4. ANALISA DATA

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Radio Kartika Bahari Dirgantara Jaya
Nama Stasiun Radio	: M Radio
Station Call	: M Radio 98.8 FM
Frekuensi Kanal	: FM 98.8 MHz
Slogan Radio/Positioning	: Radio Musik Indonesia
Jam Siaran	: 24 jam
Izin Stasiun Radio	: 01175051-000SU/19972008
Izin Penyelenggaraan	: 159/KEP/M.KOMINFO/06/2008
No. Anggota PRSSNI	: 142-III/1971
Alamat Studio	: Kampoeng Media Jl. Wonokitri Besar 59 Surabaya 60256
Alamat Transmitter	: Raya Bukit Darmo Golf 22-24 Surabaya 60189
Radius Jangkauan Siaran	: Surabaya Greater
Segmentasi	: Indonesia 15-45 tahun

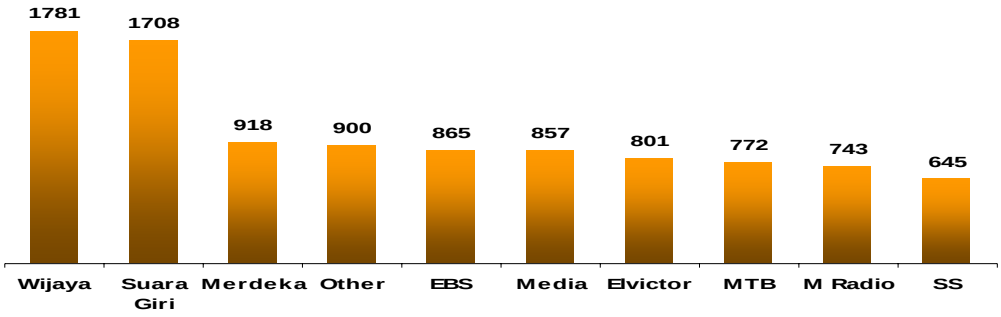
4.1.2. Sejarah M Radio 98.8 FM Surabaya

M Radio 98.8 FM Surabaya adalah sebuah stasiun radio yang di pertengahan tahun 2007 melakukan format ulang (*reformatting*) dalam siarannya. Sebelumnya stasiun radio ini sering berganti nama dan format siarannya, dan yang terakhir bernama Radio Today FM yang berlokasi di Jalan Palem ITC 43, Pondok Candra, Waru, Sidoarjo dan memiliki format siaran campuran, yaitu pembagian program siarannya yang beraneka ragam, salah satunya jenis musik yang diputar seperti Indonesia pop, campursari, dangdut, dan juga lagu barat serta program-program lainnya, sehingga memiliki segmen pendengar yang luas. Pada bulan Juni tahun 2007 stasiun radio ini mengalami pergantian pemilik dari Boy Julianto

Tiarso Martono dan Ida Suryantini ke Wahyu Widodo dan Iwan Adi Nugroho yang kemudian diberi nama M Radio 98.8 FM dan pada 24 Juli 2007 berpindah lokasi di Jalan Wonokitri Besar 50 A Surabaya serta melakukan *reformatting* menjadi format musik saja dengan jenis lagu Indonesia pop yang terbagi menjadi *current, re-current*, *oldies*, dan *legend*; dan tidak menggunakan penyiar.

M Radio 98.8 FM Surabaya ini dirancang untuk memenuhi peran hiburan musik Indonesia berkualitas sebagai medium utama dan menjadikan musik Indonesia sebagai bagian kehidupan dalam mengisi seluruh aktivitas sepanjang hari serta memberi ruang eksplorasi bagi pendengarnya atas kecintaannya terhadap musik Indonesia, sehingga diharapkan M Radio 98.8 FM Surabaya ini dapat menjadi ensiklopedi musik Indonesia.

M Radio 98.8 FM Surabaya mengalami perkembangan yang cukup pesat dan mudah diterima oleh pendengar di Surabaya. Terbukti dari hasil penelitian AC Nielsen pada *Wave* 4 tahun 2008 M Radio 98.8 FM Surabaya berhasil masuk dalam sepuluh besar stasiun radio di Surabaya sebagaimana terlihat pada gambar berikut:

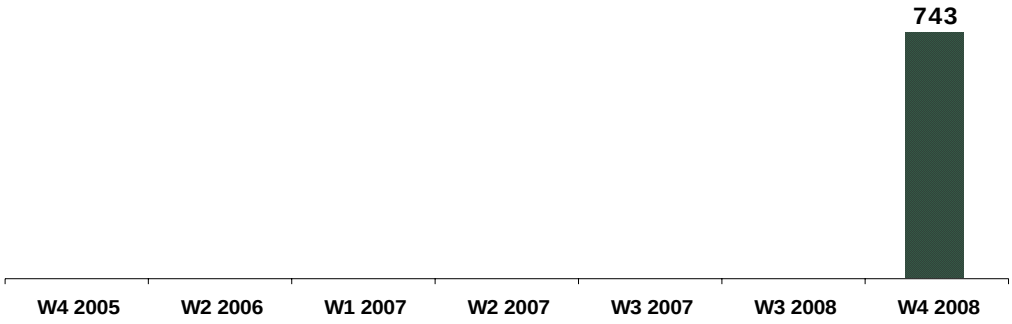


Gambar 4.1. Top 10 Radio di Surabaya

Sumber: Olahan Peneliti

Perkembangan yang dialami oleh M Radio 98.8 FM Surabaya ini tergolong sangat cepat dan mengejutkan karena M Radio 98.8 FM Surabaya belum pernah terlibat dalam survei AC Nielsen dan begitu disurvei pada *Wave* 4 tahun 2008, M Radio 98.8 FM Surabaya masuk dalam peringkat ke-9.

Berikut adalah tren kependengaran M Radio 98.8 FM Surabaya pada tahun 2008:



Gambar 4.2.Tren Kependengaran M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber: Olahan Peneliti

4.1.3. Visi M Radio 98.8 FM Surabaya

M Radio 98.8 FM Surabaya adalah media massa yang efektif berperan memberi pengaruh dalam mewujudkan masyarakat apresiatif pada nilai-nilai adab kehidupan dan budaya Indonesia melalui kegiatan media massa yang berorientasi pada kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

4.1.4. Logo M Radio 98.8 FM Surabaya

Gambar 4.3. Logo M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber : Olahan Peneliti

Warna Merah, menggambarkan semangat dan cita-cita M Radio 98.8 FM Surabaya dalam mewujudkan masyarakat apresiatif pada nilai-nilai adab kehidupan dan budaya Indonesia melalui kegiatan media massa yang berorientasi pada kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

Huruf M, simbol dari musik. Bentuknya yang tidak kaku atau fleksibel merupakan cerminan dari sifat dari M Radio 98.8 FM Surabaya yang dinamis.

Jika dilihat dengan seksama tampak menyerupai seperti kaki orang sedang menari atau dapat juga tampak seperti bentuk *headphone.* Secara umum huruf M dalam logo M Radio 98.8 FM Surabaya ini dapat secara bebas diinterpretasikan oleh pendengar. Dapat juga diinterpretasikan bahwa M adalah mendengarkan, menikmati, menyanyi, dan banyak lagi yang lainnya.

4.1.5. Format M Radio 98.8 FM Surabaya

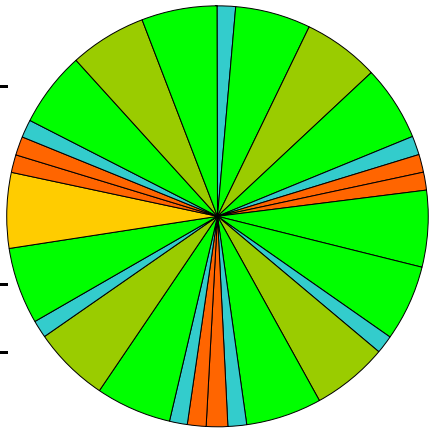
M Radio 98.8 FM Surabaya adalah radio pertama di Surabaya yang menerapkan format musik Indonesia pop dan tanpa penyiar. Untuk itu M Radio 98.8 FM Surabaya ini menerapkan *clock programming*, yaitu untuk mengatur penempatan lagu, *id station*, *insert*, informasi, serta iklan agar tidak mengganggu kenyamanan pendengar.

Jenis musik yang diputar di M Radio 98.8 FM Surabaya dibedakan menjadi empat kategori berdasarkan era musiknya, yaitu:

1. *Current Hits* adalah lagu Indonesia pop yang menjadi *hits* atau populer dalam periode 1 tahun terakhir, dalam kualifikasi ukuran : "*Sering ditayangkan atau masuk Chart atau menjadi Top Request di media televisi, media radio atau media cetak"*
2. *Re-Current Hits* adalah lagu Indonesia pop yang pernah menjadi *hits* atau populer dalam periode lebih dari 1 tahun terakhir s/d 5 tahun.
3. *Oldies* adalah lagu Indonesia pop yang menjadi *hits* atau populer dalam periode lebih dari 5 tahun terakhir
4. *Legend* adalah lagu Indonesia pop yang pernah menjadi *hits* atau populer yang dinyanyikan atau dimainkan oleh artis penyanyi atau *band* legendaris.

Clock Programming M Radio FM Surabaya

ELEMEN	CONTENT DETAIL	Jumlah/ Jam	NOTE
Song	Current Hits	9	Flexible
	ReCurrent Hits	4	Fix
	Oldies/Legend	1	Fix
Bridge	Jingle/Smash	7	Flexible
Comm. Break	Commercial Break	6	Fix



Gambar 4.4. *Clock Programming* M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber: Olahan Peneliti

Catatan :

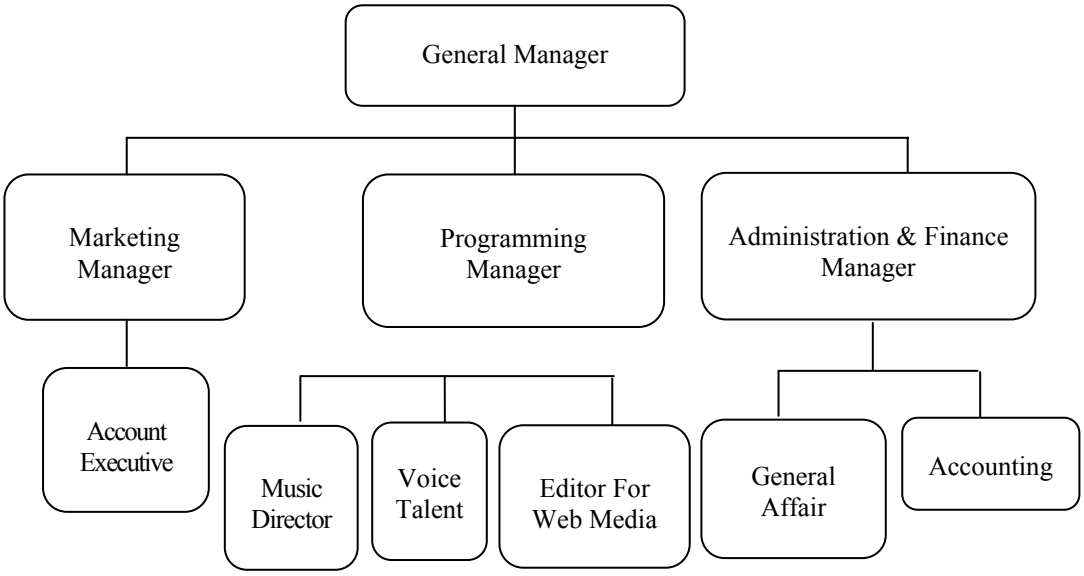
- *Beat Current Hits* = Lagu populer terkini dengan tempo atau *beat* menghentak
- *Current Hits* = Lagu populer terkini dengan tempo atau *beat* bebas
- *Re-Current Hits* = Lagu yang pernah populer
- *Oldies* = Lagu yang pernah populer pada masa lampau
- *Legend* = Lagu yang pernah populer dan dinyanyikan oleh artis atau grup musik legendaris
- *Jingle* = Musik pendek yang berisi tentang *call station* atau *station* ID
- *Smash* = Musik pendek atau *sound effect* yang berfungsi sebagai Bridge
- *Commercial Break* = Potongan waktu yang berisi tentang iklan /pesan komersial.

Berikut adalah aturan dasar dalam memutar lagu di M Radio 98.8 FM Surabaya:

1. Setiap 1 Jam (asumsi 14 lagu/jam) terdiri dari lagu:
   - *Current Hits* 9 lagu
   - *Re-Current Hits* 4 lagu
   - *Legend atau Oldies* 1 lagu

   Note : Jika jumlah lagu di setiap periode jam kurang dari 14 lagu, maka *Current Hits* dan *Re-Current Hits* menyesuaikan atau fleksibel jumlahnya, dan *Legend* atau *Oldies* jumlahnya tetap.
2. *EVERY HOUR IS A SHOWTIME*
3. Lagu Pembuka (*Opener*) dengan syarat-syarat:
   - Populer
   - Menghentak sehingga menarik perhatian
   - Enak didengar
4. *Current Hits* dengan *beat* atau tempo rancak harus ditempatkan sebagai **Lagu Pertama** pada setiap:
   - Pergantian periode jam yaitu di menit --.00
   - Penciptaan kesan variatif dan semarak, serta menghindari monotonitas dan kejenuhan, maka penataan dan penyusunan lagu dengan lagu berikutnya harus memenuhi minimal 3 unsur pembedaan dari unsur-unsur sebagai berikut:
   - *Gender* yaitu *Vocal Group vs Single, Male vs Female*
   - *Beat* atau tempo yaitu *High vs Medium vs Slow*
   - Jenis musik yaitu Pop *vs* Rock *vs* Rap *vs* Klasik
   - *Lead* - bunyi instrumen yang dominan yaitu Gitar *vs* Piano/Keyboard *vs* Drum *vs* Biola *vs* Saxophone
   - Kategori atau Era Musik
   - *Mood* - nuansa/kesan musik yaitu mood tinggi *vs* ringan

4.1.6. Struktur Organisasi M Radio 98.8 FM Surabaya



Gambar 4.5. Struktur Organisasi M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber: Olahan Peneliti

4.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan pada *item-item* dalam kuesioner yang mengindikatori *gratification sought* dan *gratification obtained*.

4.2.1. Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa *item-item* dalam kuesioner yang mengindikatori variabel *gratification sought* dan *gratification obtained* adalah *valid*. Dikatakan *vali*d karena semua *item* memiliki korelasi yang signifikan di bawah presisi yang ditetapkan yaitu 0,05 (Lampiran 4). Berikut adalah ringkasan hasil pengujian validitas pada variabel yang diamati.

Tabel 4.1. Tabel Uji Validitas

Variabel *Gratification Sought*

Gratification Sought	r	Sig. value	Ket.
1. Ingin mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits	0,465(**)	0,000	Valid
2. Ingin mendapatkan informasi tentang penyanyi Indonesia	0,413(**)	0,000	Valid
3. Ingin mendapatkan informasi tentang musik Indonesia	0,508(**)	0,000	Valid
4. Ingin mendapatkan pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia	0,489(**)	0,000	Valid
5. Ingin dihargai orang	0,540(**)	0,000	Valid
6. Ingin menambah kreativitas	0,577(**)	0,000	Valid
7. Ingin meningkatkan semangat kerja	0,575(**)	0,000	Valid
8. Ingin beradaptasi dengan lingkungan	0,576(**)	0,000	Valid
9. Ingin merasa tenang	0,511(**)	0,000	Valid
10. Ingin mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan	0,477(**)	0,000	Valid
11. Ingin meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia	0,426(**)	0,000	Valid
12. Ingin menemukan bahan percakapan	0,516(**)	0,000	Valid
13. Ingin mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan	0,530(**)	0,000	Valid
14. Ingin bersantai	0,258(**)	0,000	Valid
15. Ingin mengisi waktu luang	0,350(**)	0,000	Valid
16. Ingin MRadio menemani saat beraktivitas	0,461(**)	0,000	Valid
17. Ingin melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami	0,500(**)	0,000	Valid

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.2. Tabel Uji Validitas

Variabel *Gratification Obtained*

Gratification Obtained	r	Sig. value	Ket.
1. Mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits	0,453(**)	0,000	Valid
2. Mendapatkan informasi tentang penyanyi Indonesia	0,467(**)	0,000	Valid
3. Mendapatkan informasi tentang musik Indonesia	0,479(**)	0,000	Valid
4. Mendapatkan pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia	0,476(**)	0,000	Valid
5. Dihargai orang	0,485(**)	0,000	Valid
6. Dapat menambah kreativitas	0,641(**)	0,000	Valid
7. Semangat kerja meningkat	0,599(**)	0,000	Valid
8. Mudah beradaptasi dengan lingkungan	0,686(**)	0,000	Valid
9. Merasa tenang	0,599(**)	0,000	Valid
10. Mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan	0,623(**)	0,000	Valid
11. Dapat meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia	0,450(**)	0,000	Valid
12. Menemukan bahan percakapan	0,563(**)	0,000	Valid
13. Dapat berinteraksi sosial dengan teman dan lingkungan	0,585(**)	0,000	Valid
14. Dapat bersantai	0,409(**)	0,000	Valid
15. Mengisi waktu luang	0,472(**)	0,000	Valid
16. Merasa ditemani saat beraktivitas	0,458(**)	0,000	Valid
17. Dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami	0,626(**)	0,000	Valid

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

4.2.2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir *item* dalam kuesioner dinyatakan *valid* maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan. Suatu *item* dikatakan reliabel jika r *cronbach's alpha* positif dan lebih besar daripada 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka diketahui bahwa alat ukur variabel kepuasan yang diukur melalui *gratification sought* dan *gratification obtained* adalah reliabel. Dikatakan reliabel karena r *cronbach's alpha* positif dan lebih besar daripada 0,6 (selengkapnya Lampiran 4). Berikut adalah ringkasan hasil pengujian reliabilitas pada variabel yang diamati.

