

Motif, Intensitas Mendengarkan, dan Kepuasan Pendengar Kopi Pagi Radio Solopos

Wening Palupi Ningtyas Putri¹, Firdastin Ruthnia Yudiningrum^{2*}

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Abstract

Radio is the media people's choice to fulfill their needs for information and entertainment. The process of disseminating information on radio is very extensive and fast. The progress and increase in internet use in Indonesia, such as the emergence of digital music streaming platforms, has influenced the existence of radio. However, this does not significantly threaten the existence of radio, because radio has the advantage of building intimacy between announcer and radio listeners. The news radio broadcasts lost their popularity a little, because listeners were more interested in music broadcasts. The urgency of this research is to determine the active response of Radio Solopos listeners before, during, and after listening to Kopi Pagi program. This research uses a positivism paradigm with correlational research methods, and using the SPSS version 26 as statistical test tool. In this research used Rank Kendall correlation testing. This research took the average population of active listeners of Radio Solopos news programs, namely Kopi Pagi, Zona 103, and Lintas Kota, as 276 listeners. Then, the sampling technique in this research used purposive sampling. The results of research correlation testing show that there is a significant between motive and intensity of radio listening, and gratification sought of listeners on Kopi Pagi program. Then, the entertainment indicator is the main hope of listeners for choose to listening of Kopi Pagi to fulfill their needs in terms of filling free time, conveying their hobbies, eliminating boredom, and distracting themselves from work problems. This research is limited to one news program in Radio Solopos namely Kopi Pagi. The hope is that in the next research, that it will involve other Radio Solopos news programs, namely Zona 103 and Lintas Kota, so that the results of gratification sought of listeners on Radio Solopos news programs can be comprehensive for all news programs.

Keywords:

Motives, Listening Intensity, Gratification Sought, Kopi Pagi, Radio Solopos

Pendahuluan

Radio termasuk pada bentuk media massa yang tetap digemari dan digunakan oleh masyarakat hingga saat ini untuk mencari kebutuhan akan informasi maupun hiburan. Media radio dapat memproses dan menyebarkan berita atau

* Corresponding Author: Firdastin Ruthnia Yudiningrum, firdastin_ry@staff.uns.ac.id

informasi terkini secara cepat dan luas. Khalayak memilih radio untuk memenuhi kebutuhan informasi terkini.

Penyampaian informasi berita pada media radio mengambil dari aspek kehidupan masyarakat. Melalui saluran udara, radio dapat menghasilkan suara dan membagikan berita maupun informasi kepada khalayak luas. Dengan perkembangan teknologi media massa, suara yang dihasilkan media radio merupakan transmisi suara secara simultan melewati gelombang radio di udara dengan sistem pemancar yaitu frequency modulation (FM) dan amplitudo modulation (AM) (Astuti, 2017).

Melalui pemanfaatan radiasi elektromagnetik, radio mampu mengirimkan informasi kepada khalayak dan menjadikan radio sebagai alat komunikasi yang penting bagi sejarah dunia. Pertama kalinya di Indonesia, media radio muncul pada 16 Juni 1925 dengan nama Nederlands Indie atau Bataviase Radio Vereniging (BRV), dan mulai mengudara secara resmi dari Hotel des Indes dengan siaran "Program Nasional" pada gelombang 61.66 dan 157.89 meter (Kustiawan, et al., 2022). Setelah kemerdekaan Indonesia dari penjajahan, perkembangan radio di Indonesia mengalami pengembangan yang signifikan.

Terbukti dengan pendirian Radio Republik Indonesia (RRI) pada tanggal 11 September 1945 dengan tujuan berdirinya yaitu mewakili dan menyuarakan kepentingan pemerintah Indonesia. RRI mengalami pertumbuhan pesat seiring berjalannya waktu, dengan membuka layanan frekuensi program sebanyak 2-4 frekuensi di beberapa provinsi di Indonesia. Kemunculan radio dapat mengubah keadaan politik nasional dengan menyiarkan dapat publik secara langsung kepada khalayak luas (Biagi, 2010).

