

PERSEPSI MAHASISWA KPI UIKA BOGOR TERHADAP PROGRAM RADIO PRO 2 RRI BOGOR

Muhammad Kholil Arraki¹

¹ Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Ibn Khaldun Bogor

Jl. Sholeh Iskandar, Kedung Badak, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162

Email: *khairunnisahadi14@gmail.com*

Abstract

The purpose of this study was to determine the perception of KPI UIKA Bogor students towards the RRI Bogor Radio Pro 2 program and later in it would be known what points were the input for the programs in it. This research method uses quantitative methods, namely the method of distributing questionnaires to KPI UIKA Bogor students by using Suharsimi Arikunto's theory which takes a partial sample or representative of the population being studied. If the subject is less than 100, it is better to take all, on the contrary if the subject is greater than 100, it can be taken between 10-15%. The results obtained from the study were firstly the results of the research on the perception of UIKA KPI students on the satisfaction motive of the Pro 2 RRI Bogor program which got first place by getting a score of 550 from the results of the questionnaire answers, then the program effect dimension was ranked second with a score of 460 from the results of the questionnaire answers. In the third place, there is a motive for the respondents' knowledge of all programs in Pro 2 RRI Bogor with a score of 295. Finally, there is a motive for the general view of respondents on the Pro 2 RRI Radio Bogor which is ranked fourth with a score of 221. In general, the results obtained are known. that the listener's perception, namely the Islamic Broadcasting and Communications Students, University of Ibn Khaldun Bogor, is found in the satisfaction motive of the RRI Bogor Pro 2 Program.

Key Words: *Student Perceptions; RRI Bogor Pro 2 Program; Islamic Broadcasting and Communications; Radio*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa KPI UIKA Bogor terhadap program Radio Pro 2 RRI Bogor dan nantinya didalamnya akan di ketahui apa saja poin yang menjadi masukan untuk program-program didalamnya. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan metode penyebaran angket kepada Mahasiswa KPI UIKA bogor dengan menggunakan teori Suharsimi Arikunto yang mengambil sampel sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, sebaliknya jika subyeknya lebih besar dari 100 dapat diambil antara 10-15%. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut pertama hasil penelitian persepsi mahasiswa KPI UIKA terhadap motif kepuasan program Pro 2 RRI bogor mendapat peringkat pertama dengan mendapat skor 550 dari hasil jawaban kuesioner, Selanjutnya dimensi efek program menempati peringkat kedua dengan skor 460 dari hasil jawaban kuisoner, Kemudian di peringkat ketiga ada motif pengetahuan responden terhadap seluruh program-program yang ada di Pro 2 RRI Bogor dengan skor 295, Terakhir ada motif pandangan umum responden terhadap radio Pro 2 RRI Bogor yang mendapat peringkat keempat dengan skor 221. Secara umum, hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa persepsi pendengar yaitu Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor terdapat pada motif kepuasan Program Pro 2 RRI Bogor.

Kata Kunci: *Persepsi Mahasiswa; program Pro 2 RRI Bogor; Komunikasi Penyiaran Islam; Radio*

1. Pendahuluan

Dalam perjalanannya RRI telah mengalami beberapa kali perubahan status. Pada masa kemerdekaan, RRI digunakan sebagai alat perjuangan. Memasuki era orde baru, RRI digunakan sebagai lembaga penyiaran pemerintah. Perannya tak lebih sebagai “Humas” Pemerintah. Pada Era reformasi, RRI ditetapkan sebagai perusahaan jawatan yang kemudian mengalami transisi menuju status sebagai lembaga penyiaran publik di era pasca reformasi.

Seperti yang termaktub dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran (UU penyiaran) Pasal 14 ditegaskan bahwa RRI adalah lembaga penyiaran publik yang bersifat independen, netral, tidak komersil dan berfungsi melayani kebutuhan masyarakat. Radio merupakan bagian dari kehidupan masyarakat sekitar. Sebagai media informasi yang berperan mendidik masyarakat, radio harus menjadi media penghibur sekaligus menjadi ‘guru’ bagi masyarakat atau para pendengar sehingga mampu merubah perilaku masyarakat. Kini era digital semakin berkembang, semakin banyak siaran radio swasta muncul yang menawarkan kepada masyarakat tentang informasi-informasi yang di bungkus semenarik mungkin, dan masyarakat bebas memilih siaran radio mana saja yang diminati, tidak seperti dulu yang hanya mengandalkan radio RRI untuk menerima atau mendapatkan informasi.