Tabel 4.3. Uji Reliabilitas

Variabel *Gratification Sought*

Gratification Sought	*α if item is deleted*	α	Ket.
1. Ingin mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits	0,783	0,792	Reliabel
2. Ingin mendapatkan informasi tentang penyanyi Indonesia	0,787	0,792	Reliabel
3. Ingin mendapatkan informasi tentang musik Indonesia	0,780	0,792	Reliabel
4. Ingin mendapatkan pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia	0,781	0,792	Reliabel
5. Ingin dihargai orang	0,777	0,792	Reliabel
6. Ingin menambah kreativitas	0,775	0,792	Reliabel
7. Ingin meningkatkan semangat kerja	0,775	0,792	Reliabel
8. Ingin beradaptasi dengan lingkungan	0,775	0,792	Reliabel
9. Ingin merasa tenang	0,780	0,792	Reliabel
10. Ingin mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan	0,784	0,792	Reliabel
11. Ingin meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia	0,787	0,792	Reliabel
12. Ingin menemukan bahan percakapan	0,781	0,792	Reliabel
13. Ingin mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan	0,779	0,792	Reliabel
14. Ingin bersantai	0,790	0,792	Reliabel
15. Ingin mengisi waktu luang	0,790	0,792	Reliabel
16. Ingin MRadio menemani saat beraktivitas	0,783	0,792	Reliabel
17. Ingin melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami	0,783	0,792	Reliabel

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.4. Uji Reliabilitas

Variabel *Gratification Obtained*

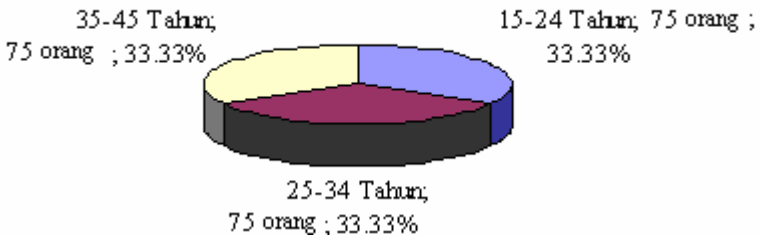
Gratification Obtained	*α if item is deleted*	α	Ket.
1. Mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits	0,841	0,846	Reliabel
2. Mendapatkan informasi tentang penyanyi Indonesia	0,841	0,846	Reliabel
3. Mendapatkan informasi tentang musik Indonesia	0,840	0,846	Reliabel
4. Mendapatkan pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia	0,841	0,846	Reliabel
5. Dihargai orang	0,841	0,846	Reliabel
6. Dapat menambah kreativitas	0,832	0,846	Reliabel
7. Semangat kerja meningkat	0,835	0,846	Reliabel
8. Mudah beradaptasi dengan lingkungan	0,829	0,846	Reliabel
9. Merasa tenang	0,835	0,846	Reliabel
10. Mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan	0,833	0,846	Reliabel
11. Dapat meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia	0,843	0,846	Reliabel
12. Menemukan bahan percakapan	0,837	0,846	Reliabel
13. Dapat berinteraksi sosial dengan teman dan lingkungan	0,836	0,846	Reliabel
14. Dapat bersantai	0,844	0,846	Reliabel
15. Mengisi waktu luang	0,841	0,846	Reliabel
16. Merasa ditemani saat beraktivitas	0,842	0,846	Reliabel
17. Dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami	0,834	0,846	Reliabel

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

4.3. Profil Pendengar

Pada bagian ini akan dideskripsikan perolehan data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya, berupa profil pendengar, yang terdiri atas usia dan jenis kelamin.

1. Profil Pendengar Berdasarkan Usia

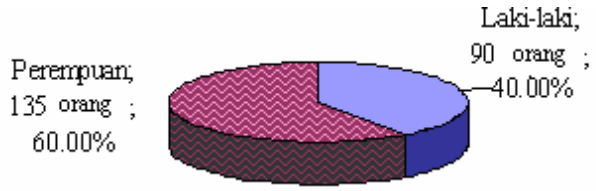


Gambar 4.6. Profil Pendengar Berdasarkan Usia

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil di atas menunjukkan bahwa jumlah pendengar yang menjadi responden penelitian sebanyak 225 pendengar dimana masing-masing kelompok usia diambil sebesar sebanyak 75 pendengar atau 33,33 % yaitu kelompok pendengar yang berusia 15 – 24 tahun, 25 – 34 tahun, dan 35 – 45 tahun.

2. Profil Pendengar Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4.7. Profil Pendengar Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Olahan Peneliti

Gambar di atas menunjukkan bahwa jumlah pendengar yang menjadi responden penelitian sebanyak 225 pendengar terdiri sebanyak 135 pendengar (60%) perempuan dan sebanyak 90 pendengar (40%) laki-laki sesuai dengan profil jenis kelamin pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya yaitu laki-laki sebanyak 39,03 % dan perempuan sebanyak 60,97% (Sumber: Nielsen Media Research W4, 2008).

3. Komposisi Pendengar Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Dengan melihat distribusi frekuensi pendengar berdasarkan jenis kelamin dan kelompok usia di atas maka berikut disampaikan komposisi masing-masing jenis kelamin berdasarkan kelompok usia sehingga diketahui prosentase masing-masing kelompok jenis kelamin berdasarkan usia.

Tabel 4.5. Komposisi Pendengar Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

		Jenis Kelamin		Total
		L	P	
Usia	15-24 Tahun	30	45	75
		40,0%	60,0%	100,0%
	25-34 Tahun	30	45	75
		40,0%	60,0%	100,0%
	35-45 Tahun	30	45	75
		40,0%	60,0%	100,0%
Total		90	135	225
		40,0%	60,0%	100,0%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan bahwa pada masing-masing kelompok usia memiliki komposisi pendengar yang sama bila ditinjau dari jenis kelamin. Dimana masing-masing kelompok usia menunjukkan bahwa kelompok perempuan memiliki prosentase yang lebih besar jika dibandingkan dengan kelompok laki-laki.

4.4. Deskripsi Data

Deskripsi data adalah deskripsi atau gambaran dari jawaban responden pada setiap item pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yang pertama adalah pertanyaan mengenai *gratification sought,* yaitu motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya yang dioperasionalkan menjadi 17 indikator, dan yang kedua adalah pertanyaan mengenai *gratification obtained,* yaitu apakah pendengar mendapatkan apa yang diharapkan setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya yang juga dioperasionalkan menjadi 17 indikator.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 225 pendengar yang tersebar di wilayah Surabaya dimana 50% di antaranya merupakan pendengar yang terdaftar dalam *database* M Radio 98.8 FM Surabaya dan 50% lainnya adalah pendengar yang dicari oleh peneliti di lapangan.

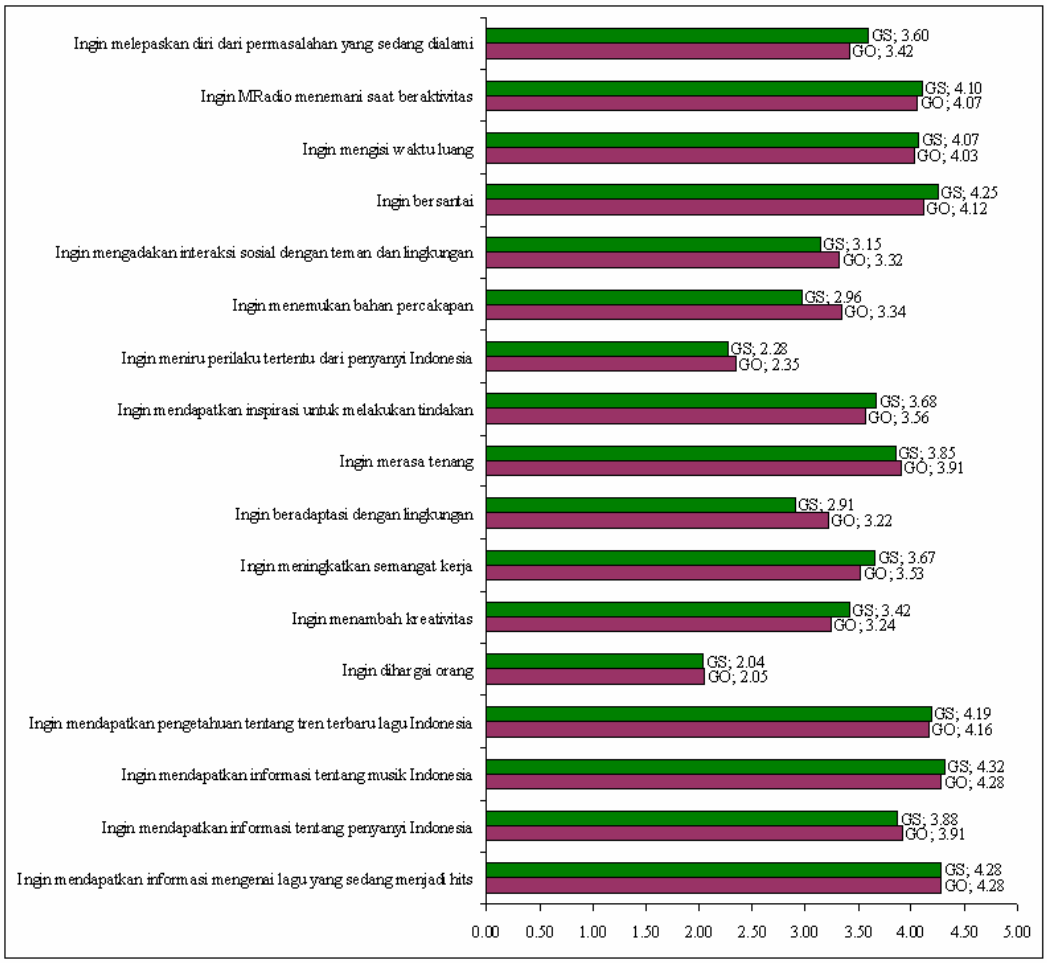
Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dan ditabulasikan sedemikian rupa agar dapat dianalisis lebih lanjut. Data kuesioner yang telah ditabulasikan dapat dilihat di lampiran 2. Dalam penelitian ini pengolahan data

akan dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif dimana hasil olahan data tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan tabulasi silang, serta menggunakan analisis *mean* dan selisih *mean* agar dapat diketahui kepuasan pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya.

4.4.1. Deskripsi Data Untuk *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden

Pada bagian ini akan dideskripsikan perolehan data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya, berupa penilaian pendengar terhadap *item-item* yang mewakili *gratification sought* yaitu motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya dan *gratification obtained*, yaitu hasil penilaian pendengar responden atas program siaran yang disajikan oleh M Radio 98.8 FM Surabaya.

Selain itu, pada bagian ini juga disampaikan *mean* dan selisih *mean* masing-masing *item* dalam kuesioner, sehingga diketahui ada tidaknya selisih antara motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya dan apa yang telah diperoleh pendengar setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.



Gambar 4.8. Distribusi Frekuensi Pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber: Olahan Peneliti

Grafik di atas menunjukkan bahwa motif (*gratification sought*) tertinggi adalah ingin mendapatkan informasi tentang musik Indonesia dengan nilai *mean* sebesar 4,32. Hal ini sesuai dengan kenyataan dari fungsi media itu sendiri yaitu sebagai media informasi. Selain itu, hasil di atas juga mendukung pendapat Rakhmat (2005, p. 66-67) bahwa salah satu motif penggunaan media adalah kognitif yang menyajikan data kebutuhan akan informasi dan *surveillance* (eksplorasi realitas) dan juga seperti yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (1979 dalam Severin & Tankard, 2005, p. 357) bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan akan informasi, pengetahuan, dan pemahaman.

Sedangkan motif terendah adalah ingin dihargai orang dengan nilai *mean* 2,04.

Selanjutnya dari grafik di atas diketahui apa yang diperoleh (*gratification obtained*) pendengar terkait dengan pengharapannya, dimana nilai *mean* tertinggi adalah pada pemenuhan harapan untuk mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits dan informasi tentang musik Indonesia dengan masing-masing nilai *mean* yang diperoleh adalah sebesar 4,28. Artinya M Radio 98.8 FM Surabaya telah mampu memberikan informasi mengenai yang sedang menjadi *hits* dan informasi tentang musik Indonesia melalui program yang disajikan. Sementara yang terendah adalah perolehan untuk dihargai dengan nilai *mean* sebesar 2,05.

Grafik di atas juga menunjukkan bahwa terjadi selisih nilai *mean* GS dan GO pada beberapa item kuesioner. Jika nilai *mean* GS lebih besar daripada GO (GS > GO) menunjukkan bahwa masih adanya harapan pendengar yang belum terpuaskan ketika mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya. Sedangkan jika selisih nilai *mean* GS lebih kecil daripada GO (GS < GO) menunjukkan bahwa pendengar telah terpuaskan bahkan melebihi harapannya ketika mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya. Selanjutnya, jika selisih nilai *mean* GS sama dengan GO (GS = GO) yang artinya bahwa harapan atau motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya telah terpuaskan.

Grafik tersebut menunjukkan bahwa beberapa motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya ada yang terpuaskan dan ada pula yang tidak terpuaskan, yang ditunjukkan dari nilai *mean* GS dan GO yang dihasilkan.

Adapun *item-item* yang terpuaskan antara lain adalah:

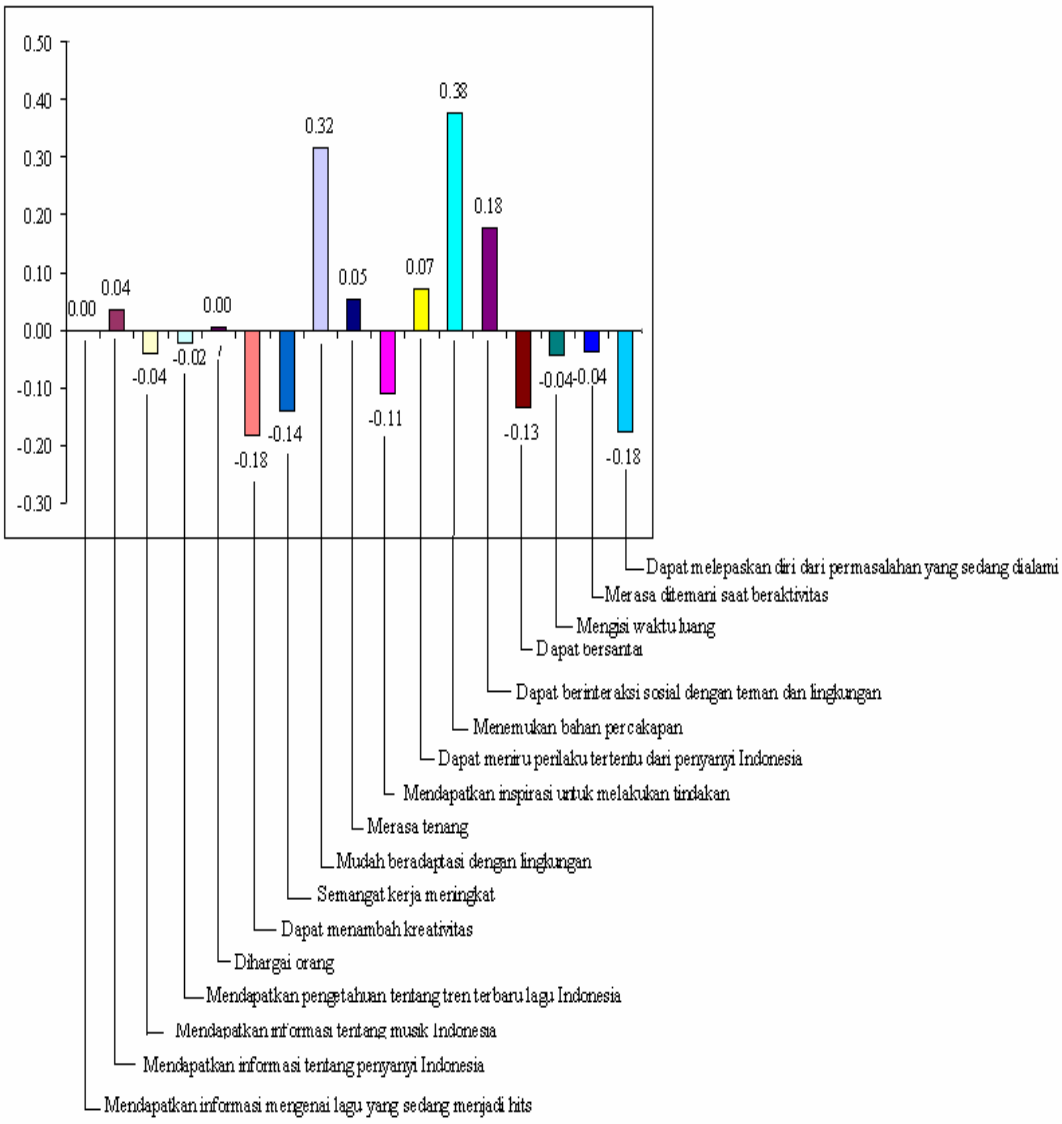
1. Informasi mengenai lagu yang sedang menjadi *hits*, dengan *mean* GS = 4,28 dan GO = 4,28 sehingga tidak terjadi selisih *mean* antara GS dan GO.
2. Informasi tentang penyanyi Indonesia, dengan *mean* GS = 3,88 dan GO = 3,91 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,04.
3. Dihargai orang, dengan *mean* GS = 2,04 dan GO = 2,05 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,01.

