

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gaya Komunikasi Penyiar

2.1.1 Pengertian Gaya Komunikasi Penyiar

Menurut Allen (2012) setiap penyiar harus menentukan gaya komunikasi yang paling sesuai dengan dirinya. Namun, seorang penyiar juga harus mampu mengembangkan berbagai gaya dan pendekatan menurut acara-acara yang dibawakannya. Seorang penyiar dituntut untuk dapat fleksibel dan mampu beradaptasi secara cepat dengan keadaan tertentu.

Selain itu menurut Yahya (2023) gaya komunikasi mengacu pada cara interaksi verbal dan non-verbal individu yang bertujuan untuk menyampaikan dan memahami makna yang dimaksudkan untuk memperoleh reaksi atau tanggapan tertentu dalam konteks tertentu. Beragam gaya komunikasi penyiar ini tidak hanya diterapkan pada proses komunikasi interpersonal tapi juga diterapkan pada komunikasi di dunia penyiaran Radio. Menurut Romli (2003) bagi seorang penyiar radio, gaya komunikasi penyiar dimaknai sebagai *personality* atau kepribadian dari mereka. Setiap penyiar memiliki kepribadian dan melakukan pendekatan dengan cara yang berbeda dari satu sama lain. Dengan memberikan penjelasan dan pembawaan yang baik maka setiap audiens akan merasa nyaman dan setia dalam menyimak setiap siaran yang dibawakan oleh penyiar. Pendekatan yang dilakukan pun beragam, mulai dari sebagai seorang teman, tetangga, hingga seorang profesional yang menjaga tutur katanya. Gaya-gaya itu bisa dikembangkan dan diperluas, namun penyiar harus menggambarkan seseorang yang diterima oleh pendengar.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi penyiar merupakan suatu pandangan berupa campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi penyiar. Ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan.

2.1.2 Jenis Gaya komunikasi penyiar

Menurut Novitasari (2016), gaya komunikasi penyiar terdiri dari 6 tipe/jenis gaya komunikasi sebagai berikut;

1. *The controlling style.*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi penyiar ini dikenal nama komunikator satu arah atau *one way communications*.

Controlling style of communications ini lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan, mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini tidak berusaha menjual gagasan agar dibicarakan bersama, namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya.

2. *The equalitarian style*

Aspek penting gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

Dalam gaya komunikasi penyiar ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka, artinya setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai, dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi penyiar yang bermakna kesamaan ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta

kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain.

3. *The structuring style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memanfaatkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan, serta struktur organisasi. Pengirim pesan (*sender*) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk memengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal, kerja, aturan, dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

4. *The dynamic style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaan berorientasi pada tindakan (*action oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesmen and saleswomen*). Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerjaan atau karyawan untuk bekerja dengan cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah kritis tersebut.

5. *The relinquishing style*

Gaya komunikasi ini mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat, ataupun gagasan orang lain dari pada keinginan untuk memberi perintah meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberikan perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi penyiari ini akan efektif ketika pengirim pesan atau *sender* sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti, serta bersedia untuk bertanggung jawab, atas tugas atau pekerjaan yang dibebankannya.

6. *The Withdrawal style*

Akibat yang muncul bila ini digunakan adalah melemahkan tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang

memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Dalam deskripsi yang kongkret, ketika seseorang mengatakan “Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini”. Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab”, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi dengan orang tua maupun dengan orang lain dalam organisasi atau instansi.

2.1.3 Indikator Gaya Komunikasi Penyiar

Walter K. Kingson, Rome Cowgill, dan Ralph Levy dalam *Broadcasting, Television and Radio* (1955), mengemukakan tiga indikator gaya komunikasi dalam melakukan siaran radio, ditambah lima unsur yang dikemukakan oleh Romli (2003). Dengan demikian semuanya menjadi delapan unsur, yang diantaranya yaitu;

1. Kejelasan.

Setiap pesan yang disiarkan melalui radio harus memenuhi unsur kejelasan baik berupa sumber, perincian peristiwa, akurasi, susunan kalimat, akurasi, dan pilihan katanya. Sumber merujuk kepada narasumber dan siapa orang yang memberikan pernyataan, perincian peristiwa berkaitan dengan penyampaian kronologi peristiwa yang disiarkan agar terdengar logis dan sistematis, akurasi menyangkut data dan detail informasi yang disiarkan telah diteliti, dicek ulang, dan terbukti benar. Sedangkan, susunan kalimat dan pilihan katanya, merujuk kepada pola penyajian pesan dalam bahasa jurnalistik radio yang khas, ringkas, akrab, personal, dan benar benar memanjakan telinga, enak didengar.

