

PERANAN PRAMBORS RADIO SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI (STUDI DESKRIPTIF PADA MASYARAKAT DESA NAMO MBELIN DUSUN II KECAMATAN NAMORAMBE)

Oleh:

Helen Vanhurk Sriwati Ningsih Sitorus ¹⁾

Yolanda Kristine Sembiring ²⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2)}

E-mail:

Helensitorus42@gmail.com ¹⁾

Sembiringyolanda@gmail.com ²⁾

ABSTRACT

This study aims at determining the extent of the role of Prambors Radio as a source of information that serves to educate and entertain loyal listeners. At the same time, to see the response of listeners to the songs on Prambors Radio. Qualitative is the choice of the method used and by using data analysis techniques of observation, interviews and documentation. Uses and Gratifications are as theory where media can satisfy the needs desired by listeners or users. The people of Namu Mbelin Village as users of mass communication media and Prambors Radio as media that fulfill satisfaction with information. The results of the study illustrate that Prambors Radio as a mass communication medium is able to give satisfaction to the people of Namu Mbelin Village, Dusun II, Namorambe District. The results also show that the role of radio prambors as a mass media capable of entertaining and conveying information through its popular programs has made it a favorite radio for young people.

Keywords: *Prambors Radio, Mass Communication, Namu Mbelin Village Community.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peranan Prambors Radio sebagai salah satu sumber informasi yang berfungsi mengedukasi dan menghibur pendengar setianya. sekaligus juga untuk melihat respon dari pendengarnya terhadap lagu-lagu di Prambors Radio. Kualitatif menjadi pilihan metode yang digunakan dan dengan menggunakan teknik analisis data observasi, wawancara dan dokumentasi. Uses and Gratifications sebagai teori dimana media dapat memuaskan kebutuhan yang diinginkan pendengar ataupun pengguna. Masyarakat Desa Namu Mbelin sebagai pengguna media komunikasi massa dan Prambors Radio sebagai media yang memenuhi kepuasan akan informasi. Hasil penelitian menggambarkan bahwa Radio Prambors sebagai media komunikasi massa mampu memberi kepuasan akan informasi kepada Masyarakat Desa Namu Mbelin Dusun II Kecamatan Namorambe. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa peranan prambors Radio sebagai salah satu media massa yang mampu menghibur dan menyampaikan informasi melalui acaranya yang banyak diminati telah menjadikannya menjadi Radio favorit kawula muda.

Kata kunci: *Prambors Radio, Komunikasi Massa, Masyarakat Desa Namu Mbelin.*

1. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu stasiun radio, Prambors Radio yang saat ini lagi digandrungi dan saat ini sedang trend dikalangan masyarakat. Banyak media yang muncul akhir-akhir ini untuk memberi kepuasan kepada masyarakat melalui acara yang di sajikan. Salah satunya adalah media radio dimana radio sendiri adalah salah satu media tertua namun masih tetap diminati oleh masyarakat sebagai pendengar setia. Prambors Radio sebagai media massa sangat diminati kawula muda memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat terlebih dalam menghibur masyarakat terutama anak-anak muda yang sudah bosan dengan bekerja sehari penuh sehingga ingin mengganti suasana lewat hiburan yang mereka dengar dari siaran radio prambors.

Media komunikasi massa yang salah satunya memiliki program acara untuk kawula muda adalah Radio Prambors. Radio ini sendiri merupakan perusahaan penyiaran yang memiliki nama panjang Prambors Rasisonia. Prambors Rasisonia adalah singkatan dari Prambanan, Mendut, Borobudur, dan sekitarnya (Prambors) dan Radio Siaran Sosial Niaga (Rasisonia). Hingga saat ini, Prambors sudah hadir di 8 kota di Indonesia, yaitu di Prambors Jakarta 102.2 FM, Prambors Bandung 98.4 FM, Prambors Semarang 102 FM, Prambors Solo 99.2 FM, Prambors Yogyakarta 95.8 FM, Prambors Surabaya 89.3 FM, Prambors Medan 97.5 FM, dan Prambors Makassar 105.1 FM (pramborsfm.com).

