

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan bermasyarakat dewasa ini, media komunikasi mempunyai peran yang sangat penting. Melalui proses komunikasi, hubungan yang terjalin antara masyarakat dan lingkungannya pun dapat terjadi, keduanya harus saling berpengaruh satu sama lain. Komunikasi tidak akan terjadi jika tidak ada seorangpun yang membutuhkannya. Seseorang akan membutuhkan komunikasi jika dia menyadari adanya makhluk hidup lain selain dirinya. Jika dunia begitu sunyi dan tidak ada makhluk hidup, maka tidak akan pernah tercipta komunikasi, dan kita tidak perlu belajar tentang sistem komunikasi. Manusia membutuhkan komunikasi untuk bertanya, berdiskusi, menyampaikan informasi dan menerima informasi dari orang lain. Tanpa komunikasi, tidak akan ada pesan atau informasi yang perlu dikirim dan disampaikan (<http://unikadelasalle.ac.id>, diakses pada 17 Januari 2017, pukul 21:02).

Komunikasi pun tak hanya dapat terjalin secara langsung bertatap muka, komunikasi dapat terjadi melalui karena adanya berbagai macam media yang menjadi perantaranya, media massa contohnya. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2002:134). Dari berbagai alat komunikasi ini, radio adalah contoh media massa elektronik yang paling tua dibandingkan dengan televisi. *Sebelum televisi tercipta, radio lebih dulu unjuk gigi sebagai mesin informasi. Di Jerman, Adolf Hitler menjadikan radio sebagai alat propaganda yang efektif.*

Upaya penyampaian informasi melalui media cetak, audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kelemahan. Penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media. Jenis Media Cetak sifatnya diantaranya Pertama, dapat dibaca, dimana dan kapan saja. Kedua, dapat dibaca berulang-ulang. Ketiga, daya rangsang rendah. Keempat, pengolahan bisa mekanik, bisa listrik. Kelima, biaya relatif rendah. Jenis media Radio sifatnya diantaranya Pertama, dapat didengar bila siaran. *Kedua*, dapat didengar kembali bila diputar kembali. Ketiga, daya rangsang rendah (Wahyudi, 1992 :30).

Media penyiaran di Indonesia yang cukup tersegmentasi adalah stasiun radio.

Stasiun radio di kota besar berdasarkan penelitian tidak lagi menjadi media yang bersifat umum yang membidik seluruh lapisan masyarakat. Stasiun radio tersebut harus membidik secara terbatas, baik di kalangan remaja, pebisnis, atau pecinta musik. Banyak asumsi yang timbul bahwa jumlah pendengar radio saat ini perlahan-lahan kian menurun, seiring dengan bertumbuhnya *media online* yang sudah banyak ditemukan. Namun, hasil riset Survei Nielsen Radio Audience Measurement (RAM) kuartal ketiga 2016, menunjukkan hal yang sebaliknya, Nielsen membuktikan secara jelas bahwa radio masih memiliki pendengar setia, bahwa ada sekitar 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials, atau yang disebut juga sebagai konsumen masa depan (<http://www.nielsen.com/id/en.html>, diakses pada 17 Januari 2017, pukul 21:00)

Berdasarkan hasil Survei Nielsen Radio Audience Measurement (RAM), mencatat bahwa meskipun internet tumbuh pesat pada kuartal ini, tidak berarti bahwa jangkauan akan pendengar radio menjadi rendah. Kendati penetrasi media televisi (96%), media luar ruang (52%) dan internet (40%) masih tinggi, namun media radio masih terbilang cukup baik di angka 38% pada kuartal ketiga 2016 ini. Maka, pada intinya sampai sekarang ini masih terdeteksi pendengar/audiens setia sebagai pengguna media ini sebagai media pemenuh kebutuhan informasi yang lebih mudah dijangkau, fleksibel, aktual dan cepat karena radio daya jangkauannya luas.

Nielsen Radio Audience Measurement (RAM) merupakan survei penggunaan/konsumsi mendengar radio terhadap lebih dari 8.400 responden berusia 10 tahun keatas di 11 kota di Indonesia (Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin). Informasi ini datang dari data terkait jumlah dan demografi dari pendengar radio serta tren dan kebiasaan mendengarkan para pendengar/audien.