Menurut Masduki (2006), masa kejayaan radio Indonesia pada era Orde Baru pada tahun 1980-1990, ketika radio menjadi media paling interaktif karena televisi masih menjadi media elektronik yang langka sebab masyarakat menilai harganya cukup mahal (Muntadliroh, 2019). Selama Orde Baru, radio memiliki berbagai macam program favorit yang disukai pendengar. Program sandiwara radio telah menjadi program favorit nomor satu dan paling dinanti oleh pendengar radio sejak tahun 1960 hingga 1980 (Kemenparekraf, 2021). McLeish (2005) menyatakan bahwa radio dikategorikan sebagai media buta (a blind medium) yang mampu merangsang pendengar radio untuk membentuk gambaran visual berdasarkan apa yang mereka dengar. Ketika mendengarkan radio, theatre of mind sangat penting, di mana suara yang disampaikan melalui radio mampu merangsang imajinasi pendengar terkait dengan konten yang disiarkan tanpa adanya gambaran secara nyata (Miranda & Yuliati, 2020).

Keterlibatan yang erat antara penyiar dan pendengar radio menjadi ciri khas utama pada media radio. Peran seorang penyiar menjadi krusial dalam kesuksesan sebuah program siaran. Sikap interaktif yang dimiliki oleh penyiar radio menjadi kunci untuk menghidupkan siaran radio dan dapat mempertahankan minat maupun loyalitas pendengar terhadap stasiun radio.

Sebanyak 57% pendengar radio merupakan Generasi Z dan Generasi Milenial pada kuartal ketiga tahun 2016, dan angka penetrasi media menunjukkan radio masih didengarkan oleh khalayak sebesar 20 juta orang dengan rata-rata waktu mendengarkan sekitar 139 menit per hari. Menurut hasil survei Nielsen Consumer Media View Indonesia pada tahun 2017, radio menempati urutan keempat dengan

W.P.N. Putri, F.R. Yudiningrum - Motif, Intensitas Mendengarkan, dan Kepuasan Pendengar penetrasi media sebanyak 37% dibandingkan dengan media lain seperti tabloid, koran, dan majalah (Ira, 2018).

Pada tahun 2020, berdasarkan data survei pendengar radio mencatat sekitar 22,759 juta pendengar di sepuluh kota Indonesia dengan rata-rata durasi mendengarkan selama dua jam per hari. Angka ini mengalami penurunan dari tahun 2017 yang mencatat rata-rata durasi mendengarkan radio selama 2,5 jam per harinya dengan jumlah pendengar sekitar 62,3 juta di sepuluh kota Indonesia (Hayati & Ariestanty, 2023). Adanya kemajuan dan peningkatan penggunaan internet di Indonesia, eksistensi media radio mengalami penurunan jumlah pendengar (Nuriadin & Harumike, 2021).

Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dari periode ke periode. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada periode tahun 2022 hingga 2023, jumlah pengguna internet sebanyak 215,63 juta dari total populasi jiwa Indonesia sebesar 275,77. Jumlah ini meningkat sebesar 2,67 persen dibandingkan dengan periode tahun 2021 hingga 2022 yang hanya mencapai jumlah pengguna sebanyak 210,03 juta (Nurhanisah & Finaka, 2023). Peningkatan penggunaan internet menimbulkan kekhawatiran terhadap eksistensi media radio dalam masyarakat. Media radio dianggap rentan tergantikan dengan kehadiran new media pada abad ke-21.

Radio identik dengan format program musik, karena siaran musik menjadi pilihan utama bagi pendengar radio (Giantoro, 2020). Munculnya platform digital streaming seperti Spotify, Joox, Deezer, Apple Music, dan Youtube mempengaruhi eksistensi radio yang perlahan mulai tergantikan. Hasil survei We Are Social menunjukkan persentase pengguna internet di Indonesia yang mendengarkan musik melalui digital streaming mengalami peningkatan sebesar 50,3% pada kuartal ketiga tahun 2022 dibandingkan dengan tahun 2021 sebesar 47,5% (Mustajab, 2023). Meskipun platform digital streaming cukup diminati oleh masyarakat, hal ini tidak secara signifikan mengancam eksistensi radio. Faktor ini dilihat dari keunggulan media radio dalam membangun keakraban antara penyiar dan pendengar radio (Ismandianto, 2021 dalam (Kustiawan, et al., 2022)).

Hasil data survei yang dilakukan oleh Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia pada 2020-2021 menjelaskan bahwa radio mampu mempertahankan popularitasnya di masyarakat. Dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah pendengar pada tahun 2020 sebesar 10,42%, yang memberikan harapan untuk perkembangan radio Indonesia di masa yang akan datang (Kemenparekraf, 2021). Selanjutnya, berdasarkan hasil survei pengguna radio pada tahun 2022 yang dipaparkan oleh Aris Widiyoko sebagai Tenaga Ahli Program dan Produksi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (RRI) menunjukkan peningkatan pendengar radio sebesar 46,9% dari data sebelumnya sebesar 38,8% (Unpad, 2023).