4. Beradaptasi dengan lingkungan, dengan *mean* GS = 2,91 dan GO = 3,22 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,32.
5. Merasa tenang, dengan *mean* GS = 3,85 dan GO = 3,91 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,05.
6. Meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia, dengan *mean* GS = 2,28 dan GO = 2,25 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,07.
7. Menemukan bahan percakapan, dengan *mean* GS = 2,96 dan GO = 3,34 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,38.
8. Mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan, dengan *mean* GS = 3,15 dan GO = 3,32 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar 0,18.

Sementara itu *item-item* yang tidak terpuaskan adalah:

1. Informasi tentang musik Indonesia, dengan *mean* GS = 4,32 dan GO = 4,28 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,04.
2. Pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia, dengan *mean* GS = 4,19 dan GO = 4,16, sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,02.
3. Menambah kreativitas, dengan *mean* GS = 3,42 dan GO = 3,24 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,18.
4. Meningkatkan semangat kerja, dengan *mean* GS = 3,67 dan GO = 3,53 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,14.
5. Mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan, dengan *mean* GS = 3,68 dan GO = 3,56 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,11
6. Bersantai, dengan *mean* GS = 4,25 dan GO = 4,12 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,13.
7. Mengisi waktu luang, dengan *mean* GS = 4,07 dan GO = 4,03 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,04.
8. Menemani saat beraktivitas, dengan *mean* GS = 4,10 dan GO = 4,07 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,04.
9. Ingin melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami, dengan *mean* GS = 3,60 dan GO = 3,42 sehingga selisih *mean* yang terjadi adalah sebesar -0,18.

Untuk mengetahui tren yang terjadi pada kepuasan pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya pada setiap *item* dalam kuesioner dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 4.9. Grafik Selisih Nilai *Mean* antara GS dan GO
Pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya.
Sumber: Olahan Peneliti

Grafik di atas menunjukkan bahwa selisih nilai *mean* positif tertinggi terdapat pada item kuesioner yang menyatakan tentang keinginan untuk menemukan bahan percakapan yaitu sebesar 0,38. Hasil ini menunjukkan bahwa

setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya maka pendengar mampu menemukan bahan percakapan sehingga mampu beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan. Hal ini karena pada dasarnya radio juga memberikan pengaruh yang besar terhadap individu, terutama anak muda, misalnya berkaitan dengan selera musik dan tren pergaulan, penampilan, dan cara berbicara. Dengan mengetahui musik, selera musik, *genre* musik, maka individu dapat dengan mudah beradaptasi dengan suatu lingkungan, karena mengikuti perkembangan musik. (Maria, 2006)

Selain itu selisih nilai *mean* positif juga terdapat pada item kuesioner mengenai informasi lagu yang sedang menjadi *hits*, informasi mengenai penyanyi Indonesia, mudah beradaptasi dengan lingkungan, merasa tenang, dapat berinteraksi sosial dengan lingkungan, dan merasa dihargai oleh orang lain. Dalam hal tersebut M Radio 98.8 FM Surabaya telah memuaskan pendengarnya bahkan melebihi harapan.

Sementara itu, selisih nilai *mean* negatif tertinggi terdapat pada item kuesioner yang menyatakan tentang menambah kreativitas (-0,18) dan melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami (-0,18). Selain itu selisih nilai mean negatif terdapat pada item kuesioner meningkatkan semangat kerja (-0,14), bersantai (-0,13), inspirasi untuk melakukan tindakan (-0,11), informasi tentang musik Indonesia (-0,04), menemani saat beraktivitas (-0,04), mengisi waktu luang (-0,04), pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia (-0,02). Hasil ini menunjukkan bahwa M Radio 98.8 FM Surabaya belum memuaskan pendengarnya.

4.4.2. Deskripsi Data Nilai *Mean Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden pada Motif *Surveillance*

1. Informasi mengenai lagu yang sedang menjadi *hits*

Tabel 4.6. Informasi mengenai lagu yang sedang menjadi *hits*

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	2	0,9%	-	-
Tidak setuju	12	5,3%	16	7,1%
Netral	1	0,4%	1	0,4%
Setuju	116	51,6%	112	49,8%
Sangat setuju	94	41,8%	96	42,7%
Jumlah	225	100%	225	100,0%
Mean	4,28		4,28	
Selisih nilai *mean*	0,00			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Berdasarkan tabel di atas sebanyak 210 responden (93,4%) menyatakan setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang *hits*.

Selanjutnya, setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, ternyata terjadi penurunan frekuensi pada tanggapan setuju menjadi 138 responden (61,3%) dan peningkatan frekuensi pada tanggapan tidak setuju menjadi 83 responden (36,9%). Jadi pendengar tidak seluruhnya mendapatkan (*gratification obtained*) informasi mengenai lagu yang sedang *hits*.

Dalam hal ini, jika diperbandingkan antara motif dan penilaian pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya maka dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan nilai *mean* motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin mendapatkan informasi mengenai lagu yang sedang menjadi *hits* terpuaskan, karena tidak ada selisih nilai *mean* GS = GO (4,28 = 4,28).

2. Informasi tentang penyanyi Indonesia

Tabel 4.7. Informasi tentang penyanyi Indonesia

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	2	0,9%	-	-
Tidak setuju	38	16,9%	34	15,1%
Netral	1	0,4%	-	-
Setuju	129	57,3%	143	63,6%
Sangat setuju	55	24,4%	48	21,3%
Jumlah	225	100%	225	100,0%
Mean	3,88		3,91	
Selisih nilai *mean*	0,04			

Sumber : Kuesioner (diolah kembali)

Berdasarkan tabel di atas sebanyak 184 responden (81,7%) menyatakan setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah untuk mendapatkan informasi tentang penyanyi Indonesia.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, pendengar mendapatkan informasi mengenai penyanyi Indonesia, dapat dilihat dari jumlah total responden yang setuju dan sangat setuju meningkat dari 184 responden (81,7%) menjadi 191 responden (84,9%) serta terjadi penurunan jumlah dan prosentase pada tanggapan tidak setuju yaitu dari 38 responden (16,9%) menjadi 34 responden (15,1%).

Selanjutnya, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin mendapatkan informasi tentang penyanyi Indonesia terpuaskan, karena nilai *mean* GS < GO (3,88 < 3,91).

3. Informasi tentang musik Indonesia

Tabel 4.8. Informasi tentang musik Indonesia

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0,4%	-	-
Tidak setuju	11	4,9%	12	5,3%
Netral	1	0,4%	-	-
Setuju	114	50,7%	126	56,0%
Sangat setuju	98	43,6%	87	38,7%
Jumlah	225	100%	225	100,0%
Mean	4,32		4,28	
Selisih nilai *mean*	-0,04			

Sumber : Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan bahwa 212 responden (94,3%) menyatakan setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah untuk mendapatkan informasi tentang musik Indonesia.

Tabel di atas juga menunjukkan bahwa setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya ternyata terdapat penurunan frekuensi pada tanggapan sangat setuju dari 98 responden (43,6%) menjadi 87 responden (38,7%) pada peningkatan frekuensi pada tanggapan tidak setuju menjadi 12 responden (5,3%), sehingga masih ada pendengar yang tidak mendapatkan informasi tentang musik Indonesia.

Selanjutnya, secara keseluruhan hasil di atas menunjukkan bahwa motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin mendapatkan informasi tentang musik Indonesia tidak terpuaskan, karena nilai *mean* GS > GO (4,32 > 4,28).

4. Pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia

Tabel 4.9. Pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia

	Gratification Sought		*Gratification Obtained*	
Tanggapan pendengar	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0,4%	2	0,9%
Tidak setuju	23	10,2%	19	8,4%
Netral	-	-	1	0,4%
Setuju	110	48,9%	121	53,8%
Sangat setuju	91	40,4%	82	36,4%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	4,19		4,16	
Selisih nilai *mean*	-0,02			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan 201 responden (89,3%) menyatakan setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah untuk mendapatkan informasi tentang tren terbaru lagu Indonesia.

Hasil di atas juga menunjukkan bahwa setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya ternyata terdapat penurunan frekuensi untuk tanggapan sangat setuju sebanyak 9 responden (4%) dan peningkatan frekuensi pada tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden (0,9%). Jadi tidak semua pendengar mendapatkan informasi mengenai tren terbaru lagu Indonesia.

Selanjutnya, secara keseluruhan hasil di atas menunjukkan bahwa motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin mendapatkan informasi tentang tren terbaru lagu Indonesia tidak terpuaskan, karena nilai *mean* GS > GO (4,19 > 4,16).

Berdasarkan uraian tabel frekuensi masing-masing item pendukung kuesioner motif *surveillance*, maka dapat disusun tabel *mean* GS dan GO, serta selisih *mean* untuk kategori motif *surveillance* sebagai berikut:

Tabel 4.10. *Mean Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Kategori Motif *Surveillance*

	GS	GO	Selisih *mean*
Informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits	4,28	4,28	0,00
Informasi tentang penyanyi Indonesia	3,88	3,91	0,04
Informasi tentang musik Indonesia	4,32	4,28	-0,04
Pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia	4,19	4,16	-0,02
Surveillance	**4,17**	**4,16**	**-0,01**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* GS motif *surveillance* lebih besar dibandingkan nilai *mean* GO, dimana selisih *mean* yang dihasilkan adalah sebesar -0,01. Hal tersebut dikarenakan M Radio 98.8 FM Surabaya belum memuaskan motif pendengar untuk mendapatkan informasi tentang musik Indonesia dan pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia.

Sementara itu, untuk mengetahui tingkatan tinggi rendahnya motif *surveillance* untuk *gratification sought* dan *obtained*, maka disampaikan dalam bentuk grafik berikut dengan perhitungan intervalnya :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- *Gratification Sought* (GS)

  $\frac{5{,}00 - 2{,}00}{3} = 1{,}00$

  2,00 s/d 3,00 = Rendah

  3,01 s/d 4,00 = Sedang

  4,01 s/d 5,00 = Tinggi

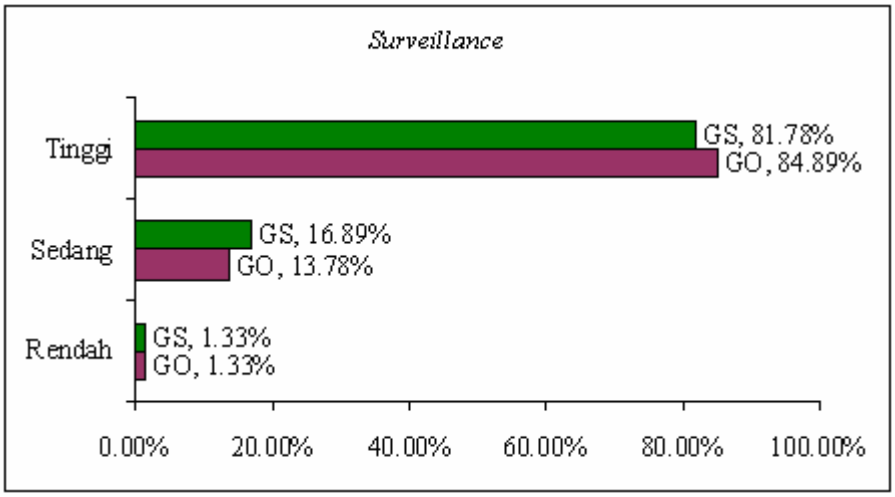
- *Gratification Obtained* (GO)

  $\frac{5{,}00 - 2{,}00}{3} = 1{,}00$

  2,00 s/d 3,00 = Rendah

  3,01 s/d 4,00 = Sedang

  4,01 s/d 5,00 = Tinggi



Gambar 4.10. Tingkat *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Pendengar Berdasarkan Kategori Motif *Surveillance*

Sumber : Olahan Peneliti

Grafik di atas menunjukkan bahwa motif pendengar pada kategori motif *surveillance* berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 81,78% dimana pada sebagian pendengar motif ini terpuaskan dan bahkan melebihi dari harapannya sehingga pada GO *surveillace* mengalami peningkatan menjadi 84,89%.

Tingkat Kepuasan Pendengar Berdasarkan Motif *Surveillance*

Secara keseluruhan motif *surveillance* pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya belum terpuaskan, atau dengan kata lain pendengar tidak puas dengan informasi yang disampaikan oleh M Radio 98.8 FM Surabaya karena nilai selisih *mean* yang dihasilkan adalah negatif yaitu -0,01 dimana tingkat ketidakpuasan pendengar adalah dalam kategori rendah. Berikut adalah perhitungan intervalnya :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- Tingkat Kepuasan

a. Pendengar yang puas

$$\frac{2{,}00 - 0{,}00}{2} = 1{,}00$$

0,00 s/d 1,00 = Rendah

1,01 s/d 2,00 = Tinggi

b. Pendengar yang tidak puas

$$\frac{-0{,}25 - (-2{,}00)}{2} = 0{,}88$$

-0,25 s/d -1,32 = Rendah

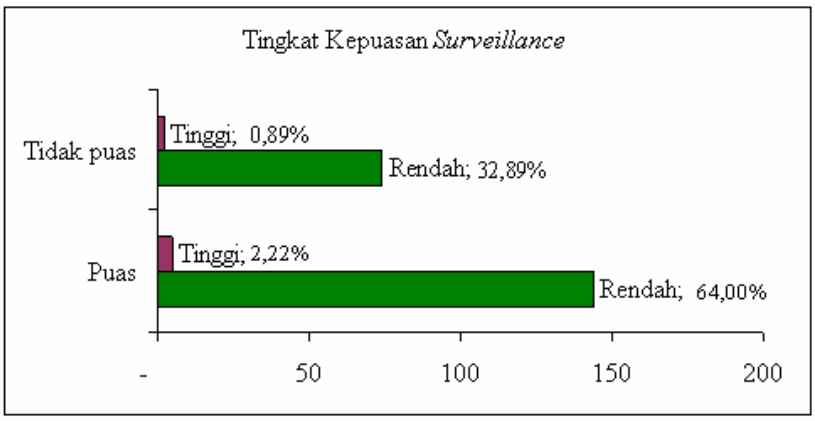
-1,33 s/d -2,00 = Tinggi

Adapun jika dilihat frekuensi pendengar berdasarkan tingkat kepuasannya maka dapat dilihat dalam hasil olahan pada tabel berikut:

Tabel 4.11. Tingkat Kepuasan Pendengar Berdasarkan Motif *Surveillance*

Kategori tingkat kepuasan	**Jumlah**	**Persentase**
Pendengar yang puas:		
Rendah	144	64,00%
Tinggi	5	2,22%
Jumlah pendengar yang puas	149	66,22%
Pendengar yang tidak puas:		
Rendah	74	32,89%
Tinggi	2	0,89%
Jumlah pendengar yang tidak puas	76	33,78%
Total	225	100,00%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)



Gambar 4.11 Tingkat Kepuasan Motif Surveillance

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil di atas menunjukkan bahwa meskipun pendengar merasa puas, tetapi tingkat kepuasannya rendah, karena kepuasan tersebut hanya diperoleh dari dua hal yaitu kepuasan terhadap informasi mengenai lagu yang sedang menjadi *hits* dan informasi tentang penyanyi Indonesia, sementara informasi tentang musik Indonesia dan pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia tidak terpuaskan,. dimana tidak terpenuhinya informasi dalam dua hal ini menyebabkan rata-rata selisih *mean* menjadi negatif.

4.4.3. Deskripsi *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Motif *Personal Identity*

1. Dihargai orang

Tabel 4.12. Dihargai orang

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	61	27,1%	58	25,8%
Tidak setuju	130	57,8%	137	60,9%
Netral	5	2,2%	1	0,4%
Setuju	21	9,3%	19	8,4%
Sangat setuju	8	3,6%	10	4,4%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	2,04		2,05	
Selisih nilai *mean*	0,01			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan sebanyak 191 responden (84,9%) menyatakan bahwa ingin dihargai orang bukan merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, pendengar mendapat apa yang mereka harapkan bahwa mereka tidak setuju jika mendengarkan radio karena ingin dihargai orang, seperti terlihat dalam jumlah responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 195 responden (86,7%).

Secara keseluruhan, pendengar terpuaskan dalam motif dihargai orang dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM 98.8 FM, karena nilai *mean* GS < GO (2,04 < 2,05).

2. Menambah kreativitas

Tabel 4.13. Menambah kreativitas

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	4	1,8%	10	4,4%
Tidak setuju	77	34,2%	80	35,6%
Netral	1	0,4%	4	1,8%
Setuju	106	47,1%	108	48,0%
Sangat setuju	37	16,4%	23	10,2%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	3,42		3,24	
Selisih nilai *mean*	-0,18			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan sebanyak 143 responden (63,5%) menyatakan setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah ingin menambah kreativitas.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya ternyata tidak semua responden bertambah kreativitasnya, dilihat dari jumlah responden yang beralih dari setuju 143 responden (63,5%) menjadi 131 responden (58,2%) dan pada tanggapan tidak setuju 81 responden (36%) menjadi 90 responden (40%).

Secara keseluruhan, hasil di atas menunjukkan bahwa motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin menambah kreativitas tidak terpuaskan, karena nilai *mean* GS > GO (3,42 > 3,24).

3. Meningkatkan semangat kerja

Tabel 4.14. Meningkatkan semangat kerja

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	4	1,8%	8	3,6%
Tidak setuju	56	24,4%	63	28,0%
Netral	2	0,9%	5	2,2%
Setuju	115	51,1%	100	44,4%
Sangat setuju	49	21,8%	49	21,8%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	3,67		3,53	
Selisih nilai *mean*	-0,14			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan 164 responden (72,9%) setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah ingin meningkatkan semangat kerja.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya tidak seluruh pendengar meningkat semangat kerjanya terlihat dari peningkatan frekuensi pada tanggapan tidak setuju dari 60 responden (26,2%) menjadi 91 responden (31,6%).

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa motif untuk meningkatkan semangat kerja pada sebagian pendengar tidak terpuaskan, karena nilai *mean* GS > GO (3,67 > 3,53).