2. Kelincahan

Seorang penyiar radio diibaratkan seorang *striker* sepak bola yang harus mampu menguasai bola yang dibawanya. Namun, bagi seorang penyiar radio bola adalah kata-kata. Dalam penyiaran kata-kata itu harus tersusun rapi dalam kalimat-kalimat pendek. Penyiar yang memiliki kelihaian

mengolah, memilih, dan menembakkan kata-kata akan selalu dinantikan dan dirindukan pendengar serta dinilai berkarakter.

3. Keanekaragaman

Penyiar tidak hanya dituntut untuk piawai dalam beretorika, namun harus mampu menulis sesuai dengan formula ELF (*easy listening formula*) yang berarti apapun yang diucapkan harus enak didengar. Penyiar harus mampu menyajikan kata-kata dengan lincah dan penuh daya tarik agar pendengar dapat langsung mencerna setiap kata atau kalimat yang diucapkan.

4. Bahasa Tutar.

Seorang penyiar harus menggunakan bahasa tutur dalam siarannya, di mana bahasa tutur merupakan bahasa percakapan, informal, atau kata-kata dan kalimat yang biasa dikemukakan dalam kalimat percakapan sehari-hari

5. KISS

KISS merupakan kependekan dari *keep it simple and short*. Penggunaan kalimat yang panjang oleh penyiar akan menyulitkan penyiar dalam pengucapannya dan menyulitkan pendengar dalam memahami apa yang penyiar ucapkan. Sedangkan, penggunaan kalimat yang pendek akan memudahkan pendengar untuk memahami apa yang penyiar sampaikan. Kalimat yang sederhana dan singkat akan memudahkan pendengar serta penyiar.

6. Global

Dalam memberikan informasi seorang penyiar perlu menyederhanakan fakta dan menghindari detail yang tidak perlu. Sebab pada dasarnya pendengar hanya perlu inti berita dan waktu yang dimiliki oleh penyiar pun terbatas. Misalnya, informasi tentang sebuah sidang pengadilan, tidak perlu mengungkap secara detail pasal-pasal dan ayat KUHP yang dinilai telah dilanggar terdakwa, tetapi cukup dengan mengemukakan bahwa terdakwa dinilai melakukan tindak pidana pencurian.

7. Imajinatif

Salah satu sifat radio adalah *theatre of mind*, untuk itu seorang penyiar

harus mampu dapat mengembangkan imajinasi pendengar hanya dengan kekuatan kata-kata, dukungan musik, dan suara penyiar. Meskipun pada dasarnya radio bersifat auditori, seorang penyiar harus mampu membuat pendengar dapat merasakan seluruh panca inderanya dengan menghadirkan gambaran, bau atmosfer suasana, hal-hal yang terasa, dan lintasan-lintasan pemikiran yang muncul di lokasi.

8. Bercerita

Naskah yang dibuat oleh penyiar harus berupa naskah yang bercerita yakni menceritakan orang berbicara apa, di mana, bagaimana, mengapa. Untuk itu seorang penyiar perlu menghindari penggunaan kalimat langsung.

2.2 Minat Dengar

2.2.1 Pengertian Minat Dengar

Minat merupakan kecenderungan hati atau gairah terhadap sesuatu yang berasal dari luar. Gie (2014: 28) memberikan pengertian yang paling mendasar tentang “minat”. Menurutnya minat artinya sibuk, tertarik, atau terlibat dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu. Selain itu Sujanto (2016: 92) memberikan pengertian tentang minat “sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya”. Seseorang yang mempunyai minat pada suatu obyek, dia akan tertarik dengan obyek tersebut. Biasanya orang tersebut akan selalu mengikuti perkembangan informasi tentang obyek tersebut. Minat pada suatu obyek akan mendorong seseorang untuk mencari tahu dan mempelajari obyek tersebut dan dia akan mengikuti aktivitas yang berhubungan dengan obyek tersebut.

Menurut Sardiman (2016: 76), minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Oleh karena itu, apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri.

Selanjutnya “dengar/mendengar” menurut Suratno (2015:1-2) adalah peristiwa tertangkapnya rangsangan bunyi oleh panca indera pendengaran yang terjadi pada waktu kita dalam keadaan sadar akan adanya rangsangan tersebut, sedangkan mendengarkan adalah kegiatan mendengar yang dilakukan dengan sengaja penuh perhatian terhadap apa yang didengar. Mendengarkan adalah proses aktif menerima rangsangan (stimulus) suara dengan telinga. Melalui penangkapan makna dan pemahamannya selanjutnya si penerima rangsangan melakukan aksi sesuai makna yang ditangkapnya.