Setiap individu pasti sangat membutuhkan informasi dalam hidupnya. Bagaimana seseorang dengan caranya sendiri berusaha memenuhi informasi itu salah satunya dengan mendengarkan siaran radio sebagai medianya. Banyaknya media yang dapat memberikan informasi sebagai pemenuhan kebutuhan merupakan keuntungan. Kita tinggal memilih media apa sebagai wadah yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut, salah satunya adalah

radio. Media Massa yang salah satunya adalah Radio yang memiliki kekuatan dan disebut penguasa kelima atau *the fifth estate*, dalam dunia jurnalistik (baca surat kabar) sering diberi label penguasa keempat *the fourth estate*. (Effendy, 2003:137).

Tiga hal penting sehingga radio diberi label kekuatan kelima, yaitu:

1. Dalam menyiarkan berita atau informasi bersifat langsung
2. Saat melakukan siaran radio tidak terbatas jarak dan aral/rintangan
3. Memiliki daya tarik tersendiri bagi peminatnya

Di Indonesia perkembangan radio perkembangannya sangat cepat, baik itu stasiun radio yang berskala nasional maupun lokal, hal itu pula yang memperketat persaingan dalam memenuhi kebutuhan akan suatu informasi bagi masyarakat umum. Di era industrialisasi informasi begitu pentingnya media sebagai penambah wawasan dan pengetahuan masyarakat. Dengan kata lain, interaksi merupakan proses penyampaian komunikator kepada komunikan, baik menggunakan radio, televisi, surat kabar, spanduk maupun media lainnya.

Sebagai salah satu kajian ilmu, komunikasi massa banyak membahas tentang media beserta informasi/pesan yang dihasilkan peminatnya dalam hal ini khalayak baik itu penonton, pembaca, ataupun pendengarnya, dan berusaha meraihnya dan efeknya akan terasa bagi mereka. Salah satu disiplin kajian ilmu sosial, komunikasi massa termasuk mudah untuk dipahami dibandingkan ilmu politik, sosiologi dan ekonomi. Saat ini komunikasi massa dianggap penting dan sudah diakui sebagai disiplin ilmiah, (Nurudin, 2003:1). Kelebihan yang dirasakan disaat media massa digunakan adalah saat informasi disebar secara serempak dan ditujukan pada semua individu tanpa pandang bulu dan penyampaian searah tak berbelit-belit. Lewat informasi yang disebar diharapkan

ada perubahan baik dalam pengetahuan dan sikap masyarakat dalam menilai informasi yang disebar.

Hasil pengamatan diatas membuat peneliti ingin meneliti “Bagaimana Peranan Prambors Radio Dalam Mengemas informasi yang disampaikan kepada masyarakat di Desa Namo Mbelin Dusun II Kecamatan Namorambe”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Theodorson (1969) memberi batasan lingkup *communication* berupa penyebaran berita, gagasan, attitude, atau jiwa/psikologi dari seseorang, kelompok atau komunitas terhadap yang berbeda (atau lain-lainnya) melalui simbol-simbol. Garbner (1967), *communication* didenfinisikan suatu proses interaksi sosial lewat pesan-pesan yang disampaikan. Komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian gagasan atau suasana hati individu (komunikator) kepada orang (komunikan). Pikiran bisa terkait ide-ide, berita, pendapat dan sebagainya sebagai ungkapan perasaannya.. Perasaan dapat kita lihat dalam bentuk keteguhan hati, nyata, tidak bimbang, emosi yang memuncak, tidak takut, rangsangan dan lain-lain yang muncul dari dasar hati.