4. Beradaptasi dengan lingkungan

Tabel 4.15. Beradaptasi dengan lingkungan

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	13	5,8%	10	4,4%
Tidak setuju	112	49,8%	83	36,9%
Netral	-	-	4	1,8%
Setuju	83	36,9%	103	45,8%
Sangat setuju	17	7,6%	25	11,1%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	2,91		3,22	
Selisih nilai *mean*	0,32			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan bahwa ingin beradaptasi dengan lingkungan bukan merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya telihat dari 125 responden (55,6%) yang menyatakan tidak setuju.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, ternyata pendengar dapat beradaptasi dengan lingkungan, dilihat dari peningkatan pada tanggapan setuju sebanyak 128 responden (56,9%).

Tabel di atas menunjukkan bahwa motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin beradaptasi dengan lingkungan terpuaskan, karena GS < GO (2,91 < 3,22).

5. Inspirasi untuk melakukan tindakan

Tabel 4.16. Inspirasi untuk melakukan tindakan

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	2	0,9%	3	1,3%
Tidak setuju	51	22,7%	61	27,1%
Netral	-	-	3	1,3%
Setuju	137	60,9%	122	54,2%
Sangat setuju	35	15,6%	36	16,0%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	3,68		3,56	
Selisih nilai *mean*	-0,11			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan 172 responden (76,5%) menyatakan setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah ingin mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, pendengar tidak mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan. Hal tesebut dikarenakan penurunan pada tanggapan setuju dari 172 responden (76,5%) menjadi 158 responden (70,2%) dan peningkatan pada tanggapan tidak setuju sebanyak 53 responden (23,6%) menjadi 64 responden (28,4%).

Secara keseluruhan motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya untuk mendapatkan inspirasi dalam melakukan tindakan tidak terpuaskan, karena nilai *mean* GS > GO (3,68 > 3,56).

6. Meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia

Tabel 4.17. Meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	39	17,3%	38	16,9%
Tidak setuju	139	61,8%	135	60,0%
Netral	2	0,9%	1	0,4%
Setuju	36	16,0%	38	16,9%
Sangat setuju	9	4,0%	13	5,8%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	2,25		2,28	
Selisih nilai *mean*	0,07			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan 178 responden (79,1%) menyatakan tidak setuju bahwa ingin meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, sebanyak 173 responden (76,9%) mendapatkan apa yang mereka harapkan dari motif tersebut yaitu mendengarkan M Radio 98,8 FM Surabaya bukan untuk meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia. Meskipun demikian terdapat peningkatan pada tanggapan setuju sebanyak 51 responden (22,7%) yang artinya bahwa setelah mendengarkan M Radio 98,8 FM Surabaya mereka dapat meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia.

Dengan demikian secara keseluruhan, pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya terpuaskan karena mereka tidak dapat meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai GS < GO (2,25 < 2,28).

Berdasarkan uraian deskripsi masing-masing item pendukung kuesioner motif *personal identity*, maka dapat disusun tabel *mean* GS dan GO, serta selisih *mean* untuk kategori motif *personal identity* sebagai berikut:

Tabel 4.18. *Mean Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Motif *Personal Identity*

	GS	GO	Selisih *mean*
Dihargai orang	2,04	2,05	0,00
Dapat menambah kreativitas	3,42	3,24	-0,18
Semangat kerja meningkat	3,67	3,53	-0,14
Mudah beradaptasi dengan lingkungan	2,91	3,22	0,32
Mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan	3,68	3,56	-0,11
Dapat meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia	2,28	2,35	0,07
Personal Identity	**3,00**	**2.99**	**-0,01**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* GS motif *personal identity* lebih besar daripada nilai *mean* GO motif *personal identity*. Artinya, M Radio 98.8 FM Surabaya belum mampu memuaskan motif pendengar untuk mendapatkan *personal identity* melalui M Radio 98.8 FM Surabaya. Meskipun demikian, responden terpuaskan dengan *item* pendukung *personal identity* yaitu

untuk dihargai orang, mudah beradaptasi dengan lingkungan, dan meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia.

Sementara itu, untuk mengetahui tingkatan tinggi rendahnya motif *personal identity* untuk *gratification sought* dan *obtained*, maka disampaikan dalam bentuk grafik berikut dan perhitungan intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- *Gratification Sought* (GS)

$\frac{4{,}86 - 1{,}71}{3} = 1{,}05$

1,71 – 2,76 = Rendah

2,77 – 3,82 = Sedang

3,83 – 4,86 = Tinggi

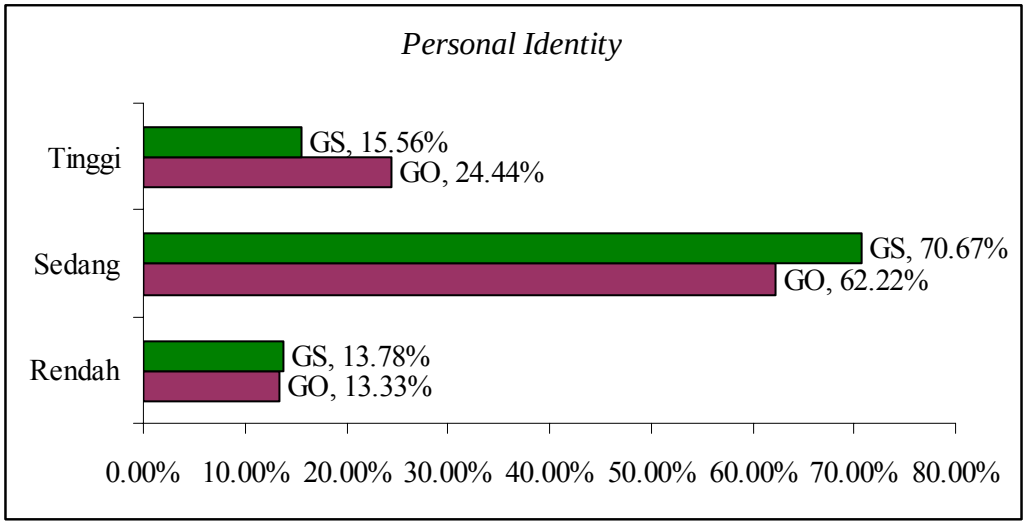
- *Gratification Obtained* (GO)

$\frac{5{,}00 - 1{,}43}{3} = 1{,}19$

1,43 s/d 2,62 = Rendah

2,63 s/d 3,82 = Sedang

3,83 s/d 5,00 = Tinggi



Gambar 4.12. Tingkat *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Pendengar Berdasarkan Motif *Personal Identity*

Sumber : Olahan Peneliti

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas motif pendengar pada kategori motif *personal identity* berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 70,67% di mana pada sebagian pendengar motif ini terpenuhi dan bahkan

melebihi dari harapannya sehingga pada GO *personal identity* pada kategori tinggi mengalami mengalami peningkatan yaitu dari 15,6% menjadi 24,44%.

Tingkat Kepuasan Pendengar atas Motif *Personal Identity*

Secara keseluruhan motif *personal identity* pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya adalah terpuaskan karena nilai selisih *mean* yang dihasilkan adalah 0,00. Di mana tingkat kepuasan pendengar pada kategori motif *personal identity* adalah dalam kategori rendah. Berikut adalah perhitungan intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- Tingkat Kepuasan

a. Pendengar yang puas

$\frac{1{,}29 - 0{,}00}{2} = 0{,}64$

0,00 s/d 0,64 = Rendah

0,65 s/d 1,29 = Tinggi

b. Pendengar yang tidak puas

$\frac{-0{,}14 - (-1{,}29)}{2} = 0{,}57$

-0,14 s/d -1,70 = Rendah

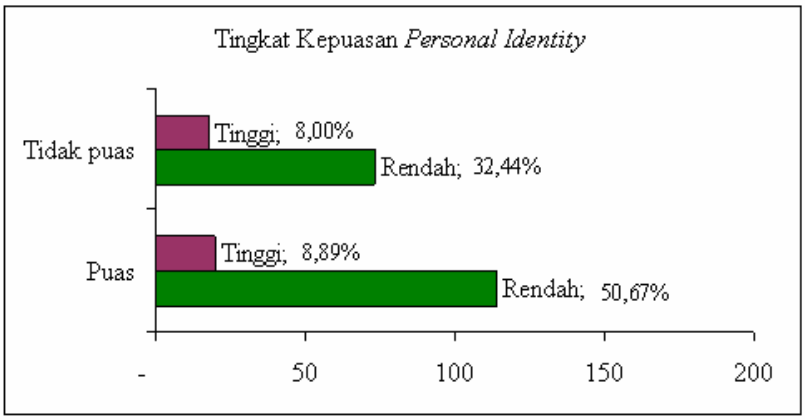
-1,71 s/d -1,29 = Tinggi

Adapun, jika dilihat frekuensi pendengar berdasarkan tingkat kepuasannya maka dapat dilihat dalam hasil olahan pada tabel dan grafik berikut:

Tabel 4.19. Tingkat Kepuasan Pendengar Berdasarkan Motif *Personal Identity*

Kategori tingkat kepuasan	**Jumlah**	**Persentase**
Pendengar yang puas:		
Rendah	114	50,67%
Tinggi	20	8,89%
Jumlah pendengar yang puas	134	59,56%
Pendengar yang tidak puas:		
Rendah	73	32,44%
Tinggi	18	8,00%
Jumlah pendengar tidak yang puas	91	40,44%
Total	225	100,00%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)



Gambar 4.13 Tingkat Kepuasan Motif *Personal Identity*

Sumber : Olahan Peneliti

Tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pendengar merasa puas, tetapi tingkat kepuasannya rendah, karena kepuasan tersebut hanya diperoleh dari empat hal yaitu kepuasan karena dihargai orang, mudah beradaptasi dengan lingkungan, merasa tenang, dan dapat meniru perilaku tertentu dari penyanyi Indonesia; sementara motif lain seperti menambah kreativitas, meningkatkan semangat kerja, dan mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan belum terpenuhi.

4.4.4. Deskripsi *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Motif *Personal Relationship*

1. Menemukan bahan percakapan

Tabel 4.20. Menemukan bahan percakapan

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	21	9,3%	11	4,9%
Tidak setuju	92	40,9%	69	30,7%
Netral	1	0,4%	2	,9%
Setuju	96	42,7%	118	52,4%
Sangat setuju	15	6,7%	25	11,1%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	2,96		3,34	
Selisih nilai *mean*	0,38			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Dari tabel dia atas dapat diketahui 113 responden (80%) menyatakan tidak setuju bahwa menemukan bahan percakapan merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, pendengar mendapatkan bahan percakapan, tampak dari peningkatan jumlah responden yang setuju dan sangat setuju dari 111 orang (49,4%) menjadi 143 orang (63,5%).

Hasil di atas menunjukkan bahwa motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin menemukan bahan percakapan terpuaskan karena nilai *mean* GS < GO (2,96 < 3,34).

2. Mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan

Tabel 4.21. Mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	10	4,4%	4	1,8%
Tidak setuju	92	40,9%	78	34,7%
Netral	1	0,4%	2	0,9%
Setuju	99	44,0%	123	54,7%
Sangat setuju	23	10,2%	18	8,0%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	3,15		3,32	
Selisih nilai *mean*	0,38			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan 122 responden (45,3%) setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya sebanyak 141 responden (62,7%) dapat mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan. Hal tersebut juga dapat dilihat dari penurunan pada tanggapan tidak setuju dari 102 responden (45,3%) menjadi 82 responden (36,5%).

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin mengadakan interaksi sosial dengan teman dan lingkungan terpuaskan dengan nilai *mean* GS < GO (3,15 < 3,32).

Berdasarkan uraian tabel frekuensi masing-masing *item* pendukung kuesioner motif *personal relationship*, maka dapat disusun tabel *mean* GS dan GO, serta selisih *mean* untuk kategori motif *personal relationship* sebagai berikut:

Tabel 4.22. *Mean Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Motif *Personal Relationship*

	GS	GO	Selisih *mean*
Menemukan bahan percakapan	2,96	3,34	0,38
Dapat berinteraksi sosial dengan teman dan lingkungan	3,15	3,32	0,18
Personal Relationships	**3,06**	**3,33**	**0,28**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* GS motif *personal relationship* lebih kecil daripada nilai *mean* GO motif *personal relationship*. Artinya, M Radio 98.8 FM Surabaya telah mampu memuaskan harapan pendengar untuk mendapatkan *personal relationship* yaitu untuk menemukan bahan percakapan dan mudah berinteraksi dengan teman dan lingkungan.

Sementara itu, untuk mengetahui tingkatan tinggi rendahnya motif *personal relationship* untuk *gratification sought* dan *obtained*, maka disampaikan dalam bentuk grafik berikut dengan perhitungan intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- *Gratification Sought* (GS)

  $\frac{5{,}00 - 1{,}00}{3} = 1{,}33$

  1,00 – 2,33 = Rendah

  2,34 – 3,67 = Sedang

  3,68 – 5,00 = Tinggi

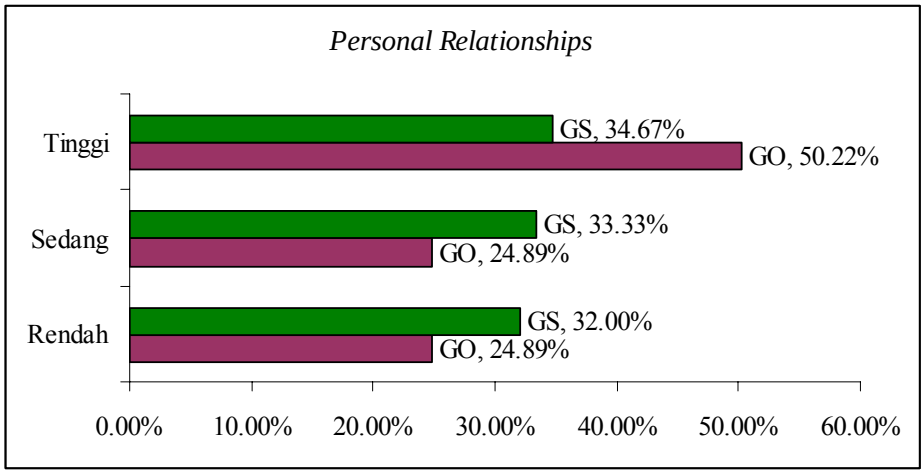
- *Gratification Obtained* (GO)

  $\frac{5{,}00 - 1{,}00}{3} = 1{,}33$

  1,00 s/d 2,33 = Rendah

  2,34 s/d 3,67 = Sedang

  3,68 s/d 5,00 = Tinggi



Gambar 4.14. Tingkat *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Pendengar pada Motif *Personal Relationship*

Sumber : Olahan Peneliti

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas motif pendengar pada kategori motif *personal relationship* berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 34,67% di mana pada sebagian pendengar motif ini terpenuhi dan bahkan melebihi dari harapannya sehingga pada GO *personal relationship* mengalami peningkatan menjadi 50,22%.

Tingkat Kepuasan Pendengar atas Motif *Personal Relationship*

Hasil olahan data menunjukkan bahwa besarnya nilai *mean* maksimal selisih *mean* motif *personal relationship* adalah -0,50 untuk kategori pendengar yang tidak puas dan 3,00 untuk kategori pendengar yang puas. Sedangkan besarnya nilai *mean* minimal selisih *mean* motif *personal relationship* adalah -4,00 untuk kategori pendengar yang tidak puas dan 0,00 untuk kategori pendengar yang puas.

Dengan melihat kategori tersebut maka dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan motif *personal relationship* pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya adalah terpenuhi, atau dengan kata lain pendengar telah puas dengan *personal relationship* yang diperoleh dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena nilai selisih *mean* yang dihasilkan adalah 0,28. Di mana tingkat kepuasan

pendengar pada kategori motif *personal relationship* adalah dalam kategori rendah. Berikut adalah perhitungan intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- Tingkat Kepuasan

a. Pendengar yang puas

$\frac{3{,}00 - 0{,}00}{2} = 0{,}50$

0,00 s/d 1,50 = Rendah

0,51 s/d 3,00 = Tinggi

b. Pendengar yang tidak puas

$\frac{-0{,}50 - (-4{,}00)}{2} = 1{,}75$

-0,50 s/d -2,24 = Rendah

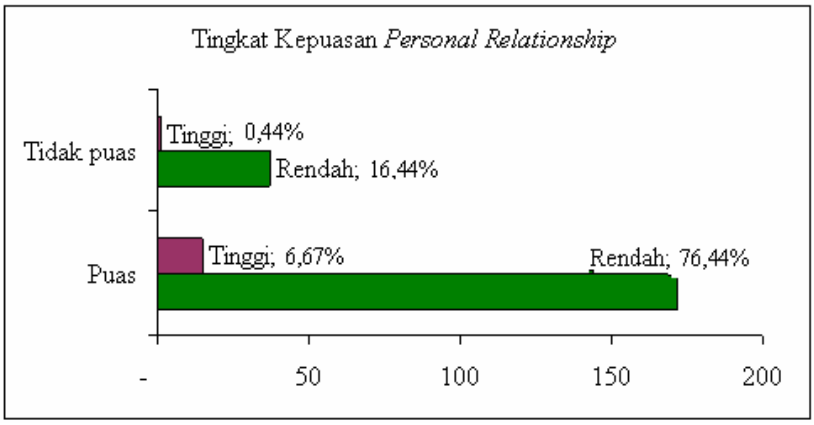
-2,25 s/d -4,00 = Tinggi

Adapun, jika dilihat frekuensi pendengar berdasarkan tingkat kepuasannya maka dapat dilihat dalam hasil olahan pada tabel dan grafik berikut:

Tabel 4.23. Tingkat Kepuasan Pendengar Berdasarkan Motif *Personal Relationship*

Kategori tingkat kepuasan	**Jumlah**	**Persentase**
Pendengar yang puas:		
Rendah	172	76,44%
Tinggi	15	6,67%
Jumlah pendengar yang puas	187	83,11%
Pendengar yang tidak puas:		
Rendah	37	16,44%
Tinggi	1	0,44%
Jumlah pendengar yang tidak puas	38	16,89%
Total	225	100,00%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)



Gambar 4.15 Tingkat Kepuasan Motif *Personal Relationships*

Sumber : Olahan Peneliti

Hasil di atas menunjukkan bahwa meskipun pendengar merasa puas, tetapi tingkat kepuasannya rendah.