Melalui angka penetrasi mingguan yang dikeluarkan dari hasil Survei Nielsen RAM, menunjukkan bahwa media radio masih didengarkan sekitar 20 juta konsumen di Indonesia. Para pendengar radio di 11 kota di Indonesia yang disurvei Nielsen ini setidaknya menghabiskan rata-rata waktu 139 menit/hari. Waktu mendengarkan radio per minggu, bertumbuh dari tahun ke tahun. Jika di tahun 2014 pendengar radio hanya menghabiskan waktu mendengarkan radio 16 jam per/minggu, hasil ini justru terlihat meningkat pada tahun 2015 (16 jam 14 menit) dan tahun 2016 (16 jam 18 menit) (<https://www.indopress.id>, diakses pada 19 Januari 2017, pukul 19:23).

Angka rata-rata yang tercatat berdasarkan hasil-hasil survei Nielsen diatas mayoritas disumbangkan oleh Generasi X dengan rentang usia 35-49 tahun yang mendengarkan radio selama lebih dari 18 jam dari total keseluruhan pendengar. Disusul dengan *Baby Boomers* (50-65 tahun) dengan 17 jam 20 menit, *Silent Generation* (65 tahun ke atas) dengan 16 jam 22 menit, *Millenials* (15-34 tahun) 15 jam 37 menit, dan Generasi Z (10-14 tahun) yang menghabiskan waktu mendengarkan radio lebih dari 13 jam di setiap minggunya. Survei juga menunjukkan bahwa waktu mendengarkan radio pada Generasi X di tahun 2016 ini menunjukkan peningkatan dari sebelumnya hanya 16 jam 18 menit di 2014, menjadi 17 jam 39 menit di 2015 (<http://mix.co.id/marcomm>, diakses pada 15 Januari 2017, pukul 15:30).

Jika ada asumsi yang muncul bahwa radio hanya didengarkan oleh generasi usia yang lebih berumur, ini juga bertolak belakang dengan hasil temuan Nielsen Radio Audience Measurement kuartal ketiga ini. Hasil Survei Nielsen menunjukkan bahwa justru, 57% pendengar radio adalah konsumen masa depan yang berada pada usia yang relatif muda. Kontribusi pendengar radio ini didominasi oleh Millenials 38%, Generasi X dengan 28%, dan Generasi Z 19%. Sementara pendengar radio pada Generasi *Baby Boomers* dan *Silent Generation* relatif lebih sedikit, masing-masing yang hanya berkontribusi sebesar 13% dan 2% (<http://mix.co.id/marcomm>, diakses pada 15 Januari, pukul 22:00).

Radio sebagai media massa, memiliki potensi dan pengaruh luar biasa maka dalam (Effendy, 2003: 137), mengatakan tentang kekuatan yang dimiliki oleh sebuah radio sehingga mendapat julukan "*The Fifth Estate*", karena dapat menembus jarak dan rintangan, sifatnya langsung tertuju pada sasaran, memiliki daya tarik yang berbeda rasanya dari kata-kata yang keluar oleh penyiar, juga efek suara serta musik yang diputar mendatangkan daya tarik tersendiri. Radio masih dianggap sebagai media berbasis komunitas, sehingga pesan komunikasi yang tersampaikan melalui radio biasanya disesuaikan dengan pendengar yang lebih spesifik dan dirancang khusus untuk dapat menyesuaikan kebutuhan penduduk di kota-kota tertentu.

Pada siaran radio, penyiar radio akan mendapatkan komentar atau *feedback* pada saat itu juga mengenai penampilan penyiar, ataupun musik-musik dan informasi yang diperdengarkan kepada audiens. Penyiar radio dapat melibatkan masyarakat pendengarnya untuk ikut memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pendengar

lainnya untuk ikut membantu memenuhi kebutuhan informasi.