Tantangan baru ini dibuktikan dengan menjamurnya radio-radio swasta khususnya di Bogor Jawa Barat yang menjadi poin penting dalam pembahasan penelitian ini. Di bogor memiliki kurang lebih sekitar 30 stasiun radio swasta, menjadi tantangan tersendiri untuk radio RRI Bogor. Belum lagi menurut data yang dikeluarkan Nielsen jumlah pendengar radio konvensional saat ini hanya tersisa 10 juta dari sebelumnya bisa mencapai 14 juta, ini menjadi permasalahan lain juga buat RRI terkhusus pada RRI Bogor.

Status lembaga penyiaran publik yang diemban oleh RRI adalah sebuah tugas suci. Insan RRI dituntut untuk melaksanakan sebuah amanah negara yang secara konsisten dan konsekuen. Mengingat saat ini sedang terjadi perang informasi yang dipicu oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat. RRI harus bisa menjaga identitas nasional kita dan mereaktualisasi kebudayaan dan kepribadian bangsa melalui program siaran yang kreatif dan inovatif. Setidaknya dalam program RRI harus mengandung unsur E3N, Yakni Education (pendidikan), Empowering (pemberdayaan), Enlightening (pencerahan), dan Nationalism (nasionalisme).

Manajemen RRI sendiri sebenarnya sudah menyikapinya dengan berbagai kebijakan dan penyiapan terkait sumber daya manusia, teknologi digitalisasi dan khususnya program siarannya yang nampaknya kalah saing dengan program-program radio swasta. Kita tahu RRI adalah satu-satunya radio milik pemerintah Indonesia ditengah menjamurnya persaingan radio-radio swasta dengan beragam konten kreatif dan inovatif yang ditawarkannya untuk menjangkau para pendengar radio.

Maka dari itu hasil dari pemaparan diatas, penelitian ini akan membahas tentang pandangan pendengar radio, khususnya pendengar pada penelitian ini Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor sebagai

mahasiswa yang nantinya akan meneruskan estafet dalam perkembangan media khususnya terhadap program yang ada di Pro 2 RRI Bogor.

2. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menganalisis persepsi mahasiswa KPI UIKA Bogor terhadap program Radio Pro 2 RRI Bogor. Dengan menggunakan data wawancara dan kuesioner yang didapat dari responden.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan periset untuk mengumpulkan data. Ada beberapa cara atau teknik dalam pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh periset. Metode pengumpulan data ini sangat ditentukan oleh metode riset. Untuk mengumpulkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya penulis menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut:

a. Metode Angket (Kuesioner)

Metode angket atau kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau suatu bidang yang diteliti. Untuk memperoleh data angket disebarkan kepada responden (orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian). Terutama dalam penelitian survei. Dalam hal ini peneliti menulis pertanyaan-pertanyaan dimana pertanyaan tersebut diambil dari data yang akan diteliti yaitu tentang beberapa program yang ada di Pro 2 RRI Bogor dan nantinya akan di jawab oleh responden. Dimana responden disini adalah Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor yang di dalam soalnya tinggal dijawab menggunakan sistem Chek list atau silang.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data melalui membaca buku atau literatur ilmiah pendukung lainnya dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

c. Wawancara Terstruktur

Wawancara jenis ini biasanya digunakan pada riset kuantitatif, misalnya survei sebagai data tambahan pertanyaan dalam kuesioner. Dalam penelitian inipun menggunakan teknik wawancara kepada kru atau pegawai diprogram Pro 2 RRI Bogor untuk menggali dari (responden) tentang permasalahan didalamnya.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

RRI adalah satu-satunya radio yang menyandang nama negara yang siarannya ditunjukkan untuk kepentingan bangsa dan negara. RRI sebagai lembaga penyiaran publik yang independen, netral dan tidak komersial yang berfungsi memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional. Besarnya tugas dan fungsi RRI yang diberikan oleh negara melalui UU No 32 tahun 2002 tentang penyiaran, PP 1 tahun 2005 tentang lembaga penyiaran publik. Serta PP 12 tahun 2005. RRI dikukuhkan sebagai satu-satunya lembaga penyiaran yang dapat berjaring secara nasional dan dapat bekerja sama dalam siaran dengan lembaga penyiaran asing. Dengan kekuatan 99 stasiun penyiaran terdiri dari: 1 satker tipe A, 30 satker tipe

B, 34 satker tipe C, pusat pemberitaan dan SIN serta 32 studio produksi. Prinsip lembaga penyiaran publika:

- a) LPP adalah lembaga penyiaran untuk semua warga negara.
- b) Siarannya harus menjangkau seluruh wilayah negara.
- c) Siarannya harus merefleksikan keberagaman.
- d) Siarannya harus berbeda dengan lembaga penyiaran lainnya.
- e) LPP harus menegakan independensi dan netralitas.
- f) Siarannya harus berkualitas tinggi.
- g) Menjadi flag carrier dari bangsa indonesia.
- h) Mencerminkan identitas bangsa.