4.4.5. Deskripsi *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Motif *Diversion*

1. Merasa tenang

Tabel 4.24. Merasa tenang

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	3	1,3%	1	0,4%
Tidak setuju	45	20,0%	31	13,8%
Netral	2	0,9%	5	2,2%
Setuju	107	47,6%	139	61,8%
Sangat setuju	68	30,2%	49	21,8%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	3,85		3,91	
Selisih nilai *mean*	0,05			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan 175 responden (77,8%) setuju bahwa motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin merasa tenang terpuaskan.

Setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya sebanyak 188 responden (83,6%) setuju bahwa mereka mendapatkan rasa tenang. Hal tersebut juga dikarenakan terjadi penurunan pada tanggapan tidak setuju dari 48 responden (21,3%) menjadi 32 responden (14,2%).

Secara keseluruhan motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena ingin merasa tenang terpuaskan dengan nilai *mean* GS < GO (3,85 < 3,91)

2. Bersantai

Tabel 4.25. Bersantai

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	5	2,2%	2	0,9%
Tidak setuju	13	5,8%	20	8,9%
Netral	1	0,4%	2	0,9%
Setuju	107	47,6%	126	56,0%
Sangat setuju	99	44,0%	75	33,3%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	4,25		4,12	
Selisih nilai *mean*	-0,13			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan 206 responden (91,6%) setuju bahwa ingin bersantai merupakan motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Selanjutnya, setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya, meskipun terjadi peningkatan pada tanggapan setuju dari 107 responden (47,6%) menjadi 126 responden (56%) tetapi terjadi penurunan pada tanggapan sangat setuju dari 99 responden (44%) menjadi 75 responden (33,3%) dan terjadi peningkatan tanggapan tidak setuju dari 13 responden (5,8%) menjadi 20 responden (8,9%).

Adanya kenaikan frekuensi pada tanggapan berskor kecil dan penurunan frekuensi tanggapan berskor besar menunjukkan bahwa bagi sebagian pendengar, motif untuk bersantai dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya tidak terpuaskan, dimana secara keseluruhan ditunjukkan dari nilai *mean* GS > GO (4,25 > 4,12).

3. Mengisi waktu luang

Tabel 4.26. Mengisi waktu luang

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	4	1,8%	2	0,9%
Tidak setuju	22	9,8%	29	12,9%
Netral	2	0,9%	1	0,4%
Setuju	123	54,7%	122	54,2%
Sangat setuju	74	32,9%	71	31,6%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	4,07		4,03	
Selisih nilai *mean*	-0,04			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan 197 responden (87,6%) setuju bahwa mengisi waktu luang merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Selanjutnya, setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, ternyata terjadi penurunan pada tanggapan setuju (54,2%) dan sangat setuju (31,6%). Adanya kenaikan pada tanggapan berskor kecil dan penurunan pada tanggapan berskor besar menunjukkan bahwa bagi sebagian pendengar, motif mengisi waktu luang dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah tidak terpuaskan, dimana secara keseluruhan ditunjukkan dari nilai *mean* GS > GO (4,07 > 4,03).

4. Menemani saat beraktivitas

Tabel 4.27. Menemani saat beraktivitas

	Gratification Sought		*Gratification Obtained*	
Tanggapan pendengar	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	4	1,8%	2	0,9%
Tidak setuju	23	10,2%	27	12,0%
Netral	-	-	1	0,4%
Setuju	117	52,0%	119	52,9%
Sangat setuju	81	36,0%	76	33,8%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	4,10		4,07	
Selisih nilai *mean*	-0,04			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan 198 resoponden (88%) setuju bahwa menemani saat beraktivitas merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Selanjutnya, setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya, ternyata terjadi penurunan pada tanggapan sangat setuju 76 responden (33,8%) dan terjadi peningkatan tanggapan tidak setuju menjadi 27 responden (12,0%). Adanya kenaikan frekuensi pada tanggapan berskor kecil dan penurunan frekuensi tanggapan berskor besar menunjukkan bahwa bagi sebagian pendengar, motif pendengar dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya untuk menemani aktivitasnya adalah tidak terpuaskan, dimana secara keseluruhan ditunjukkan dari nilai *mean* GS > GO, yaitu 4,10 > 4,07.

5. Melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami

Tabel 4.28. Melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami

Tanggapan pendengar	*Gratification Sought*		*Gratification Obtained*	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	11	4,9%	14	6,2%
Tidak setuju	57	25,3%	69	30,7%
Netral	1	0,4%	4	1,8%
Setuju	98	43,6%	84	37,3%
Sangat setuju	58	25,8%	54	24,0%
Jumlah	225	100,0%	225	100,0%
Mean	3,42		3,60	
Selisih nilai *mean*	-0,18			

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan 156 responden (69,4%) setuju bahwa melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami merupakan motif (*gratification sought*) dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

Selanjutnya, setelah mendengarkan (*gratification obtained*) M Radio 98.8 FM Surabaya, ternyata terjadi penurunan pada tanggapan setuju menjadi 138 responden (61,3%) dan terjadi peningkatan tanggapan tidak setuju dari 68 responden (30,2%) menjadi 83 responden (36,9%).

Adanya kenaikan frekuensi pada tanggapan berskor kecil dan penurunan frekuensi tanggapan berskor besar menunjukkan bahwa bagi sebagian pendengar,

motif dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya untuk melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami adalah tidak terpuaskan. Dimana secara keseluruhan ditunjukkan dari nilai *mean* GS > GO(3,60 > 3,42).

Berdasarkan uraian tabel frekuensi masing-masing *item* pendukung kuesioner motif *diversion*, maka dapat disusun tabel *mean* GS dan GO, serta selisih *mean* untuk kategori motif *diversion* sebagai berikut:

Tabel 4.29. *Mean Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Responden Berdasarkan Motif *Diversion*

	GS	GO	Selisih *mean*
Ingin tenang	3,85	3,91	0,06
Dapat bersantai	4,25	4,12	-0,13
Mengisi waktu luang	4,07	4,03	-0,04
Merasa ditemani saat beraktivitas	4,10	4,07	-0,04
Dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami	3,60	3,42	-0,18
Diversion	**3,98**	**3,91**	**-0,07**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* GS motif *diversion* lebih besar daripada nilai *mean* GO motif *diversion*. Artinya, M Radio 98.8 FM Surabaya belum mampu memuaskan harapan pendengar untuk mendapatkan hiburan, yaitu untuk bersantai, mengisi waktu luang, menemani aktivitas, dan melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami.

Sementara itu, untuk mengetahui tingkatan tinggi rendahnya motif *diversion* untuk *gratification sought* dan *obtained*, maka disampaikan dalam bentuk grafik berikut dengan perhitungan intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- *Gratification Sought* (GS)

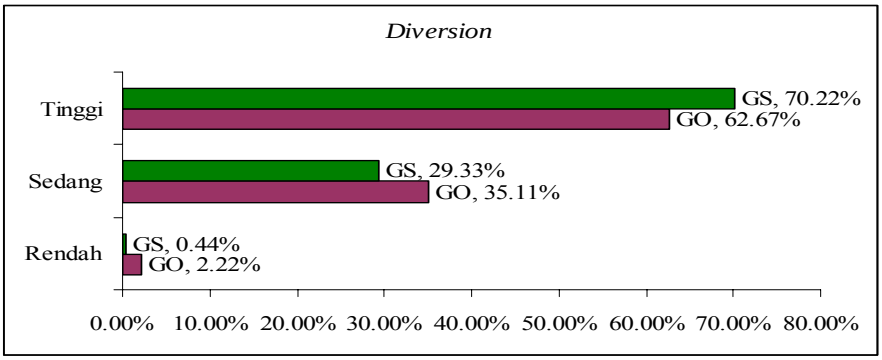
$$\frac{5{,}00 - 2{,}00}{3} = 1{,}00$$

2,00 – 3,00 = Rendah
3,01 – 4,00 = Sedang
4,01 – 5,00 = Tinggi

- *Gratification Obtained* (GO)

$$\frac{5{,}00 - 2{,}00}{3} = 1{,}00$$

2,00 – 3,00 = Rendah
3,01 – 4,00 = Sedang
4,01 – 5,00 = Tinggi



Gambar 4.16. *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* Pendengar pada Motif *Diversion*

Sumber : Olahan Peneliti

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas motif pendengar pada kategori motif *diversion* berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 70,22% dimana pada sebagian pendengar motif ini tidak terpenuhi sehingga pada GO *diversion* mengalami peningkatan menjadi 62,67%. Sementara itu, pada kategori rendah menunjukkan adanya kenaikan dari GS sebesar 0,44% menjadi 2,22%. Hasil ini menunjukkan bahwa pendengar memiliki harapan yang tinggi untuk mendapatkan hiburan dari M Radio 98.8 FM Surabaya, tetapi pada kenyataannya tidak semua harapan pendengar tersebut dapat terpenuhi.

Tingkat Kepuasan Pendengar atas Motif *Diversion*

Hasil olahan data menunjukkan bahwa besarnya nilai *mean* maksimal selisih *mean* motif *diversion* adalah -0,25 untuk kategori pendengar yang tidak puas dan 2,00 untuk kategori pendengar yang puas. Sedangkan besarnya nilai *mean* minimal selisih *mean* motif *diversion* adalah -3,00 untuk kategori pendengar yang tidak puas dan 0,00 untuk kategori pendengar yang puas.

Dengan melihat kategori tersebut maka dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan motif *diversion* pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya adalah belum terpenuhi, atau dengan kata lain pendengar belum puas dengan hiburan yang diperoleh dengan M Radio 98.8 FM Surabaya karena nilai selisih *mean* yang dihasilkan adalah -0,10. Dimana tingkat ketidakpuasan pendengar pada kategori motif *diversion* adalah dalam kategori rendah. Berikut adalah perhitungan intervalnya:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah sub kategori}}$$

- Tingkat Kepuasan

a. Pendengar yang puas

$\frac{2{,}00 - 0{,}00}{2} = 1{,}00$

0,00 s/d 1,00 = Rendah

1,01 s/d 2,00 = Tinggi

b. Pendengar yang tidak puas

$\frac{-0{,}25 - (3{,}00)}{2} = 1{,}38$

-0,25 s/d -1,52 = Rendah

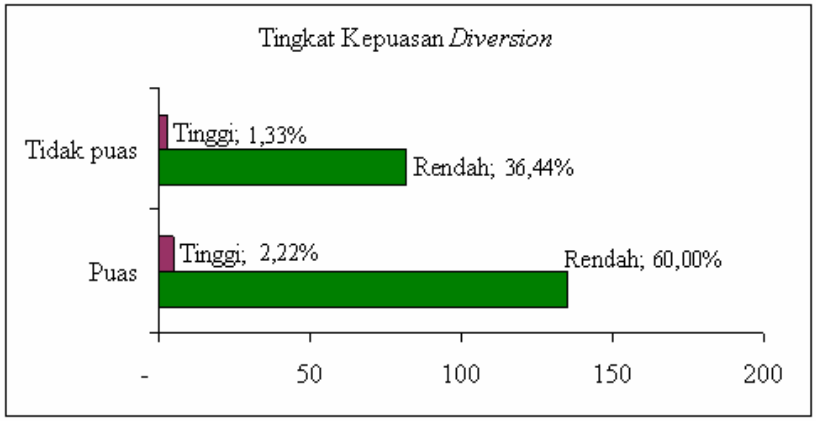
-1,53 s/d -3,00 = Tinggi

Adapun, jika dilihat frekuensi pendengar berdasarkan tingkat kepuasannya maka dapat dilihat dalam hasil olahan pada tabel dan grafik berikut:

Tabel 4.30. Tingkat kepuasan pendengar atas motif *diversion*

Kategori tingkat kepuasan	**Jumlah**	**Persentase**
Pendengar yang puas:		
Rendah	135	60,00%
Tinggi	5	2,22%
Jumlah pendengar yang puas	140	62,22%
Pendengar yang tidak puas:		
Rendah	82	36,44%
Tinggi	3	1,33%
Jumlah pendengar yang tidak puas	85	37,78%
Total	225	100,00%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)



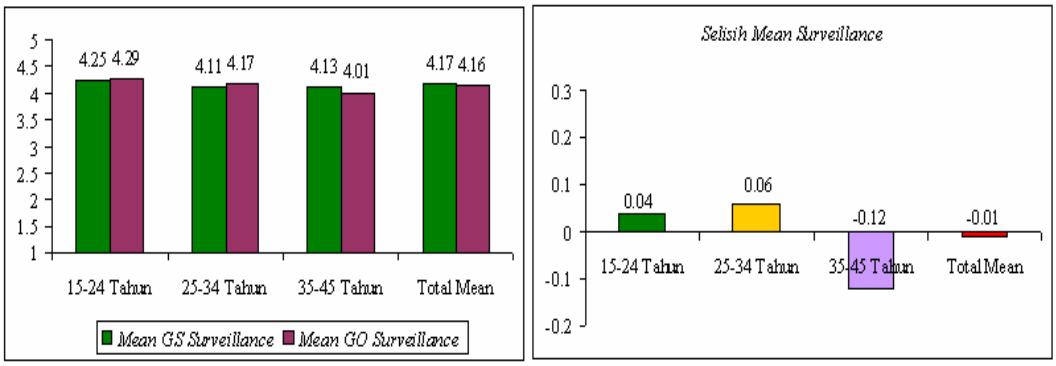
Gambar 4.17 Tingkat Kepuasan Motif *Diversion*

Sumber : Olahan Peneliti

Hasil di atas menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pendengar merasa tidak puas, tetapi tingkat ketidakpuasannya cenderung rendah.

4.5. Tabulasi Silang

4.5.1. Tabulasi Silang Motif dengan Usia



Gambar 4.18. Tabel Perbandingan *Mean* GS dan GO Motif *Surveillance*-Usia
Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.18 menunjukkan bahwa motif *surveillance* yang dimiliki responden pada kelompok usia 15-24 tahun dan 25-34 tahun telah terpuaskan. Ini terbukti dengan selisih nilai mean GS dan GO yang positif untuk usia 15-24 tahun (0.04) dan usia 25-34 tahun (0.06). Sebaliknya, untuk responden usia 35-45, kebutuhan mereka akan informasi (motif *surveillance*) tidak terpuaskan. Ini terbukti dengan selisih nilai mean GS dan GO yang negatif (-0.12).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendalami hasil temuan data di atas, ditemukan bahwa, responden usia 15-24 merasa bahwa ia telah mendapatkan informasi dari M Radio 98.8 FM Surabaya tentang musik, tren lagu terbaru, penyanyi, dan lagu yang menjadi hits (sesuai dengan keempat indikator motif *surveillance*). Oleh karena itu ia merasa kebutuhannya tersebut telah terpuaskan. Sementara, responden yang diwawancarai pada usia 35-45 tahun menyatakan bahwa mereka tidak mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena keputusan mereka sendiri. Beberapa responden bahkan menyatakan bahwa ia tidak sengaja mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena yang memutar M Radio 98.8 FM Surabaya sebenarnya adalah anak mereka. Mereka hanya kebetulan berada di dekatnya sehingga ikut mendengarkan.

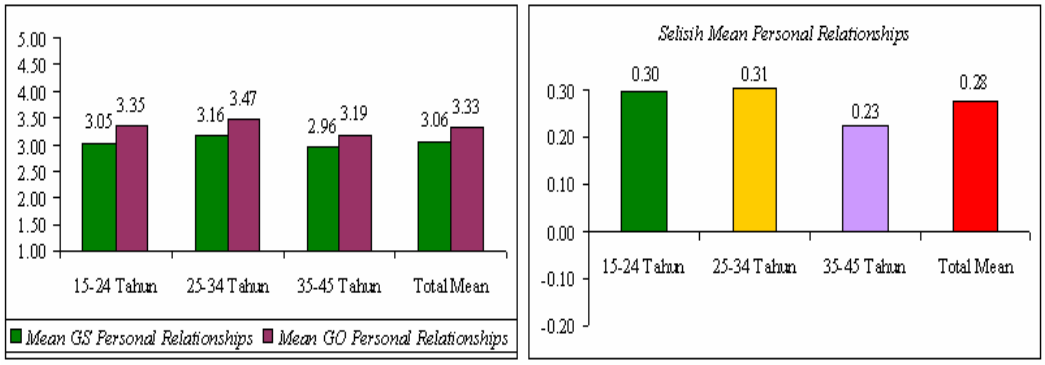
Oleh karena itu motif yang dimilikinya pada saat mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya sangat rendah sehingga tingkat kepuasannya pun rendah.

Gambar 4.19. Tabel Perbandingan *Mean* GS dan GO Motif *Personal Identity*-Usia

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.19 menunjukkan bahwa untuk usia 15-24 tahun (-0.01) dan usia 25-34 tahun (-0.02) memiliki selisih nilai *mean* negatif, yang artinya tidak terpuaskan. Sedangkan untuk usia 35-45 tahun (0.01) memiliki selisih nilai *mean* positif, yang berarti terpuaskan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan responden yang berusia 35-45 tahun diketahui bahwa ia tidak sengaja mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena yang memutar M Radio 98.8 FM Surabaya sebenarnya adalah anak mereka. Mereka hanya kebetulan berada di dekatnya sehingga ikut mendengarkan. Dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya tersebut mereka mendapat informasi mengenai segala sesuatu tentang musik Indonesia yang dengan tidak sengaja juga membuat mereka mendapat pujian dari teman sebayanya karena dianggap seperti anak muda yang selalu *up to date* mengenai lagu-lagu yang sedang popular saat ini. Dengan mendapat pujian tersebut mereka merasa semakin percaya diri.