Dari uraian diatas dapat kita lihat bahwa kajian yang terkait masalah-masalah dengan kehidupan manusia hubungannya dengan lingkungan sosialnya juga termasuk dalam hal penyampaian suatu informasi baik langsung maupun dengan saluran/alat komunikasi, (Bungin, 2006:30)

2.2 Fungsi-fungsi Komunikasi

Beberapa fungsi-fungsi dari komunikasi yaitu: (Mulyana, 2005:5)

1. Komunikasi Sosial

Sebagai komunikasi sosial memberi solusi bagi seseorang dimana komunikasi berguna menumbuhkan ketrampilan diri kita, apreasi diri, agar hidup bisa berjalan dengan baik guna mendapatkan kegembiraan, kesejahteraan,

mampu mengatasi persoalan dan itu semua terlaksana lewat komunikasi yang bisa menjalin kerjasama dengan orang lain dan bersifat menghibur.

2. Komunikasi Ekspresif

Berguna menyalurkan isi hati kita, rasa sayang, empati, kerinduan, tersentuh, bahagia, pilu, gentar, prihatin, murka, dan tidak suka dapat disampaikan lewat ucapan atau perkataan juga dapat di ekspresikan melalui tingkah laku atau bahasa tubuh.

3. Komunikasi Ritual

Banyak acara atau kegiatan-kegiatan bersifat keagamaan ataupun adat istiadat yang dilakukan oleh Kelompok atau komunitas tertentu selama kehidupan ini masih ada dan istilah lain oleh para antropolog sebagai *rites of passage*. Komunikasi Ritual dapat kita lihat saat perayaan tersebut berlangsung banyak orang-orang menyampaikan ucapan syukur, doa, lewat sikap tertentu melalui simbol-simbol. Berbagai bentuk penyembahan atau sikap dalam berdoa, naik haji, pembacaan kitab suci, penaikan bendera kebangsaan (mengumandangkan lagu kebangsaan), idul fitri, upacara wisuda, atau natal.

4. Komunikasi Instrumental

Tujuan umum dari komunikasi instrumental menyampaikan berita, mengedukasi, memacu, perubahan perilaku, membuat keputusan, juga sebagai relaksasi. Komunikasi juga dapat menjalin suatu hubungan juga mampu merusak hubungan baik, inilah yang dinamakan instrumen. Studi komunikasi memampukan kita untuk lebih peka dan banyak melakukan strategi yang dapat dilaksanakan agar kita dapat bekerja lebih maksimal terlebih saat berhadapan dengan orang lain.

2.3 Komunikasi Massa

Adapun pengertian komunikasi massa merupakan proses penyampaian informasi melalui saluran media dengan harapan apa yang hendak kita sampaikan dapat diterima banyak orang dengan baik dan sesuai dengan tujuan komunikasi massa. Unsur-unsur terpenting dalam

komunikasi massa yaitu: komunikator, saluran media massa, informan (pesan) massa, *gatekeeper*, khalayak (publik), dan umpan balik. Pengertian komunikasi massa menurut Tan dan Wright, dalam Liliweri 1991, adalah komunikasi dimana media sebagai saluran yang digunakan agar komunikator dan komunikan yang berjumlah banyak dapat terhubung walaupun dalam lokasi yang berbeda dengan massa yang berbeda sehingga ada efek yang timbul akibat kondisi tersebut. Defenisi komunikasi yang sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni:

“komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*)”.

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan komunikasi massa itu tidak terlepas dari media massa, (Ardianto, 2004:3).

Gerbner (1967) mengemukakan bahwa:

“Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”.

Komunikasi massa merupakan hasil dari produk komunikasi yang didistribusikan berlandaskan kemajuan teknologi dan organisasi/lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari defenisi diatas dapat disimpulkan komunikasi massa itu tidak terlepas dari media massa, (Ardianto, 2004:3).

2.4 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa yaitu:

1. Fungsi Pengawasan.

Dalam hal ini Komunikasi massa mengontrol aktifitas khalayak luas, dimana ini adalah tugas media massa sebagai bentuk peringatan atau persuasif dan kontrol sosial.

2. Fungsi *Social Learning*

Media massa melakukan guiding dan pendididkan yang bersifat sosial kepada khalayak luas. Selain itu media massa juga berperan membagikan pengetahuan yang baik untuk meningkatkan wawasan masyarakat dimana berlangsungnya komunikasi massa tersebut.

