

SKRIPSI

**STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI
DENGAN RADIO SUARA BUMI LASINRANG DALAM MENGEMAS
INFORMASI PUBLIK**



OLEH:

**MURNAWATI
NIM: 19.3100.026**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE
2025 M/1446 H**

**STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI
DENGAN RADIO SUARA BUMI LASINRANG DALAM MENGEMAS
INFORMASI PUBLIK**



OLEH:

MURNAWATI

NIM: 19.3100.026

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab
Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025 M/1446 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Studi Perbandingan Strategi Komunikasi
Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi
Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik

Nama Mahasiswa : Murnawati

Nomor Induk Mahasiswa : 19.3100.026

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah No. B-
1330/In.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Sulvinajayanti, M.I.Kom.

NIP : 198801312015032006

Pembimbing Pendamping : A. Dian Fitriana, M.I.Kom.

NIP : 19900330202212040

(..........)

(..........)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M.Hum.
NIP: 19641231 199203 1 045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Studi Perbandingan Strategi Komunikasi
Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi
Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik

Nama Mahasiswa : Murnawati

Nomor Induk Mahasiswa : 19.3100.026

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah No. B-
1330/In.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2023

Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Sulvinajayanti, M.I.Kom.	(Ketua)	(.....)
A. Dian Fitriana, M.I.Kom.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I	(Anggota)	(.....)
Nining Artianasari Sulaiman, M.Sos.	(Anggota)	(Nining.....)

Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dr. A. Nurkham, M.Hum.^m

NIP: 19641231 199203 1 045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT. berkat rahmat, hidayah, dan karunia-nya sehingga penulis dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyelesaian penelitian skripsi ini, sebagai syarat menyelesaikan program pendidikan pada jenjang Strata 1 (S1) Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat dan salam senantiasa penulis hanturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. sebagai Uswatun Hasanah yang telah membawa umatnya dari kegelapan menuju risalah cahaya kebenaran.

Penulis sangat bersyukur atas segala hasil yang tertuang pada penelitian skripsi ini. Tanpa bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mencapai titik ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Ayahanda ABD. Muin dan Ibunda Nahira yang telah menjadi alasan penulis masih tetap semangat menyelesaikan perkuliahaan di IAIN Parepare. Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari Ibu Sulvinajayanti, M.I.Kom. dan Ibu A. Dian Fitriana, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penelitian skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, MA. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dan sangat berperan penting dalam mengharumkan nama baik kampus IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, menjalankan amanah sebaik-baiknya dan penuh tanggung jawab sehingga menciptakan suasana proses akademik yang lebih baik, nyaman dan kondusif di lingkungan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

3. Ibu Nurhakki, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan program studi menjadi sangat baik serta berbagi ilmu dan wawasan kepada penulis.
4. Bapak Afidatul Asmar, M.Sos. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memotivasi, membantu dan membimbing persoalan-persoalan akademik yang penulis hadapi selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah membimbing dan mengajar mata kuliah dengan penuh keikhlasan. Semoga keikhlasan bapak/ibu dibalas oleh Allah SWT. dengan hal-hal yang jauh lebih baik.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu penulis dari awal kuliah hingga pengurusan berkas penyelesaian studi.
7. Pihak akademik dan perpustakaan IAIN Parepare yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Pihak Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang yang menjadi responden penulis. Terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
9. Teruntuk saudara-saudara penulis terimakasih untuk saling mendukung satu sama lain dan selalu memberikan semangat selama perkuliahan.
10. Sahabat penulis. Uci Syarif, Hanisa, Sakina dan St. Hajar yang penulis anggap seperti saudara sendiri, terima kasih telah menemani perjalanan penulis selama perkuliahan dan tak henti-hentinya menjadi penyemangat dan membantu penulis dalam proses menyelesaikan penelitian skripsi.
11. Kepada saudara Muh. Fadli, penulis ucapkan terimakasih karena telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi.
12. Untuk Nurul Arsy, terimakasih telah menemani penulis selama proses penelitian.
13. Rekan-rekan seperjuangan KPI19, atas kebersamaan, dukungan dan kerjasamanya.

Semoga penelitian skripsi penulis dapat memberikan pencerahan dan manfaat bagi pembaca lainnya. Segala saran yang sifatnya konstruktif demi penyempurnaan penelitian skripsi ini In Syaa Allah akan diterima penulis dengan senang hati

Parepare, 23 Januari 2025

Penulis



Murnawati

NIM: 19.3100.026



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

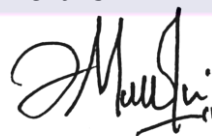
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Murnawati
NIM : 19.3100.026
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Judul Skripsi : Studi Perbandingan Strategi Komunikasi Radio
Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang
dalam Mengemas Informasi Publik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali pendapat atau temuan karya orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan norma-norma pedoman karya tulis ilmiah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Parepare, 23 Januari 2025

Penulis



Murnawati

NIM. 19.3100.026

ABSTRAK

MURNAWATI. Studi Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik (Dibimbing oleh Sulvinajayanti dan A. Dian Fitriana).

Pengemasan informasi adalah proses yang terdiri dari beberapa tahap, termasuk memilih, mendata, mengevaluasi, mensintesa, dan menyajikan informasi dalam bentuk yang mudah dipahami informasinya ataupun media yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah sejauh mana perbandingan strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik.

Penelitian ini menggunakan teori agenda setting. Metode penelitian menggunakan metode komparatif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbandingan pengemasan informasi publik antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil uji *Independent Sample T-Test* dari segi identifikasi kebutuhan audiens, pengambilan dan pemilihan sumber informasi, pengemasan informasi, penentuan sasaran audiens, dan penyebaran informasi. Perolehan nilai rata-rata keseluruhan Radio Peduli sebesar 25,15 dan nilai rata-rata keseluruhan Radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 23,60. Dari hasil penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini terkait strategi Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam meningkatkan kualitas siaran.

Kata Kunci : Informasi Publik; Radio; Strategi Komunikasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori.....	11
C. Kerangka Konseptual	17
D. Kerangka Pikir.....	23
E. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	25

C. Populasi dan Sampel	28
D. Jenis dan Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	30
F. Operasional Variabel.....	31
G. Instrumen Penelitian.....	32
H. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	V

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Operasional Variabel	28
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Subjek X	30
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Subjek Y	30
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Subjek X	32
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Subjek Y	32
Tabel 4.1	Data Frekuensi Keseluruhan Subjek X	34
Tabel 4.2	Data Frekuensi Keseluruhan Subjek Y	34
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Subjek X	35
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Subjek Y	35
Tabel 4.5	Sebelum menyiarkan berita, radio mengemas informasi dengan cara:	36
Tabel 4.6	Melakukan penelitian ke publik terkait kebutuhan informasi sebelum menuliskan dan menyiarkan informasi tersebut	37
Tabel 4.7	Memilih sumber informasi berdasarkan:	38
Tabel 4.8	Bagaimana bentuk format berita radio	39
Tabel 4.9	Bagaimana cara radio mengemas informasi	40

Tabel 4.10	Efek suara dalam mengemas informasi publik	40
Tabel 4.11	Radio menentukan sasaran audiens dengan cara:	41
Tabel 4.12	Radio melakukan pengumpulan data dengan meminta audiens untuk mengisi survey harian	42
Tabel 4.13	Berita disampaikan oleh penyiar dengan format:	43
Tabel 4.14	Radio memilih menyebarkan informasi melalui:	43
Tabel 4.15	<i>Group Statistic Learnability</i>	45
Tabel 4.16	<i>Group Statistic Learnability</i>	46
Tabel 4.17	<i>Group Statistic Learnability</i>	47
Tabel 4.18	<i>Group Statistic Learnability</i>	48
Tabel 4.19	<i>Group Statistic Learnability</i>	49

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pikir	22
Gambar 4.1	Olah Data SPSS 30, 2024	45
Gambar 4.2	Olah Data SPSS 30, 2024	46
Gambar 4.3	Olah Data SPSS 30, 2024	47
Gambar 4.4	Olah Data SPSS 30, 2024	48
Gambar 4.5	Olah Data SPSS 30, 2024	49
Gambar 4.6	Logo Radio Peduli Parepare	51
Gambar 4.7	Logo Radio Suara Bumi Lasinrang Pinrang	52

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Kuesioner/Angket Penelitian	VI
2	<i>Cooding Book</i> Penelitian	XI
3	<i>Cooding Sheet</i> Penelitian	XIV
4	Lampiran R Tabel	XV
5	Lampiran T Tabel	XVI
6	Uji Validitas	XVII
7	Uji Reliabilitas	XVIII
8	Uji Hipotesis	XX
9	Lampiran Surat Persetujuan Pembimbing	XXIII
10	Lampiran Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas	XXIV
11	Lampiran Surat Izin Penelitian dari Daerah Meneliti	XXVI
12	Lampiran Surat Selesai Melakukan Penelitian	XXVIII
13	Dokumentasi	XXX

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Pasal 14 (1) Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Lembaga penyiaran publik merupakan badan hukum yang didirikan oleh negara dan berfungsi untuk menyediakan layanan yang bersifat independen, netral, tidak komersial.¹

Radio Publik sebagai penyiaran publik memiliki peran strategis dalam membuka akses masyarakat ke berbagai informasi publik dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menyelesaikan masalah-masalah publik. Bagi negara-negara berkembang, penyiaran publik dapat berfungsi sebagai katalisator untuk memperluas akses masyarakat terhadap pendidikan dan budaya, meningkatkan pengetahuan, serta memfasilitasi interaksi sosial antar masyarakat. Televisi dan radio adalah alat komunikasi utama bagi kebanyakan penduduk dunia, sehingga UNESCO akhirnya berkomitmen mendukung kehadiran penyiaran publik dan menjaga program acaranya untuk melayani kebutuhan masyarakat bukan sebagai konsumen tetapi sebagai warga, dengan memperkuat masyarakat sipil dan menjangkau seluruh masyarakat untuk mendorong integrasi sosial.² UNESCO berupaya meningkatkan peran penyiaran publik sebagai sumber informasi dan pengetahuan yang unik dan universal, melalui program-program yang beragam dan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan, kepentingan, dan aspirasi masyarakat secara luas.³

Setiap daerah tentu memiliki Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL). LPPL adalah lembaga penyiaran publik tingkat lokal yang tidak dimiliki atau dijalankan oleh TVRI atau RRI. LPPL adalah lembaga penyiaran di bawah naungan pemerintah di daerah kota/kabupaten, dengan tujuan memberikan layanan informasi, pendidikan,

¹ Harliantara, *Radio Indonesia: Dulu, Kini, Dan Nanti* (Jakarta Selatan: Bayu Mandiri, 2022).

² Rochmad Effendy, "Mengurai Potensi Ruang Publik Lembaga Penyiaran Publik Dalam Upaya Demokratisasi Masyarakat Lokal, Universitas Malang, 2014.

³ Liliek Budiastuti Wiratmo, *et al.*, eds., "Model Pengembangan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Di Jawa Tengah", Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang 2016.

kontrol dan perekat sosial dan budaya, hiburan yang sehat, serta demi kepentingan semua masyarakat melalui penyelenggaraan siaran daerah yang menjangkau keseluruhan wilayah daerahnya.⁴ Stasiun penyiaran ini dapat ditempatkan di lokasi tertentu dengan jangkauan siaran yang terbatas. LPPL biasanya terletak di kabupaten, kota, hingga provinsi yang tidak terdapat stasiun RRI dan/atau TVRI.

Sebelum masa Reformasi, beberapa stasiun radio dikelola oleh pemerintah daerah kabupaten atau kota, yang dikenal sebagai Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD). Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 melakukan perubahan status media pemerintah menjadi media publik, serta memungkinkan pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di tingkat provinsi, kota, atau kabupaten.⁵

Di Sulawesi Selatan, terdapat beberapa daerah yang mendirikan stasiun radio LPPL, salah satunya yaitu Radio Peduli di Kota Parepare dan Radio Suara Bumi Lasinrang di Kabupaten Pinrang. Radio Peduli merupakan radio LPPL yang berlokasi di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare, dengan spektrum frekuensi 96,6 FM. LPPL diharapkan memberikan konten siaran yang berkualitas, dengan tetap mengutamakan konten informasi serta kearifan lokal di daerah masing-masing. Sebagai media penyiaran milik pemerintah yang telah diamanatkan oleh Undang-Undang, kedua stasiun radio tersebut tentu saja mempunyai peran penting utamanya dalam menyampaikan informasi publik di wilayahnya. Media tersebut harus menjadi sarana yang dapat menyampaikan dan menginformasikan berita dan isu-isu yang muncul di tengah masyarakat. Hal tersebut diharapkan agar dapat mencegah adanya informasi hoax yang dapat menimbulkan keresahan bagi masyarakat. Sedangkan Radio Suara Bumi Lasinrang (SBL) merupakan radio milik pemerintah Kabupaten Pinrang yang menjadi pusat informasi, hiburan, dan edukasi. Sebagai Penyiaran Publik Lokal (LPPL), stasiun ini fokus pada berbagai genre musik

⁴ Asirotul Mahfudhoh, "Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Lumajang Kabupaten Lumajang Tahun 2021", Digital Library UINKHAS Jember, (2022).

⁵ Lembaga Penyiaran Publik, (Wikipedia, 2023) <https://id.m.wikipedia.org/> (18 Januari 2024).

dan program-program interaktif. Dengan slogannya “Wadah informasi, hiburan, dan edukasi” SBL mengajak pendengar berpartisipasi aktif. Sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, stasiun ini menyebarkan informasi pemerintah daerah dan mendukung partisipasi masyarakat. Tetap independen dan non-komersial, SBL berperan sebagai agen pendidikan, memberikan kontribusi vital dalam pembangunan lokal dan komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat.⁶

Dalam proses penyampaian informasi, setiap stasiun radio tentunya mempunyai strategi tertentu, utamanya dalam mengemas informasi sebelum kemudian disebarkan ke masyarakat. Pengemasan informasi adalah suatu proses yang meliputi pemilihan, pengumpulan, analisis, dan sintesis informasi dari berbagai sumber, kemudian menyajikannya dalam bentuk yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pengguna. Pengemasan informasi membuat proses penyebaran dan temu kembali informasi lebih mudah.⁷ Menurut Alan Bunch, pengemasan informasi adalah suatu cara untuk memfasilitasi akses informasi, yang meliputi pemilihan informasi yang relevan, pengolahan ulang informasi menjadi format yang mudah dimengerti, pengemasan informasi, dan penyajian informasi tersebut dalam media yang tepat untuk digunakan oleh masyarakat. Dengan demikian, istilah "pengemasan" menggabungkan dua gagasan yang sudah ada. Pemahaman ini menunjukkan bahwa pengemasan informasi adalah proses yang terdiri dari beberapa tahap, termasuk memilih, mendata, mengevaluasi, mensintesa, dan menyajikan informasi dalam bentuk yang mudah dipahami informasinya ataupun media yang digunakan. Menurut Lisda dan Ramatun, tujuan pengemasan informasi yakni mengumpulkan informasi dari beberapa sumber dan menampilkannya dalam format yang berbeda, terkadang dalam kemasan berbeda, untuk melengkapi pekerjaan pemakai. Hal tersebut membuktikan bahwa kegiatan pengemasan informasi memiliki peran yang bisa

⁶ Profil Radio SBL, (Suara Bumi Lasinrang, 2024), <https://sbl.pinrangkab.go.id/>, (23 Februari 2024).

⁷ Mulida Djamarin, S. Sos., “Pengemasan Informasi”, Universitas Negeri Padang, (2016).

membantu pengguna menyelesaikan tugas mereka atau menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.⁸

Pengemasan informasi harus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik pengguna, sehingga informasi yang disajikan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Prinsip utama pengemasan informasi melibatkan pengumpulan dan pengolahan informasi dari berbagai sumber, kemudian menganalisis dan menyajikan informasi yang relevan. Dalam menentukan topik, perlu dilakukan pengumpulan ide dan masukan dari pengguna untuk memastikan informasi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Agar pengemasan informasi efektif, pengemas informasi harus memperhatikan beberapa prinsip, yaitu: akurasi dan logika, relevansi dan kegunaan, kelengkapan, kejelasan, kesingkatan, keterbukaan, dan manfaat bagi tujuan yang ingin dicapai. Beragam metode digunakan untuk menyampaikan informasi yang dikemas dengan bahasa yang efektif kepada masyarakat. Informasi yang berkualitas adalah informasi yang mudah diakses dan memenuhi kebutuhan mereka yang mencarinya.⁹

Sebagai media penyiaran milik pemerintah, keberadaan radio publik tentunya mempunyai tugas penting utamanya dalam menyampaikan isu-isu dan berita yang berkembang di masyarakat serta mencegah informasi palsu atau hoax. Selain itu, radio Publik juga berperan untuk mencegah informasi palsu atau hoax yang beredar. Sebagai contoh yang terjadi pada tahun 2020 lalu tentang Covid-19. Berbagai reaksi terlihat dari lapisan masyarakat, seperti ketakutan konsumsi kebutuhan pokok dan *hand sanitizer*. Penyampaian informasi yang salah, berlebihan, dan kurang lengkap menimbulkan kepanikan yang sangat besar di masyarakat. Media cetak, elektronik, dan internet menjadi lebih terkenal karena pandemi Covid-19. Semua media berlomba-lomba memberitakan virus korona. Salah satu platform yang paling mudah diakses oleh pengguna internet adalah media sosial. Hal tersebut didukung oleh

⁸ Rosiana Nurwa Indah, “Kompetensi Kemas Ulang Informasi Pustakawan Dalam Menghadapi Masyarakat Informasi (Information Society),” *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* 5, no. 2 (2016).