Adapun kegiatan mendengar memiliki beberapa tujuan, (1) mendengar untuk kesenangan: orang mendengarkan sandiwara radio; mendengarkan musik dan sebagainya, (2) mendengarkan untuk mendapatkan informasi memiliki fungsi antara lain: untuk mendapatkan fakta dan detail informasi; untuk mendapatkan arahan dan instruksi dari pimpinan; mencoba memahami sudut pandangan orang lain; mencari solusi untuk menyelesaikan konflik dalam tim dan memecahkan problem, (3) mendengarkan untuk membantu mendengarkan keluh-kesah teman atau kerabat (Abidin, 2015: 241).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa minat dengar adalah kecenderungan atau keinginan yang dimiliki setiap seseorang dalam memenuhi kebutuhan yang timbul dari dorongan dalam diri dari proses kegiatan mendengarkan dengan sengaja penuh perhatian terhadap apa yang didengar yang mempengaruhi pikiran dan kehendak terhadap sesuatu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Minat biasanya ditunjukkan melalui pernyataan yang menunjukkan lebih menyukai suatu hal dan dapat dinyatakan juga dalam bentuk partisipasi dalam aktivitas yang diminatinya.

2.2.2 Indikator Minat Dengar

Menurut Agus Sujanto (2016: 92) terdapat dua aspek yang terdapat dalam minat, yakni aspek kognitif dan aspek afektif. Pada aspek kognitif minat digambarkan selalu didahului oleh pengetahuan, pengetahuan, pemahaman dan konsep yang diperoleh dan dikembangkan dan pengalaman atau hasil interaksi dengan lingkungannya. Sedangkan aspek afektif menggambarkan minat yang mengandung derajat emosional yang dinyatakan dalam bentuk proses menilai untuk menentukan kegiatan yang disenangi. Ketika seorang individu memiliki

minat terhadap sesuatu maka ia akan mencurahkan perhatiannya dengan baik terhadap aktivitas tersebut.

Susilowati dalam Sunarmintyastuti (2019) mengatakan bahwa terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat, sebagai berikut:

1. Faktor dorongan dari dalam (Internal)

Merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seorang individu. Faktor ini erat kaitannya dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Monks dalam bukunya (2006:189) memaparkan bahwa faktor intrinsik, terdiri atas:

a. Rasa Tertarik

Rasa tertarik merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpati kepada sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu objek.

b. Perhatian

Perhatian dijelaskan sebagai pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada suatu objek.

c. Aktivitas

Aktivitas merupakan tahap lanjut yang dilakukan setelah seseorang tertarik dan memberikan perhatian terhadap suatu objek atau kegiatan adalah bergabungnya seseorang dalam kegiatan tersebut

2. Faktor motif sosial

Merupakan faktor yang hadir akibat dorongan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Faktor ini dapat membuat seseorang terdorong untuk melakukan suatu aktivitas demi memenuhi kebutuhan sosialnya. Contohnya adalah ketika seseorang menjadi terdorong untuk mendengarkan radio agar memiliki topik pembicaraan yang sama dengan orang di sekitarnya yang mendengarkan radio.

3. Faktor emosional atau perasaan

Merupakan faktor yang dapat menumbuhkan minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

2.3 Radio

2.3.1 Pengertian Radio

Menurut Syamsul (2009) Secara umum radio dapat diartikan sebagai wadah untuk menyampaikan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Suara yang kita dengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, kemudian diubah melalui pengeras suara (loudspeaker) menjadi energi bunyi sehingga bisa kita dengar.

Penyiar dalam melakukan siaran dalam radio biasanya menyampaikan informasi yang berkenaan dengan hiburan, musik, humor, beserta berbagai informasi yang sedang menjadi topik pembahasan oleh banyak orang. Para pendengar radio dapat dengan mudah mendengarkan saluran radio dimanapun mereka berada.

Adapun pendapat para ahli yang berkenaan dengan radio seperti: Astuti yang mengemukakan pendapatnya mengenai radio bahwasannya radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara yang ditransmisikan secara serempak melalui perkembangan radio di udara.⁵⁵ Sementara itu, Efendi (2016) menggambarkan tentang radio bahwasannya radio dijuluki sebagai the fifth estate, yang memiliki makna bahwa radio bersifat langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan serta memiliki daya tarik.

Berdasarkan definisi yang telah tertulis di atas dapat disimpulkan bahwasannya radio adalah sebuah alat media yang dapat memudahkan manusia dalam mencari informasi melalui pesan yang disampaikan oleh penyiar dalam saluran radio.