Pengelola stasiun radio melakukan upaya untuk menjangkau pendengar dengan merancang beragam format program siaran, tak hanya format program musik saja. Hal yang dilakukan dengan menyesuaikan format siaran dengan kebutuhan pendengar radio melalui uji pasar, di mana hasil tersebut menjadi pedoman dalam penentuan formula yang sesuai dengan penyajian program siaran (Biagi, 2010). Pemilihan format siaran sangat penting bagi pendengar radio dalam aktivitas penggunaan radio. Adanya jadwal dan waktu siar program memberikan

kemudahan bagi pendengar radio untuk memilih program siaran radio yang sesuai dengan minat.

Berdasarkan data hasil survei pada Provinsi Kalimantan Selatan, sebesar 45% stasiun radio swasta lebih banyak menyiarkan program musik dibandingkan program lain. Hal serupa terjadi di Provinsi Jawa Tengah, khususnya daerah Soloraya, menunjukkan mayoritas program siaran utamanya berfokus pada program musik (Radio, 2023).

Menurut Putri dan Hadiyanto (2017) mengemukakan pendapat bahwa pendengar radio memiliki selektivitas dan motivasi yang tinggi dalam pemilihan dan penggunaan media. Pendengar menaruh harapan pada media radio untuk menjadi media yang dapat menciptakan suasana nyaman walaupun sedang melakukan aktivitas lain. Hal ini menunjukkan radio mempunyai sifat auditif yang memungkinkan pendengar untuk menikmati radio tanpa mengganggu kegiatan lain. Pesan yang disampaikan melalui radio sangat informatif dan dapat menghibur bagi pendengarnya (Giantoro, 2020).

Biersen (2012) menerangkan jika motivasi paling utama pendengar radio untuk tetap mendengarkan radio yaitu hiburan dan musik. Kehadiran musik dalam siaran radio memberikan daya tarik tersendiri bagi pendengar sebagai sumber hiburan. Pemilihan lagu-lagu yang disiarkan radio pada umumnya merupakan tanggung jawab program director stasiun radio. Meskipun urutan pemutaran musik bersifat acak, namun pendengar tetap memilih radio sebagai opsi utama untuk menikmati musik (Miranda & Yuliati, 2020). Pada media radio, pendengar dapat meminta pemutaran lagu tertentu kepada penyiar melalui interaksi telepon maupun mengirimkan pesan melalui WhatsApp stasiun radio.

Berbeda dengan stasiun radio lain yang tidak menitikberatkan pada format program berita, Radio Solopos dengan frekuensi 103 FM menawarkan sajian utama dengan format berita. Kehadiran Radio Solopos dengan format program utama berupa siaran berita memberikan alternatif informasi yang kredibel, akurat, dan berkualitas kepada pendengar di wilayah Soloraya. Tak hanya format program berita saja, Radio Solopos mempunyai berbagai format seperti talkshow dan musik. Namun pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa siaran berita radio mulai kehilangan popularitasnya. Pada Radio Solopos, siaran musik cenderung lebih diminati oleh pendengar daripada siaran berita. Alasan utamanya adalah siaran musik di media radio memiliki unsur kejutan, karena pemutaran musik dilakukan secara acak dan hal ini jarang ditemui pada platform musik digital (Miranda & Yuliati, 2020).

Meskipun mayoritas pendengar cenderung memilih program siaran musik, sebagian pendengar masih menyukai siaran berita. Menurut Oramahi (2013) mengemukakan bahwa pendengar tertarik pada peristiwa atau pemberitaan yang memiliki dampak langsung dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti berita lokal, nasional, maupun sosial. Pendengar cenderung menghindari peristiwa yang tidak berhubungan dengan kehidupan mereka, terutama yang terjadi di tempat yang jauh dari wilayah pendengar (Giantoro, 2020).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Radio Solopos, jumlah rata-rata pendengar program berita yang disiarkan oleh Radio Solopos sebesar 276 orang pendengar. Radio Solopos memiliki program siaran berita yang masih diminati oleh masyarakat di era digital saat ini adalah program Kopi Pagi. Program ini menghadirkan informasi terkini berupa headline berita dari koran Solopos, berita

W.P.N. Putri, F.R. Yudiningrum - Motif, Intensitas Mendengarkan, dan Kepuasan Pendengar lalu lintas di wilayah Soloraya, serta dinamika (diskusi tentang isu-isu hangat bersama narasumber yang kompeten). Program Kopi Pagi disiarkan setiap hari pukul 06.00-09.00 WIB, dengan gaya penyampaian serius namun tetap santai (Redaksi, 2022).