⁹ Nanda Faizah, “Pentingnya Pengemasan Suatu Informasi”, (Kompasiana, 2019), <https://www.kompasiana.com>, (10 September 2024).

perilaku masyarakat terhadap berita, yang biasanya tidak selektif dan instan. Informasi yang benar dan salah menjadi bias karena banyaknya informasi yang berasal dari berbagai saluran media, mengakibatkan masyarakat bingung tentang media mana yang dapat dipercaya untuk mendapatkan informasi. Para penyebar berita bohong ini benar-benar menyadari bahwa mereka beroperasi dengan modus ekonomi sebagai salah satu tujuan mereka. Informasi palsu atau bohong itulah yang disebut dengan hoax. Hoax tersebar dengan mudah melalui jejaring sosial. Hoaks tersebar dengan cepat melalui jejaring sosial yang tidak terkendali. Semua orang terlibat dalam rantai penyebaran hoax dengan cepat. Hoax dalam kasus Covid-19 dapat menimbulkan persepsi masyarakat bahwa pemerintah lamban dan mengabaikan masalah. Selain itu, hoax tentang angsuran bank, libur karyawan, dan obat yang diyakini dapat melawan virus korona juga muncul. Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) melaporkan bahwa pada April 2019, ditemukan 486 hoaks, dengan 209 hoax bersifat politis.¹⁰ Kualitas reproduksi hoax biasanya meningkat menjelang peristiwa politik seperti pemilu daerah, pemilu legislatif, dan peristiwa besar seperti wabah atau bencana.

Hoax menyebar jauh lebih cepat daripada jangkauan penyiaran konvensional. Sifat masif dan cepatnya memungkinkan hoax dapat dipercaya dan diterima oleh khalayak luas. Misalnya, hoax *lockdown* yang dilaksanakan oleh pemerintah Republik Rakyat Tiongkok menyebabkan *panic buying*, utamanya kalangan masyarakat menengah atas. Dimasa ini, hoax berkembang bagaikan virus yang menjadi penyakit dan menyebar sehingga melemahkan media penyiaran hingga akhirnya mengubah cara berpikir masyarakat. Selain media sosial, hoax juga tersebar dengan cepat melalui pesan instan dari grup Whatsapp. Hal ini sangat berbahaya karena aplikasi whatsapp telah banyak digunakan oleh pengguna ponsel.

¹⁰, Ari Yusmindarsih, S.S, M.I.Kom, Radio Bisa Berperan Menangkal Informasi Hoax terkait Covid-19, (Radio Streaming Provinsi Maluku, 2020), <https://radio.malukuprov.go.id/>, (24 Februari 2024)

Sumber daya manusia (SDM) penyiaran harus menyajikan informasi tentang Covid-19 yang akurat, menarik, dan tidak menimbulkan kepanikan. Mengingat radio memiliki kedekatan dengan pendengarnya, maka radio harus dapat membangun kembali kepercayaan masyarakat melalui penyajian data dan fakta yang dapat dipercaya. Hal tersebut dikemukakan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6, yang menyatakan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصَحِّحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ لَدْخِيمٍ ٦

Terjemahannya: *“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”*.¹¹

Dari penjelasan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk meneliti strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik. Dimana kedua stasiun radio tersebut merupakan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di wilayah masing-masing. Peneliti memilih Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang karena syarat penelitian komparatif (perbandingan) adalah memiliki kesamaan yang cukup. Dalam hal ini, kedua radio mempunyai kesamaan yakni merupakan Lembaga Penyiaran Publik Lokal. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menelaah perbandingan strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik dengan berdasar pada tahapan pengemasan informasi menurut Djamarin (2016) yakni, Identifikasi kebutuhan audiens, pengambilan dan pemilihan sumber informasi, pengemasan informasi, penentuan sasaran, dan penyebaran informasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang penelitian, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

¹¹ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.

1. Sejauh mana perbandingan **identifikasi kebutuhan audiens** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang?
2. Sejauh mana perbandingan **pengambilan dan pemilihan sumber informasi** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang?
3. Sejauh mana perbandingan **pengemasan informasi** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang?
4. Sejauh mana perbandingan **penentuan sasaran** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang?
5. Sejauh mana perbandingan **penyebaran informasi** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui Studi Perbandingan Layanan Informasi Publik pada Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik.

Sedangkan secara khusus, penelitian ini menjawab rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, yaitu:

1. Untuk melihat sejauh mana perbandingan **identifikasi kebutuhan audiens** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang.
2. Untuk melihat sejauh mana perbandingan **pengambilan dan pemilihan sumber informasi** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang.
3. Untuk melihat sejauh mana perbandingan **pengemasan informasi** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang.
4. Untuk melihat sejauh mana perbandingan **penentuan sasaran** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang.
5. Untuk melihat sejauh mana perbandingan **penyebaran informasi** antara Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk kegunaan teoritis dan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memberikan edukasi bagi peneliti selanjutnya. Selain itu, diharapkan bahwa hasil ini akan memberikan sedikit perspektif tentang ilmu komunikasi, khususnya yang menyangkut pengemasan informasi publik serta kajian terkait studi perbandingan radio publik.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam meningkatkan pengemasan informasi. Serta dapat dijadikan sumber informasi, bahan masukan, serta pertimbangan kepada sumber daya radio agar menyajikan program yang bermanfaat dan lebih baik untuk masyarakat di masa mendatang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Peneliti percaya bahwa terdapat kemungkinan skripsi ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan skripsi peneliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini ialah:

Pertama, penelitian terdahulu dengan judul “Strategi Pengemasan Program Radio dalam Memenuhi Kebutuhan Sumber Informasi serta Hiburan Masyarakat di Era Digital (Studi Kasus pada Program “Happy Pagi” sebagai Program Unggulan di Urban 106,3 FM Radio Bandung)” disusun oleh Maheswara Sulistyo Utomo dan Adrio Kusmareza Adim mahasiswa Universitas Telkom Indonesia pada tahun 2023. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode pengemasan program untuk menjadi sumber informasi dan hiburan di era digital. Studi kasus kualitatif dengan paradigma konstruktivisme digunakan sebagai metodologi penelitian, dan metode pengumpulan data yang digunakan termasuk observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai konten dalam program radio "Happy Pagi" dapat memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Program tersebut menjadi program unggulan di Urban Radio karena keterlibatannya dalam sosial media dan peran penyiarannya dalam menyediakan program kepada komunitas tertentu.¹² Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni tujuan dari penelitian terdahulu yaitu untuk mengetahui strategi pengemasan program radio yang kemudian akan menjadi sumber informasi, sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu melihat perbandingan strategi pengemasan informasi publik dari kedua radio. Selain itu, jenis penelitian terdahulu menggunakan penelitian studi kasus kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif komparatif.

¹² Maheswara Sulistyo Utomo dan Adrio Kusmareza Adim, “Strategi Pengemasan Program Radio Dalam Memenuhi Kebutuhan Sumber Informasi Serta Hiburan Masyarakat Di Era Digital,” *EProceedings of Management* 10, no. 6 (2023).

Kedua, penelitian terdahulu yang berjudul “Perbandingan LK Channel Dengan Literacy News Dalam Mengemas Informasi Melalui Via Youtube” disusun oleh Hajra *et. al*, mahasiswa IAIN Parepare dan IAIN Palopo pada tahun 2023. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan desain penelitian deskriptif komparatif. Variabel X adalah LK Channel dan variabel Y adalah Literacy News. Ada persamaan dan perbedaan dalam pengemasan informasi LK Channel dan Literacy News. Banyak pilihan jawaban netral (79% dan 56%, masing-masing) dan persamaan jawaban menunjukkan ketidakpuasan kedua kelompok dengan ketepatan waktu penyajian informasi. Pengemasan informasi melalui YouTube LK Channel memiliki nilai akumulatif yang lebih tinggi dibandingkan Literacy News.¹³ Dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini mempunyai persamaan jenis penelitian yakni pendekatan kuantitatif jenis komparatif. Penelitian terdahulu membahas tentang perbandingan kepuasan penyajian informasi via youtube antara LK Channel dengan Literacy News sedangkan penelitian ini membahas mengenai perbandingan strategi pengemasan informasi publik antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang.

Ketiga, penelitian terdahulu yang berjudul “Elaborasi Kreatif Multimedia Flip Book untuk Pengemasan Informasi, Promosidan Edukasi pada Digital Library” disusun oleh Zurweni, *et al.*, eds. mahasiswa Universitas Jambi pada tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mendapatkan perspektif baru tentang pengemasan informasi dan pengembangan layanan Perpustakaan Universitas Jambi dengan menggunakan aplikasi *Flip Book* inovatif. Aplikasi ini memungkinkan proses elaborasi yang dapat diakses secara *online* dan *offline*. Menggabungkan gambar, tulisan, dan warna dengan media lain untuk membuatnya lebih menarik bagi pemustaka yang berbasis usaha. Dengan menggunakan *Flip Book Builder* dan ID Model Multimedia ASSURE, penelitian dan pengembangan ini mengembangkan media untuk promosi dan informasi. Melalui tampilan promosi online yang lebih

¹³ Hajra *et. al*, eds., “Perbandingan LK Channel Dengan Literacy News Dalam Mengemas Informasi Melalui Via Youtube”, IAIN Parepare dan IAIN Palopo, (2023).

menarik dan konten yang lebih berkualitas, penelitian ini membantu sistem pelayanan Perpustakaan Universitas Jambi. Hasilnya adalah peningkatan kesadaran pengguna dan masyarakat terhadap UPT Perpustakaan Universitas Jambi. Ini juga merupakan bagian dari upaya UNJA untuk menjadi universitas entrepreneurship kelas dunia yang berbasis agribisnis dan lingkungan. Perpustakaan UPT Universitas Jambi belum memiliki kemampuan untuk mempromosikan perpustakaan secara digital dan menampilkannya secara online selama ini.¹⁴ Penelitian terdahulu bertujuan untuk memperoleh suatu tampilan baru sehubungan pengemasan informasi, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk melihat perbandingan strategi pengemasan informasi publik. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian pengembangan atau *Research & Development*, sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian perbandingan atau komparatif.

B. Tinjauan Teori

Teori adalah suatu sistem yang mengisyaratkan adanya hubungan antar konsep dan akan membantu seseorang dalam memahami sebuah tanda ataupun fenomena.

Teori berperan sebagai sarana untuk mencapai pengetahuan yang sistematis dan terstruktur, serta dapat menjadi pedoman dalam melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Teori Agenda Setting

Konsep Agenda Setting pertama kali dikembangkan oleh Walter Lippman dan Bernard Cohen, kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972. Melalui survei pemilih di Carolina Utara selama pemilihan presiden AS tahun 1968, McCombs dan Shaw menemukan bahwa persepsi masyarakat tentang isu-isu penting sangat dipengaruhi oleh liputan media massa.

¹⁴ Zurweni Zurweni *et. al, eds.*, “Elaborasi Kreatif Multimedia Flip Book Untuk Pengemasan Informasi, Promosi Dan Edukasi Pada Digital Library,” *Journal on Education* 6, no. 4 (2024).

Menurut teori agenda setting, media dapat memengaruhi masyarakat secara signifikan. Khalayak akan menganggap suatu peristiwa penting jika media memberikan tekanan padanya atau memberikan perspektif tertentu.

Teori Agenda Setting mempelajari bagaimana liputan berita media massa mempengaruhi perhatian publik terhadap berbagai isu. Dengan kata lain, teori ini menjelaskan bagaimana media massa menentukan apa yang harus menjadi perhatian masyarakat. Melalui agenda setting, media massa memilih dan menyoroti beberapa topik tertentu, sehingga membuat publik memandangnya sebagai isu yang penting.

Dalam konteks komunikasi, agenda setting merujuk pada kemampuan media massa untuk mentransfer isu-isu penting dari agenda berita mereka ke dalam kesadaran dan perhatian publik, seperti yang diungkapkan oleh Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw. Dengan demikian, media massa dapat membuat suatu hal menjadi penting bagi masyarakat jika menurutnya hal tersebut juga penting. Menurut Bernard C. Cohen, teori agenda setting menyatakan bahwa media massa memiliki peran penting dalam menentukan apa yang dianggap penting oleh publik. Media massa dapat mempengaruhi kesadaran dan perhatian publik dengan mentransfer informasi dan kesadaran tentang isu-isu tertentu, sehingga menentukan agenda publik. Menurut Bernard C. Cohen, media massa (pers) mungkin tidak dapat mempengaruhi apa yang orang pikirkan, tetapi mereka berhasil mempengaruhi apa yang orang pikirkan tentangnya. Menurut Syukur Kholil, agenda setting merupakan fungsi media massa yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat dengan menentukan prioritas isu-isu yang dianggap penting. Teori agenda setting menyoroti peran media massa yang signifikan dalam menentukan isu-isu yang menjadi perhatian masyarakat. Media massa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk topik pembicaraan sehari-hari dan berpotensi mengubah perilaku, gaya hidup, dan sikap masyarakat.

Media memiliki kekuasaan untuk memilih dan menyajikan berita yang menarik bagi publik, berdasarkan nilai berita dan nilai komersialnya. Model agenda setting ini berdasarkan pada asumsi bahwa ada hubungan positif antara cara media memandang suatu isu dan perhatian yang diberikan oleh masyarakat terhadap isu tersebut.

Teori agenda setting adalah salah satu dari banyak teori yang menjelaskan dampak media massa terhadap masyarakat. Teori ini berdiri bersama dengan teori-teori klasik seperti Stimulus-Respon dan SOR (*Stimulus Organisme Response*), serta teori-teori kontemporer seperti *Uses and Gratification*, *Difusi Inovasi*, dan *Spiral of Silence*, serta beberapa teori lainnya yang menjelaskan efek komunikasi massa.¹⁵

Secara teoritis, setiap media memiliki "agenda" yang telah ditentukan sebelumnya. Agenda dan gatekeeping ini mempengaruhi akses kita terhadap berita, informasi, dan hiburan. Dalam teori komunikasi massa, konsep ini dikenal sebagai "*agenda setting theory*". Teori ini menyatakan bahwa media, terutama media berita, tidak selalu berhasil mempengaruhi opini kita, tetapi mereka berhasil menentukan apa yang harus kita perhatikan dan pikirkan.

Secara praktis, Agenda-Setting mempengaruhi pilihan berita yang kemudian membentuk "agenda publik", yaitu isu-isu utama yang menjadi perbincangan masyarakat. Diharapkan, agenda publik ini dapat mempengaruhi "agenda kebijakan" atau "agenda politik" para pembuat kebijakan, sehingga pada akhirnya membentuk kebijakan publik yang efektif.

Menurut Stephen W. Littlejohn, agenda setting beroperasi dalam tiga bagian yakni:

- a. Agenda media harus dibentuk dan diformat dengan tepat. Namun, hal ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana agenda tersebut awalnya terbentuk.

¹⁵ Elfi Yanti Ritonga, "Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018).

- b. Agenda media seringkali berinteraksi dan mempengaruhi agenda publik, sehingga memunculkan pertanyaan tentang sejauh mana media dapat membentuk opini publik dan bagaimana publik merespons pengaruh tersebut.
- c. Agenda publik berdampak pada agenda kebijakan, yang merupakan proses pembentukan kebijakan publik yang dianggap penting dan bermanfaat bagi masyarakat dan individu.

Proses agenda setting terbagi menjadi 3 yaitu:

- a. *Public agenda setting*: Agenda Publik meneliti bagaimana konten media massa mempengaruhi opini publik.
- b. *Media agenda setting*: Agenda Setting media sendiri adalah studi yang menekankan konten media dan bagaimana media memilih dan menekankan masalah.
- c. *Policy agenda setting*: Agenda kebijakan membahas hubungan antara pendapat publik tentang kebijakan elit, keputusan, dan tindakan yang diambil.

Ada dua asumsi dasar tentang teori ini. Pertama yaitu bahwa media mengubah dan menyaring sesuatu yang dilihat, bukan hanya menceritakan kepada audiens. Salah satu contohnya adalah Menampilkan berita yang sensasional atau kontroversial di bagian utama siaran, daripada berita yang lebih penting atau berdampak luas, seperti peringatan badai atau perubahan kebijakan pajak yang akan berlaku. Menurut asumsi kedua, kemungkinan publik menganggap suatu isu lebih penting sebanding dengan jumlah perhatian media yang diberikan kepadanya. Cara lain untuk memahaminya adalah bahwa media massa tidak mempengaruhi opini atau emosi kita tentang suatu isu, melainkan menentukan isu mana yang harus kita perhatikan dan pertimbangkan.