Dari berbagai macam konten program yang disiarkan dan dihadirkan oleh banyak stasiun radio saat ini, masih muncul sebuah pernyataan yang mengkritik juga menjadi menarik untuk diteliti, Seto Mulyadi atau yang biasa disapa Kak Seto pun sempat memberikan pernyataan bahwa, program khusus untuk anak-anak di radio belum mendapat tempat utama dikalangan lembaga penyiaran radio. Walaupun ada, itupun hanya sedikit dan siarannya hanya di radio publik. Kebanyakan radio dan siarannya lebih menargetkan pendengar dari kalangan remaja ke atas. Padahal, kebutuhan siaran khusus anak-anak di radio ini sangat penting dalam membantu tumbuh kembang anak. “Hampir tidak ada radio yang menyiarkan program anak-anak karena radio lebih kepada remaja dengan bahasa-bahasa remaja. Anak-anak yang mendengarkan siaran yang bukan untuk mereka menjadi cepat matang,” jelas Kak Seto usai jumpa pers di kantor KPI Pusat jelang acara Anugerah KPI 2016 (<https://www.kpi.go.id/index.php/id/>, diakses pada 21 Januari 2017, pukul 22:02).

Selain itu, muncul pula pernyataan mengenai siaran radio yang segmentasinya kurang mendukung untuk anak, menurut psikolog anak dan keluarga, Vera Itabiliana Hadiwidjojo, seperti dikutip dari politikindonesia.com, anak yang suka mendengarkan radio akan mendapatkan efek positif. Peralnya, radio bisa menjadi teman belajar dan mengasah imajinasi karena anak hanya mendengarkan suaranya. Manfaat lainnya, radio bisa menambah wawasan anak karena berisi berita dan informasi aktual. Radio juga dapat memberikan hiburan seperti musik dan memupuk kecerdasan linguistik lewat musik yang disiarkan (<http://radioedukasi.kemdikbud.go.id/>, diakses pada 20 Januari 2017, pukul 01:13).

Dari pernyataan diatas, bahwasanya konten program siaran radio untuk anak-anak masih sangat jarang ditemukan, dan fakta berdasarkan dari hasil Survei Nielsen Radio Audio Measurement kuartal 2016 ini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi radio pada konsumen yang berada di dalam Pulau Jawa tertinggi berada di kota Bandung 54%, disusul oleh pendengar di kota Yogyakarta 51%, luar Pulau Jawa pun sama besarnya. Selain itu juga hasil survei dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2012 juga menunjukkan bahwa ada sebanyak 18,55% penduduk desa dan kota di Indonesia usia 10 tahun ke atas masih mendengarkan radio (<http://www.nielsen.com/id/en.html>, diakses pada 27 Januari 2017, pukul 00:15).

Maka, seharusnya perusahaan media ini harusnya semakin sadar untuk

mengutamakan isi konten yang bermanfaat juga berbobot untuk dikonsumsi anak, oleh karenanya peneliti melihat ini sebagai satu pacuan sumber data untuk diteliti. Sebagai salah satu bagian dari kota besar di Indonesia, kota Bandung, Jawa Barat. Di Kota Bandung terdapat dan tercatat ada sebanyak 70 stasiun radio yang bersiaran lokal. Berikut daftar frekuensi (AM dan FM), beserta stasiun radio di Kota Bandung:

No	Frekuensi	Signal	Nama	Stasiun
1	540-KHz	AM	Radio Programma 4	Radio Republik Indonesia
2	702-KHz		Radio Bravo Medika	
3	810-KHz		Radio Kandaga	
4	828-KHz		Radio Kharisma	
5	918-KHz		Radio Debora	
6	936-KHz		Radio Budaya Sari	
7	1116-KHz		Radio Barani	
8	1170-KHz		Radio Dios	
9	1215-KHz		Radio Programma 3	Radio Republik Indonesia
10	1224-KHz		Radio Sonata	
11	1277-KHz		Radio Trios	
12	1314-KHz		Radio Mutiara	
13	1458-KHz		Radio Fajri	
14	1476-KHz		Radio Rodja	
15	87.7-MHz	FM	Radio Hard Rock Bandung	Radio Hard Rock
16	88.1-MHz		Radio SE Bandung	
17	88.5-MHz		Radio Mora	Mora Group
18	88.9-MHz		Radio Auto	
19	89.3-MHz		Radio Berita Bandung	Radio Elshinta News and Talk
20	89.7-MHz		Radio Global Bandung	Radio Global
21	90.1-MHz		Radio Zora	Radio Sonora
22	90.5-MHz		Radio Cakra	Ardan Group