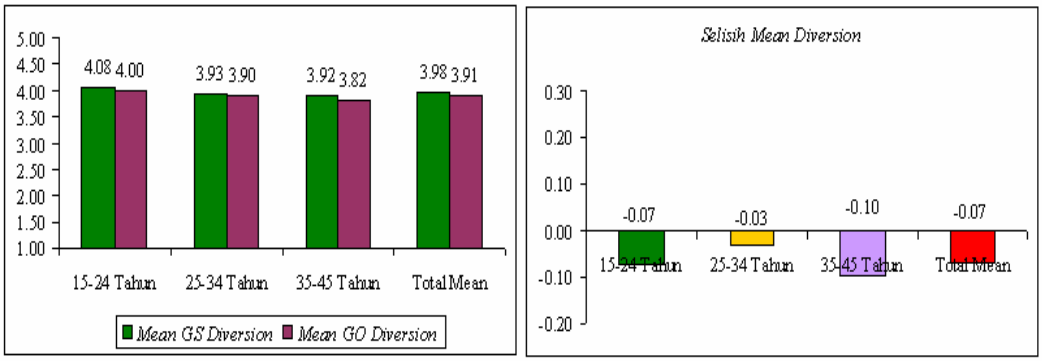
Gambar 4.20. Tabel Perbandingan *Mean* GS dan GO Motif *Personal Relationships*-Usia

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.20 menunjukkan bahwa motif *personal relationships* yang dimiliki responden pada semua kelompok usia yang disurvey telah terpuaskan. Ini terbukti dengan selisih nilai mean GS dan GO yang positif, usia 15-24 tahun (0.30), usia 25-34 tahun (0.31), dan usia 35-45 tahun (0.23). Kelompok usia yang paling terpuaskan dalam motif *personal relationship* ini adalah kelompok usia 25-34 tahun. Sementara yang terpuaskan namun dengan tingkat terendah adalah responden berusia 35-45 tahun.

Dari hasil wawancara via telepon yang dilakukan peneliti dengan beberapa responden yang disurvey dalam kelompok usia 25-34 tahun, peneliti mendapati bahwa motif *personal relationships* sangat berkaitan erat dengan motif *surveillance*. Responden pada kelompok ini mengatakan bahwa informasi mengenai musik Indonesia yang mereka dapat dari mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya mereka gunakan sebagai bahan percakapan dengan teman-teman mereka. Ada yang menggunakan informasi tren musik terbaru yang mereka dapat setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya sebagai bahan ketika berkumpul bersama dengan teman-teman mereka sambil bernyanyi dan bermain gitar.

Data juga menunjukkan bahwa hanya pada kelompok usia ini (25-34 tahun) motif *surveillance* terpuaskan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa kepuasan pada motif *surveillance* sejalan dengan kepuasan pada motif *personal relationships*.

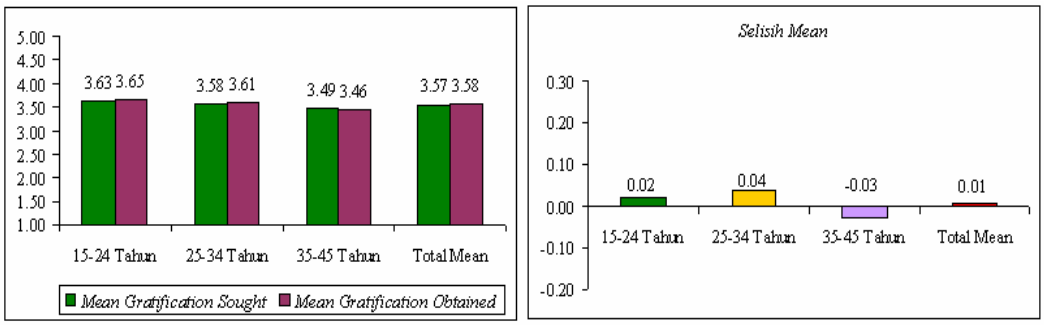


Gambar 4.21. Perbandingan *Mean* GS dan GO Motif *Diversion* dengan Usia

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.21 menunjukkan bahwa untuk semua kelompok usia dalam motif *diversion* adalah tidak terpuaskan. Hal tersebut terbukti dari selisih nilai *mean* negatif untuk masing-masing kelompok usia, yaitu usia 15-24 tahun (-0.07), usia 25-34 tahun (-0.03), dan usia 35-45 tahun (-0.10). Namun yang paling tidak terpuaskan adalah untuk usia 35-45 tahun.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada responden yang berusia 25-34 tahun ditemukan fakta bahwa mereka mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah untuk menemani saat bekerja yang bertujuan untuk mengurangi kejenuhan. Tetapi terkadang lagu yang diutar oleh M Radio 98.8 FM Surabaya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan sehubungan dengan *mood* mereka Misalnya saat mereka sedang jenuh kemudian saat itu yang diputar oleh M Radio 98.8 FM Surabaya adalah lagu yang dinyanyikan oleh Ello yang berjudul "Masih Ada" dengan beat lagu yang cepat, kemudian setelah itu lagu yang diputar adalah lagu yang dinyanyikan oleh Maia yang berjudul "Serpihan Sesal" dengan beat lagu yang pelan. Hal tersebut kemudian membuat mereka semakin frustrasi, sehingga kemudian mereka memutuskan mendengarkan radio lain. Sehingga tidak heran bahwa untuk motif *diversion* ini tidak terpuaskan.

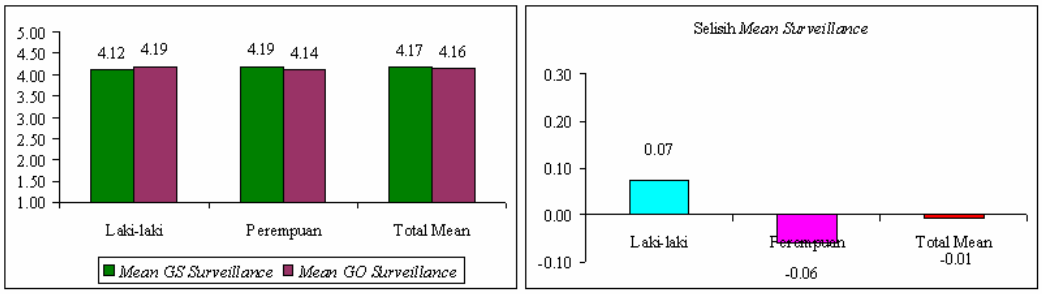


Gambar 4.22. Tabel Perbandingan *Mean* Total Motif antara GS dan GO dengan Usia

Sumber : Olahan Peneliti

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa selisih nilai *mean* pada kelompok usia 15 – 24 tahun dan 25 – 34 tahun adalah positif, artinya bahwa kedua kelompok usia ini terpuaskan setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya karena harapannya terpenuhi. Sementara itu, untuk kelompok usia 35 – 45 tahun memiliki selisih nilai *mean* negatif, yang artinya bahwa pada kelompok ini tidak terpuaskan dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

4.5.2. Tabulasi Silang Motif dengan Jenis Kelamin



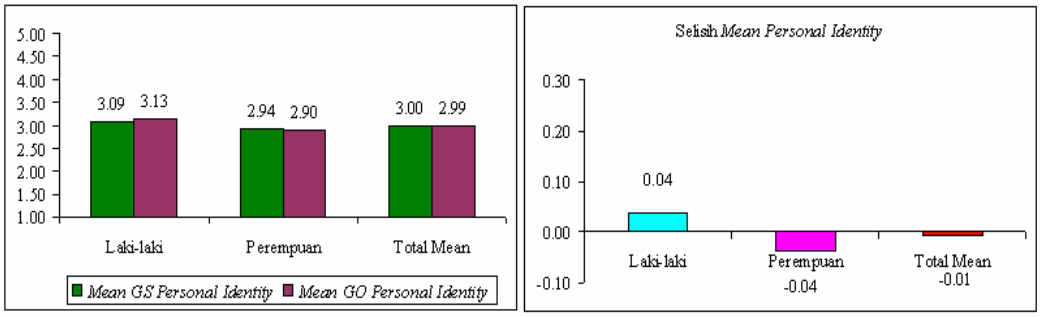
Gambar 4.23. Perbandingan *Mean* antara GS dan GO Motif *Surveillance*-Jenis Kelamin

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.23 menunjukkan bahwa motif (GS) *surveillance* pada perempuan (4.19) lebih tinggi dibandingkan dengan pada responden laki-laki (4.12). Studi terkait yang dilakukan oleh lembaga riset media di Amerika Serikat

(Arbitron, 2001) menemukan hal yang serupa bahwa pendengar radio musik berjenis kelamin perempuan memiliki kebutuhan tinggi terhadap informasi tentang musik, seperti identitas tentang lagu dan penyanyi.

Namun, hasil temuan data di lapangan pada riset terhadap M Radio 98.8 FM Surabaya menunjukkan bahwa ternyata motif responden perempuan dalam *surveillance* tidak terpuaskan. Bahkan, sebaliknya, yang terpuaskan adalah laki-laki. Ini berarti M Radio 98.8 FM Surabaya belum mampu memuaskan kebutuhan tinggi pendengar perempuannya dalam hal memperoleh informasi yang terdapat dalam motif *surveillance* terhadap musik Indonesia.



Gambar 4.24. Perbandingan *Mean* antara GS dan GO Motif *Personal Identity*-Jenis Kelamin

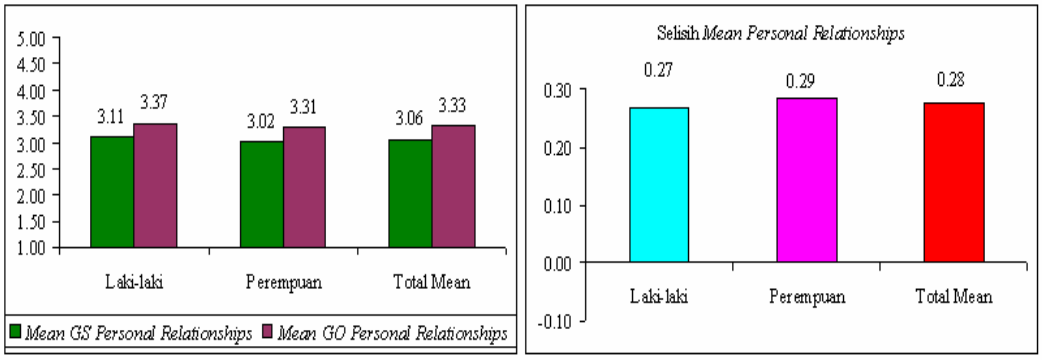
Sumber : Olahan Peneliti

Hasil tabulasi silang antara motif *personal identity* dengan jenis kelamin menunjukkan bahwa motif *personal identity* responden laki-laki terpuaskan (0.04). Sementara motif *personal identity* responden perempuan tidak terpuaskan (-0.04). GS responden perempuan juga lebih rendah dalam motif *personal identity* dibandingkan dengan laki-laki. Ini berarti motif *personal identity* responden perempuan terhadap M Radio lebih rendah.

Dalam sebuah penelitian terkait yang dilakukan di Amerika Serikat terhadap pendengar radio musik berjenis kelamin perempuan (Arbitron, 2001), disebutkan bahwa ketika perempuan mendengarkan radio musik, mereka mengharapkan untuk memperoleh informasi. Kebutuhan terhadap informasi terkait dengan motif surveillance. Maka, hasil yang diperoleh peneliti konsisten dengan studi terkait tersebut, di mana penelitian ini menunjukkan baik motif personal identity pada perempuan adalah rendah.

Dari hasil wawancara peneliti dengan salah seorang pemilik bengkel audio di Surabaya mengatakan bahwa saat para pegawai laki-laki merasa jenuh mereka selalu mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya sambil membicarakan lagu yang diputar di M Radio 98.8 FM Surabaya dan juga untuk meningkatkan semangat kerja mereka. Hal ini sesuai dengan teori hubungan antara musik dan kepribadian khususnya musik pop yang mengatakan bahwa orang yang menyukai musik pop adalah orang yang memiliki kriteria cenderung tidak kreatif, pekerja keras, dan mudah beradaptasi dengan lingkungan. Dalam hal ini para pegawai tersebut adalah orang yang pekerja keras, mudah beradaptasi dengan lingkungan dan tidak kreatif karena mereka cenderung melakukan pekerjaan mereka dengan bimbingan atau instruksi dari atasan.

Selanjutnya, jika dilihat dari total pendengar maka nilai *mean* GS>GO sehingga terjadi selisih negatif, yang artinya bahwa pada semua kelompok pendengar maka M Radio 98.8 FM Surabaya belum mampu memuaskan motif *personal identity* pendengar. Hal tersebut dikarenakan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah sebuah radio pasif sehingga tidak memiliki kedekatan emosional dengan pendengarnya sehingga pendengar tidak merasa menjadi bagian dalam M Radio 98.8 FM Surabaya.



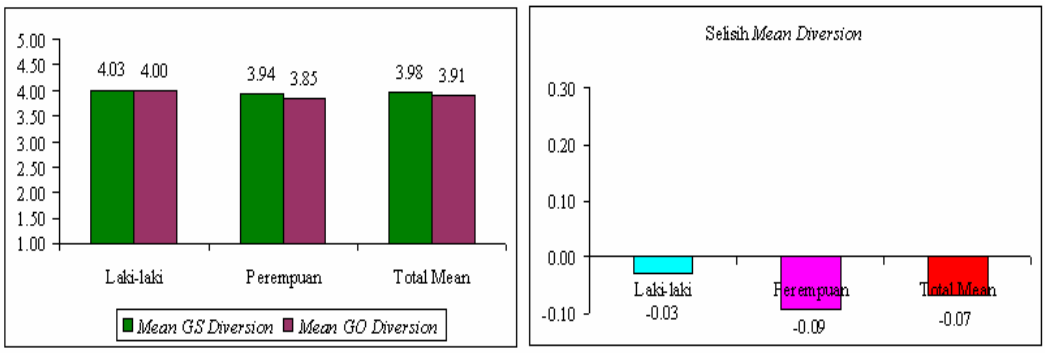
Gambar 4.25. Perbandingan *Mean* antara GS dan GO Motif *Personal Relationships*-Jenis Kelamin

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.25 menunjukkan bahwa baik laki-laki maupun perempuan terpuaskan dalam motif *personal relationships*. Terbukti dari selisih nilai *mean* positif untuk laki-laki (0.27) dan perempuan (0.29). Meskipun demikian perempuan lebih puas dibandingkan dengan laki-laki dalam motif *personal relationships.*

Pada penelitian ini terdapat hasil temuan data yang cukup unik dalam hal radio berformat musik. Pada hasil penelitian lain mengenai radio, pendengar mendengarkan radio terutama untuk memenuhi kebutuhan akan informasi (dalam *Uses and Gratifications* terkait dengan motif *surveillance*), untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan untuk menemani beraktivitas (dalam *Uses and Gratifications* terkait dengan motif *diversion*) (contoh penelitian: Staples, 1998, Arbitron, 2001). Namun penelitian terhadap M Radio 98.8 FM Surabaya ini menemukan hasil yang berbeda, bahwa setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya yang terpuaskan adalah kebutuhan akan *personal relationships*, yaitu dalam menemukan bahan percakapan dan untuk berinteraksi sosial dengan teman dan lingkungan.

Untuk mencari data pendukung mengenai hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa responden yang kebutuhan *personal relationships*-nya terpuaskan setelah mendengar M Radio 98.8 FM Surabaya. Peneliti menemukan bahwa responden yang mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya menjadikan apa yang didengarnya sebagai bahan pembicaraan dengan teman-teman mereka. Mereka juga menggunakan informasi yang diberikan M Radio 98.8 FM Surabaya tentang lagu dan tren musik terbaru untuk kegiatan pada saat *nongkrong* misalnya untuk bernyanyi bersama.

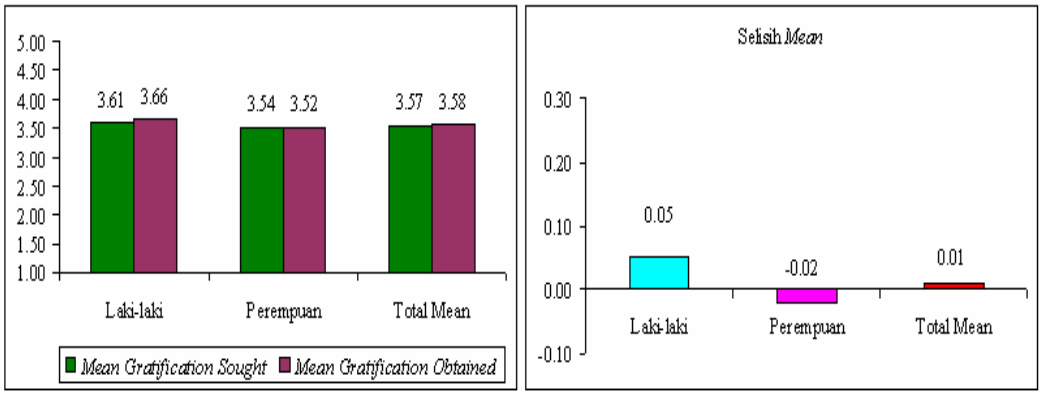


Gambar 4.26. Perbandingan *Mean* antara GS dan GO Motif *Diversion*-Jenis Kelamin

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.26 di atas menunjukkan bahwa pada kelompok pendengar laki-laki dan perempuan tidak terpuaskan. Terbukti dari selisih nilai *mean* negatif, laki-laki dengan selisih nilai *mean* -0.03 dan perempuan dengan selisih nilai *mean* -0.09.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan membandingkan jawaban responden laki-laki dan perempuan diketahui bahwa ternyata dalam mendengarkan M Radio 98.8 fM Surabaya laki-laki lebih bisa menikmati dalam mendengarkan sebuah lagu dibandingkan dengan perempuan.