Teori agenda setting memiliki dampak yang signifikan secara ilmiah dan psikologis. Semakin sering suatu isu diberitakan di media, semakin kuat isu

tersebut tertanam dalam memori orang, bahkan jika isu tersebut tidak secara langsung mempengaruhi mereka atau dianggap sebagai masalah utama.

Berikut beberapa contoh agenda yang dapat dibentuk oleh media massa, antara lain:

- a. Apa yang perlu menjadi perhatian atau fokus masyarakat.
- b. Menentukan informasi mana yang dianggap faktual dan dapat dipercaya oleh masyarakat.
- c. Menentukan solusi atau cara penyelesaian untuk suatu permasalahan.
- d. Menentukan prioritas atau fokus perhatian masyarakat terhadap suatu isu atau masalah tertentu.
- e. Menentukan informasi apa yang perlu diketahui oleh masyarakat dan tindakan apa yang perlu mereka lakukan.¹⁶

Berikut ini terdapat Tahapan Agenda Setting, diantaranya:

- a. *First-Level Agenda Setting* (Agenda Setting Primer)

Pada tahapan ini, masalah tertentu disorot oleh media yang membuat masyarakat merasa masalah tersebut penting. Ini terkait dengan frekuensi dan volume liputan media tentang suatu masalah.

- b. *Second-Level Agenda Setting* (Agenda Setting Sekunder)

Pada tahap ini, perhatian lebih diberikan pada aspek khusus dari masalah yang dibahas. Media tidak hanya menentukan masalah mana yang penting, tetapi juga menentukan cara masalah tersebut dipahami. Misalnya, ketika media menyiarkan tentang perubahan iklim, media dapat memilih untuk menekankan elemen tertentu, seperti dampak ekonomi atau

¹⁶ Erwan Efendi *et al.*, "Teori Agenda Setting," *Junral Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023).

lingkungan. Tindakan ini pada gilirannya memengaruhi cara masyarakat melihat masalah tersebut.¹⁷

Keunggulan teori agenda setting adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan media mengajarkan masyarakat bukan saja tentang masalah masyarakat dan hal-hal lainnya, tetapi juga tentang seberapa penting suatu masalah dalam penegasan yang disampaikan oleh media. Dalam situasi ini, media tampaknya menyusun "acara" yang berkaitan dengan kampanye.
- b. Agenda setting telah membangkitkan kembali minat peneliti pada efek komunikasi massa. Ini disebabkan oleh fakta bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk mengubah cara orang berpikir, yang merupakan efek komunikasi massa yang paling signifikan, karena media memiliki kemampuan untuk menyusun dunia kita.

Kelemahan teori agenda setting adalah:

- a. Sebagian besar berita cenderung memenuhi kepentingan pemilik modal. Misalnya, beberapa stasiun TV seperti TV ONE dan Metro TV masih menampilkan kesan kuat dari kampanye pemilihan presiden 2014. Hal ini berdampak signifikan pada masyarakat, yang cenderung menolak menonton saluran yang tidak sesuai dengan kepentingan mereka, mirip dengan cara mereka menanggapi media cetak.
- b. Teori agenda setting ini juga mirip dengan pengadilan. Karena teori ini percaya bahwa apa yang mereka katakan benar, meskipun mungkin tidak benar karena prosesnya tidak menggunakan istilah konfirmasi, melainkan hanya mendengar dari sepihak. Namun, media harus bersikap netral saat

¹⁷ Adhimurti Citra Amalia, "Teori Agenda Setting dan Framing dalam Media Relations", (Binus University, 2020), <https://binus.ac.id/>, (26 Desember 2024).

menyampaikan informasi agar tidak menyebabkan kesalahan kebijakan atau keputusan.¹⁸

C. Kerangka Konseptual

1. Komunikasi massa

Menurut Gerbner (1967), komunikasi massa didefinisikan sebagai proses produksi dan distribusi pesan secara terus-menerus melalui teknologi dan lembaga, yang kemudian diakses oleh masyarakat luas di negara-negara industri. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Massa memproduksi dan mendistribusikan pesan komunikasi secara terus-menerus kepada masyarakat luas dalam jangka waktu tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan. Proses penciptaan pesan dalam komunikasi massa memerlukan lembaga dan teknik khusus, sehingga aktivitas ini umumnya dilakukan oleh masyarakat industri. Sementara itu, menurut Bittner, komunikasi massa didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan kepada sejumlah besar orang melalui saluran media massa. Dari pernyataan tersebut, jelas bahwa komunikasi massa harus melibatkan penggunaan media massa. Artinya, meskipun suatu pesan disampaikan kepada ribuan orang dalam suatu pertemuan besar, namun jika tidak menggunakan media massa, maka komunikasi tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai komunikasi massa. Contoh sarana komunikasi yang digolongkan sebagai media massa meliputi media elektronik seperti radio dan televisi, media cetak seperti koran dan majalah, serta media film.¹⁹

Menurut Kamus Komunikasi, media massa yaitu “sarana penyampaian pesan-pesan penting secara langsung kepada masyarakat luas, seperti radio, televisi, dan surat kabar”. Media merupakan sarana atau alat komunikasi yang

¹⁸ Ritonga, “Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi.” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018).

¹⁹ Elvinaro Ardianto, *et al.*, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Edisi Revisi), (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hal. 3.

digunakan dalam penyampaian pesan dari suatu medium kepada khalayak, adapun pengertian media massa yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari suatu sumber kepada khalayak yang menggunakan alat komunikasi yakni surat, berita, film, televisi dan radio. Media merupakan bentuk jamak dari medium yang artinya “perantara” atau “tengah”, sedangkan massa berasal dari bahasa Inggris “*mass*” artinya “kumpulan” atau “kelompok”. Oleh karena itu, media massa merupakan alat atau sarana komunikasi yang digunakan oleh massa untuk menjalin hubungan antar satu sama lain.²⁰

a. Radio

Penyiaran Radio merupakan suatu media komunikasi massa yang menyampaikan informasi berbentuk audio (suara) dengan program yang teratur dan berkesinambungan. Dengan demikian, pendengar berada dalam kondisi mental yang pasif dan sangat bergantung pada kejelasan pesan yang disampaikan oleh penyiar. Selain itu, radio adalah teknologi yang memanfaatkan gelombang elektromagnetik untuk mengirimkan sinyal. Oleh karena itu, istilah “radio” memiliki dua aspek fisik yang saling terkait dan tidak bisa dipisahkan.

Radio sebagai media massa mempunyai beberapa karakteristik, antara lain; (1) *Publisitas*: yakni disebarluaskan kepada publik. Semua orang dapat mendengar radio, tidak ada batasan untuk siapa yang dapat atau tidak dapat mendengarkannya. (2) *Universalitas*: Pesannya mencakup semua peristiwa dan aspek kehidupan dari berbagai tempat, dan juga berkaitan dengan kepentingan umum karena pendengar dan sasarannya merupakan orang banyak. (3) *Periodisitas*: Istilah “siaran radio” mengacu pada siaran yang konsisten dan berkala, seperti setiap hari atau seminggu sekali. Misalnya, siaran radio 19 jam sehari, dari pukul 05.00-24.00. (4) *Kontinuitas*: yaitu,

²⁰ Tere, Komunikasi: Pengertian Media Massa dan Karakteristiknya Sebagai Sarana Komunikasi, (Gramedia Blog, 2021), <https://www.gramedia.com/>, (17 Oktober 2023)

siaran radio terus menerus atau berkesinambungan berdasarkan periode atau jadwal mengudara. (5) *Aktualitas*: yaitu, siaran radio mengandung berita terbaru, seperti informasi tentang peristiwa terbaru, tips, dan lainnya.²¹

Lembaga Penyiaran Radio mempunyai berbagai macam jenis, diantaranya:

1) Lembaga Penyiaran Publik (LPP)

LPP (Lembaga Penyiaran Publik) adalah lembaga penyiaran negara yang beroperasi secara independen, non-komersial, dan berfokus pada pelayanan publik. LPP terdiri dari tiga komponen, yaitu RRI, TVRI, dan LPP Lokal yang tersebar di berbagai provinsi, kabupaten, dan kota. Siaran LPP dapat diakses secara gratis melalui sistem terestrial. Dengan jaringan stasiun penyiaran lokal yang luas, LPP berhasil menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

2) Lembaga Penyiaran Swasta (LPS)

Lembaga penyiaran ini didirikan oleh badan hukum Indonesia untuk tujuan penyiaran radio atau televisi secara komersial. Sistem terestrial yang digunakan memungkinkan siaran gratis, serta memungkinkan penyiaran berjangkauan dengan anggota Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) lainnya di berbagai lokasi.

3) Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB)

Organisasi penyiaran ini didirikan oleh badan hukum Indonesia untuk menyediakan layanan penyiaran berbayar dengan tujuan komersial. Dengan beragam program siaran yang ditawarkan, organisasi ini dapat menyiarkan konten melalui satelit, kabel, atau jaringan terestrial kepada pelanggannya.

²¹ Riswandi, Dasar-dasar Penyiaran, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, hal.2-3

4) Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK)

Lembaga penyiaran komunitas beroperasi secara mandiri, non-komersial, dan berfokus pada pelayanan kepada masyarakat sekitarnya. Umumnya, lembaga ini menyiarkan konten secara gratis melalui sistem terestrial dengan cakupan siaran yang relatif terbatas.²²

2. Pengemasan Informasi

Pengemasan informasi membuat proses penyebaran dan temu kembali informasi lebih mudah.²³ Menurut Djatin dan Hartinah, Pengemasan informasi adalah proses yang meliputi pengumpulan data dari berbagai sumber, seleksi informasi yang relevan, analisis, sintesis, dan penyajian informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pengguna.

Alan Bunch berpendapat Pengemasan informasi merupakan suatu pendekatan yang membantu individu mengelola informasi dengan efektif. Layanan informasi ini meliputi pemilihan informasi yang relevan, pengolahan informasi menjadi format yang mudah dipahami, pengemasan informasi, dan perancangan informasi tersebut dalam media yang tepat untuk digunakan oleh masyarakat. Dengan demikian, konsep pengemasan informasi menggabungkan dua gagasan yang kuat tentang layanan informasi. Berdasarkan kedua definisi tersebut, pengemasan informasi adalah proses yang terdiri dari berbagai langkah, diantaranya memilih, mendata, mengevaluasi, mensintesa, dan menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam format yang mudah dipahami, baik untuk konten maupun media yang digunakan.

Menurut Lisda dan Ramatun, pengemasan informasi bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber dan menyajikannya dalam format

²² Kannia Nur Haida Komara, “Menenal 4 Jenis Lembaga Penyiaran di TV dan Radio Indonesia, Apa Saja?”, *Pikiran Rakyat*, <https://www.pikiran-rakyat.com/>, (26 Januari 2025).

²³ Intan Deska Purnama Sari, *et., al., eds.* “Peran Teknologi dalam Pengemasan Informasi di Perpustakaan”, UIN Raden Fatah Palembang, (2019).

yang berbeda, terkadang dalam kemasan yang berbeda untuk membantu pekerjaan pemakai. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengemasan informasi memiliki peran yang bisa membantu pengguna menyelesaikan tugas mereka atau menawarkan solusi untuk masalah yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.²⁴

Dalam pengemasan informasi, ada beberapa tahapan menurut Djamarin:

- a. Menentukan kebutuhan pengguna
- b. Mengumpulkan informasi dan memilih sumbernya
- c. Mengemas informasi
- d. Menentukan sasaran pengguna, bentuk kemasan, dan jadwal dan biaya
- e. Menentukan strategi untuk menemukan jenis sumber informasi yang bisa membantu menemukan informasi yang dibutuhkan
- f. Menentukan metode dan sistem untuk menyebarkan kemasan informasi yang sudah jadi
- g. Mengirimkan informasi dalam bentuk tercetak dan basis data ke disket, CD-R/RW, CD-ROM, flash disk, atau USB untuk distribusi
- h. Menyebarkan, mendistribusikan, mendesiminasikan, dan memasarkan kemasan informasi melalui promosi dan pendidikan konsumen
- i. Mengevaluasi proses pembuatan dan produk.²⁵

Berdasarkan tahapan pengemasan informasi menurut Djamarin, dalam penelitian ini penulis menggunakan lima tahapan untuk mengemas informasi publik, yakni:

- a. Mengidentifikasi Kebutuhan Pengguna

Sebelum melakukan penelusuran informasi, perlu diidentifikasi kebutuhan pengguna, yaitu aktivitas yang mencari, mengumpulkan, meneliti, dan

²⁴ Rosiana Nurwa Indah, "Kompetensi Kemas Ulang Informasi Pustakawan Dalam Menghadapi Masyarakat Informasi (Information Society)". Pascasarjana UIN Sunan kalijaga (2016)"

²⁵ Widya Putri dan Desriyeni, "Kemas Ulang Informasi Songket Pandai Sikek Minangkabau," *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 8, no. 1 (2019).

menemukan masalah pengguna dalam penelusuran informasi. Hal tersebut bisa ditemukan melalui survey lapangan.²⁶

b. Pengambilan dan Pemilihan Sumber Informasi

Setelah mengidentifikasi kebutuhan pengguna, langkah selanjutnya yaitu mendapatkan informasi yang diperlukan. Untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh benar, media harus memilih sumber yang tepat, seperti internet, perpustakaan, dan ahli atau pakar.²⁷

c. Pengemasan Informasi

Setelah informasi dikumpulkan, langkah berikutnya adalah mengemas informasi. Nilai informasi yang dikemas sangat penting dalam pengemas informasi. Semua orang yang bekerja sebagai pengemas informasi harus tahu apa yang akan dikemas, apa bentuk kemasan, dan bagaimana mengemasnya. Sesuaikan kembali informasi dengan menggabungkannya ke dalam format dan bentuk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.²⁸

d. Penentuan Sasaran Audiens

Dalam pengemasan informasi, sasaran pengguna harus jelas. Seperti bentuk kemasan, membuat jadwal, dan merancang biaya.

e. Penyebaran Informasi

Mendistribusikan, menyebarkan, mendiseminasikan, memasarkan kemasan informasi dalam bentuk paket atau lembar informasi untuk promosi dan edukasi pengguna. Ini dapat dilakukan baik secara langsung (secara pribadi, langsung ke rumah), melalui telepon, melalui surat, pos, email, faksimil, dan berbagai media lainnya.²⁹

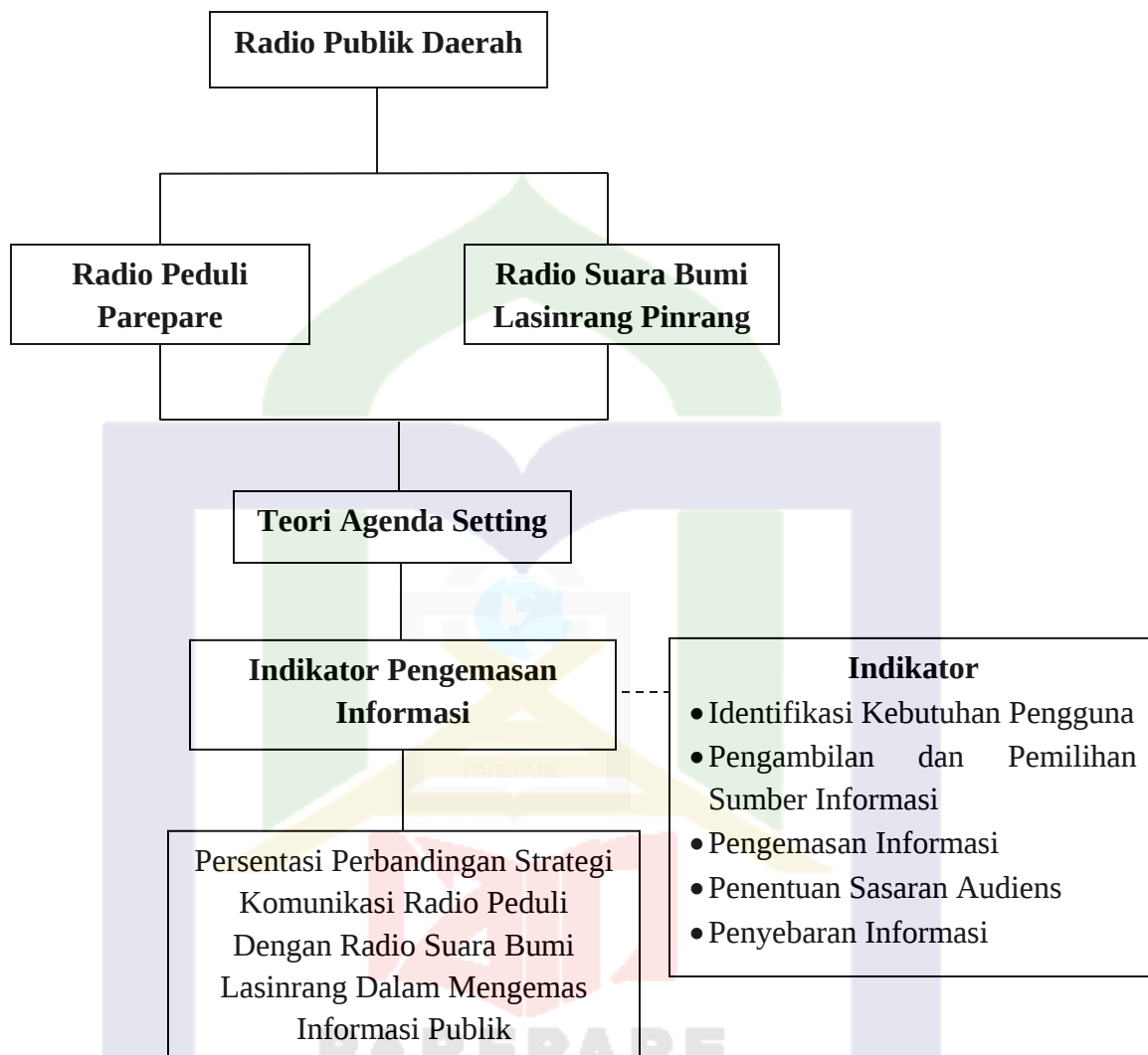
²⁶ Endricke Aditya Irwan dan Malta Nelisa, "Kemas Ulang Informasi Budidaya Jamur Tiram Nagari Sungai Buluh Kabupaten Padang Pariaman," *Jurnal Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 5, no. 1 (2017).