2.3.2 Karakteristik Radio

Adapun menurut Efendi (2016) beberapa karakteristik yang dimiliki radio yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu:

- a. Radio adalah suara (auditori) untuk didengar karena isi siaran bersifat sepiantas lalu dan tidak dapat diulang.
- b. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).

- c. Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis (*channel noise factor*).
- d. *Theater of Mind*: Radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar.
- e. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.

2.3.3 Karakteristik Pendengar Radio

Pendengar radio atau audience media secara universal dapat diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya. Seperti yang dikemukakan oleh Rachmad bahwasannya Audience media adalah terpaan media yang melibatkan kegiatan melihat, membaca pesan-pesan komunikasi dan mendengarkan radio.

Audience adalah faktor yang paling penting bagi media, karena audience merupakan konsumen media. Kehadiran audience akan menentukan faktor keberhasilan suatu media. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audience (Syamsul, 2009). Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audience.

Berdasarkan pernyataan mengenai karakteristik pendengar radio di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya pendengar radio adalah salah satu aspek penting dalam kemajuan sebuah media siaran radio, karena tanpa adanya pendengar/audience akan menyebabkan siaran radio tidak berkembang atau bahkan maju, maka dari itu sebagai seorang penyiar.

Radio harus lah membawakan siaran yang menarik agar pendengar radio atau audience lebih tertarik untuk mendengarkan siaran radio.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya, penjelasan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dimaksudkan untuk dibandingkan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Hal ini bertujuan untuk memahami perbedaan antara penelitian yang akan peneliti tulis dengan penelitian sebelumnya. Kajian-kajian tersebut membawa kontribusi berharga dengan menghadirkan temuan-temuan yang telah menjadi pijakan bagi penelitian ini. Berikut adalah kajian penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Kontribusi	Perbedaan dan Persamaan
1	Syifa Fauzia. (2019) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Bahasa Sunda Banten dan Gaya Komunikasi Penyiar Dalam Penyiaran Radio Krakatau (93,7 FM) Terhadap Minat Dengar Masyarakat”	penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan bahasa Sunda Banten dan Gaya Komunikasi Penyiar dalam penyiaran Radio Krakatau (93,7 FM) terhadap minat dengar masyarakat. Jenis penelitian bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah <i>survey</i> dengan menyebar kuisioner kepada 100 responden di Kabupaten Pandeglang. Dari analisis korelasi, antara variabel penggunaan bahasa Sunda Banten, variabel Gaya Komunikasi Penyiar dan variabel minat dengar masyarakat memiliki hubungan yang kuat. Setelah dilakukan uji regresi berganda dihasilkan koefisien determinasi 49,1% yang menandakan bahwa minat dengar masyarakat terhadap Radio Krakatau dipengaruhi oleh	Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya terletak pada aspek pokok yang diteliti dan jenis penelitian, yaitu gaya komunikasi penyiar sebagai variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)-nya yaitu minat dengar. Selanjutnya persamaan penelitian terletak pada jenis penelitian yang digunakan, yaitu jenis penelitian eksplanatif/eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian terletak pada objek/fokus penelitian, metode analisa data dan jumlah variabel yang digunakan. Penelitian sebelumnya dengan objek penelitiannya terhadap Radio Krakatau sedangkan penelitian sekarang berfokus pada objek penengar program

		<p>penggunaan bahasa Sunda Banten dan gaya komunikasi penyiar penyiar, sementara sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh faktor lain.</p>	<p>Semanggi Suroboyo Suara Surabaya. Perbedaan kedua terletak pada metode analisa data. Penelitian sebelumnya menerapkan metode analisis regresi linier berganda, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode analisis regresi sederhana. Selain itu perbedaan juga terletak pada jumlah variabel bebas yang diteliti, dimana penelitian sebelumnya menggunakan 2 variabel bebas yaitu gaya bahasa banten dan gaya komunikasi penyiar, sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan 1 variabel bebas yaitu gaya komunikasi penyiar.</p>
2.	<p>Jariah & Ramayanti (2020) dengan judul “Pengaruh Gaya komunikasi Pustakawan Terhadap Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Gaya komunikasi Pustakawan di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi berpengaruh terhadap minat kunjung pemustaka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, observasi, dan dokumentasi. Teknik sampel penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Adapun teknik analisis data yang digunakan analisis data deskriptif dengan teknik analisis regresi sederhana. untuk mengetahui ada atau</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada aspek pokok yang diteliti, yaitu gaya komunikasi penyiar sebagai variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)-nya yaitu minat. Selain itu metode analisis yang digunakan memiliki kesamaan, yaitu menggunakan analisis regresi sederhana. Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya dengan objek penelitiannya terhadap pemustaka, sedangkan penelitian sekarang akan menginvestigasi minat pada pendengar radio.</p>

