

MOTIF DAN KEPUASAN PENDENGAR SIARAN MUTIARA KALBU DI RADIO PRADYA SUARA FM TUBAN

Satya Irawatiningrum
Universitas PGRI Ronggolawe Tuban
regzjinata2012@gmail.com

Kristin Tri Lestari
Universitas PGRI Ronggolawe Tuban
kristinsafarido@gmail.com

Seviyanti Fikroh
Universitas PGRI Ronggolawe Tuban
syakurazalea@gmail.com

Abstract

Radio Pradya Suara, which broadcasts on the FM 94.6 Mhz, has one of the programs, namely Mutiara Kalbu which is broadcast from 17.00 to 18.00 every Monday-Friday. This program is intended as a medium of Islamic preaching for its listeners, which has a 55% adult audience segmentation. Preaching through radio media to convey everything about Islam is necessary to be developed in order to reach a wider audience. Because radio is still in demand among the people of Tuban Regency, especially among rural areas. In addition, radio has advantages that other mass media do not have, namely proximity to the audience. The purpose of this research is to find out the motives and satisfaction of listeners of Mutiara Kalbu broadcast program on Radio Pradya Suara FM. While in practice using quantitative methods with regression data analysis techniques. Respondents in this study were 65 listeners of

Pradya Suara FM radio and the result is motive greatly influenced listener satisfaction of Mutiara Kalbu broadcast program on Radio Pradya Suara FM.

Keywords: *Motive, Satisfaction, Radio Listeners*

Abstrak

Radio Pradya Suara yang mengudara pada frekuensi FM 94,6 Mhz ini memiliki salah satu program acara, yaitu Mutiara Kalbu yang disiarkan pada pukul 17.00 sampai dengan 18.00 setiap hari Senin-Jumat. Program ini dimaksudkan sebagai media dakwah agama Islam bagi para pendengarnya yang memiliki segmentasi pendengar dewasa sebesar 55%. Berdakwah melalui media radio untuk menyampaikan ajaran agama Islam dianggap perlu dikembangkan agar bisa menjangkau khalayak lebih luas. Di samping itu, radio memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa yang lain, yaitu kedekatan dengan khalayak pendengar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dan kepuasan pendengar program siaran Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara FM. Sedangkan dalam pelaksanaannya menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisa data regresi untuk mencari korelasi. Responden dalam penelitian ini sejumlah 65 pendengar radio Pradya Suara FM dan diperoleh hasil bahwa motif sangat mempengaruhi kepuasan pendengar program siaran Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara FM.

Kata Kunci: *Motif, Kepuasan, Pendengar Radio*

PENDAHULUAN

Perkembangan media massa sebagai media komunikasi dan informasi telah merambah dari perkotaan hingga pedesaan. Kemajuan media massa ini mendorong dunia *broadcasting* atau penyiaran untuk ambil bagian dalam perkembangan teknologi komunikasi.

Radio sebagai media yang bersifat auditif hanya menampilkan suara saja, berupa percakapan atau narasi yang ditambahkan efek suara dan dikemas sedemikian rupa sehingga dapat diterima dan mudah dipahami oleh pendengarnya. Radio membuat

pendengar membayangkan seperti apa gambaran informasi yang mereka dapatkan. Oleh karena itu, radio memiliki kekuatan yang besar sebagai media imajinasi.

Radio sebagai media komunikasi *lawas* saat ini masih tetap bertahan eksistensinya. Radio tidak ditinggalkan begitu saja oleh khalayak, meskipun perkembangan media komunikasi berjalan sangat pesat, bahkan sudah terjadi konvergensi media yang menggabungkan beberapa teknologi komunikasi menjadi teknologi baru. Ada kelebihan yang dimiliki oleh media radio ini, sehingga khalayak tetap mempertahankan keberadaannya. Interaksi dan kedekatan antara penyiar dan pendengar merupakan suatu kelebihan yang dimiliki oleh radio dan tidak dimiliki oleh media massa lainnya. Penyiar dan pendengar dapat berkomunikasi seolah-olah mereka bertatap muka.

Radio juga memiliki peranan dalam kehidupan sosial, di mana radio dapat menimbulkan nilai dan hasrat bagi kepentingan masyarakat, dan berkenaan dengan perubahan struktur atau interaksi sosial. Hal ini dikarenakan media radio dapat diakses oleh semua orang dengan berbagai latar belakang dan kondisi, kecuali cacat pendengaran, karena radio merupakan media auditif.