²⁷ Widya Putri and Desriyeni, "Kemas Ulang Informasi Songket Pandai Sikek Minangkabau." *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 8, no. 1 (2019).

²⁸ Endricke Aditya Irwan dan Malta Nelisa, "Kemas Ulang Informasi Budidaya Jamur Tiram Nagari Sungai Buluh Kabupaten Padang Pariaman," *Jurnal Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 5, no. 1 (2017)."

²⁹ Mulida Djamarin, S. Sos., "Pengemasan Informasi", Universitas Negeri Padang, (2016).

D. Kerangka Pikir



Gambar 2.1: Bagan Kerangka Pikir

E. Hipotesis

Tujuan uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan gagasan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan di antara dua sampel mean yang dipilih secara random dari populasi yang sama. Pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS adalah *Independent Sample T Test*. Hipotesis pada rumusan masalah yaitu:

1. **H0:** Tidak terdapat perbedaan mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
H1: Terdapat perbedaan mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
2. **H0:** Tidak terdapat perbedaan pengambilan dan pemilihan sumber informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
H1: Terdapat perbedaan pengambilan dan pemilihan sumber informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
3. **H0:** Tidak terdapat perbedaan pengemasan informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
H1: Terdapat perbedaan pengemasan informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
4. **H0:** Tidak terdapat perbedaan penentuan sasaran audiens dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
H1: Terdapat perbedaan penentuan sasaran audiens dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
5. **H0:** Tidak terdapat perbedaan penyebaran informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.
H1: Terdapat perbedaan penyebaran informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yakni kuantitatif yang merupakan sebuah cara untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan memecahkan masalah dengan sistematis dan data yang dikumpulkan berupa rangkaian angka-angka. Pada dasarnya, penelitian kuantitatif mencakup penentuan pemilihan subjek, sumber informasi didapatkan, teknik yang digunakan saat mengumpulkan data hingga bagaimana perlakuan terhadap penelitiannya. Peneliti menggunakan jenis pendekatan komparatif kuantitatif yakni komparasi independen (*Independent sample T-test*). *Independent sample T-test* adalah jenis uji statistika guna membandingkan rata-rata dua grup yang tidak saling berkaitan atau tidak saling berpasangan. Tidak saling berpasangan didefinisikan sebagai dua subjek sampel yang berbeda dalam penelitian ini. Tes ini membantu untuk menentukan apakah perbedaan antara rata-rata dua sampel independen signifikan secara statistik atau hanya kebetulan.³⁰

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang faktual terkait Studi Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik. Dengan dasar tersebut, peneliti menggunakan satu variabel yakni Pengemasan Informasi.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di studio Radio Peduli Parepare dan studio Radio Suara Bumi Lasinrang Pinrang.

³⁰ Retno Palupi, *et., al, eds.*, “Analisa Perbandingan Rumus Haversine Dan Rumus Euclidean Berbasis Sistem Informasi Geografis Menggunakan Metode Independent Sample T-Test,” *JITU : Journal Informatic Technology And Communication* 5, no. 1 (2021).

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan setelah proposal diseminarkan dan telah memperoleh izin penelitian selama sekitar satu bulan lamanya atau sesuai kebutuhan penelitian.



No.	Kegiatan	Mei				Juni				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra penelitian																	
1	Pemilihan ide																
2	Identifikasi masalah																
3	Penentuan teori dan konsep																
4	Penyusunan metode penelitian																
5	Survey lapangan																
6	Penyusunan instrumen																
7	Penentuan populasi dan sampel																
Penelitian																	
8	Penyebaran angket																
9	Pengumpulan angket																
Pasca Penelitian																	
10	Pengolahan hasil penelitian																
	a. Penyusunan Coding Sheet																
	b. Perhitungan akumulatif																
	c. Paparan hasil penelitian dan pembahasan																
11	Kesimpulan																

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Hadari Nawawi (1983), populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang menjadi sumber data, mencakup manusia, benda, tumbuhan, hewan, gejala, peristiwa, dan nilai tes yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian.³¹

Penelitian menggunakan istilah "populasi" untuk menggambarkan seluruh kelompok atau bagian yang mempunyai fitur tertentu yang ingin diteliti. Populasi dapat terdiri dari orang, barang, peristiwa, atau apapun yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Misalnya, populasi yang diteliti adalah seluruh orang dewasa di atas empat puluh tahun di wilayah tertentu jika penelitian bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi makanan mereka. Namun, masalah seperti keterbatasan biaya, waktu, atau sumber daya manusia seringkali membuat pengumpulan data dari seluruh populasi sulit atau tidak mungkin. Karenanya, sampel yang digunakan oleh peneliti merupakan bagian kecil atau representatif dari populasi. Untuk memperoleh representasi populasi yang akurat, sampel harus dipilih secara cermat sehingga memiliki karakteristik yang mirip dengan populasi yang lebih luas.³²

Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh pegawai di radio Peduli dengan jumlah 20 orang, dan radio Suara Bumi Lasinrang dengan jumlah 15 orang.

2. Sampel

Sampel dipilih dengan hati-hati untuk mewakili populasi secara akurat. Salah satu tujuan pengambilan sampel ini adalah untuk mendapatkan representasi populasi yang tepat dan akurat untuk digunakan dalam penelitian. Sampel dapat merupakan wakil populasi atau bagian dari populasi yang diteliti dan diambil sebagai sumber

³¹ Syafnidawaty, Apa itu Populasi dan Sampel dalam Penelitian, (Universitas Raharja: 2020), <https://raharja.ac.id>, (17 Mei 2024).

³² Asrulla, *et. al, eds.*, "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023).

data. Sampel juga dapat berupa representasi dari populasi secara keseluruhan, atau dapat berupa sebagian dari populasi secara keseluruhan.

Sampling atau pengambilan sampel adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses pemilihan sampel. Metode pengambilan sampel yang beragam seperti sampel acak sederhana, sampel bertahap, sampel stratifikasi, dan lainnya dapat diterapkan. Tujuan utama pengambilan sampel adalah menghilangkan bias dan memastikan sampel yang dipilih merupakan representasi yang akurat dari populasi. Dengan demikian, hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan lebih akurat dan sesuai dengan harapan serta rencana peneliti.³³

Dalam penelitian ini, sampel jenuh digunakan untuk mengambil semua populasi. Ini berarti semua sampel diambil dari populasi yang kurang dari 100 orang. Namun, jika populasinya lebih dari 100 orang, sampel dapat diambil dari 10%–15% atau 20%–25% dari populasi.³⁴

Berdasarkan pernyataan tersebut, karena jumlah populasi penelitian ini tidak melebihi dari 100 orang responden, maka peneliti mengambil 100% jumlah populasi pada kedua radio tersebut yaitu sebanyak 35 orang responden yang bersumber dari jumlah pegawai radio Peduli sebanyak 20 orang, dan pegawai radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 orang. Dengan kata lain, penggunaan keseluruhan populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, data primer yaitu sumber data yang ditemukan dan diberikan secara langsung, dan data sekunder

³³ Asrulla, et., al, eds., “Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023).

³⁴ Putri Agustin dan Rita Intan Permatasari, “Pengaruh Pendidikan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Divisi New Product Development (Npd) Pada Pt. Mayora Indah Tbk.,” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, no. 2 (2020).

adalah sumber data yang diberikan kepada pengumpul data secara tidak langsung, mungkin melalui dokumen atau orang lain:

1. Data Primer

Data primer, juga disebut sebagai data mentah atau informasi tangan pertama, merupakan jenis data penelitian yang pertama kali dikumpulkan melalui bukti pribadi atau pengalaman. Ini sering diandalkan dalam penelitian karena objektif dan otentik. Data primer biasanya dikumpulkan dengan berbagai metode, termasuk observasi, tes fisik, survei, kuesioner, dan wawancara pribadi.³⁵

2. Data Sekunder

Data sekunder biasanya dapat diakses lebih mudah daripada data primer. Data sekunder bisa diperoleh dari data yang dikumpulkan oleh individu atau organisasi, seperti data sensus oleh pemerintah, atau dari sumber sebelumnya, seperti dokumen penting, situs web, dan buku.³⁶

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data adalah bagian terpenting dari penelitian. Peneliti menggunakan berbagai metode pengumpulan data yang dibutuhkan, antara lain:

1. Angket atau kuesioner

Kuesioner yang sering dianggap sebagai wawancara tertulis, terdiri dari rangkaian pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan cara tidak langsung maupun langsung, baik melalui tatap muka, telepon, komputer, atau pos. Dalam penelitian kuantitatif, angket atau kuesioner digunakan untuk

³⁵ Data Primer adalah Jenis Data Utama, Berikut Penjelasan Lengkapnya, (Merdeka.com, 2019). <https://www.merdeka.com>. (27 Maret 2024)

³⁶ Naja Sarjana, Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya, (detikedu, 2023). <https://www.detik.com>. (27 Maret 2024)

mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner sangat populer karena dianggap cepat, murah, dan efisien.³⁷

2. Dokumentasi

Istilah "dokumen" berasal dari kata Latin "*docere*" yang berarti "mengajar". Menurut Louis Gottschalk, para ahli menggunakan kata "dokumen" dengan dua makna yang berbeda Pertama, mengacu pada sumber informasi sejarah yang ditulis sebagai kebalikan dari artefak, petilasan arkeologis, kesaksian lisan, dan peninggalan terlukis. Pengertian dokumen yang kedua merujuk pada dokumen resmi pemerintah seperti perjanjian, undang-undang, dan lainnya. Menurut Gottschalk, dokumen atau dokumentasi dalam pengertian yang lebih luas mencakup semua bentuk pembuktian yang bersumber dari berbagai sumber, termasuk lisan, tulisan, visual, atau arkeologi. Dalam penelitian ini, dokumentasi dimanfaatkan sebagai metode pengumpulan data dengan cara menyalin atau mengumpulkan data dari penelitian sebelumnya atau dari sumber internet.

F. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Pengemasan Informasi	Identifikasi Kebutuhan Audiens	• Mencari • Mengumpulkan • Meneliti • Menemukan permasalahan pengguna
	Pengambilan dan	• Perpustakaan

³⁷ Teknik Pengumpulan Data-Kuesioner, (BINUS University: 2023), <https://sis.binus.ac.id/>, (27 Maret 2024).

	Pemilihan Sumber Informasi	• Ahli/pakar • Internet
	Pengemasan Informasi	• Materi yang dikemas • Bentuk kemasan • Cara pengemasan
	Penentuan Sasaran Audiens	• Bentuk kemasan • Membuat time schedule • Merancang biaya
	Penyebaran Informasi	• Langsung • Telepon • Media lain

Sumber Data: Tahap Mengemas Informasi Menurut Djamarin

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk memberikan kode, nilai, atau skor kepada setiap pertanyaan atau pernyataan. Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner atau angket, maka harus memenuhi dua kriteria, diantaranya:

1. Uji validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang memperlihatkan ketepatan alat ukur dalam melaksanakan fungsinya dengan menggunakan korelasi *Product Moment*.³⁸

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

Rxy = Koefisien validitas item yang dicari

n = Jumlah responden

xi = Skor item percobaan pertama

³⁸ Nur Fadillah Amir, Studi Perbandingan Penggunaan Aplikasi Editing Video Adobe Premiere Dan Capcut Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, (Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2023).

y_i = Skor item percobaan selanjutnya

Jika “r” hitung > “r” tabel maka kuesioner dikatakan valid.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa angket atau kuisisioner yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan mengukur data penelitian dari responden adalah valid. Kriteria pengujian uji validitas dengan SPSS, yakni jika “r hitung” > “r tabel” maka kuisisioner dapat dikatakan valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Subjek X

Item X	r hitung	Validitas
1	,611**	Valid
2	,650**	Valid
3	,734**	Valid
4	,616**	Valid
5	,699**	Valid
6	,661**	Valid
7	,646**	Valid
8	,658**	Valid
9	,612**	Valid
10	,814**	Valid

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

“r” tabel = 0,5614

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

Jika “r” hitung > “r” tabel = Valid

Jika “r” hitung < “r” tabel = Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua instrumen Subjek X yaitu Radio Peduli dinyatakan valid, berdasarkan “r” hitung lebih besar dari “r” tabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Subjek Y

Item Y	r hitung	Validitas
1	,670**	Valid
2	,677**	Valid
3	,724**	Valid
4	,648**	Valid
5	,839**	Valid
6	,707**	Valid
7	,681**	Valid
8	,655**	Valid
9	,857**	Valid
10	,744**	Valid

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

“r” tabel = 0,6411

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

Jika “r” hitung > “r” tabel = Valid

Jika “r” hitung < “r” tabel = Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua instrumen subjek Y yaitu Radio Suara Bumi Lasinrang dinyatakan valid, berdasarkan “r” hitung lebih besar dari “r” tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas membuktikan sejauh mana alat ukur dipercaya akan menampilkan hasil yang sama jika digunakan untuk objek yang sama lebih dari satu kali. Uji ini dilakukan dengan teknik Cronbach Alpha.³⁹

³⁹ Pengguna Lulusan, dan Mitra, “Kuesioner Kepuasan Layanan Manajemen Terhadap Mahasiswa , Dosen , Tenaga Kependidikan , Alumni / Lulusan Stikes Budi Luhur Cimahi Tahun 2017,” (2017).

$$r_{11} = \frac{n}{(n-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum a_t^2}{a_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum a_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

a_t^2 = Varians total

Uji reliabilitas dapat dilakukan terhadap seluruh item pernyataan dalam kuisioner penelitian. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuisioner konsisten (*reliabel*) dan jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuisioner dinyatakan tidak konsisten (*tidak reliabel*).

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Subjek X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,857	10

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel di atas, uji reliabilitas dari item instrument terhadap semua sampel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,857 > 0,60 maka item instrumen subjek X dapat dikatakan *reliabel*, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Subjek Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,894	10

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel di atas, uji reliabilitas dari item instrument terhadap semua sampel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $0,894 > 0,60$ maka item instrumen subjek Y dapat dikatakan *reliabel*, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data *Independent sample t-test*, sebagai berikut:

1. *Independent sample t-test*

Uji sampel t independen, atau "tidak saling berpasangan", merupakan jenis uji statistika yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua grup yang tidak saling berpasangan atau tidak saling berkaitan. Istilah "tidak saling berpasangan" mengacu pada fakta bahwa penelitian ini melibatkan dua subjek sampel yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji *T-test Independent* untuk mengidentifikasi perbandingan kualitas layanan informasi pulik antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Selanjutnya dilakukan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:⁴⁰

$$t = \frac{\bar{X}_a - \bar{X}_b}{\sqrt{\left(\frac{S_a^2}{n_a}\right) + \left(\frac{S_b^2}{n_b}\right)}}$$

Dimana S_p :

$$S_p^2 = \frac{(n_a - 1)S_a^2 + (n_b - 1)S_b^2}{n_a + n_b - 2}$$

Keterangan: $\bar{X}_a$ = Rata-rata kelompok a

$\bar{X}_b$ = Rata-rata kelompok b

⁴⁰ Mieke Nurmalasari, "Modul Statistik (Inferens MIK411)," 2018.

S_p = Standar deviasi gabungan

S_a = Standar deviasi kelompok a

S_b = Standar deviasi kelompok b

n_a = Banyak sampel di kelompok a

n_b = Banyak sampel di kelompok b

$DF = n_a + n_b - 2$



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Jawaban Responden

- a. Berikut data simultan strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik:

Tabel 4.1 Data frekuensi keseluruhan subjek X

Interval	Kategori	Frekuensi	Persen
23,2 – 30	Tinggi	16	80,00%
16, 6 - 23, 2	Sedang	3	15,00%
10 - 16,6	Rendah	1	5,00%
Total		20	100,00%

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa data strategi komunikasi Radio Peduli dalam mengemas informasi publik sebanyak 16 responden termasuk dalam kategori tinggi, 3 responden dalam kategori sedang, dan 1 responden termasuk dalam kategori rendah.

