terhadap kuis FMANIA CASH dengan menganalisisnya berdasarkan variabel-variabel antesedent, serta melihat pola penggunaan media akibat keikutsertaan tersebut serta kepuasan yang diperoleh oleh mereka. Penelitian ini tidak mengukur suatu kekuatan hubungan antar variabel. Sampel penelitian adalah peserta kuis FMANIA CASH berusia 15-25 tahun, yang diambil dengan cara purposive sampling. Motivasi keikutsertaan peserta kuis FMANIA CASH sebagian besar adalah karena hadiah dan permainannya, selain itu juga karena teman, karena selalu menjadi peserta kuis di Prambors dan karena ditelpon oleh pencari data Prambors. Motivasi ini menjadi berbeda berdasarkan variabel-variabel antesedent. Sementara untuk pola penggunaan media, minimal peserta mendengarkan radio Prambors selama 3 hari dalam seminggu, namun untuk setiap harinya, pola mendengarkan radio menjadi tergantung pada aktivitas mereka. Pola penggunaan media ini pun berbeda berdasarkan variabel-variabel antesedent dan motivasi keikutsertaan.