Radio bukan hanya media yang hanya sekedar penyedia informasi dan hiburan bagi pendengarnya (Miranda & Yuliati, 2020). Berdasarkan kajian *uses and gratification theory*, pendengar dianggap sebagai individu yang aktif dalam penggunaan media dengan motif tertentu yang berkaitan dengan kebutuhannya (Aan, 2013). Dalam konteks radio, pendengar mempunyai motif yang beragam dalam pemilihan program siaran sebagai upaya memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan pendengar (Irawatiningrum, Lestari, & Fikroh, 2020). Pendengar mendengarkan program siaran berdasarkan motif, keleluasaan waktu dan akses yang dimilikinya. Apabila motif pendengar terpenuhi akan mencapai kepuasan.

Menurut Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2017) berpendapat bahwa pendengar menggunakan media termotivasi dengan adanya kebutuhan untuk memenuhi kepuasannya. Melalui pemikirannya, Melvin de Fleur (2002) menjelaskan bahwa pendengar sebagai sasaran media melakukan pemilihan informasi yang berkaitan langsung dan sesuai dengan kepentingan mereka. Berdasarkan pemikiran McQuail, terdapat empat jenis motif adalah (1) motif informasi, yang melibatkan kebutuhan akan pemenuhan informasi; (2) motif identitas pribadi, di mana pendengar memilih program yang relevan dengan identitas pribadinya; (3) motif integrasi dan interaksi sosial, yang bertujuan menciptakan hubungan yang erat antara penyiar dan pendengar, dan (4) motif hiburan, yang mengarah pada kebutuhan untuk menghilangkan kebosanan dan memenuhi kebutuhan emosional (Atika & van Eymeren, 2019).

Motif mendengarkan radio dapat memahami integrasi dan interaksi sosial melalui pemanfaatan media pendengar (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh pendengar (*gratification*) (Prasetyo & Herlina, 2013). Menurut studi yang dilakukan oleh Mark R. Levy & Sven Windahl (1984), pendengar dianggap sebagai individu yang selektif dan terlibat pada penggunaan media. Kemudian penggunaan media dikaitkan dengan tahapan-tahapan spesifik dalam proses komunikasi, yaitu sebelum, selama, dan setelah penggunaan media. Penggunaan media yang dilakukan oleh pendengar radio dapat diukur berdasarkan hubungan pendengar dengan radio, jenis program, dan jumlah waktu yang diukur dengan intensitas (Febiani, 2017).

Ketika motif pendengar terpenuhi, intensitas mendengarkan radio meningkat, dan pendengar terpuaskan dengan sajian program. Kepuasan pendengar timbul karena pemahaman terhadap penawaran program siaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Haryo, 2013). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh McQuail, ada empat tipologi kepuasan, yaitu (1) kepuasan informasi; (2) kepuasan identitas pribadi; (3) kepuasan integrasi dan interaksi sosial; dan (4) kepuasan hiburan (Rakhmat & Ibrahim, 2019).

Penelitian ini mempunyai fokus penelitian pada program Kopi Pagi yang disiarkan oleh Radio Solopos dari bulan Juli hingga Desember 2023. Pemilihan rentang waktu tersebut, karena selama periode Juli hingga Desember 2023 program Kopi Pagi menyiarkan berita yang relevan dengan pendengar, baik terkait dengan isu-isu nasional maupun isu lokal, khususnya di daerah Soloraya. Misalnya berupa berita sosial, ekonomi, serta politik. Urgensi penelitian ini untuk mengetahui respon

keaktifan pendengar Radio Solopos sebelum, selama, dan setelah mendengarkan program Kopi Pagi. Selain itu, keterkaitan antara motif dan intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar Kopi Pagi akan menjadi dasar bagi pendengar dalam memilih untuk mendengarkan program tersebut. Terpenuhinya motif pendengar pada program Kopi Pagi akan berdampak pada kepuasan pendengar terhadap program Kopi Pagi dan secara keseluruhan terhadap Radio Solopos.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah ada hubungan antara motif dengan intensitas mendengarkan program Kopi Pagi di Radio Solopos?; (2) Apakah ada hubungan antara motif mendengarkan dengan kepuasan pendengar program Kopi Pagi di Radio Solopos?; (3) Apakah ada hubungan antara intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar program Kopi Pagi di Radio Solopos?; dan (4) Apakah ada hubungan secara bersama-sama antara motif dan intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar program Kopi Pagi di Radio Solopos?