Tabel 4.2 Data frekuensi keseluruhan subjek Y

Interval	Kategori	Frekuensi	Persen
23,2 – 30	Tinggi	9	60,00%
16, 6 - 23, 2	Sedang	6	40,00%
10 - 16,6	Rendah	0	0,00%
Total		15	100,00%

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa data strategi komunikasi Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik sebanyak 9 responden termasuk dalam kategori tinggi, 6 responden dalam kategori sedang, dan 0 responden termasuk dalam kategori rendah.

Tabel 4.3 Statistik deskriptif subjek X

No	Keterangan	Nilai	Kategori
1	Mean	25,15	Tinggi
2	Median	26,5	Tinggi
3	Modus	27	Tinggi
4	Nilai.min	16	Rendah
5	Nilai.max	28	Tinggi

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata atau Mean (M) sebesar 25,15 dan dikategorikan tinggi, nilai tengah atau Median (Me) dari data sebesar 26,5 dan berada dalam kategori tinggi, nilai yang sering muncul atau Modus (Mode) adalah 27 yang termasuk dalam kategori tinggi, nilai terendah atau nilai minimum adalah 16 yang termasuk dalam kategori rendah, dan nilai Maksimum sebesar 28 yang termasuk dalam kategori tinggi.

Tabel 4.4 Statistik deskriptif subjek Y

No	Keterangan	Nilai	Kategori
1	Mean	23,60	Tinggi

2	Median	24	Tinggi
3	Modus	27	Sedang
4	Nilai minimum	17	Sedang
5	Nilai maksimum	29	Tinggi

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata atau Mean (M) sebesar 23,60 dan dikategorikan tinggi, nilai tengah atau Median (Me) dari data sebesar 24 dan berada dalam kategori tinggi, nilai yang sering muncul atau Modus (Mode) adalah 27 yang termasuk dalam kategori sedang, nilai terendah atau nilai minimum adalah 17 yang termasuk dalam kategori sedang, dan nilai Maksimum sebesar 29 yang termasuk dalam kategori tinggi.

- b. Berikut ini merupakan data persial strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik:
- 1) Identifikasi kebutuhan audiens

Tabel 4.5 Sebelum menyiarkan berita, radio mengemas informasi dengan cara:

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Mencari informasi langsung di lokasi tentang kejadian yang sebenarnya (termasuk wawancara langsung)	11	55,00 %	8	53,33 %

Mencari informasi pada sumber lain (media lain, internet, atau materi dari rekan wartawan/reporter media lain, dll.)	9	45,00 %	7	46,67 %
Tidak mencari informasi sama sekali	0	0,00 %	0	0,00 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Sebelum menyiarkan berita, radio mengemas informasi dengan cara:”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 11 pegawai menjawab ‘mencari informasi langsung di lokasi tentang kejadian yang sebenarnya (termasuk wawancara langsung)’ dengan persentase 55,00%, 9 pegawai menjawab ‘mencari informasi pada sumber lain (media lain, internet, atau materi dari rekan wartawan/reporter media lain, dll.)’ dengan persentase 45,00%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘tidak mencari informasi sama sekali’ dengan persentase 0,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 8 pegawai menjawab ‘mencari informasi langsung di lokasi tentang kejadian yang sebenarnya (termasuk wawancara langsung)’ dengan persentase 53,33 %, 7 pegawai menjawab ‘mencari informasi pada sumber lain (media lain, internet, atau materi dari rekan wartawan/reporter media lain, dll.)’ dengan persentase 46,47 %, dan 0 pegawai yang menjawab ‘tidak mencari informasi sama sekali’ dengan persentase 0,00%.

Tabel 4.6 Melakukan penelitian ke publik terkait kebutuhan informasi sebelum menuliskan dan menyiarkan informasi tersebut

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Selalu	15	75,00 %	8	53,33 %

Jarang	5	25,00 %	6	40,00 %
Tidak pernah	0	0,00 %	1	6,67 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Melakukan penelitian ke publik terkait kebutuhan informasi sebelum menuliskan dan menyiarkan informasi tersebut”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 15 pegawai menjawab ‘selalu’ dengan persentase 75,00%, 5 pegawai menjawab ‘jarang’ dengan persentase 25,00%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘tidak pernah’ dengan persentase 0,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 8 pegawai menjawab ‘selalu’ dengan persentase 53,33%, 6 pegawai menjawab ‘jarang’ dengan persentase 40,00%, dan 1 pegawai yang menjawab ‘tidak pernah’ dengan persentase 6,67%.

2) Pengambilan dan Pemilihan Sumber Informasi

Tabel 4.7 Memilih sumber informasi berdasarkan:

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Kredibilitas narasumber dalam memberikan informasi	14	70,00 %	5	33,33 %
Hanya opini masyarakat	4	20,00 %	9	60,00 %
Pemanfaatan internet/teknologi digital untuk mencari informasi utama	2	10,00 %	1	6,67 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “memilih sumber informasi berdasarkan:”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 14 pegawai menjawab ‘kredibilitas narasumber dalam memberikan informasi’ dengan persentase 70,00%, 4 pegawai menjawab ‘hanya opini masyarakat’ dengan persentase 20,00%, dan 2 pegawai yang menjawab ‘Pemanfaatan internet/teknologi digital untuk mencari informasi utama’ dengan persentase 10,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 5 pegawai menjawab ‘kredibilitas narasumber dalam memberikan informasi’ dengan persentase 33,33%, 9 pegawai menjawab ‘hanya opini masyarakat’ dengan persentase 60,00%, dan 1 pegawai yang menjawab ‘Pemanfaatan internet/teknologi digital untuk mencari informasi utama’ dengan persentase 6,67%.

3) Pengemasan Informasi

Tabel 4.8 Bagaimana bentuk format berita radio

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Laporan langsung reporter via telepon	12	60,00 %	1	6,67 %
Berita yang dilengkapi dengan sisipan suara narasumber/wawancara	8	40,00 %	12	80,00 %
Berita yang bersumber dari khalayak (masyarakat sebagai pelapor)	0	0,00 %	2	13,33 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Bagaimana bentuk format berita radio”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 12 pegawai menjawab ‘laporan langsung reporter via telepon’ dengan persentase 60,00%, 8 pegawai menjawab ‘berita yang dilengkapi dengan sisipan suara narasumber/wawancara’ dengan persentase 40,00%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘berita yang bersumber dari khalayak (masyarakat sebagai pelapor)’ dengan persentase 0,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 1 pegawai menjawab ‘laporan langsung reporter via telepon’ dengan persentase 6,67%, 12 pegawai menjawab ‘berita yang dilengkapi dengan sisipan suara narasumber/wawancara’ dengan persentase 80,00%, dan 2 pegawai yang menjawab ‘berita yang bersumber dari khalayak (masyarakat sebagai pelapor)’ dengan persentase 13,33%.

Tabel 4.9 Bagaimana cara radio mengemas informasi

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Berita ringkas dan padat	7	35,00 %	7	46,47 %
Pembahasan mendalam dan detail	11	55,00 %	8	53,33 %
Campuran berita singkat dan analisis mendalam	2	10,00 %	0	0,00 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Bagaimana cara radio mengemas informasi”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 7 pegawai menjawab ‘berita ringkas dan padat’ dengan persentase 35,00%, 11 pegawai menjawab ‘pembahasan mendalam dan detail’ dengan persentase 55,00%, dan 2 pegawai yang menjawab ‘campuran berita singkat dan analisis mendalam’ dengan persentase 10,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 7 pegawai

menjawab ‘berita ringkas dan padat’ dengan persentase 46,47%, 8 pegawai menjawab ‘pembahasan mendalam dan detail’ dengan persentase 53,33%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘campuran berita singkat dan analisis mendalam’ dengan persentase 0,00%.

Tabel 4.10 Efek suara dalam pengemasan informasi publik

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Penting	5	25,00 %	8	53,33 %
Kadang-kadang digunakan	13	65,00 %	7	46,67 %
Tidak penting/tidak menggunakan	2	10,00 %	0	0,00 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Efek suara dalam pengemasan informasi publik”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 5 pegawai menjawab ‘penting’ dengan persentase 25,00%, 13 pegawai menjawab ‘kadang-kadang digunakan’ dengan persentase 65,00%, dan 2 pegawai yang menjawab ‘tidak penting/tidak menggunakan’ dengan persentase 10,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 8 pegawai menjawab ‘penting’ dengan persentase 53,33%, 7 pegawai menjawab ‘kadang-kadang digunakan’ dengan persentase 46,67%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘tidak penting/tidak menggunakan’ dengan persentase 0,00%.

4) Penentuan Sasaran Audiens

Tabel 4.11 Radio menentukan sasaran audiens dengan cara:

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase

Melakukan wawancara untuk memahami kebiasaan masyarakat	8	40,00 %	2	13,33 %
Mencari profil audiens berdasarkan usia, pendidikan, status, dll. (sesuai kebutuhan)	11	55,00 %	12	80,00 %
Tidak menentukan sasaran audiens	1	5,00 %	1	6,67 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Radio menentukan sasaran audiens dengan cara:”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 8 pegawai menjawab ‘melakukan wawancara untuk memahami kebiasaan masyarakat’ dengan persentase 40,00%, 11 pegawai menjawab ‘mencari profil audiens berdasarkan usia, pendidikan, status, dll. (sesuai kebutuhan)’ dengan persentase 55,00%, dan 1 pegawai yang menjawab ‘tidak menentukan sasaran audiens’ dengan persentase 5,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 2 pegawai menjawab ‘melakukan wawancara untuk memahami kebiasaan masyarakat’ dengan persentase 13,33%, 12 pegawai menjawab ‘mencari profil audiens berdasarkan usia, pendidikan, status, dll. (sesuai kebutuhan)’ dengan persentase 80,00%, dan 1 pegawai yang menjawab ‘tidak menentukan sasaran audiens’ dengan persentase 6,67%.

Tabel 4.12 Radio melakukan pengumpulan data dengan meminta audiens untuk mengisi survey harian

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Selalu	13	65,00 %	3	20,00 %
Jarang	7	35,00 %	11	73,33 %
Tidak pernah	0	0,00 %	1	6,67 %

Total	20	100,00 %	15	100,00 %
--------------	-----------	-----------------	-----------	-----------------

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Radio melakukan pengumpulan data dengan meminta audiens untuk mengisi survey harian”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 13 pegawai menjawab ‘selalu’ dengan persentase 65,00%, 7 pegawai menjawab ‘jarang’ dengan persentase 35,00%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘tidak pernah’ dengan persentase 0,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 3 pegawai menjawab ‘selalu’ dengan persentase 20,00%, 11 pegawai menjawab ‘jarang’ dengan persentase 73,33%, dan 1 pegawai yang menjawab ‘tidak pernah’ dengan persentase 6,67%.

5) Penyebaran Informasi

Tabel 4.13 Berita disampaikan oleh penyiar dengan format

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Satu penyiar	10	50,00 %	10	66,67 %
Dialog dua penyiar	10	50,00 %	5	33,33 %
Penyiar dan narasumber ahli	0	0,00 %	0	0,00 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Berita disampaikan oleh penyiar dengan format”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 10 pegawai menjawab ‘satu penyiar’ dengan persentase 50,00%, 10 pegawai menjawab ‘dialog dua penyiar’ dengan persentase 50,00%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘penyiar dan narasumber ahli’ dengan persentase 0,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi

Lasinrang) terdapat 10 pegawai menjawab ‘satu penyiar’ dengan persentase 66,67%, 5 pegawai menjawab ‘dialog dua penyiar’ dengan persentase 33,33%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘penyiar dan narasumber ahli’ dengan persentase 0,00%.

Tabel 4.14 Radio memilih menyebarkan informasi melalui:

Pernyataan	Subjek X		Subjek Y	
	Satuan	Persentase	Satuan	Persentase
Media digital (aplikasi/streaming)	15	75,00 %	8	53,33 %
Media sosial, youtube, dll.	5	25,00 %	7	46,67 %
Siaran langsung biasa (tanpa dukungan media digital)	0	0,00 %	0	0,00 %
Total	20	100,00 %	15	100,00 %

Sumber Data : Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dengan pernyataan “Radio memilih menyebarkan informasi melalui:”, dari Subjek X (Radio Peduli) terdapat 15 pegawai menjawab ‘media digital (aplikasi/streaming)’ dengan persentase 75,00%, 5 pegawai menjawab ‘media sosial, youtube, dll.’ dengan persentase 25,00%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘siaran langsung biasa (tanpa dukungan media digital)’ dengan persentase 0,00%. Sedangkan dari Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang) terdapat 8 pegawai menjawab ‘media digital (aplikasi/streaming)’ dengan persentase 53,33%, 7 pegawai menjawab ‘media sosial, youtube, dll.’ dengan persentase 46,67%, dan 0 pegawai yang menjawab ‘siaran langsung biasa (tanpa dukungan media digital)’ dengan persentase 0,00%.

2. Uji Hipotesis

Ketika dua set data diambil dari populasi yang berbeda, dan tidak ada subjek yang sama di antara kedua sampel, uji *Independent Sample T-test* dikenal sebagai uji sampel tidak terkait digunakan untuk membandingkan rata-rata dua sampel yang tidak terkait atau independen.

Uji *Independent Sample T-test*, juga disebut sebagai uji t-test perbedaan dua rata-rata, digunakan untuk membandingkan dua kelompok sampel yang tidak saling terkait secara statistik. Tujuan dari uji t-test ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan signifikan antara kedua kelompok dalam hal nilai rata-rata variabel.⁴¹

Kriteria dalam *Uji Independent Sample T Test* yaitu:

H₀ diterima jika “t” hitung < dari “t” tabel atau sig. > 0,05

H₀ ditolak jika “t” hitung > dari “t” tabel atau sig. < 0,05

Dimana “t” hitung digunakan dalam pengujian apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak, sedangkan “t” tabel ditentukan dari tabel distribusi yang berfungsi untuk menentukan sebuah hipotesis berdasarkan jumlah responden. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu dari Radio Peduli sebanyak 20 responden dan dari Radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 responden. Maka “t” tabel yang digunakan yaitu 2,878 dan 3,012.

- a. Uji t perbandingan
 - 1) identifikasi kebutuhan audiens terhadap strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik.

Tabel 4.15 *Group Statistic Learnability*

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Peduli	20	5,30	,801	,179

⁴¹ Dewi Syafriani, *et al.*, Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Dan Pengolahannya Dengan Spss), (Jawa Tengah: Cv.Eureka Media Aksara, 2023).

	SBL	15	5,00	1,000	,258
--	-----	----	------	-------	------

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pegawai Radio Peduli sebanyak 20 dan nilai rata-rata identifikasi kebutuhan audiens yakni 5,30, sedangkan jumlah pegawai Radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 dan mendapatkan nilai rata-rata identifikasi kebutuhan audiens yakni 5,00.

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
Hasil	Equal variances assumed	,416	,523	,986	33	,166	,331	,300	,304	-,319 ,919
	Equal variances not assumed			,955	26,246	,174	,349	,300	,314	-,346 ,946

Gambar 4.1 Hasil uji t

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan hasil diatas diperoleh “t” hitung 0,986 dan “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,523. Sehingga dapat disimpulkan “t” hitung 0,986 < “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,523 lebih besar dari 0,05 (5%) sehingga dapat dinyatakan H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan mengidentifikasi kebutuhan audiens dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.

- 2) Pengambilan dan pemilihan sumber informasi terhadap strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik.

Tabel 4.16 Group Statistic Learnability

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean

Hasil	Peduli	20	2,60	,681	,152
	SBL	15	2,07	,884	,228

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pegawai Radio Peduli sebanyak 20 dan nilai rata-rata pengambilan dan pemilihan sumber informasi yakni 2,60, sedangkan jumlah pegawai Radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 dan mendapatkan nilai rata-rata pengambilan dan pemilihan sumber informasi yakni 2,07.

Independent Samples Test											
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Hasil	Equal variances assumed	1,933	,174	2,019	33	,026	,052	,533	,264	-,004	1,071
	Equal variances not assumed			1,945	25,506	,031	,063	,533	,274	-,031	1,098

Gambar 4.2 Hasil uji t

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan hasil diatas diperoleh “t” hitung 2,019 dan “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,174. Sehingga dapat disimpulkan “t” hitung 2,019 < “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,174 lebih besar dari 0,05 (5%) sehingga dapat dinyatakan H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengambilan dan pemilihan sumber informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.

- 3) Pengemasan informasi terhadap strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik.

Tabel 4.17 Group Statistic Learnability

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean

Hasil	Peduli	20	7,00	1,298	,290
	SBL	15	6,93	1,223	,316

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pegawai Radio Peduli sebanyak 20 dan nilai rata-rata pengemasan informasi yakni 7,00, sedangkan jumlah pegawai Radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 dan mendapatkan nilai rata-rata pengemasan informasi yakni 6,93.

Independent Samples Test											
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Significance Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Hasil	Equal variances assumed	,170	,682	,154	33	,439	,878	,067	,433	-,813	,947
	Equal variances not assumed			,155	31,225	,439	,877	,067	,429	-,808	,941

Gambar 4.3 Hasil uji t

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan hasil diatas diperoleh “t” hitung 0,154 dan “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,682. Sehingga dapat disimpulkan “t” hitung 0,154 < “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,682 lebih besar dari 0,05 (5%) sehingga dapat dinyatakan H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengemasan informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.