3. Fungsi Penyampaian Informasi.

Komunikasi massa yang tidak terlepas dari media massa, memiliki peran dalam proses penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan sebuah berita dari intitusi publik tersampaikan kepada masyarakat luas dalam waktu cepat, sehingga dapat dikatakan fungsi informatif tercapai.

4. Fungsi Transformasi Budaya

Sebagaimana sifat-sifat budaya massa hal yang utama perlu diperhatikan ketika komunikasi massa tersebut menjadi suatu proses perubahan budaya yang dilakukan bersamaan terutama yang didukung oleh media massa.

5. Hiburan

Fungsi hiburan adalah menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan wadah dalam menenangkan diri juga mengurangi tingkat ketidak pedulian kepada orang lain. Juga berperan dalam pengendalian diri atau control emosi guna menghindari problem, rileks, ada kedamaian dan bernilai seni, dan mengisi waktu, penyaluran emosi.

6. Komunikasi Massa Sebagai Sistem Sosial

Dalam hal ini sebagai kumpulan kehidupan sosial yang memiliki bagian-bagian dimana satu dengan lainnya saling terkait dan beraturan, sistematis serta terbentuk suatu kehidupan yang baik.

2.5 Karakteristik Komunikasi Massa

Ciri-cirinya adalah sebagai berikut (Effendy 2003:19):

“Komunikasi massa berlangsung satu arah

1. Selalu ada proses seleksi

2. Mampu menjangkau khalayak secara luas, maka jumlah media yang digunakan atau dibutuhkan sedikit jadi seleksi persainganpun sangat ketat.
3. Dibutuhkan komunikasi yang banyak, oleh karena itu perlu membidik sasaran yang tepat.
4. Komunikasi dilakukan oleh institut yang menangani terkait kehidupan orang-orang yang kurang memiliki kesadaran dan berempati dengan situasi lingkungan”.

2.6 Peranan Komunikasi Massa

Menurut Dominick (2000), bahwa “fenomena terbentuknya artis-artis, selebgram serta ahli dibidang komunikasi, ekonomi dan politik adalah rangkaian kegiatan komunikasi massa dalam kehidupan masyarakat”. Dalam pemenuhan kebutuhan hidup kita, mengetahui dimana supermarket yang menyediakan barang yang kita perlukan karena adanya iklan pada media massa. Melalui komunikasi massa kita menjadi tahu berbagai macam informasi. (Ardianto, 2004:13).

2.7 Radio

“Radio adalah salah satu hasil dari perkembangan teknologi dalam mengirim signal lewat radiasi elektromagnetik dan modulasi. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). (Oramahi, 2012:120)”.

Jaringan radio siaran dirancang oleh dua atau lebih stasiun radio siaran yang membuat program secara simultan. Anggota stasiun radio siaran disebut *affiliates* (himpunan) yang dapat menata hubungan secara teknik dan bergabung atau berafiliasi dalam meramu program mereka. Jaringan adalah sumber program penting setelah kemunculan radio siaran.

2.8 Program-program Acara Prambors Radio

Program acara yang disajikan oleh Prambors Radio adalah program yang menarik pendengarnya untuk setia mengikuti program tersebut. Program tersebut antara lain:

1. *DGITM (Desta and Gina In The Morning)*
Acara pagi Desta dan Gina. Jadwal acara pagi ini di mulai hari senin-jumat setiap pukul 06.00-10.00 WIB.
2. *Dj Show*
Program ini dibawakan oleh penyiar yang ada di tiap kota. Program acara ini setiap senin-jumat pukul 10.00-16.00 WIB, sabtu 09.00-16.00 WIB dan minggu 10.00-17.00 WIB.
3. *Sunset Trip*
Rekan Ilham, Julio dan Nadia yang mengudara setiap pagi setia menemani fans yang dalam perjalanan walaupun jalan macet namun bisa terhibur. Di siarkan setiap hari senin-jumat pada pukul 16.00-20.00 WIB.
4. *LateNight Hot 20*
Cowntdown bersama Mario dan Genus yang mengudara pada hari senin-jumat dari pukul 20.00-24.00 WIB.
5. *Top 40*
Salah satu acara yang menyebutkan 40 peringkat teratas lagu-lagu terhits yang dibawakan acaranya oleh Dom Lau penyiar yang tidak asing lg bagi fans setia prambors radio Program acara ini disiarkan setiap sabtu pada pukul 06.00-09.00 WIB dan minggu pada pukul 17.00-20.00 WIB.