Tinjauan Pustaka

Uses and gratification atau biasa disebut dengan teori penggunaan dan kepuasan dikemukakan oleh Elihu Katz, Herbert Blumler, dan Michael Gurevitch yang memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan media oleh khalayak (Mukarom, 2021). Melalui pemikiran Blumler (1979) dalam konsepnya menjelaskan bahwa komunikasi massa memiliki utilitas yang penting, bahwa penggunaan media dipengaruhi oleh motif, dan perilaku media berdasarkan kepentingan dan preferensi audiens. Penggunaan media dianggap sebagai cara bagi audiens untuk memenuhi kebutuhan psikologis mereka, dengan efek dari media dinilai sebagai situasi ketika kebutuhan audiens terpenuhi (Rakhmat & Ibrahim, 2019). Pendekatan yang serupa dalam studi penggunaan dan kepuasan media oleh Infante (1990), yang menyoroiti bagaimana audiens memanfaatkan media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka berdasarkan motif dan kepentingan individu (Aan, 2013). Dalam kerangka pendekatan penggunaan dan kepuasan, audiens menggunakan media sesuai dengan motif-motif yang mereka miliki. Teori ini menganggap media massa bertujuan untuk memenuhi motif-motif yang dimiliki oleh audiens. Ketika motif-motif audiens terpenuhi, maka kebutuhan mereka pun terpenuhi, dan hasilnya adalah kepuasan yang dirasakan oleh audiens (Octaviani & Dinero, 2023).

Pendengar mendengarkan radio sebagai respons terhadap kebutuhan akan informasi (Irawatiningrum, Lestari, & Fikroh, 2020). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh McQuail terdapat beberapa kategori motif mendengarkan radio adalah: (a) Motif Informasi, berkaitan dengan kebutuhan pendengar untuk memperoleh informasi terkait dengan lingkungan sekitarnya. Tingkat pemenuhan informasi setiap individu berbeda, dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman pribadi yang mempengaruhi kebutuhan informasinya; (b) Motif Identitas Pribadi, pada motif ini menitikberatkan bagaimana mendengarkan program-program tertentu dapat menguatkan identitas pribadi seseorang serta memperkuat nilai-nilai yang diyakininya; (c) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, pendengar mendengarkan radio untuk memperoleh pemahaman tentang kondisi sosial dan sebagai bahan untuk interaksi sosial dan diskusi; (d) Motif Hiburan, pada motif hiburan pendengar mendengarkan radio untuk mengurangi stress atau mencari hiburan, maupun memperoleh kepuasan emosional.

Menurut Rubin dan Windahl (1968), penggunaan media adalah proses yang melibatkan konsumsi, pemrosesan, dan interpretasi konten atau informasi yang disajikan oleh media (Haqqu, 2020). Berdasarkan pemikiran Horingan dan Rosengren (1974), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media meliputi hubungan antara audiens dengan isi program yang mereka konsumsi, durasi waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi media, dan jenis konten yang disajikan dalam program tersebut (Rakhmat & Ibrahim, 2019). Pendengar secara selektif menaruh perhatian mereka kepada informasi yang relevan dengan kebutuhan individu masing-masing (Febiani, 2017).

Lovelock dan Wirtz (2018) menerangkan bahwa kepuasan pendengar merujuk pada sikap audiens yang ditentukan oleh pengalaman yang audiens rasakan. Menurut Kriyantono (2006) menguraikan dua konsep kepuasan dalam penggunaan media menurut Philip Palmgreen, yaitu *gratification sought* (kepuasan yang dicari dalam penggunaan media) dan *gratification obtained* (kepuasan yang diperoleh setelah penggunaan media). Berdasarkan studi dari McQuail, ada empat tipologi kepuasan pendengar adalah kepuasan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, maupun hiburan (Rakhmat & Ibrahim, 2019).

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan paradigma positivisme. Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode korelasional yang bertujuan untuk mengukur hubungan di antara dua variabel atau lebih dengan menggunakan alat tes statistik yaitu SPSS versi 26, dan menggunakan uji korelasi parsial Rank Kendall. Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di Radio Solopos, dan populasi yang digunakan adalah rata-rata pendengar aktif program berita Radio Solopos yaitu Kopi Pagi, Zona 103, dan Lintas Kota sebesar 276 pendengar. Perhitungan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin yang kemudian didapatkan hasil sebesar 163 pendengar. Teknik pengambilan sampel penelitian ini melalui prosedur purposive sampling dengan pertimbangan tertentu.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada kajian *uses and gratification*, pendengar menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan yang kemudian akan memberikan kepuasan terhadap penggunaan media. Penelitian ini menguji apakah terdapat keterkaitan atau hubungan antara motif dan intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar Kopi Pagi. Kemudian, penelitian ini menggunakan pengujian korelasi parsial Rank Kendall. Adapun hasil pengujian korelasi penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Motif dengan Intensitas Mendengarkan (N=163)