- 4) Penentuan sasaran audiens terhadap strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik.

Tabel 4.18 Group Statistic Learnability

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Peduli	20	5,00	,858	,192

	SBL	15	4,20	,775	,200
--	-----	----	------	------	------

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pegawai Radio Peduli sebanyak 20 dan nilai rata-rata penentuan sasaran audiens yakni 5,00, sedangkan jumlah pegawai Radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 dan mendapatkan nilai rata-rata penentuan sasaran audiens yakni 4,20.

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
Hasil	Equal variances assumed	,043	,837	2,843	33	,004	,008	,800	,281	,227 1,373
	Equal variances not assumed			2,886	31,793	,003	,007	,800	,277	,235 1,365

Gambar 4.4 Hasil uji t

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan hasil diatas diperoleh “t” hitung 2,843 dan “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,837. Sehingga dapat disimpulkan “t” hitung 2,843 < “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,837 lebih besar dari 0,05 (5%) sehingga dapat dinyatakan H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penentuan sasaran audiens dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.

- 5) Penyebaran informasi terhadap strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik.

Tabel 4.19 Group Statistic Learnability

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean

Hasil	Peduli	20	5,25	,851	,190
	SBL	15	5,20	,941	,243

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pegawai Radio Peduli sebanyak 20 dan nilai rata-rata penyebaran informasi yakni 5,25, sedangkan jumlah pegawai Radio Suara Bumi Lasinrang sebanyak 15 dan mendapatkan nilai rata-rata penyebaran informasi yakni 5,20.

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
Hasil	Equal variances assumed	,759	,390	,164	33	,435	,870	,050	,304	-,569 ,669
	Equal variances not assumed			,162	28,523	,436	,872	,050	,309	-,582 ,682

Gambar 4.5 Hasil uji t

Sumber Data: Olah Data SPSS 30, 2024

Berdasarkan hasil diatas diperoleh “t” hitung 0,164 dan “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,390. Sehingga dapat “t” hitung 0,164 < “t” tabel 2,878 dan 3,012, dan nilai sig. 0,390 lebih besar dari 0,05 (5%) sehingga dapat dinyatakan H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penyebaran informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang.

B. Pembahasan

Media massa berfungsi sebagai perantara untuk menyampaikan pesan dari sumber ke penerima melalui berbagai alat komunikasi seperti surat kabar, radio, film, dan televisi. Radio, sebagai salah satu bentuk media massa, memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Radio dapat menyampaikan berbagai informasi dengan cara yang efektif melalui audio yang jernih dan bahasa yang sederhana, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat luas. Dengan perkembangan teknologi, sekarang radio dapat didengarkan secara berulang

melalui siaran radio *streaming*. Hal tersebut membuat masyarakat lebih mudah mengakses radio dimana pun dan kapan pun ataupun sambil melakukan aktivitas lainnya.

Menurut Frayudha, strategi komunikasi radio tidak hanya terbatas pada penyiaran program hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber informasi terkini yang relevan dengan kehidupan sehari-hari pendengarnya.⁴² Audra Indah Lestari dalam penelitiannya mengatakan strategi didefinisikan sebagai rencana yang dibuat untuk menjalankan suatu bisnis dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar komunikasi radio dapat berjalan lancar dan efektif, sebuah strategi yang matang diperlukan untuk membuat perencanaan untuk radio.⁴³ Berdasarkan hasil penelitian Maheswara Sulisty Utomo dan Adrio Kusmazera Adim memberikan kesimpulan bahwa strategi dalam pengemasan informasi menjadi suatu hal yang penting dalam tingkat keberhasilan radio untuk menjadi radio pilihan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sumber informasi serta hiburan terutama di era digital. Seperti halnya radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang yang merupakan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) yang diharapkan dapat memberikan siaran yang berkualitas dengan tetap mengutamakan informasi serta kearifan lokal. Radio Peduli Parepare 96.9 FM merupakan radio komunikasi yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Dinas Komunikasi dan Informatika di wilayah Kota Parepare, Sulawesi Selatan yang dapat dijangkau diseluruh wilayah Kota Parepare dan sekitarnya. Radio Peduli merupakan satu-satunya radio yang menyandang nama daerah yang siarannya ditujukan untuk kepentingan masyarakat Parepare dan sekitarnya. Radio Peduli juga sebagai lembaga penyiaran publik yang independen, netral, dan tidak komersial. Radio Peduli berfungsi memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan, hiburan yang sehat dan cerdas, kontrol sosial, serta menjaga citra positif daerah. Radio Peduli

⁴² Vadilla Nandika Putri, "Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94,3 FM," Universitas Muhamadiyah Surakarta, (2018).

⁴³ Audra Indah Lestari, Amaluddin Amaluddin, and Muhammad Ilham, "Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarntya," *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.33096/respon.v1i2.22>.

menyajikan dua jenis program acara, yakni program acara siaran harian dan program acara siaran mingguan dengan jadwal mengudara pukul 05.00-23.00. Dari program acara tersebut, masyarakat bisa memilih ingin mendengarkan jenis acara seperti apa dengan memperhatikan waktu tayangnya.



Gambar 4.6 Logo Radio Peduli Parepare

Sumber : Profil Radio Peduli Parepare

Disisi lain, radio Suara Bumi Lasinrang 92.4 FM adalah radio yang berlokasi di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Radio ini berfungsi sebagai media untuk memberikan informasi tentang pemerintah daerah kepada masyarakat. Radio ini didirikan untuk mengatasi kesenjangan informasi antara masyarakat dan pemerintah. Radio ini juga berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi antara masyarakat dan pemerintah, serta sebagai media untuk pendidikan dan hiburan. Siaran radio ini dapat dijangkau oleh masyarakat di Kabupaten Pinrang dan sekitarnya. Radio Suara Bumi Lasinrang menyajikan dua jenis program acara, yakni program acara siaran harian dan program acara siaran mingguan dengan jadwal mengudara pukul 08.00-22.00. Dari program acara tersebut, masyarakat bisa memilih ingin mendengarkan acara apa, tergantung dari waktu tayangnya.



Gambar 4.7 Logo Radio Suara Bumi Lasinrang

Sumber : Profil Radio Suara Bumi Lasinrang

Sebelum menyiarkan informasi, radio tentunya melakukan tahap pengemasan informasi tersebut terlebih dahulu. Proses pengemasan informasi melibatkan beberapa tahap, yaitu seleksi, pengumpulan data, evaluasi, sintesis, dan penyajian informasi yang relevan dengan kebutuhan pengguna dalam format yang mudah dimengerti, baik dari segi konten maupun media yang digunakan. Menurut Lisda dan Ramatun, Tujuan pengemasan informasi adalah untuk membantu pengguna dalam menyelesaikan tugasnya dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, menyajikannya dalam format yang bervariasi, dan kadang-kadang mengemasnya dalam bentuk yang lebih menarik dan mudah diakses. Dengan demikian, pengemasan informasi memainkan peran penting dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas dan memecahkan masalah yang terkait dengan pekerjaan mereka.⁴⁴

Dalam proses pengemasan informasi, perlu diterapkan prinsip-prinsip tertentu agar hasil kemas informasi tersebut menarik dan memenuhi kebutuhan pengguna. Menurut Pebrianti, terdapat beberapa prinsip dasar pengemasan informasi yang perlu diikuti. Menurut Pebrianti, ada delapan prinsip pengemasan informasi yang perlu diikuti:

⁴⁴ Indah, "Kompetensi Kemas Ulang Informasi Pustakawan Dalam Menghadapi Masyarakat Informasi (Information Society)." Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, (2016).

1. Akurat dan logis, sehingga informasi dapat dipercaya dan diterima oleh akal sehat.
2. Sistematis, dengan penyajian informasi yang runut dan berkesinambungan.
3. Aplikatif, sehingga informasi dapat digunakan kembali.
4. Tuntas dan menyeluruh, dengan informasi yang lengkap dan mutakhir.
5. Jelas, sehingga informasi mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.
6. Ringkas, dengan penyajian informasi yang langsung dan tidak berbelit-belit.
7. Terbuka, sehingga informasi dapat diperbarui jika terjadi perubahan.
8. Bermanfaat, sehingga informasi dapat memberikan nilai tambah bagi penggunaanya.

Dalam pengemasan informasi, perlu mempertimbangkan tingkat kecerdasan pengguna dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.⁴⁵

Dalam penelitian ini, peneliti membandingkan strategi komunikasi radio dalam mengemas informasi publik. Dimana menurut Djamarin, ada beberapa tahapan pengemasan informasi. Dalam penelitian ini mengangkat lima tahapan yakni, (a) identifikasi kebutuhan pengguna; (b) pengambilan dan pemilihan sumber informasi; (c) pengemasan informasi; (d) penentuan sasaran audiens; dan (e) penyebaran informasi.

1. Identifikasi Kebutuhan Audiens

Sebelum melakukan pencarian informasi, penting untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna, yaitu memahami aktivitas dan masalah yang dihadapi pengguna dalam mencari informasi. Identifikasi kebutuhan ini dapat dilakukan melalui survei lapangan untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna.

Identifikasi kebutuhan audiens bertujuan untuk menyesuaikan informasi atau layanan dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, sehingga dapat membantu

⁴⁵ Jody Santoso, "Kemas Ulang Informasi Koleksi Perpustakaan Sebagai Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Pemustaka," *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan Dan Kearsipan* 1, no. 2 (2021).

media membangun hubungan yang lebih erat, kuat, dan berkelanjutan dengan audiens mereka.

Teori agenda setting menyatakan bahwa berita yang disampaikan oleh media dapat mempengaruhi topik pembicaraan masyarakat sehari-hari. Informasi atau berita tersebut tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga berpotensi mengubah perilaku, gaya hidup, dan sikap masyarakat. Dalam pernyataan tersebut, perlu dilakukan identifikasi kebutuhan audiens sebelum media menyebarkan informasi atau berita. Hal ini dapat membantu media agar tidak salah sasaran dalam menyampaikan informasi.

Dengan memahami kebutuhan audiens secara mendalam, media dapat menciptakan pesan yang lebih sesuai dan menarik bagi mereka, sehingga meningkatkan peluang mendapatkan tanggapan yang positif. Selain itu, pemahaman yang baik tentang kebutuhan audiens juga memungkinkan media untuk menyajikan informasi atau layanan dengan cara yang lebih efektif dan memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, dinyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan identifikasi kebutuhan audiens antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji perbandingan dimana nilai rata-rata identifikasi kebutuhan audiens pada Radio Peduli sebesar 5,30, sedangkan nilai rata-rata identifikasi kebutuhan audiens pada Radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 5,00. Sebelum menyiarkan berita, kedua radio melakukan identifikasi kebutuhan audiens dengan cara mencari informasi langsung di lokasi terkait kejadian yang sebenarnya, hal tersebut dapat dilakukan dengan wawancara langsung. Selain itu, kedua radio juga mencari informasi dari sumber lain sebagai pendukung, seperti internet dan sebagainya.

2. Pengambilan dan Pemilihan Sumber Informasi

Setelah mengidentifikasi kebutuhan pengguna, langkah selanjutnya yaitu mendapatkan informasi yang diperlukan. Untuk memastikan bahwa informasi

yang diperoleh benar, media harus memilih sumber yang tepat, seperti internet, perpustakaan, dan ahli atau pakar.

Salah satu sumber pengetahuan paling utama adalah kabar dari orang lain. Sebelum era digital, sumber-sumber informasi dari orang lain cenderung lebih dapat dipercaya dan akuntabel mengingat keterbatasan persebaran informasi. Hal yang kita dapatkan pun lebih mudah terkontrol dan terjamin kualitasnya. Seiring perkembangan teknologi dan informasi, persebaran informasi semakin deras. Siapapun dapat berbicara yang dapat diakses juga oleh siapapun. Dampaknya, konsep otoritas (pihak yang kita anggap benar dan kita percayai) mulai mengabur.

Menurut teori agenda setting, media dapat memengaruhi masyarakat secara signifikan, khalayak akan menganggap suatu peristiwa penting jika media memberikan tekanan padanya atau memberikan perspektif tertentu. Oleh karena itu, memilih sumber informasi yang tepat menjadi hal sangat penting untuk mendapatkan informasi yang benar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara:

- a. Memastikan bahwa informasi yang diberikan memang sesuai dengan pengalaman dan keahlian dari yang menyampaikan;
- b. Memastikan kebenaran suatu sumber dengan melihat sumber lainnya yang berbicara hal serupa;
- c. Melihat latar belakang narasumber;
- d. Jangan mudah mengambil kesimpulan dari angka; dan
- e. Gunakan sumber informasi terpercaya seperti jurnal penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dinyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan pengambilan dan pemilihan sumber informasi antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji perbandingan dimana nilai rata-rata pengambilan dan pemilihan sumber informasi pada Radio Peduli sebesar 2,60, sedangkan nilai rata-rata pengambilan dan pemilihan sumber informasi pada Radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 2,07. Kedua radio memilih sumber informasi berdasarkan kredibilitas narasumber dalam memberikan

informasi dan memanfaatkan opini dari masyarakat. Selain itu, kedua radio juga memanfaatkan internet sebagai sumber pendukung dari informasi yang didapatkan sebelumnya.

3. Pengemasan Informasi

Setelah informasi dikumpulkan, langkah berikutnya adalah mengemas informasi. Nilai informasi yang dikemas sangat penting dalam pengemas informasi. Setiap orang yang berprofesi sebagai pengemas informasi harus memahami tiga hal penting, yaitu isi informasi yang akan dikemas, bentuk kemasan yang tepat, dan cara mengemasnya dengan efektif. Selain itu, perlu melakukan penyesuaian informasi dengan mengintegrasikannya ke dalam format dan bentuk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Pengemasan informasi adalah proses penataan ulang informasi yang melibatkan beberapa tahap, yaitu pemilihan informasi dari berbagai sumber, pengumpulan data yang relevan, analisis, sintesis, dan penyajian informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pernyataan tersebut sesuai dengan format agenda setting yakni proses menyusun agenda yang berisi isu-isu penting yang akan dibahas di media massa. Pengemasan informasi juga melibatkan proses pengolahan ulang informasi yang sudah ada, sehingga dapat disajikan dalam bentuk yang lebih menarik, mudah dipahami, dan siap digunakan oleh pengguna dan pencari informasi. Pengemasan informasi ini mencakup menyimpan informasi secara fisik, mengaturnya, dan menyajikannya dalam format dan media tertentu. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan penerimaan produk informasi dan penggunaan mereka. *Repackaging* ini dilakukan untuk menghasilkan format yang lebih sesuai.

Berdasarkan hasil penelitian, dinyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan pengemasan informasi antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji perbandingan dimana nilai rata-rata

pengemasan informasi pada Radio Peduli sebesar 7,00, sedangkan nilai rata-rata pengemasan informasi pada Radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 6,93.

Kedua radio mengemas informasi dengan bentuk format yang berbeda-beda, tergantung dari jenis berita atau informasi yang ingin disiarkan. Format berita yang digunakan diantaranya laporan langsung oleh reporter, berita yang dilengkapi dengan suara narasumber, dan radio menempatkan masyarakat sebagai pelapor. Pengemasan berita radio juga bervariasi, diantaranya (1) berita yang disampaikan bersifat ringkas dan padat, (2) pembahasan mendalam dan detail, dan (3) campuran berita singkat dan mendalam. Selain itu, radio juga menggunakan efek suara dalam pengemasan informasi publik. Efek suara dalam penyampaian berita juga penting, namun juga terkadang terdapat berita yang tidak memerlukan efek suara.

4. Penentuan Sasaran Audiens

Target audiens adalah kelompok orang yang menjadi fokus utama dari pesan atau konten yang disampaikan. Memahami target audiens merupakan langkah kunci dalam merancang strategi pemasaran, komunikasi, atau konten agar tepat sasaran dan efektif. Identifikasi target audiens melibatkan pemahaman mendalam tentang karakteristik demografis, psikografis, dan perilaku konsumen potensial.

Memahami siapa target audiens adalah salah satu kunci untuk mencapai kesuksesan dalam menyampaikan informasi. Teori agenda setting berasal dari pernyataan bahwa media massa menetapkan agenda tentang apa yang harus diperhatikan orang. Target audiens merupakan kelompok orang yang menjadi fokus utama dari upaya penyebaran informasi dan apa yang harus diperhatikan. Dengan memahami siapa mereka, dapat membantu media membuat strategi yang lebih efektif dan efisien. Identifikasi target audiens melibatkan analisis mendalam tentang karakteristik demografis, psikografis, dan perilaku konsumen potensial untuk memahami siapa mereka, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana cara terbaik untuk berinteraksi dengan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, dinyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan penentuan sasaran audiens antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji perbandingan dimana nilai rata-rata penentuan sasaran audiens pada Radio Peduli sebesar 5,00, sedangkan nilai rata-rata penentuan sasaran audiens pada Radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 4,20. Dalam penentuan sasaran audiens, dapat dilakukan dengan cara melakukan wawancara untuk memahami kebiasaan masyarakat dan mencari profil audiens berdasarkan usia, pendidikan, status, dan sebagainya. Selain itu, radio juga melakukan pengumpulan data dengan meminta audiens untuk mengisi survey harian.

5. Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi adalah proses menyebarkan pesan dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang isi pesan tersebut. Berdasarkan teori agenda setting, secara psikologis dan ilmiah, semakin sering suatu cerita atau informasi disajikan di media massa, maka semakin kuat pula kesan tersebut dalam ingatan masyarakat, sehingga lebih mudah diingat ketika diminta untuk mengingatkannya.

Selain itu, teori agenda setting juga menunjukkan bahwa media memiliki peran selektif dalam menyebarkan informasi yang dapat menarik perhatian masyarakat, baik dari segi nilai berita maupun nilai komersial. Dari pernyataan tersebut, media diharuskan menyebarkan informasi atau berita yang jelas dan benar kepada khalayak. Penyebaran informasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana cara dan melalui apa media menyebarkan informasi atau berita yang telah dikemas.

Dalam penyebaran informasi, kedua radio menyampaikan berita atau informasi dengan format penyiar yang beragam. Penyampaian berita radio dapat dilakukan dengan format satu penyiar, dialog dua penyiar, dan dialog antara penyiar dengan narasumber.

Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang merupakan radio yang berbasis digital. Kedua radio tersebut menyebarkan informasi melalui media digital atau streaming. Radio Peduli bisa diakses melalui radiopeduliparepare96.9fm, sedangkan Radio Suara Bumi Lasinrang bisa diakses melalui sbl.pinrangkab.go.id. Selain itu, kedua radio tersebut juga menyebarkan informasi melalui media sosial. Dimana Radio Peduli menggunakan media sosial Instagram dengan nama akun @radiopeduli.official, sedangkan Radio Suara Bumi Lasinrang menggunakan media sosial Facebook dengan nama akun Suara Bumi Lasinrang.

Berdasarkan hasil penelitian, dinyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan penyebaran informasi antara Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji perbandingan dimana nilai rata-rata penyebaran informasi pada Radio Peduli sebesar 5,25, sedangkan nilai rata-rata penyebaran informasi pada Radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 5,20.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengenai strategi komunikasi radio Peduli dan radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas informasi publik, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh radio, khususnya dalam tahap pengemasan informasi itu sendiri. Dari hasil penelitian diatas, dapat dilihat bahwa strategi komunikasi dari kedua radio dalam mengemas informasi publik tidak memiliki perbedaan, diantaranya:

1. Identifikasi kebutuhan audiens diketahui bahwa berdasarkan uji *Independent Sample T-Test*, hasil perhitungan “t” hitung $0,986 < “t”$ tabel 2,878 dan 3,012 dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat dinyatakan H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan artian tidak terdapat perbedaan mengidentifikasi kebutuhan audiens dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang, dengan hasil rata-rata radio Peduli sebesar 5,30 dan radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 5,00.
2. Pengambilan dan pemilihan sumber informasi diketahui bahwa berdasarkan uji *Independent Sample T-Test*, hasil perhitungan “t” hitung $2,019 < “t”$ tabel 2,878 dan 3,012 dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat dinyatakan H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan artian tidak terdapat perbedaan pengambilan dan pemilihan sumber informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang, dengan hasil rata-rata radio Peduli sebesar 2,60 dan radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 2,07.
3. Pengemasan informasi diketahui bahwa berdasarkan uji *Independent Sample T-Test*, hasil perhitungan “t” hitung $0,154 < “t”$ tabel 2,878 dan 3,012 dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat dinyatakan H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan artian tidak terdapat perbedaan pengemasan informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang, dengan hasil rata-rata radio Peduli sebesar 7,00 dan radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 6,93.

4. Penentuan sasaran audiens diketahui bahwa berdasarkan uji *Independent Sample T-Test*, hasil perhitungan “t” hitung $2,843 < \text{“t” tabel } 2,878 \text{ dan } 3,012$ dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat dinyatakan H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan artian tidak terdapat perbedaan penentuan sasaran audiens dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang, dengan hasil rata-rata radio Peduli sebesar 5,00 dan radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 4,20.
5. Penyebaran informasi diketahui bahwa berdasarkan uji *Independent Sample T-Test*, hasil perhitungan “t” hitung $0,164 < \text{“t” tabel } 2,878 \text{ dan } 3,012$ dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat dinyatakan H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan artian tidak terdapat perbedaan penyebaran informasi dalam pengemasan informasi publik pada radio Peduli dengan radio Suara Bumi Lasinrang, dengan hasil rata-rata radio Peduli sebesar 5,25 dan radio Suara Bumi Lasinrang sebesar 5,20.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian, disarankan bahwa:

1. Bagi Radio Peduli disarankan lebih meningkatkan penyebaran informasi di sosial media khususnya instagram. Hal tersebut dapat memudahkan masyarakat mendengarkan kembali informasi yang terlewatkan saat *streaming* radio.
2. Bagi Radio Suara Bumi Lasinrang disarankan sesekali menggunakan format berita dari reporter secara langsung melalui telepon. Dengan begitu, informasi yang disebarakan bisa lebih terjamin kebenarannya karena dilaporkan secara langsung dari lapangan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sumber data bagi penelitian selanjutnya khususnya pada perbandingan strategi komunikasi radio. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat lebih mengembangkan penelitian ini terkait strategi Radio Peduli dan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam meningkatkan kualitas siaran.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, Putri, dan Rita Intan Permatasari, “Pengaruh Pendidikan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Divisi New Product Development (Npd) Pada Pt. Mayora Indah Tbk.,” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, no. 2 (2020).

Amalia, Adhimurti Citra. 2020. Teori Agenda Setting dan Framing dalam Media Relations. Binus University. <https://binus.ac.id/>. (diakses pada tanggal 26 Desember 2024).

Amir, Nur Fadillah, “Studi Perbandingan Penggunaan Aplikasi Editing Video Adobe Premiere Dan Capcut Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare”, Institut Agama Islam Negeri Parepare, (2023).

Ardianto, Elvinaro, *et al.* Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2014. hal. 3.

Asrulla, *et. al, eds.*, “Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis”, *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023).

Data Primer adalah Jenis Data Utama, Berikut Penjelasan Lengkapnya. Merdeka.com, 2019. <https://www.merdeka.com>. (diakses pada tanggal 27 Maret 2024).

Djamarin, Mulida, “Pengemasan Informasi”, Universitas Negeri Padang, (2016).

Efendi, Erwan, *et al.*, “Teori Agenda Setting,” *Junral Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023).

Effendy, Rochmad, “Mengurai Potensi Ruang Publik Lembaga Penyiaran Publik Dalam Upaya Demokratisasi Masyarakat Lokal, Universitas Malang, (2014).

Faizah, Nanda. 2019. Pentingnya Pengemasan Suatu Informasi. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com>, (diakses pada tanggal 10 September 2024).

Hajra *et., al, eds.*, “Perbandingan LK Channel Dengan Literacy News Dalam Mengemas Informasi Melalui Via Youtube”, IAIN Parepare dan IAIN Palopo, (2023).

Harliantara, Radio Indonesia: Dulu, Kini, Dan Nanti (Jakarta Selatan: Bayu Mandiri, 2022).

Indah, “Kompetensi Kemas Ulang Informasi Pustakawan Dalam Menghadapi Masyarakat Informasi (Information Society).” Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, (2016).

Indah, Rosiana Nurwa, “Kompetensi Kemas Ulang Informasi Pustakawan Dalam Menghadapi Masyarakat Informasi (Information Society),” Jurnal Perpustakaan Dan Informasi 5, no. 2 (2016).

Irwan, Endricke Aditya, dan Malta Nelisa, “Kemas Ulang Informasi Budidaya Jamur Tiram Nagari Sungai Buluh Kabupaten Padang Pariaman,” *Jurnal Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 5, no. 1 (2017).

Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.

Komara, Kannia Nur Haida. Mengenal 4 Jenis Lembaga Penyiaran di TV dan Radio Indonesia, Apa Saja?. Pikiran Rakyat. <https://www.pikiran-rakyat.com/>. (diakses pada tanggal 26 Januari 2025).

Lembaga Penyiaran Publik, (Wikipedia, 2023) <https://id.m.wikipedia.org/>, (diakses pada tanggal 18 Januari 2024).

Lestari, Audra Indah, Amaluddin Amaluddin, and Muhammad Ilham, “Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarntya,” *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.33096/respon.v1i2.22>.

Mahfudhoh, Asirotul, “Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Lumajang Kabupaten Lumajang Tahun 2021”, Digital Library UINKHAS Jember, (2022).

Nurmalasari, Mieke, “Modul Statistik (Inferens MIK411),” 2018.

Palupi, Retno, *et., al, eds.*, “Analisa Perbandingan Rumus Haversine Dan Rumus Euclidean Berbasis Sistem Informasi Geografis Menggunakan Metode Independent Sample T-Test,” *JITU: Journal Informatic Technology And Communication* 5, no. 1 (2021).

Pengguna Lulusan, dan Mitra, “Kuesioner Kepuasan Layanan Manajemen Terhadap Mahasiswa , Dosen , Tenaga Kependidikan , Alumni / Lulusan Stikes Budi Luhur Cimahi Tahun 2017,” (2017).

Profil Radio SBL, (Suara Bumi Lasinrang, 2024), <https://sbl.pinrangkab.go.id/>, (diakses pada tanggal 23 Februari 2024).

Putri, Vadilla Nandika, “Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94,3 FM,” Universitas Muhamadiyah Surakarta, (2018).

Putri, Widya, dan Desriyeni, “Kemas Ulang Informasi Songket Pandai Sikek Minangkabau,” *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 8, no. 1 (2019).

Riswandi, Dasar-dasar Penyiaran, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, hal.2-3.

Ritonga, Elfi Yanti, “Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi,” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018).

Santoso, Jody, “Kemas Ulang Informasi Koleksi Perpustakaan Sebagai Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Pemustaka,” *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan Dan Kearsipan* 1, no. 2 (2021).

Sari, Intan Deska Purnama, *et., al., eds.* “Peran Teknologi dalam Pengemasan Informasi di Perpustakaan”, UIN Raden Fatah Palembang, (2019).

Sarjana, Naja. Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya. (detikedu, 2023). <https://www.detik.com>. (diakses pada tanggal 27 Maret 2024).

Syafnidawaty. 2020. Apa itu Populasi dan Sampel dalam Penelitian Universitas Raharja. <https://raharja.ac.id>. (diakses pada tanggal 17 Mei 2024).

Syafriani, Dewi, *et al.*, Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Dan Pengolahannya Dengan Spss), Jawa Tengah: Cv.Eureka Media Aksara, (2023).

Teknik Pengumpulan Data-Kuesioner. BINUS University: 2023).
<https://sis.binus.ac.id/>. (diakses pada tanggal 27 Maret 2024).

Tere. 2021. Komunikasi: Pengertian Media Massa dan Karakteristiknya Sebagai Sarana Komunikasi. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com>. (diakses pada tanggal 17 Oktober 2023).

Utomo, Maheswara Sulisty, dan Adrio Kusmareza Adim, “Strategi Pengemasan Program Radio Dalam Memenuhi Kebutuhan Sumber Informasi Serta Hiburan Masyarakat Di Era Digital,” *EProceedings of Management* 10, no. 6 (2023).

Wiratmo, Liliek Budiastuti, *et al.*, eds., “Model Pengembangan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Di Jawa Tengah”, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang (2016).

Yusmindarsih, Ari. 2020. Radio Bisa Berperan Menangkal Informasi Hoax terkait Covid-19. Radio Streaming Provinsi Maluku. <https://radio.malukuprov.go.id/>. (diakses pada tanggal 24 Februari 2024).

Zurweni, *et. al, eds.*, “Elaborasi Kreatif Multimedia Flip Book Untuk Pengemasan Informasi, Promosi Dan Edukasi Pada Digital Library,” *Journal on Education* 6, no. 4 (2024).

The watermark logo is a large, light-colored emblem centered on the page. It features a green arch at the top, a purple square frame in the middle, and a red stylized book or open book at the bottom. The word "PAREPARE" is written in a small, light green font above the red book, and in a larger, bold, light green font below it. The entire logo is semi-transparent.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Lampiran Kuesioner/Angket

NAMA MAHASISWA : MURNAWATI
NIM : 19.3100.026
FAKULTAS : USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JUDUL : Studi Perbandingan Strategi Komunikasi
Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi
Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik

Kepada yang terhormat,

Saudara/i

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubung dengan pengambilan data untuk keperluan skripsi, saya mengharap kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi daftar pertanyaan ini.

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Keberhasilan saya dalam penelitian ini, tidak lepas dari kerelaan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab semua pertanyaan dengan lengkap dan jujur. Jawaban yang saudara/i berikan saya jamin kerahasiaannya, karena semata-mata hanya untuk kepentingan akademis dalam penyusunan skripsi.

Atas bantuan dan kesediaan saudara/i saya ucapkan banyak terima kasih.

Penulis,

Murnawati
NIM.19.3100.026

1. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
Stasiun Radio : ☐ Radio Peduli
☐ Radio Suara Bumi Lasinrang
Alamat :
Nomor HP/Whatsapp :

2. Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah pertanyaan berikut dengan teliti.
2. Berilah tanda *check list* (✓) pada salah satu kotak yang telah disediakan.
3. Apabila ingin memperbaiki jawaban yang sudah terlanjur, maka lingkarilah jawaban tersebut kemudian beri tanda *check list* (✓) pada jawaban yang baru.
4. Kerjakan semua pertanyaan dengan teliti, jujur dan jangan sampai ada yang terlewat.

**Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi
Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik**

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban	Jawaban
Identifikasi Kebutuhan Audiens			
1.	Sebelum menyiarkan berita, radio mengemas informasi dengan cara:	a) Mencari informasi langsung di lokasi tentang kejadian yang sebenarnya (termasuk wawancara langsung)	
		b) Mencari informasi pada sumber lain (media lain, internet, atau materi dari rekan wartawan/reporter media lainnya, dll.)	
		c) Tidak mencari informasi sama sekali	
2.	Melakukan penelitian ke publik terkait kebutuhan informasi sebelum menuliskan dan menyiarkan informasi tersebut	a) Selalu	
		b) Jarang	
		c) Tidak pernah	
Pengambilan dan Pemilihan Sumber Informasi			
3.	Memilih sumber informasi berdasarkan:	a) Kredibilitas narasumber dalam memberikan informasi	
		b) Hanya opini masyarakat	

		c) Pemanfaatan internet/teknologi digital untuk mencari informasi utama	
Pengemasan Informasi			
4.	Bagaimana bentuk format berita radio?	a) Laporan langsung reporter via telepon	
		b) Berita yang dilengkapi dengan sisipan suara narasumber/wawancara	
		c) Berita yang bersumber dari khalayak (masyarakat sebagai pelapor)	
5.	Bagaimana cara radio mengemas berita?	a) Berita ringkas dan padat	
		b) Pembahasan mendalam dan detail	
		c) Campuran berita singkat dan analisis mendalam	
6.	Efek suara dalam pengemasan informasi publik	a) Penting	
		b) Kadang-kadang digunakan	
		c) Tidak penting/tidak menggunakan	
Penentuan Sasaran Audiens			
7.	Radio menentukan sasaran	a) Melakukan wawancara	

	audiens dengan cara:	untuk memahami kebiasaan masyarakat	
		b) Mencari profil audiens berdasarkan usia, pendidikan, status, dll. (sesuai kebutuhan)	
		c) Tidak menentukan sasaran audiens	
8.	Radio melakukan pengumpulan data dengan meminta audiens untuk mengisi survey harian	a) Selalu	
		b) Jarang	
		c) Tidak pernah	
Penyebaran Informasi			
9.	Berita disampaikan oleh penyiar dengan format	a) Satu penyiar	
		b) Dialog dua penyiar	
		c) Penyiar dan narasumber ahli	
10.	Radio memilih menyebarkan informasi melalui:	a) Media digital (Aplikasi/streaming)	
		b) Media sosial, youtube, dll.	
		c) Siaran langsung biasa (tanpa dukungan media digital)	

Menurut anda, apakah (Radio Peduli/Radio Suara Bumi Lasinrang) ini sudah

memenuhi standar kompetensi media penyiaran publik? Kemukakan alasan dan saran anda!