Selain program-program unggulan tadi, Prambors juga mengajak pendengarnya (kawula muda) untuk menjadi *Music Director* Prambors dengan cara memilih lagu-lagu favorit mereka di www.pramborsfm.com di *Hits Jury* untuk menjadi *playlist* di Prambors Radio. Dan bagi kawula muda yang beruntung akan mendapatkan 500 ribu rupiah dari Prambors Radio. (www.pramborsfm.com).

2.9 Teori Uses And Gratification

Pendekatan *uses and gratifications* memberikan alternatif pada hubungan antara isi media dan *audience*, dan

pengkatagorian isi media menurut fungsinya. Meskipun masih diragukan adanya satu atau beberapa model *uses and gratifications*, Katz menggambarkan logika yang mendasari pendekatan mengenai *uses and gratifications* (1) Kondisi sosial psikologi seseorang akan menyebabkan adanya (2) kebutuhan, yang menciptakan (3) harapan-harapan terhadap (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada (5) perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktifitas lainnya) yang akhirnya menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Sebagai tambahan elemen-elemen dasar tersebut di atas, pendekatan *uses and gratifications* sering memasukkan unsur motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif-alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan.

Teori *Uses and Gratification*, menjelaskan tentang manusia adalah makhluk berfikir, kreatif dan aktif, dapat berkehendak dan memilih sendiri apa yang diinginkannya. Dari memilih teman, pasangan hidup, makanan, cara berpakaian, termasuk media yang dikonsumsi. Media merupakan salah satu kebutuhan manusia untuk mengetahui berbagai informasi yang dibutuhkannya, baik itu hiburan, berita dan lain sebagainya. Seseorang mempunyai hak untuk memilih sendiri media apa yang akan dipergunakannya sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, dalam memilih media biasanya seseorang akan melihat dari segi manfaat bagi dirinya dan sejauh mana media itu dapat memenuhi kebutuhannya. (Surip, 2011:209).

3. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2009), bahwa :

“kata kualitatif menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas,

jumlah, intensitas, atau frekuensinya. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia”.

Dengan pengolahan data analisis deskriptif dan *Uses and Gratifications* sebagai teori dimana media dapat memuaskan kebutuhan yang diinginkan pendengar ataupun pengguna. Masyarakat Desa Namo Mbelin sebagai pengguna media komunikasi massa dan Prambors Radio sebagai media yang memenuhi kepuasan akan informasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisa yang peneliti jelaskan adalah berdasarkan informasi yang didapat dengan melakukan wawancara terhadap informan dari Desa Namo Mbelin Dusun II Kecamatan Namorambe dan 1 informan dari Prambors Radio. Informan Desa Namo Mbelin Peranan Prambors Radio Menyampaikan Informasi Setelah dilakukan wawancara dengan ketiga informan dapat diambil kesimpulan bahwa Prambors Radio sangat berperan dalam menyebarkan informasi bagi masyarakat, “selain menyajikan sesuatu yang baru Prambors Radio juga dapat memenuhi hasrat atau memberi kepuasan akan kebutuhan untuk menghibur para fansnya terlebih dalam mengisi waktu luang dalam beraktifitas”. seperti yang dikatakan Niko Sembiring dalam wawancara.

Peran Prambors Radio yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan akan isi sudah sangat terpenuhi bagi ketiga informan, berita terkini factual dan akurat, tidak *hoax* ditawarkan Prambors Radio sebagai saluran dalam menyampaikan informasi. ”Seperti ketika berita yang hangat di sosial media diangkat menjadi tema siaran, sehingga semakin menambah pengetahuan pendengar (informan)”. Hal ini sesuai kebutuhan Nadia Damanik dalam pernyataannya sebagai pendengar Prambors Radio.