Korelasi antar Variabel	Kendall's ta_b	Sig.
Motif dengan Intensitas Mendengarkan	.314	.000
Motif dengan Kepuasan	.644	.000
Intensitas Mendengar dengan Kepuasan	.330	.000
Motif dan Intensitas Mendengar dengan Kepuasan	.825	.000

Sumber: Hasil analisis data primer

Hasil analisis pada pengujian hipotesis motif dengan intensitas mendengarkan Kopi Pagi menunjukkan adanya korelasi dengan hasil signifikansi

sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kajian *uses and gratifications theory*, pendengar mempunyai motif dalam mendengarkan media, dan keleluasaan waktu dan akses yang mereka miliki (Irawatiningrum, Lestari, & Fikroh, 2020). Pada hasil uji korelasi menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,314 yang mengindikasikan tingkat hubungan yang rendah. Namun, koefisien korelasi antara motif dengan intensitas mendengarkan Kopi Pagi mendekati +1 yang menandakan hubungan antara variabel positif kuat dan searah. Hal ini berarti semakin tinggi skor motif mendengarkan Kopi Pagi, semakin tinggi juga intensitas mendengarkan Kopi Pagi.

Melalui hasil pengujian hipotesis motif mendengarkan dengan kepuasan pendengar Kopi Pagi terbukti adanya hubungan yang signifikan dengan hasil signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan teori penggunaan dan kepuasan, pendengar memilih media berdasarkan motif. Sebaliknya, media dianggap berusaha memenuhi motif pendengar. Jika motif pendengar berhasil terpenuhi, maka kebutuhan pendengar akan terpenuhi, kemudian akan merasakan kepuasan (Octaviani & Dinero, 2023). Selanjutnya, hasil uji korelasi menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,664 yang menandakan tingkat hubungan yang kuat, dan nilai tersebut mendekati +1 yang berarti positif searah antara kedua variabel. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor motif mendengarkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pendengar Kopi Pagi.

Berdasarkan hasil analisis pada pengujian hipotesis intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar Kopi Pagi menunjukkan adanya hubungan dengan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Konsep ini sejalan dengan pemikiran Philip Palmgreen (1985), yang menyatakan bahwa pengalaman yang diperoleh pendengar dalam sebuah media dapat mempengaruhi kepuasan pendengar, dan memperkuat penggunaan media tersebut (Littlejohn & Foss, 2014). Pada hasil uji korelasi menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,330 yang mengindikasikan tingkat hubungan yang rendah. Namun, koefisien korelasi tersebut mendekati +1 yang menandakan hubungan antara variabel positif kuat dan searah. Hal ini berarti semakin tinggi skor intensitas mendengarkan Kopi Pagi, semakin tinggi kepuasan yang didapatkan oleh pendengar.

Melalui hasil pengujian korelasi parsial antara motif dan intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar Kopi Pagi terbukti adanya hubungan yang signifikan dengan hasil signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Menurut landasan teori penggunaan dan kepuasan, pendengar dalam mendengarkan radio berupaya mencari program yang sesuai dengan kebutuhannya, karena penggunaan media mempunyai alternatif dalam pemuasan kebutuhan akan media (Ruliana & Lestari, 2019). Kemudian, hasil uji korelasi menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,825 yang menandakan tingkat hubungan yang kuat, dan nilai tersebut mendekati +1 yang berarti positif searah antar variabel-variabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor motif mendengarkan, maka semakin tinggi pula intensitas mendengarkan, dan kepuasan yang diperoleh pendengar Kopi Pagi.