Gambar 4.27. Selisih *Mean* Total Motif dengan Jenis Kelamin
Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.27 menunjukkan bahwa rata-rata selisih *mean* pada kelompok pendengar laki-laki adalah positif, sedangkan pada pendengar perempuan adalah negatif. Artinya, pada kelompok pendengar perempuan kebutuhan motifnya secara keseluruhan tidak terpuaskan dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya. Sedangkan kelompok pendengar laki-laki cenderung terpuaskan harapannya dengan mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya. Padahal mayoritas pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya adalah perempuan.

Dengan demikian M Radio 98.8 FM Surabaya belum dapat memuaskan kebutuhan target pendengar utamanya dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya.

4.6. Uji Korelasi

Tabel 4.31 Correlations

	GO Surveillance	GO Personal Identity	GO Personal Relationships	GO Diversion	GO
GS Surveillance	**.621(**)**	**.394(**)**	**.281(**)**	**.220(**)**	**.498(**)**
	.000	.000	.000	.001	.000
	225	225	225	225	225
GS Personal Identity	**.388(**)**	**.755(**)**	**.465(**)**	**.415(**)**	**.717(**)**
	.000	.000	.000	.000	.000
	225	225	225	225	225
GS Personal Relationships	**.292(**)**	**.447(**)**	**.564(**)**	**.183(**)**	**.479(**)**
	.000	.000	.000	.006	.000
	225	225	225	225	225
GS Diversion	**.174(**)**	**.417(**)**	**.249(**)**	**.636(**)**	**.533(**)**
	.009	.000	.000	.000	.000
	225	225	225	225	225
GS	**.502(**)**	**.737(**)**	**.530(**)**	**.549(**)**	**.802(**)**
	.000	.000	.000	.000	.000
	225	225	225	225	225

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Kuisioner (diolah kembali)

Dari tabel diatas diketahui bahwa korelasi antara GS dan GO *surveillance, personal identity, personal relationships, diversion* menunjukkan hubungan yang positif, artinya :

1. Apabila M Radio 98.8 FM Surabaya dapat memenuhi GS dari pendengarnya, maka GO akan meningkat seiring dengan meningkatnya GS.
2. Apabila M Radio 98.8 FM Surabaya gagal memenuhi GS dari pendengar, maka GO akan rendah.

Dengan nilai koefisien korelasi > 0.5 menunjukkan adanya korelasi GS dan GO *surveillance, personal identity, personal relationships, diversion*. Untuk *surveillance, personal identity dan diversion* berada dalam kategori asosiasi agak kuat. Sedangkan untuk *personal relationships* berada dalam kategori asosiasi moderat atau hubungan relatif.

4.7. Uji T

Tabel 4.32. *Paired Samples Test*

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	GS Surveillance - GO Surveillance	.007	.550	.037	-.066	.079	.182	224	.856
Pair 2	GS Personal Identity - GO Personal Identity	.007	.493	.033	-.058	.071	.203	224	.840
Pair 3	GS Personal Relationships - GO Personal Relationships	-.278	.933	.062	-.400	-.155	-4.467	224	.000
Pair 4	GS Diversion - GO Diversion	.068	.574	.038	-.008	.143	1.766	224	.079
Pair 5	GS - GO	-.009	.332	.022	-.053	.035	-.401	224	.689

Sumber: Kuisioner (diolah kembali)

Berdasarkan penghitungan uji t, diperoleh nilai t sebesar -.401 ($t_{tabel}<t_{hitung}$) dengan nilai p (2-tailed) sebesar 0.689 ($p>\alpha$), maka Ho diterima, artinya pendengar tidak puas terhadap program siaran M Radio 98.8 FM Surabaya. Kategori puas dalam uji t dimaknakan bahwa GO mempunyai hubungan yang tidak signifikan dengan GS. Hal ini disebabkan karena $p>\alpha$ dan $t_{tabel}<t_{hitung.}$ Oleh karena itu bukan bermakna kepuasan pendengar bernilai negatif. Temuan ini mendukung hasil penghitungan GO-GS yang bernilai positif yang hanya sebesar 0.01.

Hasil korelasi dan uji t dari GS dan GO *surveillance, personal identity, personal relationships dan diversion* menunjukkan bahwa GS dan GO pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya memiliki korelasi yang positif tetapi yang memiliki perbedaan yang signifikan hanya pada *personal relationships* saja. Hal tersebut dapat diartikan pendengar memiliki GS pada program siaran M Radio 98.8 FM Surabaya tetapi M Radio 98.8 FM Surabaya belum dapat memenuhi GS pendengar pada *surveillance, personal identity, dan diversion.*

4.8. Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran M Radio 98.8 FM Surabaya

Setelah mendeskripsikan data pada seluruh *item* yang menjadi indikator motif pendengar dan penilaian pendengar pada program M Radio 98.8 FM Surabaya, maka tahapan berikutnya adalah menganalisis *mean* antara *gratification*

sought dan *gratification obtained* pendengar berdasarkan motif, yaitu motif *surveillance*, *personal identity*, *personal relationships*, dan *diversion* untuk menunjukkan tingkat kepuasan pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya pada setiap motif.

Tabel 4.33. *Mean* GS dan GO (Kepuasan) Berdasarkan Total Motif

Motif	GS	GO	Selisih *mean*
Surveillance	4.17	4.16	-0.01
Personal Identity	3.00	2.99	-0.01
Personal Relationship	3.06	3.33	0.28
Diversion	3.98	3.91	-0.07
Total Kepuasan	**3.57**	**3.58**	**0.01**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.33 menunjukkan bahwa nilai *mean* GS total motif lebih kecil daripada nilai *mean* GO total motif (GS < GO). Artinya, M Radio 98.8 FM Surabaya telah mampu memuaskan harapan pendengar untuk mendapatkan harapannya. Meskipun demikian, terdapat tiga motif yang menunjukkan selisih nilai *mean* negatif, yaitu motif *surveillance, personal identity*, dan *diversion*. Hanya terdapat satu motif saja yang memiliki selisih nilai *mean* positif, yaitu motif *personal relationships*. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Motif *Surveillance*

Tabel 4.34. *Mean* GS dan GO (Kepuasan) Motif *Surveillance*

Indikator	GS	GO	Selisih *mean*
Informasi mengenai lagu yang sedang menjadi hits	4.28	4.28	0.00
Informasi tentang penyanyi Indonesia	3.88	3.91	0.04
Informasi tentang musik Indonesia	4.32	4.28	-0.04
Pengetahuan tentang tren terbaru lagu Indonesia	4.19	4.16	-0.02
Surveillance	**4.17**	**4.16**	**-0.01**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.34 menunjukkan bahwa untuk indikator informasi mengenai penyanyi Indonesia memiliki selisih nilai *mean* positif tertinggi (0.04) yang artinya dalam motif *surveillance* ini pendengar merasa paling terpuaskan dalam mendengarkan M Radio 98,8 FM Surabaya. Dengan demikian sesuai dengan fungsi media itu sendiri yaitu sebagai media informasi. Selain itu, hasil di atas juga mendukung pendapat Rakhmat (2005, p. 66-67) bahwa salah satu motif penggunaan media adalah kognitif yang menyajikan data kebutuhan akan informasi dan *surveillance* (eksplorasi realitas) dan juga seperti yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (1979 dalam Severin & Tankard, 2005, p. 357) bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan akan informasi, pengetahuan, dan pemahaman. Penelitian terkait yang dilakukan di Amerika Serikat mengenai radio (Staples, 1998) juga menunjukkan bahwa motif seseorang dalam mendengarkan radio adalah untuk mendapat informasi.

Dalam hal ini M Radio 98.8 FM Surabaya menyajikan berbagai informasi tentang penyanyi Indonesia yang dikemas dalam bentuk *insert*. Dimana *insert* tersebut memuat tentang informasi mengenai album terbaru, profil, karya-karya musik, serta sejarah hidup penyanyi tersebut.

Sedangkan untuk indikator yang memiliki selisih nilai *mean* terendah adalah informasi tentang musik Indonesia (-0.04) yang artinya pendengar paling tidak terpuaskan dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya. Hal ini terjadi karena M Radio 98.8 FM Surabaya tidak menyajikan program acara dengan diringi penyiar, sehingga bagi sebagian orang akan terasa sulit untuk menyerap informasi yang diharapkan tanpa ada komunikasi verbal dari penyiar. Dengan demikian, salah satu unsur pembentuk *style* radio berupa gaya percakapan tidak bisa diperoleh pendengar melalui M Radio 98.8 FM Surabaya, padahal hal ini diperlukan agar pendengar dapat merasakan kedekatan dengan penyiar radio tersebut (Ardianto dkk., 2007, p. 131-134)..

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pendengar tidak terpuaskan dalam motif *surveillance* dikarenakan dengan tidak adanya penyiar dalam M Radio 98.8 FM Surabaya pendengar tidak dapat memperoleh informasi secara maksimal.

2. Motif *Personal Identity*

Tabel 4.35. *Mean* GS dan GO Motif *Personal Identity*

Indikator	GS	GO	Selisih *mean*
Dihargai orang	2.04	2.05	0.00
Dapat menambah kreativitas	3.42	3.24	-0.18
Semangat kerja meningkat	3.67	3.53	-0.14
Mudah beradaptasi dengan lingkungan	2.91	3.22	0.32
Mendapatkan inspirasi untuk melakukan tindakan	3.68	3.56	-0.11
Personal Identity	**3,00**	**2.99**	**-0,01**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.35 menunjukkan bahwa selisih nilai *mean* tertinggi terdapat pada indikator mudah beradaptasi dengan lingkungan yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa pendengar yang mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya untuk beradaptasi dengan teman dan lingkungan terpuaskan kebutuhannya (0.32). Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh McQuail (McQuail, 2005, p.72) bahwa individu menggunakan media untuk identitas pribadi (*personal identity*) khususnya dalam meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri, yang juga dapat dikaitkan dengan sebuah riset yang dilakukan oleh North tentang hubungan musik dan kepribadian, yang menunjukkan bahwa orang yang menyukai musik pop cenderung memiliki pribadi yang mudah beradaptasi dengan lingkungan. Selain itu juga sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (1973, dalam Severin & Tankard, 2005, p. 357) bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah adanya kebutuhan integratif personal untuk memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas, dan status.

Sedangkan selisih nilai *mean* terendah terdapat pada indikator dapat menambah kreativitas (-0.18) yang artinya kebutuhan pendengar pada kebutuhan untuk menambah kreativitas paling tidak terpuaskan.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pendengar tidak terpuaskan dalam motif *personal identity.* Hal tersebut dapat dikarenakan M Radio 98.8 FM Surabaya adalah radio yang bersifat pasif, sehingga tidak ada interaksi secara langsung dengan pendengarnya, dimana hal tersebut membuat tidak adanya sebuah identifikasi khusus pendengar dengan M Radio 98.8 FM Surabaya dengan pendengarnya.

3. Motif *Personal Relationships*

Tabel 4.36. *Mean* GS dan GO Motif *Personal Relationships*

Indikator	GS	GO	Selisih *mean*
Menemukan bahan percakapan	2.96	3.34	0.38
Dapat berinteraksi sosial dengan teman dan lingkungan	3.15	3.32	0.18
Personal Relationships	**3.06**	**3,33**	**0.28**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.36 menunjukkan bahwa selisih *mean* tertinggi ada pada indikator menemukan bahan percakapan (0.38) yang artinya pendengar paling terpuaskan dalam motif *personal relationships* Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh McQuail (McQuail, 2005, p.72) bahwa individu menggunakan media untuk *personal relationships* yaitu untuk melangsungkan hubungannya dengan orang lain, serta manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan. Katz, Gurevitch, dan Haas (1979 dalam Severin & Tankard, 2005, p. 357) juga mengatakan bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah kebutuhan integratif sosial yaitu untuk mempererat hubungan dengan keluarga, teman, dan sebagainya.

Hal ini karena pada dasarnya radio musik juga memenuhi kebutuhan individu, terutama anak muda berkaitan dengan selera musik, tren pergaulan, penampilan, dan cara berbicara. Dengan mengetahui musik, selera musik, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan musik maka individu dapat dengan mudah menemukan bahan percakapan.

Menurut pengamatan dari beberapa *crew* M Radio 98.8 FM Surabaya, saat ini dengan masuknya M Radio 98.8 FM Surabaya dalam Top 10 Radio di Surabaya dapat disimpulkan bahwa mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya ini telah menjadi tren, sehingga pendengar akan lebih mudah memperoleh bahan percakapan.

Pada penelitian ini terdapat hasil temuan data yang cukup unik dalam hal radio berformat musik. Pada hasil penelitian lain mengenai radio, pendengar mendengarkan radio terutama untuk memenuhi kebutuhan akan informasi (dalam *Uses and Gratifications* terkait dengan motif *surveillance*), untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan untuk menemani beraktivitas (dalam *Uses and*

Gratifications terkait dengan motif *diversion*) (contoh penelitian: Staples, 1998, Arbitron, 2001). Namun penelitian terhadap M Radio 98.8 FM Surabaya ini menemukan hasil yang berbeda, bahwa setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya yang terpuaskan adalah kebutuhan akan *personal relationships*, yaitu dalam menemukan bahan percakapan dan untuk berinteraksi sosial dengan teman dan lingkungan.

Untuk mencari data pendukung mengenai hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa responden yang kebutuhan *personal relationships*-nya terpuaskan setelah mendengar M Radio 98.8 FM Surabaya. Peneliti menemukan bahwa responden yang mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya menjadikan apa yang didengarnya sebagai bahan pembicaraan dengan teman-teman mereka. Mereka juga menggunakan informasi yang diberikan M Radio 98.8 FM Surabaya tentang lagu dan tren musik terbaru untuk kegiatan pada saat *nongkrong* misalnya untuk bernyanyi bersama.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya terpuaskan dalam motif *personal relationships* dan kepuasan ini berkaitan dengan kebutuhan akan informasi mengenai musik.

4. Motif *Diversion*

Tabel 4.37. *Mean* GS dan GO Motif *Diversion*

Indikator	GS	GO	Selisih *mean*
Merasa tenang	3.85	3.91	0.06
Dapat bersantai	4.25	4.12	-0.13
Mengisi waktu luang	4.07	4.03	-0.04
Merasa ditemani saat beraktivitas	4.10	4.07	-0.04
Dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami	3.60	3.42	-0.18
Diversion	**3.98**	**3.91**	**-0.07**

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.37 menunjukkan bahwa selisih nilai *mean* tertinggi terdapat pada indikator merasa tenang (0.06) yang artinya bahwa ini adalah dimana pendengar paling terpuaskan dalam motif *diversion*. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh McQuail (McQuail, 2005, p.72) bahwa individu menggunakan media untuk *hiburan.* Katz, Gurevitch, dan Haas (1979 dalam Severin & Tankard,

2005, p. 357) juga mengatakan bahwa salah satu fungsi sosial dan psikologis media massa adalah kebutuhan pelepasan ketegangan, yaitu pelarian dan pengalihan.

Hal ini menunjukkan bahwa musik yang diputar oleh M Radio 98.8 FM Surabaya dapat dijadikan sebagai sarana untuk menenangkan hati dan suasana. Berdasarkan hasil riset John Diamond dan David Nobel, kelenturan melodi, ritmik, dan harmoni pada musik memang terbukti memberikan stimulan pada otak sehingga membuat individu menjadi lebih tenang. Fakta dalam "*Journal of Advanced Nursing*" juga menyebut bahwa musik lembut mampu mengurangi rasa sakit pasien hingga 21%. Kini, para tim dokter Amerika dan Eropa pun banyak yang menggunakan jenis musik itu di ruang operasi untuk menenangkan pasien bedah. Kondisi rileks pasien ternyata bisa meminimalisir komplikasi pasca operasi (Diamond & Nobel, 2009).

Sedangkan selisih nilai *mean* terendah terdapat pada indikator dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dialami. Hal ini karena tidak semua orang yang mendengarkan musik akan dapat melepaskan permasalahannya, apalagi *beat* musik yang menghentak atau lirik musik yang mengandung kalimat-kalimat yang berhubungan dengan permasalahan kemungkinan akan semakin menambah beban permasalahan. Sebagaimana dikatakan bahwa musik berirama kencang dan tak teratur, seperti *rock* dan metal, memiliki *anapestic beat* (2 ketukan pendek, 1 ketukan panjang dan jeda) yang berlawanan dengan denyut jantung. Karenanya jenis ini malah cenderung memicu rasa tegang dan depresi. Jika didengarkan terus menerus, maka sel-sel otot tubuh (khususnya jantung) akan melemah atau bahkan rusak (Diamond & Nobel, 2009).