Prambors Radio selalu menyuguhkan lagu-lagu yang tidak asing di telinga pendengar setianya dan merupakan lagu favorit. Menurut ketiga informan terutama bagi dua informan (Niko & Nadya) yang memang penikmat lagu-lagu yang sedang hits dan bukan hanya lagu terhits tetapi lagu-lagu tembang kenangan juga menjadi suatu suguhan yang baik untuk di dengar disaat kita mengendarai mobil di perjalanan. Acara Favorit di Prambors Radio Hasil wawancara dengan informan acara DGITM (Desta and Gina in the morning) adalah salah satu acara favorit pendengar dimana alasan mengapa acara ini menjadi favorit mereka, karena ketika mereka mendengar acara DGITM memberi semangat para pendengar sebelum melaksanakan aktifitas (informan) yang umumnya dilakukan dipagi hari menjadikan DGITM selalu mereka dengarkan. Alat yang digunakan ketika Mendengarkan Prambors Radio Hasil wawancara dengan informan (Niko & Nadya) mereka mengatakan bahwa mereka mendengarkan Prambors Radio melalui Streaming di handphone sedangkan satu infoman yang lain mengatakan (Hesty) bahwa dia mendengarkan Prambors Radio melalui radio yang ada di rumahnya. Aktif Mengikuti Program di Prambors Radio Menurut ketiga informan respon untuk acara atau program-program yang ada di Prambors Radio tidak begitu tinggi, namun menurut satu orang informan yang aktif dengan berbagai program-program yang dibuat oleh Prambors Radio

Uses and Gratifications Tidak seperti teori komunikasi massa lainnya yang menitikberatkan pada konsumsi media, pendekatan Uses and Gratifications lebih membuka peluang bagi khalayak menentukan acara yang dipilih lewat media yang disukainya. Teori Uses and Gratification telah digunakan oleh Masyarakat Desa Namo Mbelin, dimana penggunaan media sebagai benuk pemuasan akan kebutuhan informasi sudah terpenuhi, dan menjadikan Prambors

Radio dipilih oleh masyarakat Desa Namo Mbelin sebagai media untuk memenuhi kepuasannya akan informasi terutama lagu-lagu yang sedang populer saat ini.

5. SIMPULAN

Berdasarkan Penelitian yang berjudul “Peranan Prambors Radio Sebagai Media Komunikasi dalam Menyampaikan Informasi” dapat disimpulkan :

1. Prambors Radio telah berperan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Desa Namo Mbelin Dusun II, informasi yang diperoleh adalah mengenai lagu-lagu yang sedang *hits* saat ini. Sesuai dengan motto Prambors Radio yaitu “*Indonesia No.1 Hit Music Station*” menjadikan Prambors Radio mendapatkan tempat khusus dihati para pendengar setianya, sesuai dengan *Theory Uses and Gratifications* (yaitu teori penggunaan dan kepuasan) untuk mendapatkan informasi melalui media yang mereka pilih, dan dalam hal ini masyarakat Desa Namo Mbelin menjadikan Prambors Radio sebagai media yang mereka pilih untuk kepuasan memperoleh informasi.
2. Berdasarkan tanggapan masyarakat Desa Namo Mbelin lagu-lagu yang diputar oleh Prambors Radio sesuai dengan sesuai dengan minat pendengar. Lagu-lagu yang Prambors Radio sajikan menjadi daya tarik bagi pendegar setianya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliwari. 1991. Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Denzin & Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Effendy. Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Gerbner, G. 1967. Mass Media and Human Communication Theory. Human Communication Theory, F. E. X. Dance, editor. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2003. Komunikasi Massa Cet 1. Yogyakarta : Cespur
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. Jurnalistik Radio : Kiat Menulis berita Radio. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Surip, Muhammad. 2011. Teori Komunikasi : Perspektif Teoritis Teori Komunikasi. Medan : UNIMED