23	90.9-MHz		Radio Lita	
23	91.3-MHz		Radio SINDO Trijaya Bandung	Radio SINDO Trijaya
24	91.7-MHz		Radio INB	
25	92.1-MHz		Radio Mei Sheng	
26	92.5-MHz		Radio Maestro	
27	92.9-MHz		Radio Arus Rizki	
28	93.3-MHz		Radio Sonora Bandung	Radio Sonora
29	93.5-MHz		Radio Inspira	
30	93.7-MHz		Radio Paramuda	Paramuda Group
31	94.1-MHz		Radio Qyu	
32	94.4-MHz		Radio Delta Bandung	Radio Delta
33	94.8-MHz		Radio ON	
34	95.6-MHz		Radio B	Ardan Group
35	96.0-MHz		Radio Programma 2	Radio Republik Indonesia
36	96.2-MHz		Radio Bobotoh	
37	96.4-MHz		Radio Female Bandung	Radio Female
38	96.8-MHz		Radio Kencana	
39	97.2-MHz		Radio NewShinta	
40	97.6-MHz		Radio Programma 1	Radio Republik Indonesia
41	98.0-MHz		Radio Mayanada	
42	98.4-MHz		Radio Prambors Bandung	Radio Prambors
43	98.8-MHz		Radio Raka	
44	99.2-MHz		Radio Mom and Kids	
45	99.6-MHz		Radio Thomson Bandung	
46	100.0-MHz		Radio 99'ers Bandung	Radio 99'ers Jakarta
47	100.4-MHz		Radio KLCBS	
48	100.7-MHz		Radio GRG	

49	100.9-MHz		Radio Candra	
50	101.1-MHz		Radio MGT	
51	101.5-MHz		Radio Dahlia	Dahlia Group
52	101.9-MHz		Radio Cosmo	
53	102.3-MHz		Radio Rase	
54	102.7-MHz		Radio MQ	MQ Group
55	103.1-MHz		Radio OZ	Radio OZ Jakarta
56	103.5-MHz		Radio Chevy	
57	103.9-MHz		Radio Hits	Dahlia Group
58	104.7-MHz		Radio Rama	Rama Group
59	105.1-MHz		I-Radio Bandung	I-Radio
60	105.5-MHz		Radio Garuda	
61	105.9-MHz		Radio Ardan	Ardan Group
62	106.3-MHz		Radio Urban	
63	106.7-MHz		Radio Mara Ghita	
64	106.9-MHz		Radio Gitananda	
65	107.1-MHz		Radio K-Lite	Radio Sonora
66	107.2-MHz		Radio Mustika	
67	107.3-MHz		Radio Rakita	
68	107.4-MHz		Radio Alfa	
69	107.5-MHz		Radio Pikiran Rakyat	Pikiran Rakyat
70	107.6-MHz		Radio Suara Kemanusiaan	