		<p>tidaknya pengaruh dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis.</p> <p>Hasil penelitian ini yaitu variabel Gaya komunikasi Pustakawan diperoleh presentase skor sebesar 78,29% yang berarti bahwa pengaruh Gaya komunikasi Pustakawan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Variabel minat kunjung diperoleh presentase skor sebesar 80,24% yang berarti bahwa minat kunjung termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil uji regresi adanya pengaruh antara Gaya komunikasi Pustakawan terhadap minat kunjung pemustaka.</p>	
3.	<p>Yahya & Mulkan (2023) dengan judul “Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Terhadap Minat Dengar Dapur Remaja Radio 107.8 FM”</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar terhadap minat pendengar Dapur Radio. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif, menggunakan kuesioner online sebagai metode pengumpulan data. Metode analisis dalam penelitiannya menggunakan analisis regresi sederhana, dan uji hipotesis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi penyiar memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pendengar dengan nilai R square sebesar 0,710 sisanya sebesar 19%, dipengaruhi oleh unsur-unsur yang tidak diperhitungkan dalam variabel penelitian</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada aspek pokok yang diteliti, yaitu gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian, metode analisa data. Penelitian sebelumnya menggunakan jenis penelitian deskriptif kauntitatif, dengan metode analisis regresi sederhana, sementara penelitian saat ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatori dengan metode analisis regresi linier berganda.</p>

4.	Soleha (2023) dengan judul “Pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar Radio Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Dengar Program Cerita Penutup Hari”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur besar pengaruh Gaya Komunikasi Penyiar radio Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat dengar program Cerita Penutup Hari. Penelitian ini menggunakan metodologi survei dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan kuesioner kertas sebagai metode pengumpulan data. Metode analisis dalam penelitiannya menggunakan analisis regresi sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Gaya Komunikasi Penyiar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengar pada pendengar program Cerita Penutup Hari Radio Pro 2 RRI Lampung.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada aspek pokok yang diteliti, yaitu gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar, Selanjutnya persamaan penelitian juga terletak pada jenis dan metode analisis yang digunakan yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatori dengan metode analisis regresi sederhana sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian sebelumnya dengan fokus penelitiannya yaitu ingin menginvestigasi pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar program cerita penutup hari di radio RRI Pro 2 Lampung sedangkan penelitian sekarang memiliki fokus penelitian pada pendengar program Semanggi Suroboyo pada Radio Suara Surabaya
5.	Tita Kurniawati, (2023) dengan judul “Gaya Komunikasi Penyiar Radio Songgolangit FM untuk Menarik Minat Pendengar <i>Live Streaming</i> Pada Program Sendu (Senandung Rindu)”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Gaya Komunikasi Penyiar dan hambatan apa saja pada Program Sendu (Senandung Rindu) untuk menarik minat pendengar secara <i>live streaming</i> di Radio Songgolangit FM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan prosedur pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Metode analisa data menggunakan metode analisis miles and	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada aspek pokok yang diteliti, yaitu gaya komunikasi penyiar terhadap minat mendengarkan radio. Perbedaan penelitian terletak pada jenis, fokus penelitian, metode analisa. Penelitian sebelumnya menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan metode analisis miles and hubberman, sementara

	<p>hubberman. Hasil penelitian menerangkan gaya komunikasi penyiar yang digunakan oleh penyiar Radio Songgolangit pada program acara Sendu (Senandung Rindu) meliputi tiga gaya komunikasi penyiar, yaitu <i>the controlling style</i>, <i>the equalitarian style</i>, dan <i>the relinquishing style</i>. Hambatan yang dihadapi oleh penyiar Radio Songgolangit FM berupa teknis dan non teknis. Hambatan teknis meliputi hambatan semantik, mekanis, ekologis, dan prasangka, serta hambatan non teknis meliputi rasa kantuk penyiar. Dengan demikian hambatan teknis lebih besar daripada hambatan non teknis yang mana hambatan-hambatan ini berdampak pada proses siaran dan kenyamanan pendengar.</p>	<p>penelitian saat ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatori dengan metode analisis regresi sederhana.</p>
--	--	--

2.5 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu mengenai Gaya komunikasi penyiar sebagai variabel (X) dan Minat Dengar sebagai variabel (Y) yang telah dijelaskan diatas maka, dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

—————> : Pengaruh Langsung

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu dan tinjauan teori, maka peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa gaya komunikasi penyiar berpengaruh signifikan terhadap minat dengar.