Jawaban:

B. Lampiran Cooding Book Penelitian
Strategi Komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam
Mengemas Informasi Publik

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Nilai
Identifikasi Kebutuhan Audiens			
1.	Sebelum menyiarkan berita, radio mengemas informasi dengan cara:	d) Mencari informasi langsung di lokasi tentang kejadian yang sebenarnya (termasuk wawancara langsung)	3
		e) Mencari informasi pada sumber lain (media lain, internet, atau materi dari rekan wartawan/reporter media lainnya, dll.)	2
		f) Tidak mencari informasi sama sekali	1
2.	Melakukan penelitian ke publik terkait	d) Selalu	3

	kebutuhan informasi sebelum menuliskan dan menyiarkan informasi tersebut	e) Jarang	2
		f) Tidak pernah	1
Pengambilan dan Pemilihan Sumber Informasi			
3.	Memilih sumber informasi berdasarkan:	d) Kredibilitas narasumber dalam memberikan informasi	3
		e) Hanya opini masyarakat	2
		f) Pemanfaatan internet/teknologi digital untuk mencari informasi utama	1
Pengemasan Informasi			
4.	Bagaimana bentuk format berita radio?	d) Laporan langsung reporter via telepon	3
		e) Berita yang dilengkapi dengan sisipan suara narasumber/wawancara	2
		f) Berita yang bersumber dari khalayak (masyarakat sebagai pelapor)	1
5.	Bagaimana cara radio mengemas	d) Berita ringkas dan	3

	berita?	padat	
		e) Pembahasan mendalam dan detail	2
		f) Campuran berita singkat dan analisis mendalam	1
6.	Efek suara dalam pengemasan informasi publik	d) Penting	3
		e) Kadang-kadang digunakan	2
		f) Tidak penting/tidak menggunakan	1
Penentuan Sasaran Audiens			
7.	Radio menentukan sasaran audiens dengan cara:	d) Melakukan wawancara untuk memahami kebiasaan masyarakat	3
		e) Mencari profil audiens berdasarkan usia, pendidikan, status, dll. (sesuai kebutuhan)	2
		f) Tidak menentukan sasaran audiens	1
8.	Radio melakukan pengumpulan data dengan meminta audiens untuk mengisi survey harian	d) Selalu	3
		e) Jarang	2
		f) Tidak pernah	1
Penyebaran Informasi			

9.	Berita disampaikan oleh penyiar dengan format	d) Satu penyiar	3
		e) Dialog dua penyiar	2
		f) Penyiar dan narasumber ahli	1
10.	Radio memilih menyebarkan informasi melalui:	d) Media digital (Aplikasi/streaming)	3
		e) Media sosial, youtube, dll.	2
		f) Siaran langsung biasa (tanpa dukungan media digital)	1

C. Lampiran Coding Sheet Penelitian

1. Subjek X (Radio Peduli)

RESPONDEN	PERNYATAAN										JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	25
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	21
4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	26
5	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	16
6	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	27
7	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	26
8	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	26
9	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	24
10	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	27
11	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28
12	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	27

13	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
14	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
15	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
16	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	27
17	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	17
18	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	26
19	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	27
20	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28

2. Sampel Y (Radio Suara Bumi Lasinrang)

RESPONDEN	PERNYATAAN										JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	27
2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	24
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
5	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	24
6	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	25
7	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	18
8	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	22
9	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	19
10	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	26
11	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
12	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	26
13	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
14	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	27
15	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	17

D. Lampiran R Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

E. Lampiran T Tabel

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

F. Lampiran Uji Validitas

1. Uji Validitas Subjek X (Radio Peduli)

		Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	JUMLAH
X1	Pearson Correlation	1	,406	,364	,287	,363	,237	,378	,390	,302	,406	,611**
	Sig. (2-tailed)		,076	,115	,220	,115	,314	,101	,089	,196	,076	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2	Pearson Correlation	,406	1	,522*	,236	,232	,555*	,353	,303	,346	,467*	,650**
	Sig. (2-tailed)	,076		,018	,317	,325	,011	,127	,195	,135	,038	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3	Pearson Correlation	,364	,522*	1	,431	,484*	,421	,369	,506*	,151	,522*	,734**
	Sig. (2-tailed)	,115	,018		,058	,030	,064	,110	,023	,526	,018	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X4	Pearson Correlation	,287	,236	,431	1	,164	,036	,678**	,257	,408	,707**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,220	,317	,058		,490	,881	,001	,274	,074	<,001	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X5	Pearson Correlation	,363	,232	,484*	,164	1	,737**	,175	,463*	,241	,417	,669**
	Sig. (2-tailed)	,115	,325	,030	,490		<,001	,459	,040	,306	,067	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X6	Pearson Correlation	,237	,555*	,421	,036	,737**	1	,145	,376	,437	,353	,661**
	Sig. (2-tailed)	,314	,011	,064	,881	<,001		,542	,103	,054	,127	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X7	Pearson Correlation	,378	,353	,369	,678**	,175	,145	1	,266	,437	,555*	,646**
	Sig. (2-tailed)	,101	,127	,110	,001	,459	,542		,258	,054	,011	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X8	Pearson Correlation	,390	,303	,506*	,257	,463*	,376	,266	1	,314	,545*	,658**
	Sig. (2-tailed)	,089	,195	,023	,274	,040	,103	,258		,177	,013	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X9	Pearson Correlation	,302	,346	,151	,408	,241	,437	,437	,314	1	,577**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,196	,135	,526	,074	,306	,054	,054	,177		,008	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X10	Pearson Correlation	,406	,467*	,522*	,707**	,417	,353	,555*	,545*	,577**	1	,814**
	Sig. (2-tailed)	,076	,038	,018	<,001	,067	,127	,011	,013	,008		<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
JUMLAH	Pearson Correlation	,611**	,650**	,734**	,616**	,669**	,661**	,646**	,658**	,612**	,814**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,002	<,001	,004	,001	,002	,002	,002	,004	<,001	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang)

		Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Jumlah
X1	Pearson Correlation	1	,490	,202	,463	,607*	,196	,443	,518*	,472	,464	,670**
	Sig. (2-tailed)		,064	,470	,082	,016	,483	,098	,048	,075	,081	,006
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X2	Pearson Correlation	,490	1	,401	,114	,591*	,274	,374	,231	,762**	,490	,677**
	Sig. (2-tailed)	,064		,138	,686	,020	,323	,170	,408	<,001	,064	,006
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X3	Pearson Correlation	,202	,401	1	,333	,497	,668**	,719**	,342	,575*	,435	,724**
	Sig. (2-tailed)	,470	,138		,225	,059	,006	,003	,212	,025	,105	,002
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X4	Pearson Correlation	,463	,114	,333	1	,443	,463	,364	,645**	,533*	,463	,648**
	Sig. (2-tailed)	,082	,686	,225		,098	,082	,183	,009	,041	,082	,009
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X5	Pearson Correlation	,607*	,591*	,497	,443	1	,607*	,463	,554*	,661**	,607*	,839**
	Sig. (2-tailed)	,016	,020	,059	,098		,016	,082	,032	,007	,016	<,001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X6	Pearson Correlation	,196	,274	,668**	,463	,607*	1	,443	,518*	,472	,464	,707**
	Sig. (2-tailed)	,483	,323	,006	,082	,016		,098	,048	,075	,081	,003
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X7	Pearson Correlation	,443	,374	,719**	,364	,463	,443	1	,262	,426	,443	,681**
	Sig. (2-tailed)	,098	,170	,003	,183	,082	,098		,346	,113	,098	,005
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X8	Pearson Correlation	,518*	,231	,342	,645**	,554*	,518*	,262	1	,472	,250	,655**
	Sig. (2-tailed)	,048	,408	,212	,009	,032	,048	,346		,075	,369	,008
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X9	Pearson Correlation	,472	,762**	,575*	,533*	,661**	,472	,426	,472	1	,756**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,075	<,001	,025	,041	,007	,075	,113	,075		,001	<,001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
X10	Pearson Correlation	,464	,490	,435	,463	,607*	,464	,443	,250	,756**	1	,744**
	Sig. (2-tailed)	,081	,064	,105	,082	,016	,081	,098	,369	,001		,001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Jumlah	Pearson Correlation	,670**	,677**	,724**	,648**	,839**	,707**	,681**	,655**	,857**	,744**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,006	,002	,009	<,001	,003	,005	,008	<,001	,001	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

G. Lampiran Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Subjek X (Radio Peduli)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,857	10

2. Uji Reliabilitas Subjek Y (Radio Suara Bumi Lasinrang)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	15	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	15	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,894	10

H. Lampiran Uji Hipotesis

1. Identifikasi kebutuhan audiens

T-Test

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Peduli	20	5,30	,801	,179
	SBL	15	5,00	1,000	,258

Independent Samples Test											
Levene's Test for Equality of Variances						t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						One-Sided p	Two-Sided p			Lower	Upper
Hasil	Equal variances assumed	,416	,523	,986	33	,166	,331	,300	,304	-,319	,919
	Equal variances not assumed			,955	26,246	,174	,349	,300	,314	-,346	,946

Independent Samples Effect Sizes				
	Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper
Hasil	Cohen's d	,891	-,340	1,009
	Hedges' correction	,912	-,332	,985
	Glass's delta	1,000	-,384	,973

2. Pengambilan dan pemilihan sumber informasi

T-Test

Group Statistics					
	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Peduli	20	2,60	,681	,152
	SBL	15	2,07	,884	,228

Independent Samples Test											
Levene's Test for Equality of Variances						t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						One-Sided p	Two-Sided p			Lower	Upper
Hasil	Equal variances assumed	1,933	,174	2,019	33	,026	,052	,533	,264	-,004	1,071
	Equal variances not assumed			1,945	25,506	,031	,063	,533	,274	-,031	1,098

Independent Samples Effect Sizes				
	Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper
Hasil	Cohen's d	,773	-,005	1,374
	Hedges' correction	,791	-,005	1,343
	Glass's delta	,884	-,111	1,299

3. Pengemasan informasi

T-Test

Group Statistics					
Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Hasil Peduli	20	7,00	1,298	,290	
SBL	15	6,93	1,223	,316	

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
Hasil	Equal variances assumed	,170	,682	,154	33	,439	,878	,067	,433	-,813 ,947
	Equal variances not assumed			,155	31,225	,439	,877	,067	,429	-,808 ,941

Independent Samples Effect Sizes				
	Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval Lower	Upper
Hasil	Cohen's d	1,267	,053	-,617 ,722
	Hedges' correction	1,296	,051	-,603 ,705
	Glass's delta	1,223	,055	-,616 ,723

4. Penentuan sasaran audiens

T-Test

Group Statistics					
Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Hasil Peduli	20	5,00	,858	,192	
SBL	15	4,20	,775	,200	

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
Hasil	Equal variances assumed	,043	,837	2,843	33	,004	,008	,800	,281	,227 1,373
	Equal variances not assumed			2,886	31,793	,003	,007	,800	,277	,235 1,365

Independent Samples Effect Sizes				
	Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval Lower	Upper
Hasil	Cohen's d	,824	,971	,255 1,673
	Hedges' correction	,843	,949	,250 1,635
	Glass's delta	,775	1,033	,250 1,788

5. Penyebaran informasi

T-Test

Group Statistics

	Radio	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Peduli	20	5,25	,851	,190
	SBL	15	5,20	,941	,243

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Hasil	Equal variances assumed	,759	,390	,164	33	,435	,870	,050	,304	-,569	,669
	Equal variances not assumed			,162	28,523	,436	,872	,050	,309	-,582	,682

Independent Samples Effect Sizes

		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
				Lower	Upper
Hasil	Cohen's d	,890	,056	-,614	,725
	Hedges' correction	,911	,055	-,600	,709
	Glass's delta	,941	,053	-,618	,722

I. Lampiran Surat Persetujuan Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-1330/In.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2023

Parepare, 12 Mei 2023

Hal : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. Sulvinajayanti, M.I.Kom
2. A. Dian Fitriana, M.I.Kom

Di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

N a m a : MURNAWATI
NIM : 19.3100.026
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : STUDI PERBANDINGAN LAYANAN INFORMASI PUBLIK PADA RADIO PEDULI DENGAN RADIO SUARA BUMI LASINRANG

Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr.Wb



Dekan,
Dr. A. Mulkidam, M.Hum
NIP.19641231 199203 1 045

J. Lampiran Surat Izin Penelitian Dari Fakultas



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-3672/In.39/FUAD.03/PP.00.9/11/2024

15 November 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Walikota Parepare

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : MURNAWATI
Tempat/Tgl. Lahir : KANARI, 18 April 2001
NIM : 19.3100.026
Fakultas / Program Studi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : XI (Sebelas)
Alamat : KANARIE KEC. LANRISANG KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Walikota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI DENGAN RADIO SUARA BUMI
LASINRANG DALAM MENGEMAS INFORMASI PUBLIK

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 15 November 2024 sampai dengan tanggal 15 Desember 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-3671/In.39/FUAD.03/PP.00.9/11/2024

15 November 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Kepala Daerah Kabupaten Pinrang

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pinrang
di

KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: MURNAWATI
Tempat/Tgl. Lahir	: KANARI, 18 April 2001
NIM	: 19.3100.026
Fakultas / Program Studi	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester	: XI (Sebelas)
Alamat	: KANARIE KEC. LANRISANG KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kepala Daerah Kabupaten Pinrang dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI DENGAN RADIO SUARA BUMI
LASINRANG DALAM MENGEMAS INFORMASI PUBLIK

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 15 November 2024 sampai dengan tanggal 15 Desember 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.

NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

K. Lampiran Surat Izin Penelitian dari Daerah Tempat Meneliti

SRN IP0000830



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 830/IP/DPM-PTSP/11/2024

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **MURNAWATI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**
ALAMAT : **DUSUN KANARI, KAB. PINRANG**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI DENGAN RADIO SUARA BUMI LASINRANG DALAM MENGEMAS INFORMASI PUBLIK**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN UJUNG KOTA PAREPARE (RADIO PEDULI PAREPARE)**

LAMA PENELITIAN : **20 November 2024 s.d 20 Desember 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **20 November 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



HJ. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)





PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0613/PENELITIAN/DPMPPTSP/11/2024

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 19-11-2024 atas nama MURNAWATI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.
- Mengingat** : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1375/RT.Teknis/DPMPPTSP/11/2024, Tanggal : 21-11-2024
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0617/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/11/2024, Tanggal : 21-11-2024

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
KESATU : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :
 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 3. Nama Peneliti : MURNAWATI
 4. Judul Penelitian : STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI DENGAN RADIO SUARA BUMI LASINRANG DALAM MENGEMAS INFORMASI PUBLIK
 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : PEGAWAI RADIO SUARA BUMI LASINRANG
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto
- KEDUA** : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 21-05-2025.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 22 November 2024



Biaya : Rp 0,-



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP, M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang



**Balai
Sertifikasi
Elektronik**



**ZONA
HIJAU**



**OMBUDSMAN
REPUBLIK INDONESIA**

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE

DPMPPTSP

L. Lampiran Surat Selesai Melakukan Penelitian



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jalan Panorama Nomor 3, Telp. (0421)21512, Fax (0421)26262, Kode Pos 91111
Email : dinaskominfo@pareparekota.go.id
Website : www.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 000.9.2/784/ Diskominfo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. ANWAR AMIR, S.STP., M.Si
Nip : 197703141995111002
Pangkat/Gol : Pembina Utama Muda, IV/c
Jabatan : Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : MURNAWATI
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Alamat : Dusun Kanari, Kabupaten Pinrang

Bahwa yang tersebut di atas telah melakukan penelitian pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dari tanggal 20 November 2024 sampai 20 Desember 2024 dengan judul : **"Studi Perbandingan strategi komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam mengemas Informasi Publik "**
Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 20 Desember 2024
Kepala Dinas Kominfo



M. ANWAR AMIR, S.STP, M.Si
Pembina Utama Muda (IV/c)
NIP. 197703141995111002

1.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN PERSANDIAN

Jalan Bintang Nomor.1, Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan
Telpn. (0241) 921 071, Laman <https://diskominfo.pinrangkab.go.id/wordpress/> Pos. 91212

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 800.2/284/Diskominfosandi/XII/2024

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : ANDI HASWIDY RUSTAM, S.STP.,M.Si
Nip : 198307262001121001
Pangkat/ Gol, ruang : Pembina Tk.I,IV/b
Jabatan : Kepala Dinas Komunikasi,Informatika dan Persandian

Menerangkan dibawah ini :

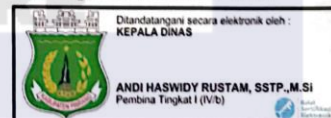
Nama : MURNAWATI
Nim : 19.3100.026
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tempat Meneliti : Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian

Mahasiswi tersebut telah melaksanakan Penelitian di Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian mulai tanggal 15 November 2024 s.d. 15 Desember 2024. Guna menyelesaikan skripsi di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang berjudul.

“STUDI PERBANDINGAN STRATEGI KOMUNIKASI RADIO PEDULI DENGAN RADIO SUARA BUMI LASINRANG DALAM MENGEMAS INFORMASI PUBLIK.”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 16 Desember 2024



Tembusan

1.Arsip

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara

M. Dokumentasi







PAREPARE

BIODATA PENULIS



Murnawati, lahir di Kanarie pada tanggal 18 April 2001. Anak ketiga dari lima bersaudara dari pasangan bapak ABD. Muin dan ibu Nahira. Penulis beragama Islam dan berkebangsaan Indonesia.

Penulis mulai memasuki pendidikan formal di TK Al-Irsyad Al-Islamiyyah Paladang pada tahun 2006-2007, lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 61 Kanari pada tahun 2007-2013, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Lanrisang pada tahun 2013-2016, setelah lulus melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 3 Pinrang pada tahun 2016-2019. Penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi islam yakni Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2019 dengan memilih Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pada semester akhir, penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Massewae, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Kemudian melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Sidrap. Penulis menyusun skripsi sebagai tugas akhir dengan judul **“Studi Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Peduli dengan Radio Suara Bumi Lasinrang dalam Mengemas Informasi Publik”**.