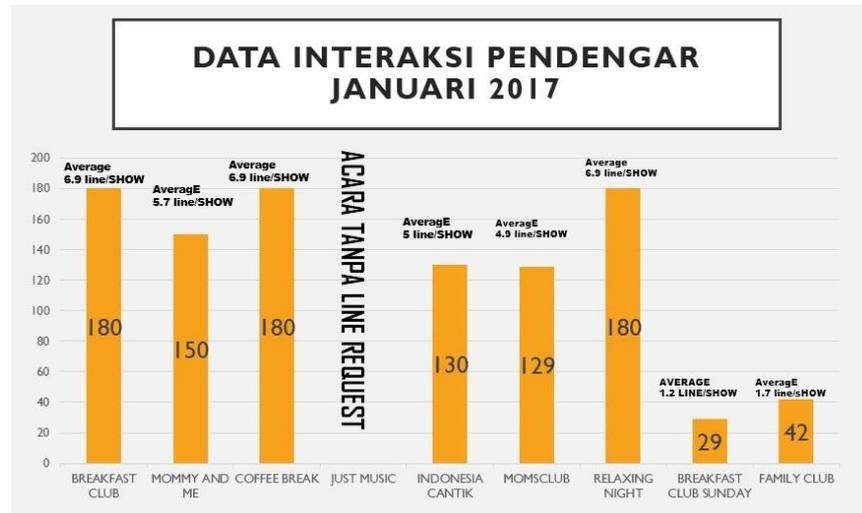
Tabel 1.1 Daftar Radio di Bandung

Sumber: infobandung.co.id

Dari semua data nama stasiun radio di Bandung ini, ada salah satu radio yang sudah lama dikenal dengan nama sebelumnya *Kids Radio* (1998) dan sekarang sudah bertransformasi menjadi Mom and Kids Radio, yang mempunyai segmentasi pendengarnya Ibu dan Anak. Dulu memang sempat menjadi yang pertama hadir dan mendapat penghargaan sebagai stasiun radio pertama yang segmentasinya untuk anak oleh MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia), namun berbeda dengan saat ini, programnya lebih divariasikan isi programnya sehingga bertransformasi menjadi

stasiun radio keluarga.

99,2 FM Mom and Kids Radio Bandung ini hadir sebagai radio *segmented*, berusaha ikut membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberi informasi, edukasi juga tentunya hiburan dalam hal dunia bisnis, ekonomi, sampai gaya hidup di ranah keluarga, diorientasikan lebih kepada Ibu dan Anak.



Gambar 1.1 Statistik Pendengar Mom and Kids Radio, Januari 2017

Sumber: Data olahan Mom and Kids Radio

Lebih mengerucutkan diri untuk membantu menciptakan program-program siaran yang edukatif, berkualitas dan layak bagi anak, dapat terlihat melalui program *Breakfast Club* yang diusung Mom and Kids Radio Bandung ini diharapkan dapat merubah pola pikir anak juga membantu perkembangan psikologis anak sesuai proses tumbuh kembang anak agar tidak melenceng, ikut mengolah informasi yang belum diperuntukkan dan sesuai dengan anak. Walaupun disiarkan pada pagi hari, pendengar masih setia mendengarkan program acara tersebut karena ini dinilai masuk kedalam jam *prime time* keluarga pada pagi hari.

Peneliti melihat adanya jawaban atas pernyataan yang berbicara mengenai sedikitnya program siaran radio untuk anak yang terjadi di dalam Mom and Kids Radio Bandung, melihat bagaimana perkembangan dunia hiburan anak yang saat ini harus cukup siaga, agar anak tidak salah penempatan dalam mengkonsumsi media. Terdapatnya kesamarataan hak pada anak yang dinegasikan melalui penyampaian edukasi juga pemberian informasi-informasi yang tentu saja sudah dikemas sedemikiann rupa agar terdengar *fun* agar dapat menimbulkan kesan

tersendiri bagi anak yang tentu saja harus dalam pengawasan dan bimbingan orang tua, terutama dalam pengawasan dan perhatian dari sang Ibu, baik Ibu yang bekerja ataupun Ibu rumah tangga sekalipun. Agar anak mampu mengolah dan mendapatkan informasi berbasis edukasi serta pendidikan ini oleh media yang konsumsi.

Maka dari itu, penelitian yang akan diteliti ini akan mengambil judul penelitian, **“Peranan Siaran Radio Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Orangtua Untuk Anak (Studi Kasus pada Program Siaran Breakfast Club di Mom and Kids Radio)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti, agar lebih terfokus pada satu topik masalah saja. Maka, peneliti meneliti tentang peranan siaran radio yang disajikan oleh Mom And Kids Radio melalui program Breakfast Club dalam memenuhi macam kebutuhan informasi bagi pendengar, terutama pada kalangan Ibu dan Anak.