a. Pengetahuan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor

Tabel 1. Pengetahuan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio RRI Bogor

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	15	50%
2	Setuju	11	37%
3	Tidak Setuju	1	3%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 2. Pengetahuan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang Program Siaran Radio Pro 2 RRI Bogor

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10%
2	Setuju	9	30%
3	Tidak Setuju	14	46%
4	Sangat Tidak Setuju	4	14%
	Jumlah	30	100%

Tabel 3. Pengetahuan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang Program Jamaica Musik

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	7%
2	Setuju	6	20%
3	Tidak Setuju	15	50%
4	Sangat Tidak Setuju	7	23%
	Jumlah	30	100%

Tabel 4. Pengetahuan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang Semua Program Siaran yang Ada di Pro 2 RRI Bogor

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	7%
2	Setuju	5	16%

3	Tidak Setuju	17	57%
4	Sangat Tidak Setuju	6	20%
	Jumlah	30	100%

b. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI

Tabel 5. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor menyiarkan Program-program yang Kreatif, Inovatif, dan Edukatif

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	6	20%
2	Setuju	15	50%
3	Tidak Setuju	5	16%
4	Sangat Tidak Setuju	4	14%
	Jumlah	30	100%

Tabel 6. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor dalam menyiarkan Program untuk Golongan Muda

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	5	16%
2	Setuju	16	54%
3	Tidak Setuju	5	16%
4	Sangat Tidak Setuju	4	14%
	Jumlah	30	100%

Tabel 7. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor dalam menyiarkan Siaran Lagu-Lagu yang Up To Date

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10%
2	Setuju	15	50%
3	Tidak Setuju	8	27%
4	Sangat Tidak Setuju	4	13%
	Jumlah	30	100%

Tabel 8. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor Sangat Memuaskan

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	6%
2	Setuju	15	50%
3	Tidak Setuju	9	30%
4	Sangat Tidak Setuju	4	14%
	Jumlah	30	100%

Tabel 9. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor Sangat Berkualitas

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	7	23%

2	Setuju	12	40%
3	Tidak Setuju	8	27%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 10. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor Sangat Populer

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	7%
2	Setuju	10	33%
3	Tidak Setuju	13	43%
4	Sangat Tidak Setuju	5	17%
	Jumlah	30	100%

Tabel 11. Kepuasan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Pro 2 RRI Bogor tentang radio Pro 2 RRI Bogor Sangat Menghibur

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10%
2	Setuju	18	60%
3	Tidak Setuju	6	20%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

c. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA

Tabel 12. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA tentang Program Siaran Pro 2 RRI Bogor Memenuhi Kebutuhan dalam Mencari Informasi dan Kondisi yang Up to Date

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	6%
2	Setuju	18	60%
3	Tidak Setuju	5	17%
4	Sangat Tidak Setuju	5	17%
	Jumlah	30	100%

Tabel 13. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA tentang Program Siaran Pro 2 RRI Bogor Sudah Memenuhi Kebutuhan Pendengar dalam Menambah Pengetahuan Informasi

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	4	13%
2	Setuju	13	44%
3	Tidak Setuju	10	33%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 14. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA tentang Mendengarkan Radio Pro 2 RRI Karena Frekuensinya Mudah diakses

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10%
2	Setuju	12	40%
3	Tidak Setuju	12	40%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 15. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA tentang Program Siaran Pro 2 RRI Bogor Memberikan Dampak yang Membuat Pendengarnya Semangat Lagi dalam Beraktifitas

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	1	3%
2	Setuju	14	47%
3	Tidak Setuju	12	40%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 16. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA tentang Program Siaran Pro 2 RRI Bogor Cepat dalam Merespon Kebutuhan Pendengar

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	1	3%
2	Setuju	18	60%
3	Tidak Setuju	8	27%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 17. Efek Program Pro 2 RRI Bogor Terhadap Mahasiswa KPI UIKA tentang Program Siaran Pro 2 RRI Bogor Membagi Pengalaman dengan Pendengar Lainnya

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	7%
2	Setuju	19	63%
3	Tidak Setuju	6	20%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

d. Pandangan Umum Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Penyiar Pro 2 RRI Bogor

Tabel 18. Pandangan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Penyiar Pro 2 RRI Bogor tentang Penyiar Program Siaran Pro 2 RRI Bogor Memiliki Pengetahuan dan Wawasan Luas

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	7%
2	Setuju	19	63%
3	Tidak Setuju	6	20%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

Tabel 19. Pandangan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Penyiar Pro 2 RRI Bogor tentang Responden Mengetahui Ermel Bekata Penyiar Program Pro 2 RRI Bogor

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	10	33%
3	Tidak Setuju	14	47%
4	Sangat Tidak Setuju	6	20%
	Jumlah	30	100%