Selain melakukan pengujian korelasi, penelitian ini menguji perbandingan mean skor dari empat indikator *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO). Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesenjangan pada motif dan kepuasan. Apabila nilai mean skor GS lebih besar dibandingkan dengan GO, maka pendengar tidak terpuaskan, dan begitupun sebaliknya (Kurniawan, Mulyani, & Al-Faqih, 2022). Adapun hasil perbandingan mean skor GS dan GO yaitu:

Tabel 2. Hasil Perbandingan Mean Skor GS dan GO Program Kopi Pagi

Indikator Motif (GS)	Mean	Indikator Kepuasan (GO)	Mean
Motif Informasi	17.48	Kepuasan Informasi	17.26
Motif Identitas Pribadi	16.99	Kepuasan Identitas Pribadi	16.78
Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	16.40	Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	16.28
Motif Hiburan	15.58	Kepuasan Hiburan	15.87
Total Mean Score GS	16.61	Total Mean Score GS	16.54

Sumber: Hasil analisis data primer

Berdasarkan hasil mean skor pada tabel 1.6. menunjukkan indikator informasi, identitas pribadi, serta integrasi dan interaksi sosial nilai mean skor GS lebih besar daripada nilai GO, ini menjelaskan bahwa pendengar tidak terpuaskan pada program Kopi Pagi. Pada indikator informasi, pendengar tidak terpuaskan pada dari segi mendapatkan informasi yang valid kebenarannya, karena beberapa tema pada program Kopi Pagi sudah pernah diangkat, tetapi kembali diangkat kembali untuk disiarkan. Selanjutnya pada indikator identitas pribadi, pendengar tidak terpuaskan dari segi meningkatkan kepercayaan diri akan pengetahuan berita politik di Indonesia, sebab pendengar tertarik pada berita politik dengan tema tertentu saja. Kemudian, pada indikator integrasi dan interaksi sosial pendengar tidak terpuaskan dari segi mengungkapkan kepedulian terhadap krisis perekonomian di Indonesia, karena pendengar lebih tertarik pada isu-isu sosial di masyarakat seperti kebijakan atau layanan publik.

Namun terdapat satu indikator yang memperoleh nilai mean skor GO lebih besar daripada nilai GS yaitu indikator hiburan, maka hal ini menunjukkan bahwa pendengar memperoleh kepuasan hiburan dari program Kopi Pagi. Dalam kepuasan hiburan, pendengar merasa puas dalam beberapa aspek seperti mengisi waktu luang sebelum memulai aktivitas, menghilangkan rasa bosan saat perjalanan, mengalihkan diri dari masalah pekerjaan, dan menyalurkan hobi mendengarkan berita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Kesimpulan

Melalui pengujian korelasi parsial menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motif dan intensitas mendengarkan dengan kepuasan pendengar program Kopi Pagi, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini sejalan dengan landasan teori penggunaan dan kepuasan yaitu pendengar dalam mendengarkan radio guna memilih program-program yang sesuai dengan kebutuhannya, sebab penggunaan media mempunyai alternatif dalam pemuasan terhadap penggunaan media.

Kemudian, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan yang diperoleh pendengar Kopi Pagi pada indikator informasi, identitas pribadi, serta integrasi dan interaksi sosial tidak sebesar harapannya. Hal ini dikarenakan kebutuhan pendengar tidak terpuaskan pada aspek beberapa tema Kopi Pagi yang diangkat kembali, kemudian pendengar lebih tertarik pada isu-isu sosial seperti kebijakan atau layanan publik, serta pendengar hanya tertarik pada berita politik dengan tema tertentu saja. Walaupun sebagian besar pendengar tidak terpuaskan, namun berbeda pada indikator hiburan, karena aspek hiburan merupakan harapan utama pendengar memilih mendengarkan Kopi Pagi untuk memenuhi kebutuhan dalam segi mengisi

waktu luang, menyalurkan hobi, menghilangkan rasa bosan, dan mengalihkan diri dari masalah pekerjaan. Selain itu, penelitian ini terbatas pada salah satu program berita yaitu Kopi Pagi. Harapannya pada penelitian berikutnya, diharapkan melibatkan program berita Radio Solopos lainnya yaitu Zona 103 dan Lintas Kota, sehingga hasil yang didapatkan pada kepuasan pendengar program berita Radio Solopos bisa secara menyeluruh.