1.3 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, peneliti kemudian mengidentifikasi masalahnya pada;

1. Bagaimana siklus informasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan dalam program Breakfast Club untuk menyatakan peranannya melalui program siaran Breakfast Club dalam memenuhi macam kebutuhan informasi bagi orangtua untuk anak?
2. Bagaimana hambatan dan upaya program Breakfast Club dalam menyiarkan program yang bermuatan karakter anak?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui siklus informasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan dalam program Breakfast Club dalam menyatakan peranannya melalui program siaran Breakfast Club dalam memenuhi macam kebutuhan informasi bagi orangtua untuk anak

2. Untuk mengetahui hambatan dan upaya program Breakfast Club dalam menyiarkan program yang bermuatan karakter anak.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membeikan manfaat pada aspek teoritis dan juga aspek praktis. Berikut manfaat teoritis dan praktis yang dapat peneliti berikan:

- **Aspek Teoritis:**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat lebih mendalami, serta mengkaji lebih dalam juga memperluas pandangannya, bacaannya dan wawasan yang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya agar lebih kompleks. Disamping itu juga diharapkan dapat memberikan manfaat akademis dari sebuah sumbangan pemikiran dalam kaitannya dengan pengaplikasian teori-teori Ilmu Komunkasi, terutama di bidang pengkajian peranan siaran radio dalam memberikan informasi, dilihat dari penilaian macam kebutuhan informasi yang dapat terpenuhi khususnya pada kegiatan siaran program radio yang mempunyai segmentasi pendengar yang khusus. Serta dapat memberikan pembuktian dari penalaran yang telah diteliti.

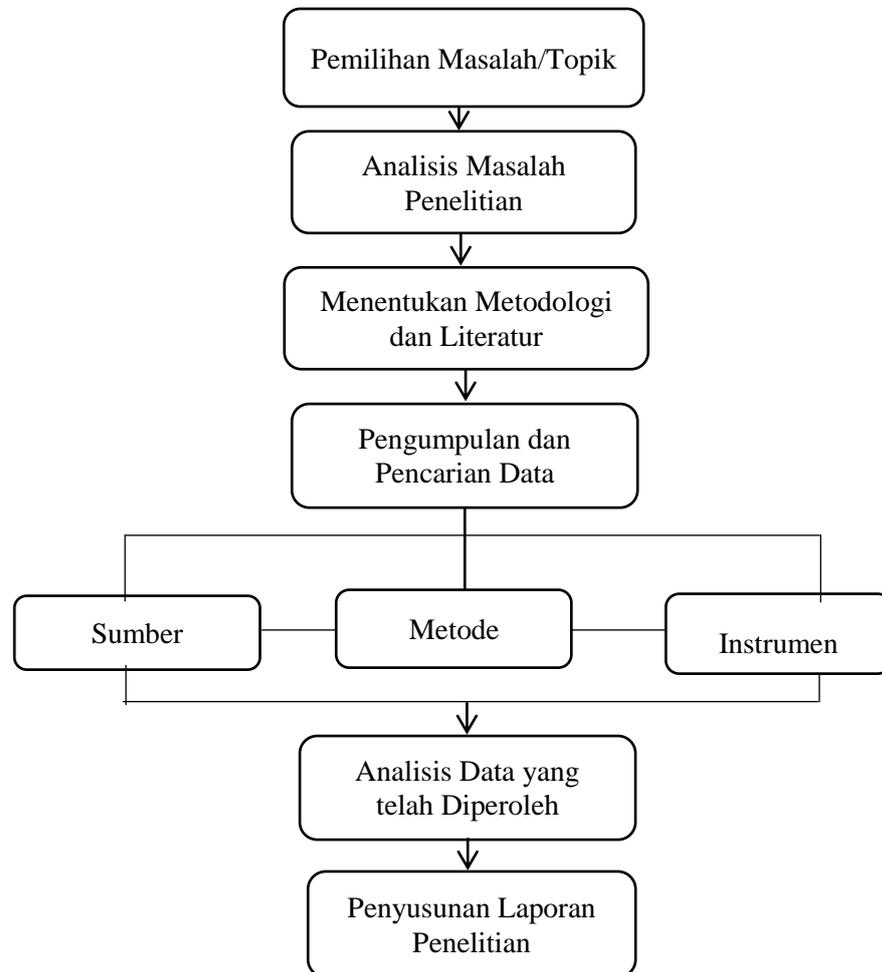
- **Aspek Praktis:**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghadirkan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, serta memberikan saran dan atau sekaligus sebagai bentuk koreksi diri bagi perusahaan media yang bersangkutan, Mom And Kids Radio. Selain itu diharapkan juga dapat menjadi bahan masukan dari pihak luar seperti Pemerintah ataupun komunitas terkait untuk ikut mendukung radio beserta program siarannya dalam ikut serta membantu dan membuka pandangan baru melihat bentuk identitas diri media yang sebenarnya dipakai dan digunakan pada ranahnya dan jalurnya yang tepat juga sesuai bagi masyarakat, terutama dalam memarjinalkan hak anak untuk mendapatkan kajian serta informasi yang sesuai melalui adanya media.

