

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

5.1.1 Penerimaan Siaran Piala Dunia di Radio RRI

Penelitian mengenai *Audience Reception* pada siaran piala dunia di radio mendapatkan hasil yang sangat beragam. Penerimaan itu mencakup pada tiga aspek yang telah dikategorikan oleh peneliti yaitu penerimaan khalayak pada aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek behavioral. Ketiga aspek tersebut mencakup tiga komponen yang ada pada kerangka model *encoding-decoding* Stuart Hall yaitu kerangka pengetahuan, relasi produksi, dan infrastruktur teknis.

Dalam penelitian khalayak pada aspek kognitif masyarakat perkotaan memiliki pengetahuan yang cukup dalam memaknai siaran piala dunia di radio. Siaran piala dunia diartikan sebagai sarana hiburan dan memiliki nilai informasi bagi masyarakat. Masyarakat mampu membedakan program siaran piala dunia dan program siaran olahraga lain di radio. Selain itu, masyarakat juga mengetahui istilah dan bahasa yang digunakan dalam siaran piala dunia sehingga tidak ada kesulitan yang berarti ketika mendengar siaran piala dunia di radio RRI.

Pada aspek afektif, masyarakat melibatkan emosional dalam menerima siaran piala dunia di radio RRI. Hal ini terlihat dari bagaimana masyarakat mengikuti euporia siaran piala dunia di radio, masyarakat dapat memilih program siaran piala dunia yang disukai dan tidak disukai, serta kemampuan masyarakat berdasarkan pengetahuannya (*frame of knowledge*) dan ikatan masyarakat dengan siaran piala dunia di radio RRI (*relation of production*).

Hubungan antara khalayak dengan siaran piala dunia di radio RRI menggambarkan aspek behavioral dalam penerimaan mereka pada siaran piala dunia di radio RRI. Dalam aspek behavioral, khalayak menganggap siaran piala

di radio RRI sebagai siaran hiburan dan sarana informasi. Khalayak yang hobi sepak bola memiliki beberapa kesamaan dengan siaran piala dunia di radio sesuai dengan pengalaman yang mereka alami. Namun ketika siaran piala dunia di radio tidak sesuai dengan yang mereka harapkan, bentuk penolakan yang dilakukan cukup beragam, ada yang protes ke pihak lembaga radio, ada yang memindahkan saluran radio, dan ada juga yang mematikan saluran radio.

5.1.2 Tipe Penerimaan Siaran Piala Dunia di Radio RRI

Pada penelitian ini, peneliti menemukan khalayak sebagai *decoder* dibagi menjadi tiga tipe penerimaan yaitu Dominan-Hegemoni, Negosiasi, dan Oposisi. Setiap tipe penerimaan memiliki perbandingan karakteristik yang berbeda pada siaran piala dunia di radio RRI.

Karakteristik tipe Dominan-Hegemoni cenderung menyetujui dan mengikuti pesan yang disampaikan oleh *encoder*. Peneliti menemukan pada tipe penerimaan Dominan-Hegemoni ini ialah; (1) *liking*, menyukai keseluruhan pesan yang disampaikan; (2) *interest*, memunculkan minat untuk mengikuti; (3) *reference*, menjadikan siaran piala dunia di radio RRI sebagai referensi baru; (4) *demonstrative product placement*, siaran piala dunia dipandang menarik dalam segi peyajian; (5) *informational*, memiliki muatan informasi yang cukup memadai.

Pada tipe penerimaan Negosiasi, khalayak memiliki pendapat yang beragam, menerima secara positif maupun negatif tergantung pendapat alternatif yang mereka ungkapkan. Tipe penerima Negosiasi selalu memilah dan memberikan pendapat dari sudut pandang yang berbeda dan terkadang tidak menerima maksud dari pesan yang disampaikan *encoder*.

Tipe penerimaan Oposisi, khalayak mengkritisi siaran piala dunia di radio RRI dengan baik dan alasan yang masuk

akal serta sesuai dengan referensi, keyakinan, dan pengalaman pribadi informan. Tipe oposisi menunjukkan sikap tidak suka terhadap siaran piala dunia di radio RRI. Program siaran piala dunia yang tidak sesuai dengan harapan khalayak menimbulkan penolakan dan menjadi alasan penolakan terhadap program siaran piala dunia tersebut. Tipe oposisi juga menerima siaran piala dunia di radio dengan respon yang negatif.

Karakteristik tipe penerimaan tersebut berpengaruh pada keputusan khalayak mendengarkan siaran piala dunia di radio dan pandangan mereka terhadap siaran piala dunia. Tipe penerimaan Dominan-Hegemoni lebih mudah mengikuti dan menyetujui siaran piala dunia yang disiarkan di radio RRI. Bagi tipe penerimaan Negosiasi dan tipe Oposisi, khalayak lebih mempertimbangkan terlebih dahulu keputusannya untuk menerima dan menyetujui siaran piala dunia yang disiarkan di radio RRI.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Akademis

Penelitian ini mengkaji serta menganalisis bagaimana penerimaan khalayak pada siaran piala dunia di radio RRI. Penelitian ini menggambarkan sejauh mana masyarakat memaknai siaran piala dunia di radio RRI dan dikelompokkan sesuai dengan tipe penerimaan Stuart Hall. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan baru mengenai penelitian tentang komunikasi massa, media massa, dan masyarakat perkotaan dalam mendengarkan siaran radio.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk para praktisi media massa khususnya media radio dalam membuat program siaran dengan pertimbangan-pertimbangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat perkotaan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini. Untuk lembaga penyiaran di Indonesia agar dapat dikontrol dengan bijak oleh masyarakat yang ada di Indonesia sebagai

khalayak media radio. Secara praktis penelitian ini juga diharapkan menjadi pengetahuan dan wawasan baru tentang penerimaan khalayak pada program siaran olahraga radio di perkotaan.

5.3 Rekomendasi Penelitian

5.3.1 Rekomendasi Akademis

Penelitian ini hanya menganalisis penerimaan khalayak pada program siaran olahraga radio di perkotaan. Untuk penelitian selanjutnya direkomendasikan menganalisis lebih dalam pada siaran olahraga di radio agar dapat pemaknaan yang lebih mendalam. Direkomendasikan pula untuk menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat mengetahui persentase tipe penerimaan Stuart Hall Dominan-Hegemoni, Negosiasi, dan Oposisi.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Penelitian ini menganalisis penerimaan khalayak pada program siaran olahraga radio di perkotaan. Maka dari itu, untuk pemangku kepentingan seperti pihak media massa dan lembaga penyiaran dapat mengkaji penggunaan media massa di masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan agar pihak media massa dapat mengimbangi dan memberikan program siaran yang sesuai dengan kebutuhan khalayak. Masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan memiliki kebutuhan informasi yang berbeda sehingga harus disesuaikan dengan kebutuhan mereka terhadap informasi dan sesuai dengan kehidupan mereka.