Daftar Pustaka

- Aan, M. S. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Pustaka Pelajar.
- Astuti, S. I. (2017). *Jurnalisme Radio*. Simbiosis Rekatama Media.
- Atika, M. M., & van Eymeren, M. M. (2019). Motif Pendengar Dalam Mendengarkan Radio Virgin Jakarta. *Riau Economic and Business Review*, 10(3), 308-313.
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact: An Introduction to Mass Media (9 ed.)*. (M. Irfan, & W. W. Mahendra, Penerj.). Salemba Humanika.
- Febiani, K. (2017). Pengaruh intensitas mendengarkan, motivasi, dan sikap terhadap persepsi pendengar tentang program acara Asri & Steny in The Morning radio Delta FM Semarang. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(3), 1-26.
- Giantoro, E. (2020, Juni). Pengaruh Terpaan Program Musik Rockline Pada Persepsi Pendengar Radio Gemilang FM. *Jurnal Ilmiah Produksi Siaran*, 6(1), 1-15.
- Haqu, R. (2020, Maret). Uji uses and gratifications dalam intensitas menonton program talkshow melalui televisi. *Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11-18.
- Haryo, P. B. (2013). Pengaruh Motif dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pendengar Program Siaran Obat Tidur Radio EBS FM Surabaya. *Jurnal Universitas Airlangga*, 9(2), 63-73.
- Hayati, K., & Ariestanty, C. (2023, Januari). Konstruksi Pendengar Radio pada Masyarakat Indonesia (Studi Kasus pada Aplikasi Noice). *Global Komunikasi*, 6(1), 9-18.
- Ira. (2018, Januari 02). Radio Tetap Eksis di Era Internet. Dipetik Oktober 11, 2023, dari Komisi Penyiaran Indonesia Lembaga Negara Independen: <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet>
- Irawatiningrum, S., Lestari, K. T., & Fikroh, S. (2020, November). Motif dan Kepuasan Pendengar Siaran Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara FM Tuban. *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(02), 313-324.
- Kemenparekraf. (2021, October 6). Peran Radio dari Masa ke Masa. Dipetik April 14, 2023, dari <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Peran-Radio-dari-Masa-ke-Masa>
- Kurniawan, W. T., Mulyani, H. S., & Al-Faqih, M. Z. (2022). Kepuasan Khalayak dalam Mendengarkan Insert Berita The Highlights Radio Prambors Jakarta. *Kajian Jurnalisme*, 5(2), 129-144.
- Kustiawan, W., Jumaidi, Hasibuan, Y. W., Hardini, M., Zuhra, F., Hasibuan, F. A., Wahyuni, R. (2022). Strategi Most FM dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Soisal, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 814-818.

- W.P.N. Putri, F.R. Yudiningrum - Motif, Intensitas Mendengarkan, dan Kepuasan Pendengar
- Kustiawan, W., Marpaung, M. D., Syahputra, M. A., Ulya, A. F., Fauzi, A., & Nadzim, M. (2022). Sejarah Perkembangan Radio. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 238-243.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi (9 ed.)*. (M. Y. Hamdan, Penerj.) Salemba Humanika.
- Miranda, P., & Yuliati, R. (2020). Keunikan Karakteristik Radio: Daya Tarik bagi Khalayak dalam Mendengarkan Radio. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(3), 735-748.
- Mukarom, Z. (2021). *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*. Remaja Rosdakarya.
- Muntadliroh. (2019). Analisis Implementasi Kebijakan Industri Radio Siaran dan Musik Rekaman di Indonesia Berdasarkan Aspek Ekonomi Politik Komunikasi. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 8, 1-10.
- Mustajab, R. (2023, Maret 9). 50,3% Warga RI Gunakan Streaming Musik pada Kuartal III/2022. (D. Bayu, Editor) Dipetik Oktober 10, 2023, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/503-warga-ri-gunakan-streaming-musik-pada-kuartal-iii2022>
- Nurhanisah, Y., & Finaka, A. W. (2023, Mei). Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi. Dipetik Oktober 11, 2023, dari <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- Nuriadin, A., & Harumike, Y. D. (2021, Oktober). Sejarah Perkembangan dan Implikasi Internet Pada Media Massa dan Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Selasar KPI*, 1(1), 1-25.
- Octaviani, V., & Dinero, R. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Radio Dehasen 88,5 Fm (Studi Deskriptif Terhadap Mahasiswa Universitas Dehasen Bengkulu). *Jurnal Multi Disiplin Dehasen (Mude)*, 2(2), 599-606.
- Prasetyo, R., & Herlina, M. (2013, Juli). Hubungan Antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di Pt. MNC Skyvision Jakarta. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, 2(1), 589-602.
- Radio, O. (2023). Stasiun Radio di Surakarta. Dipetik Oktober 17, 2023, dari Radio Online: <https://radio-online.id/jawa-tengah/kota-surakarta>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Redaksi, S. (2022). About Radio Solopos. Diambil kembali dari Solopos Fm (News Radio 103 FM): <https://www.soloposfm.com/about-us/>
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Unpad. (2023, Januari 28). Eksistensi Radio di Zaman Modern: Strategi Mempertahankan Radio Menurut Para Ahli. Dipetik September 02, 2023, dari <https://radio.unpad.ac.id/2023/01/eksistensi-radio-di-zaman-modern-strategi-mempertahankan-radio-menurut-para-ahli/>