Radio siaran juga dijiluki "*the fifth estate* (kekuatan kelima)" disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak, di mana daya kekuatan ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu siaran radio memiliki daya langsung, daya tembus, dan daya tarik. Daya langsung berkaitan dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan dapat langsung disiarkan dan ditangkap oleh pendengar. Daya tembus berkaitan dengan jangkauan siaran radio yang luas, tidak mengenal jarak dan rintangan. Daya tarik berkaitan dengan musik, kata-kata, dan efek suara pada radio.

Sebagai media massa, radio merupakan salah satu alat difusi (penyebaran informasi) bagi masyarakat yang juga akan menimbulkan keingintahuan sampai mempengaruhi adopsi dan rejeksi (penerimaan dan penolakan). Dalam proses komunikasi sosial, peran serta radio sebagai media publik adalah memenuhi sebanyak mungkin kebutuhan

dan kepentingan pendengarnya, yaitu mencakup informasi, pendidikan, dan hiburan. Jika tidak terpenuhi unsur tersebut, radio akan kehilangan fungsi sosialnya.

Radio Pradya Suara (RPS) merupakan radio milik Pemerintah Daerah Kabupaten Tuban yang awalnya merupakan Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD). Radio ini mulai beroperasi sejak tahun 1969. Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) nomor 2 tahun 2006, maka RKPD dirubah menjadi Perusahaan Daerah (PD) Radio Pradya Suara. Sesuai dengan Undang-undang (UU) nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, maka Pemerintah Daerah memutuskan dengan membuat Perda Nomor 02 tahun 2011 tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Pradya Suara, untuk menggantikan Perda nomor 02 tahun 2006 tentang Perusahaan Daerah (PD). (<https://pradyasuara.tubankab.go.id/>)

Radio yang mengudara pada frekuensi FM 94,6 Mhz ini memiliki salah satu program acara, yaitu Mutiara Kalbu yang disiarkan paka pukul 17.00 sampai dengan 18.00 setiap hari Senin-Jumat. Program ini dimaksudkan sebagai media dakwah agama Islam bagi para pendengarnya yang memiliki segmentasi pendengar dewasa sebesar 55%.

Berdakwah melalui media radio untuk menyampaikan ajaran agama Islam dianggap perlu dikembangkan agar bisa menjangkau khalayak lebih luas. Karena radio masih diminati di kalangan masyarakat Kabupaten Tuban, terutama di kalangan pedesaan. Di samping itu, radio memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa yang lain, yaitu kedekatan dengan khalayak pendengar.

Namun, pendengar pada dasarnya memiliki motif tersendiri dalam memilih media sebagai sumber informasi bagi dirinya. Hal ini berkaitan dengan kepuasan yang diharapkan ketika mereka memilih suatu media. Dalam hal ini media radio dianggap sebagai media yang bisa memberikan kepuasan dalam memberikan informasi tentang dakwah Islam. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini

tujuannya ingin mengetahui seberapa besar hubungan antara motif dan kepuasan pendengaran siaran Mutiara Kalbu sebagai media dakwah di Radio Pradya Suara FM.

Motif

Motif seseorang untuk mendengarkan radio disesuaikan dengan apa yang bisa diharapkan dari kegiatan tersebut. Artinya, motif muncul karena ada rasa ingin memenuhi kebutuhan. Ada empat kategori motif mengkonsumsi media secara umum¹ yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Motif informasi di antaranya mencari berita tentang peristiwa yang terjadi di sekitarnya, masyarakat dan dunia. Namun, kebutuhan akan informasi bagi masing-masing individu tidaklah sama. Hal ini dipengaruhi oleh latar belakang, kebutuhan pengalaman dan pendidikan menentukan informasi apa yang dibutuhkan oleh individu.²

Motif identitas pribadi yaitu menggunakan media untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi. Motif integrasi dan interaksi sosial yaitu menggunakan media untuk memperkuat hubungan sosial dan kegiatan kemasyarakatan. Sedangkan motif hiburan yaitu menggunakan media untuk melepaskan diri dari permasalahan untuk memperoleh kenikmatan jiwa.

Penggunaan media akan terus berlangsung apabila media mampu memenuhi kebutuhan individu. Sebaliknya, apabila media tidak mampu memberikan kepuasan kepada individu, maka perilaku menggunakan media tidak akan terulangi.

Kepuasan

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai rasa tercapainya keinginan yang diharapkan atau lebih dari yang diharapkan. Kelegaan, terpenuhinya hasrat dalam mencapai tujuan tertentu³ Sedangkan

¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011).

² Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)

³ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013)

menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekpektasinya.