1.6 Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tahapan penelitian kualitatif. Tahapan ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan pada narasumber, juga melakukan observasi juga survei langsung ke lapangan dengan mendokumentasikan hasil penelitian selama melakukan proses penelitian. Ini

dimaksudkan untuk dapat mendeteksi topik permasalahan, dan kegiatan penelitian sesuai bidang keilmuan yang telah dipelajari. Untuk itu, peneliti menyusun tahapan penelitian ini agar lebih terstruktur dan terorganisir dengan baik, guna menghasilkan karya ilmiah yang berguna dan bermanfaat.



Sumber: Faisal, 2008:29-35

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Mom and Kids Radio Bandung sebagai objek penelitian yang diambil dan melalui ini juga peneliti akan memaparkan dan menjabarkan secara jelas dan detail mengenai seperti apa peranan siaran radio dalam program Breakfast Club, yang dibentuk oleh radio tersebut sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi bagi orangtua untuk anak. Mengingat segmentasi radio tersebut unik, hanya menjadi sasaran minoritas dimana kalangan Ibu dan Anak yang menjadi orientasi khusus dalam pencapaiannya menyampaikan sebuah informasi, edukasi, hiburan, dan pembahasan lainnya yang lebih mengerucut pada ranah keluarga, seperti permasalahan tentang ekonomi, gaya hidup/*lifestyle*, kesehatan anak dan keluarga, dan lain-lain. Tentu saja itu semua hadir dalam

pemenuhan fungsinya untuk membantu memenuhi kebutuhan informasi pendengar/audiens.

Jika sudah berbicara mengenai radio, maka kata tersebut adalah salah satu bentuk penjabaran media massa elektronik dimana fungsi serta kegunaannya dianggap sebagai sebuah institusi penting yang memiliki jawaban atau benang merah dari banyaknya fenomena sosial yang terjadi pada masyarakat sekarang ini. Peneliti menggunakan metode studi kasus dalam menggali secara detail bagaimana proses serta hasil yang terjadi dalam hasil nyata untuk melihat peranan siaran radio sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi pada khalayak yang telah tersegmentasi, terutama bagi anak, melalui program acara *Breakfast Club* oleh Mom and Kids Radio Bandung.

Peneliti kemudian mencari teori-teori dan literatur berkaitan yang dapat membangun dan mendukung penelitian ini agar menghasilkan keabsahan data yang tentu saja dapat dipertanggungjawabkan. Setelah penelitian ini dilakukan, kemudian peneliti akan menyimpulkan hasil akhir berupa hasil analisa serta penjabaran yang telah didapat di lapangan dan menyimpulkan hasil penjabaran yang mendukung untuk menjawab bagaimana Mom and Kids Radio Bandung ini memiliki peranannya sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi bagi orangtua untuk anak melalui program *Breakfast Club*.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan segala bentuk pencarian data baik itu melalui pengambilan bukti dokumentasi, observasi atau survei, juga wawancara mendalam pada narasumber yang tepat. Peneliti melakukan penelitian di Mom and Kids Radio Bandung, Jalan Batu Indah II No.7 Terusan Buah Batu, Bandung.

Maka, rincian kegiatan yang peneliti lakukan untuk menyelesaikan penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut dengan periode pelaksanaan penelitian, mulai dari pembuatan proposal dan mengolah data yang akan dibuat menjadi sebuah Skripsi adalah pada bulan Januari - Juli 2017.

Kegiatan Penelitian	Tahun 2017/2018						
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Pencarian Topik dan Mencari Informasi Awal (Pra Penelitian)							
Penyusunan Laporan Penelitian (BAB I, II, III) beserta revisi							
Penelitian dan Pengumpulan Data							
Pengolahan dan Analisis Data							
Penyusunan Hasil Penelitian (BAB IV dan V) beserta revisi							
Pengumpulan Final Data							

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti, 2017