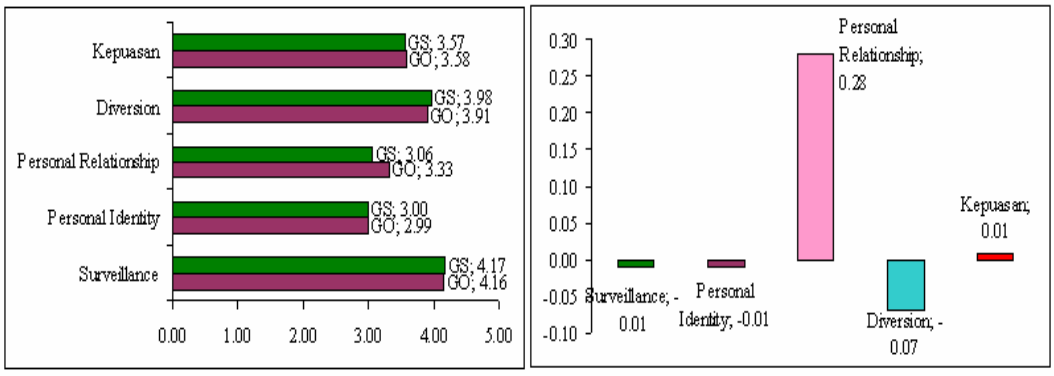
Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pendengar tidak terpuaskan dalam mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya khususnya motif *diversion*.

Hal tersebut dikarenakan bahwa salah satu alasan orang mendengarkan radio adalah untuk pengalihan (*diversion*), sehingga *mood* turut mempengaruhi seseorang dalam menyalakan, mematikan, dan memindahkan *channel* radio. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Arbitron pada tahun 2001 tentang "*What Women Want: From AC Radio*" mengatakan bahwa, "*mood is more than music*". Dalam hal ini M Radio 98.8 FM Surabaya memiliki beberapa aturan dalam

memutar lagu yang terangkum dalam sebuah sistem yang disebut *clock programming*. Aturan tersebut antara lain seperti penciptaan kesan variatif dan semarak, serta menghindari monotonitas dan kejenuhan, maka penataan dan penyusunan lagu dengan lagu harus memenuhi minimal 3 unsur pembedaan dari unsur-unsur sebagai berikut *Gender* yaitu *Vocal Group vs Single; Male vs Female; Beat* atau tempo yaitu *High vs Medium vs Slow;* Jenis musik yaitu Pop *vs* Rock *vs* Rap *vs* Klasik; *Lead* - bunyi instrumen yang dominan yaitu Gitar *vs* Piano/Keyboard *vs* Drum *vs* Biola *vs* Saxophone; Kategori atau Era Musik; *Mood* - nuansa/kesan musik yaitu mood tinggi *vs* ringan

Dengan adanya aturan dalam pemutaran lagu tersebut menyebabkan pendengar merasa bahwa musik dan lagu yang diputar terlalu variatif dan tidak sesuai dengan yang mereka inginkan. Selain itu dalam penelitian tersebut juga dikatakan bahwa, "*favorite music is the biggest reason for tuning in*", artinya musik kesukaan adalah alasan terkuat untuk mendengarkan radio, sehingga jika M Radio 98.8 FM Surabaya tidak benar-benar fokus dalam pemutaran lagu akan menyebabkan pendengar tidak puas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa mean GO adalah lebih besar daripada GS yaitu GO = 3.58 dan GS = 3.57, sehingga GO > GS, artinya, secara keseluruhan harapan pendengar terhadap M Radio 98.8 FM Surabaya terpuaskan setelah mendengarkan M Radio 98.8 FM Surabaya. Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat dari grafik berikut:



Gambar 4.28. Tren perbandingan GS dan GO Total Motif Pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber : Olahan Peneliti

Selanjutnya, penelitian ini mengamati tingkat kepuasan dan ketidakpuasan pendengar dengan berdasarkan pada teori *Uses and Gratification.*

Tingkat Kepuasan Pendengar atas Program M Radio 98.8 FM Surabaya

Secara keseluruhan total kategori motif pendengar M Radio 98.8 FM Surabaya adalah terpuaskan dengan program yang disampaikan oleh M Radio 98.8 FM Surabaya karena nilai selisih *mean* yang dihasilkan adalah 0.01. Dimana tingkat kepuasan pendengar pada total kategori motif adalah dalam kategori rendah. Adapun, jika dilihat frekuensi pendengar berdasarkan tingkat kepuasannya maka dapat dilihat dalam hasil olahan pada tabel berikut:

Tabel 4.38. Tingkat Kepuasan Pendengar Berdasarkan Total Motif

Kategori tingkat kepuasan	**Jumlah**	**Persentase**
Pendengar yang puas:		
Rendah	118	52.44%
Tinggi	9	4.00%
Jumlah pendengar yang puas	127	56.44%
Pendengar yang tidak puas:		
Rendah	88	39.11%
Tinggi	10	4.44%
Jumlah pendengar yang tidak puas	98	43.56%
Total	225	100.00%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pendengar merasa puas, tetapi tingkat kepuasannya cenderung rendah.

4.9. Kecenderungan Berpindah Stasiun Radio Lain

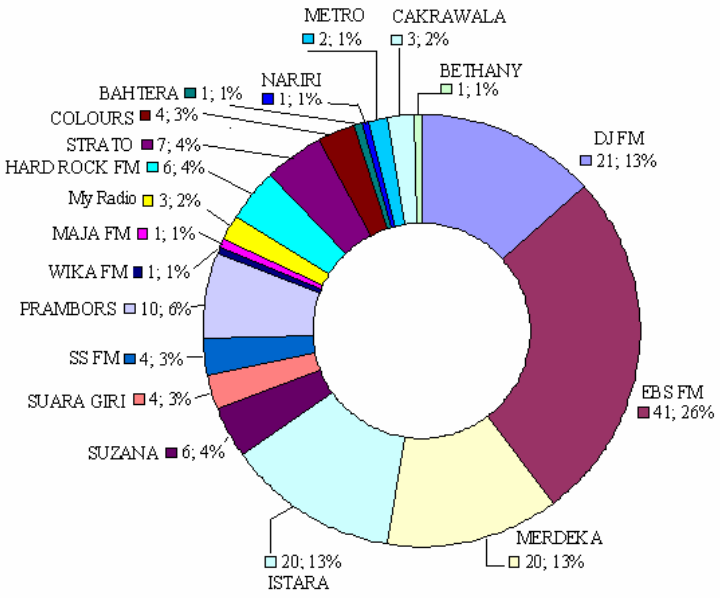
Berikut adalah tabel atas ada tidaknya kecenderungan responden untuk berpindah stasiun radio.

Tabel 4.39. Hanya Mendengarkan Musik M. Radio 98.8 FM Surabaya

Tanggapan pendengar	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	14	6,2%
Tidak setuju	51	22,7%
Netral	8	3,6%
Setuju	81	36,0%
Sangat setuju	71	31,6%
Jumlah	225	100,0%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Hasil di atas menunjukkan bahwa sebanyak 67,6% pendengar menyatakan setuju dan sangat setuju jika mereka hanya mendengarkan musik dari M Radio 98.8 FM Surabaya. Sementara itu 22,7% menyatakan tidak setuju. Bagi yang menjawab netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju menyatakan beberapa radio lain yang didengarkan untuk menikmati musik Indonesia di antaranya adalah EBS FM, DJ FM, Merdeka FM, Istara, Prambors, Hard Rock FM, dan lain-lain.



Gambar 4.29. Radio Lain yang Didengarkan Pendengar selain M Radio 98.8 FM Surabaya

Sumber: Olahan Peneliti

Untuk mengetahui di antara kelompok jenis kelamin dan kelompok usia mana yang memiliki kecenderungan untuk tetap hanya mendengarkan musik melalui M Radio FM Surabaya berikut disampaikan tabulasi silang antara kelompok jenis kelamin dan kelompok usia dengan kecenderungan untuk tetap hanya mendengarkan musik melalui M Radio 98.8 FM Surabaya.

Tabel 4.40. Hanya Mendengarkan Musik dari M Radio 98.8 FM Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin

		Hanya mendengarkan musik dari M Radio					Total
		STS	TS	N	S	SS	
Jenis kelamin	Laki-laki	7	17	4	32	30	90
		7,8%	18,9%	4,4%	35,6%	33,3%	100,0%
	Perempuan	7	34	4	49	41	135
		5,2%	25,2%	3,0%	36,3%	30,4%	100,0%
Total		14	51	8	81	71	225
		6,2%	22,7%	3,6%	36,0%	31,6%	100,0%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.40 menunjukkan bahwa kelompok laki-laki lebih memiliki kecenderungan untuk tetap bertahan dalam satu saluran radio untuk mendengarkan musik, yang terlihat dari komposisi jawaban sangat setuju, di mana sebanyak 33,3% kelompok laki-laki dan 30,4% kelompok perempuan; sedangkan pada jawaban tidak setuju sebesar 18,9% dari kelompok laki-laki dan 25,2% dari kelompok perempuan.

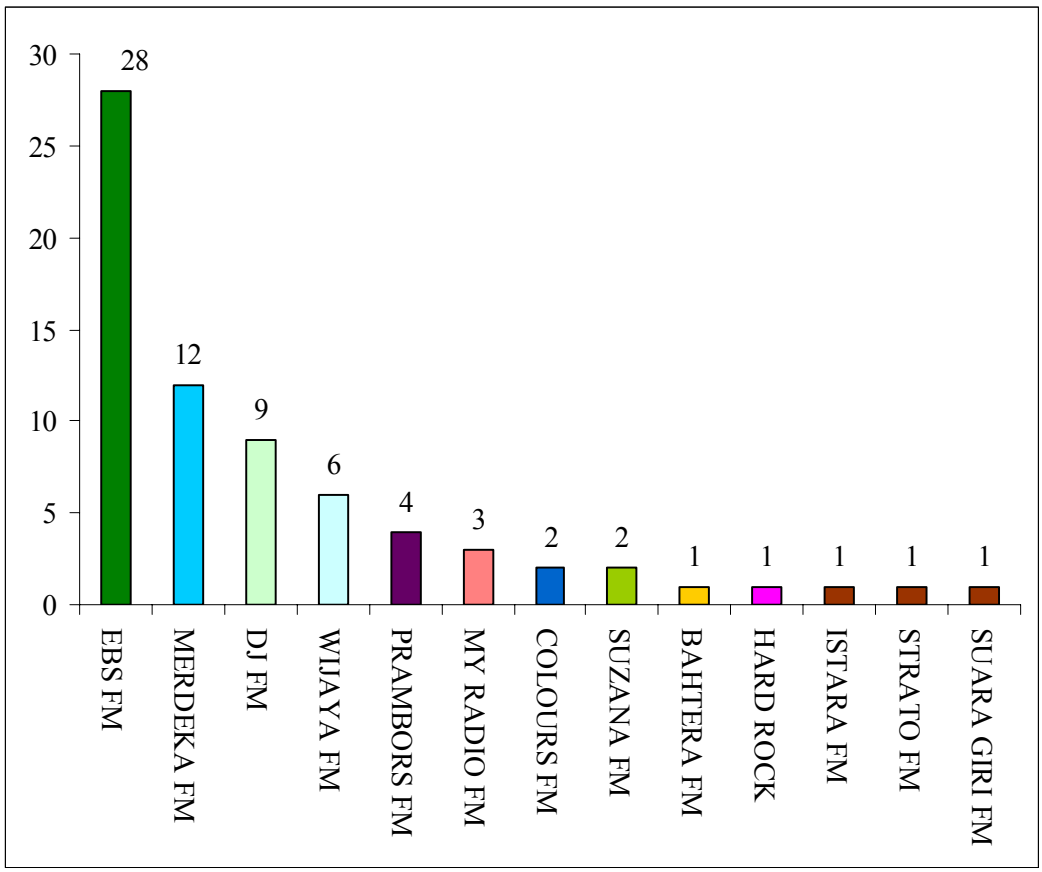
Tabel 4.41. Hanya Mendengarkan Musik dari M Radio 98.8 FM Surabaya Berdasarkan Usia

		Hanya mendengarkan musik dari M Radio					Total
		STS	TS	N	S	SS	
Usia	15-24 Tahun	5	17	4	24	25	75
		6,7%	22,7%	5,3%	32,0%	33,3%	100,0%
	25-34 Tahun	5	20	0	24	26	75
		6,7%	26,7%	,0%	32,0%	34,7%	100,0%
	35-45 Tahun	4	14	4	33	20	75
		5,3%	18,7%	5,3%	44,0%	26,7%	100,0%
Total		14	51	8	81	71	225
		6,2%	22,7%	3,6%	36,0%	31,6%	100,0%

Sumber: Kuesioner (diolah kembali)

Tabel 4.41 menunjukkan bahwa kelompok usia yang lebih tua lebih memiliki kecenderungan untuk tetap bertahan dalam satu saluran radio untuk mendengarkan musik, yang terlihat dari komposisi jawaban yanng diberikan oleh masing-masing kelompok usia.

Untuk mengetahui radio mana yang menjadi tujuan utama pendengar pada saat berpindah stasiun radio maka berikut disampaikan *top of mind* pendengar, ketika berpindah stasiun radio. Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa dari 225 pendengar maka sebesar 71 pendengar memiliki kecenderungan untuk mengganti saluran radio. Berikut adalah frekuensi pendengar dan radio pilihan pendengar.

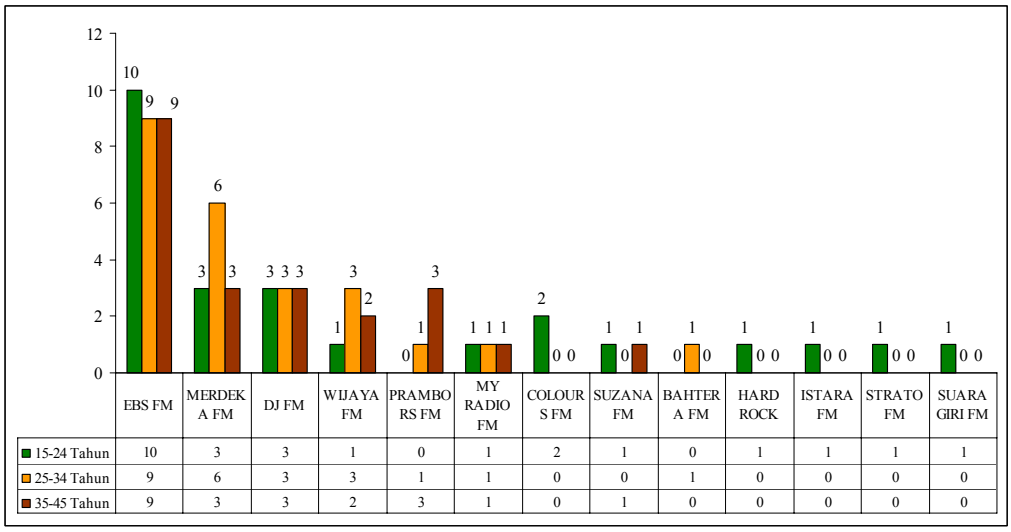


Gambar 4.30. Kecenderungan Berpindah Stasiun Radio Lain

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.30 menunjukkan bahwa EBS FM merupakan tujuan pertama mayoritas pendengar untuk berpindah saluran radio. Dilanjutkan dengan Merdeka FM dan DJ FM.

Untuk mengetahui siapa saja pendengar yang berpindah saluran maka berikut disampaikan tabulasi silang antara jenis radio yang dipilih dan jenis kelamin dan usia.

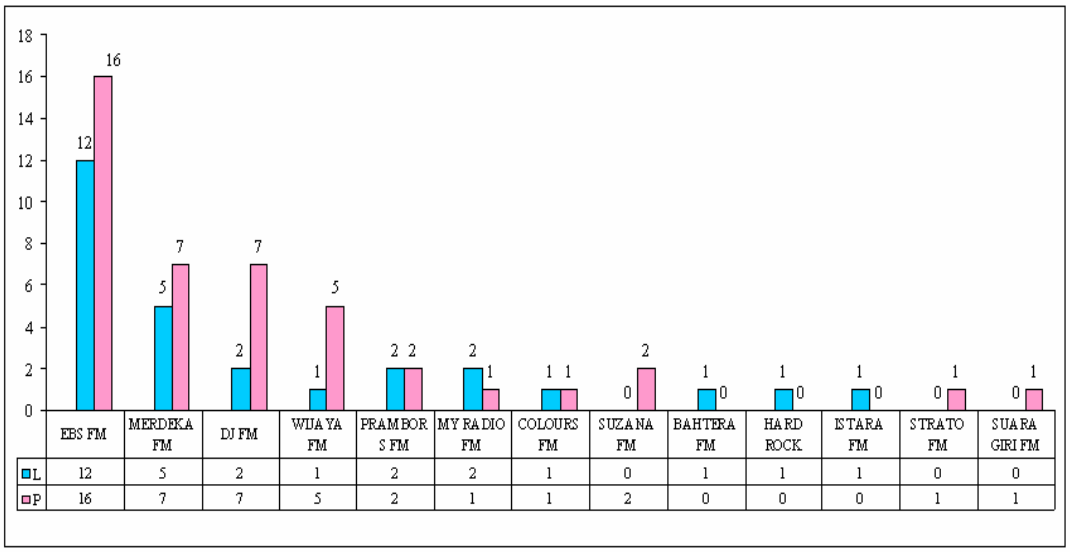


	EBS FM	MERDEKA FM	DJ FM	WIJAYA FM	PRAMBORS FM	MY RADIO FM	COLOURS FM	SUZANA FM	BAHTERA FM	HARD ROCK	ISTARA FM	STRATO FM	SUARA GIRI FM
15-24 Tahun	10	3	3	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1
25-34 Tahun	9	6	3	3	1	1	0	0	1	0	0	0	0
35-45 Tahun	9	3	3	2	3	1	0	1	0	0	0	0	0

Gambar 4.31. Kecenderungan Berpindah Stasiun Radio Lain dengan Usia

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.31 menunjukkan bahwa kelompok usia yang lebih muda lebih banyak memiliki kecenderungan untuk berganti saluran radio, terutama untuk Radio EBS FM.



Gambar 4.32. Kecenderungan Berpindah Stasiun Radio Lain dengan Jenis Kelamin.

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 4.32 menunjukkan bahwa kelompok jenis kelamin perempuan lebih banyak memiliki kecenderungan untuk berganti saluran radio, dimana ini berlaku untuk hampir semua saluran radio.