Kepuasan konsumen (pendengar radio) merupakan sesuatu yang sangat diharapkan oleh perusahaan, karena menunjukkan suatu keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan. Kepuasan pendengaran diawali dari ketertarikan pendengar terhadap suatu acara yang disajikan oleh radio, sehingga mendorong pendengar untuk mengikuti acara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan merupakan suatu motif untuk mendengarkan suatu acara. Dengan penyajian yang sesuai kebutuhan pendengar, maka kepuasan itu akan mengikutinya.

Konsep kepuasan yang digunakan adalah kepuasan pendengar terhadap isi konten program siaran Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara FM.

Teori *Uses and Gratification*

Motif merupakan dorongan dari dalam individu yang muncul karena keinginan untuk memenuhi kebutuhan individu tersebut. Dalam *Uses and Gratification*, motif disebut juga *gratification sought* (GO). Teori *Uses and Gratification*si dikemukakan oleh Jay G. Blumler, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch.⁴

Teori ini membicarakan tentang penggunaan media massa oleh khalayak aktif. Teori *Uses and Gratification* menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa, artinya manusia memiliki wewenang untuk memperlakukan media. Ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Mereka mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (melalui media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Sehingga media yang efektif adalah media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak.

Teori ini juga dikembangkan oleh Philip Palmgreen di mana motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan

⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

media. Selain itu juga ada pengembangan konsep yaitu kepuasan khalayak setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan inilah yang disebut *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO).⁵ *Gratification sought* adalah kepuasan yang ingin dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi jenis media tertentu. GS adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi jenis media tertentu.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey, di mana proses pengumpulan datanya dilakukan dengan cara survey menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen penelitian terhadap sampel terpilih dari keseluruhan populasi.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pendengar program acara Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara di wilayah Kecamatan Tuban yang tergabung dalam sebuah paguyuban pendengar.

Sedangkan penarikan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*, yaitu sebuah sampel yang diambil dari unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.⁶ Dalam penelitian ini pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi paguyuban di mana diambil seluruh sampel sebanyak 65 pendengar.

Instrumen dalam penelitian menggunakan kuesioner/angket yang disusun berdasarkan operasional variabel motif dan kepuasan yang terdiri dari empat aspek, yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan,

⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2010).

⁶ Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2011)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut data penelitian yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 65 pendengar radio siaran Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara FM. Data ini meliputi aspek motivasi, yaitu informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, dan hiburan.

Uji Validitas

Uji Validitas dari data yang sudah dilakukan dengan mempergunakan *IBM SPSS 25.0.0* telah diperoleh data adalah sebagai berikut:

Tabel Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	R Tabel	Keterangan
1.	Motif	X1	0,745	0,244	Valid
		X2	0,800	0,244	Valid
		X3	0,861	0,244	Valid
		X4	0,863	0,244	Valid
		X5	0,765	0,244	Valid
		X6	0,803	0,244	Valid
		X7	0,882	0,244	Valid
2.	Kepuasan	Y1	0,733	0,244	Valid
		Y2	0,898	0,244	Valid
		Y3	0,862	0,244	Valid
		Y4	0,888	0,244	Valid
		Y5	0,772	0,244	Valid
		Y6	0,521	0,244	Valid
		Y7	0,626	0,244	Valid

Sumber: *Output IBM SPSS 25.0.0*

Dari tabel dapat diketahui bahwa dari setiap item variabel menunjukkan bahwa koefisien korelasi setiap variabel ini menghasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,244 yang berarti bahwa indikator-indikator tersebut menunjukkan valid.

No	Variabel	Indikator	Nilai Cronbach Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
----	----------	-----------	----------------------	--------------------	------------

1.	Motif	X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7	0,916	0,60	Reliabel
2.	Kepuasan	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7	0,884	0,60	Reliabel

Uji Reliabilitas

Tabel Uji Realibilitas

Sumber: *Output IBM SPSS 25.0.0*

Berdasarkan tabel dapat diketahui motif diperoleh nilai *cronbach alpha* = 0,916 dan kepuasan diperoleh nilai *cronbach alpha* = 0,884 karena kedua nilai *cronbach alpha* 0,60 berarti antara kedua variabel adalah reliabel.

Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui adanya suatu hubungan yang signifikan antara variabel, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel x dan y. Dapat dilihat korelasi antara variabel motif dengan variabel kepuasan menggunakan *person correlation* yang saling memiliki hubungan yang signifikan.

Berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi $\bar{0},05$ maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $\bar{0},05$ maka tidak terdapat korelasi atau hubungan di antara masing-masing variabel. Dan setelah itu untuk mengukur pada perhitungan korelasi menggunakan *pearson correlation* dan dapat dilihat seperti tabel korelasi yang ada di bawah ini:

Correlations

		Motif	Kepuasan
Motif	Pearson Correlation	1	,858**
	Sig. (2-Tailed)		,000
	N	65	65
Kepuasan	Pearson Correlation	,858**	1
	Sig. (2-Tailed)	,000	
	N	65	65

** . Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

Sumber: *Output IBM SPSS 25.0.0*

Dari tabel terbukti bahwa nilai signifikansinya adalah $0,000\bar{0},05$ artinya terdapat hubungan variabel motif dan variabel kepuasan. Nilai yang dihasilkan dengan pearson *correlation* yakni menunjukkan nilai $0,858$ yang berarti hubungannya atau korelasinya sangat tinggi.

Uji hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,214	1,584		2,029	,047
	Motif	,844	,064	,858	13,235	,000

A. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: *Output IBM SPSS 25.0.0*

Hasil pengujian statistik dengan *IBM SPSS 25.0* pada variabel motif diperoleh adalah $t_{hitung} = 13,235$. Dapat di cari $t_{tabel} = t_{(\frac{\alpha}{2}), (n-2)} = t_{(\frac{0,05}{2}), (65-2)} = t_{(0,025), (63)} = 1,999$. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel} = 13,235 > 1,999$ dengan tingkat signifikansi $0,000\bar{0},05$. Jadi h_0 ditolak dan h_1 diterima. Ini berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat atau ada pengaruh antara motivasi dan tingkat kepuasan pendengar siaran Mutiara Kalbu.

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	,858 ^a	,735	,731	2,328

A. Predictors: (Constant), MOTIF

Sumber: *Output IBM SPSS 25.0.0*

Pada tabel diperoleh nilai $R\ Square = 0,735 = 73,5\%$. Ini berarti variabel motif memiliki pengaruh kontribusi sebesar $73,5\%$ terhadap variabel kepuasan, dan $26,5\%$ dipengaruhi oleh faktor lain selain motif.

Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,214	1,584		2,029	,047
	Motif	,844	,064	,858	13,235	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: *Output IBM SPSS 25.0.0*

Berdasarkan tabel *Coefficients* tersebut diperoleh nilai constant (a) sebesar 3,214, sedang nilai motif (b/kofisien regresi) sebesar 0,844, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,214 + 0,844X$$

Persaman tersebut dapat diterjemahkan koefisien regresi X sebesar 0,844, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai motif, maka nilai kepuasan bertambah sebesar 0,844. Koefisien regresi tersebut bersifat positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel x terhadap y adalah positif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang motif dan kepuasan pendengar siaran Mutiara Kalbu di Radio Pradya Suara FM, diperoleh hasil ada pengaruh yang signifikan antara motif dan kepuasan. Bahwa motif informasi, di mana kebutuhan pendengar akan informasi tentang ajaran Islam menjadi motivasi terbesar yang menghasilkan kepuasan bagi pendengar yang telah mendapatkan tambahan wawasan tentang ajaran agama Islam.

Motif identitas diri dapat terpenuhi dari siaran Mutiara Kalbu dengan memasukkan nilai-nilai religiusitas ke dalam diri pendengar. Dari hasil penelitian juga menunjukkan motif integrasi dan interaksi sosial dapat terpenuhi dengan berbagi pengalaman seputar Agama Islam dengan pendengar lain setelah mengkonsumsi media. Sedangkan motif hiburan bisa terpenuhi, karena konten Mutiara Kalbu bisa

[324] ж Jurnal Dinamika Penelitian:

Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan

menghilangkan kejenuhan, didukung oleh waktu siar sepulang orang-orang kerja.

Hubungan yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa semakin besar motif akan semakin besar pula kepuasan yang didapatkan pendengar. Artinya bahwa media radio masih menjadi media yang efektif sebagai media informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J, Davis, Dennis K, *Mass Communication Theory: oundations, Ferment, and Fiture*, 6th edition, Wadsworth, Cengage Learning. 2012
- Kotler, P., dan Keller, K.I, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, Jakarta, Erlangga, 2009.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, Kencana, 2010.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta, Kencana, 2013.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2011.
- Rahmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Romli, M, Asep Syamsul, *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, & Script Writer*, 2010.
- Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, LP3ES, 2011.
- <https://pradyasuara.tubankab.go.id/> (diakses pada tanggal 7 April 2020)