Tabel 20. Pandangan Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Penyiar Pro 2 RRI Bogor tentang Program Pro 2 RRI Bogor Mempunyai Penyiar yang Melakukan Interaksi Melalui Line Telepon Untuk Berbagi Pengalaman

No	Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	7%
2	Setuju	16	53%
3	Tidak Setuju	9	30%
4	Sangat Tidak Setuju	3	10%
	Jumlah	30	100%

e. Perbandingan Skor Indikator Pengetahuan, Kepuasan Program, Efek Program, dan Pandangan Umum

Tabel 21. Perbandingan Skor Indikator Pengetahuan, Kepuasan Program, Efek Program, dan Pandangan Umum

No	Jenis Indikator	Jumlah	Ranking
1	Sangat Setuju	295	3
2	Setuju	550	1
3	Tidak Setuju	460	2
4	Sangat Tidak Setuju	221	4
	Jumlah	295	3

Tabel di atas menggambarkan tabulasi silang antara 4 (empat) peran siaran program Pro 2 RRI Bogor terhadap persepsi mahasiswa KPI UIKA berdasarkan indikator Pengetahuan, Kepuasan Program, Efek Program, dan Pandangan Umum. Berdasarkan hasil pada tabel 4.25, indikator Kepuasan Program menempati peringkat pertama dengan skor 550. Diikuti indikator Efek Program dengan skor 460, indikator Pengetahuan dengan skor 295, dan indikator Pandangan Umum dengan skor 221. Artinya persepsi mahasiswa terhadap program Pro 2 RRI Bogor terdapat pada kepuasan program tersebut.

4. Kesimpulan

Pada bab ini peneliti menarik kesimpulan berdasarkan analisis data yang telah peneliti jabarkan pada bab sebelumnya yang dilihat dari penelitian mengenai “Persepsi Mahasiswa KPI UIKA Terhadap Program Radio Pro 2 RRI Bogor” dalam hal ini responden yaitu Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor yang di ambil sampel nya yaitu semester 3,5 dan 7 maka dapat disimpulkan bahwa: Hasil penelitian persepsi mahasiswa KPI UIKA

terhadap motif kepuasan program Pro 2 RRI bogor mendapat peringkat pertama dengan mendapat skor 550, Selanjutnya dimensi efek program menempati peringkat kedua dengan skor 460 dari hasil jawaban kuisioner, Kemudian di peringkat ketiga ada motif pengetahuan responden terhadap seluruh program-program yang ada di Pro 2 RRI Bogor dengan skor 295, Terakhir ada motif pandangan umum responden terhadap radio Pro 2 RRI Bogor yang mendapat peringkat keempat dengan skor 221. Secara umum, hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa persepsi pendengar yaitu Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor terdapat pada motif kepuasan Program Pro 2 RRI Bogor. Untuk selanjutnya masukan dari hasil wawancara kepada responden yang menyatakan semoga penyebaran atau sosialisasi program Pro 2 RRI Bogor lebih baik lagi agar lebih dikenal oleh masyarakat.

5. Daftar Pustaka

- Anwar, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung. Amrico.
- Asep, S. & Romli, M. (2009). *Dasar-dasar Siaran Radio*. Bandung. Nuansa.
- Chalid, N. A. (2010). *Metedologi Penelitian*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Definisi Mahasiswa Menurut Kamus Besar Indonesia [Internet]. [2018,7,6,13.36] : tersedia pada <http://www.pengertianku.net/2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-para-ahli.com>
- Djuara, P. L. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Bogor. Sains KPM Ipb Press.
- Elvinaro, A. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis Rekatama.
- Hidajanto, J. (2013). *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta. Kencana Pre-Nademita.
- Jallaudin. R. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- KBBI Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2002). Jakarta. Balai Pustaka.
- Metode Penelitian dalam Pemecahannya Menurut Suharsimi Arikunto [Internet]. [2018,8,10,15.45]: tersedia pada <http://www.elib.unikom.ac.id>
- Mulyana, D. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Nana, S. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Nawiroh, V. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Onong, U. E. (1990). *Radio Siaran : Teori dan Praktek*. Bandung. Mandar Maju.
- Pengertian Persepsi Komunikasi dan Proses Definisi Menurut Parah Ahli [Internet]. [2018,7,06,13.36] : tersedia pada <http://www.landasanteori.com>
- Pengertian Program [2018,7,5,17.55]: tersedia pada <http://www.spengetahuan.com>
- Rachmat, K. (2006). *Teknik Praktis (Riset Komunikasi)*. Jakarta. Kencana.
- Rri dan Tantangan Radio Digital* [Jurnal Internet]. [2018,7,17,14.00]: tersedia pada <http://www.rri.co.id>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Al-Fabeta.
- Vivian. (2008). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.