MOTIF DAN KEPUASAN PENDENGAR RADIO GAPURA KLEWER 107,7 FM

(Studi Komparatif Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Pendengar
Radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta)

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Gelar SarjanaS-1

Disusun Oleh:

ANWAR PUKRISWANTO WIBOWO

L 100 090 071

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2015

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura, Surakarta 57102
Telp. (0271) 717417 - Fax. (0271) 715448

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir:

Nama : Drs. Joko Sutarso, M.Si
NIP : 196406011993031001

Nama : Agus Triyono, M.Si
NIK : 100.1105

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Anwar Pukriswanto Wibowo
NIM : L100 090 071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : MOTIF DAN KEPUASAN PENDENGAR RADIO GAPURA KLEWER 107,7 FM (Studi Komparatif Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Pendengar Radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta)

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Pembimbing I

(Drs. Joko Sutarso, SE. M.Si)
NIK. 196406011993031001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Pembimbing II

(Agus Triyono, S.Sos. M.Si)
NIP. 100.1105

MOTIF DAN KEPUASAN PENDENGAR RADIO GAPURA KLEWER 107,7 FM
(Studi Komparatif Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Pendengar Radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta)

Oleh:
Anwar Pukriswanto Wibowo
Fakultas Komunikasi dan Informasi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Anwarpukris@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Klewer, dengan sampel penelitian adalah 100 orang yang tinggal disekitar pasar Klewer dan mendengarkan siaran radio Gapura Klewer Promotions (RGK) 107,7 FM, dengan *insidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel, yaitu pengambilan secara kebetulan. Teknil pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kesenjangan *discrepancy*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: 1) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek informasi termasuk dalam kategori **sedang**; 2) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek identitas pribadi termasuk dalam kategori **sedang**; 3) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial termasuk dalam kategori **tinggi**; 4) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek hiburan termasuk dalam kategori **rendah**.

Kata kunci: motif, kepuasan, kesenjangan, radio

A. PENDAHULUAN

Radio memiliki fungsi antara lain sebagai media hiburan, media promosi, media penerangan, dan pendidikan, karena diterima melalui pendengaran atau auditif, hal ini membuat semua orang bisa menikmati siaran radio sambil melakukan aktivitas lainnya (Darwanto,2007:34). Sebagai media hiburan dan promosi, tentu kedua hal tersebut sangat dibutuhkan bagi komunitas pedagang di pasar Klewer.

Aktivitas yang begitu padat membuat para pedagang membutuhkan sesuatu yang dapat menyegarkan pikiran mereka. Selain itu, waktu untuk melakukan hal-hal lain di luar kegiatan jual beli sangat sedikit, sehingga keberadaan radio Gapura Klewer dirasakan banyak manfaatnya bagi para pedagang terutama untuk mendapatkan beberapa informasi dan promosi bisnis terkait dengan usaha mereka.

Ada banyak motif yang mendorong seseorang dalam menggunakan media massa sebagai salah satu alat pemuas kebutuhannya. Menurut Kriyantono, (2010: 215-216) motif pengkonsumsian media dikategorikan menjadi motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan identitas sosial serta motif hiburan.

Jelas bahwa individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasnya melalui media tertentu pula, meski betapapun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. Dari berbagai motif yang mendorong menggunakan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media sebagai perwujudan dari motif yang ada.

Penelitian ini dilakukan di Radio Gapura Klewer Promotions 107,7 FM, sekitar lingkungan pasar Klewer Surakarta. Dipilihnya tempat ini karena menurut pandangan peneliti, radio Gapura Klewer 107,7 FM mempunyai daya tarik tersendiri berdasarkan peran media komunikasi dan informasi yang disampaikannya dalam mewadahi kebutuhan informasi komunitas pedagang di pasar Klewer Surakarta.

Adapun keunikan yang terdapat di radio Gapura Klewer antara lain dari segi penyampain informasi dan komunikasi kepada pedagang di pasar klewer yang disiarkan menggunakan kabel dan speaker-speaker yang telah dipasangkan disetiap sudut kios pasar Klewer. Radio ini juga memiliki gelombang frekuensi pada channel 107,7 FM, dengan jangkauan di wilayah sekitar pasar Klewer kurang lebih 2,5 Km.

Meskipun itu, radio ini juga sebagai media komunitas, yang dikelola layaknya seperti radio komersil. Dana operasional diperoleh dari iklan dan pilihan pendengar. Radio yang dibentuk tidak hanya sekedar untuk menyediakan kebutuhan warga tetapi juga sebagai media informasi, sosialisasi, dan hiburan bagi para pedagang.

radio Gapura juga memiliki keterbatasan antara kabel yang dibutuhkan untuk menjangkau siaran dan lokasi-lokasi yang speakernya rusak, supaya para pedagang atau masyarakat di pasar Klewer dapat mendengarkan radio Gapura Klewer melalui handphone atau radio kecil.

Sebagai radio yang mengedepankan berita dan informasi, media ini juga ingin lebih memperkaya berita dan informasi yang disampaikan kepada komunitas pedagang, yaitu berita dan informasi yang mendidik, menghibur dan mencerahkan. Radio Gapura Klewer cukup digemari dari kalangan muda sampai dewasa (17-45 Tahun, Depkes RI, 2009).

Radio Gapura Klewer menyajikan berita-berita ringan dengan diiringi lagu-lagu yang diminati anak muda sampai dewasa dan program acara lain seperti seputar obrolan dengan salah satu pedagang, karaoke *live*, dan pesan makanan yang sampai saat ini masih diminati pedagang ataupun pengunjung pasar Klewer di sela-sela aktifitas mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori media massa yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification Theory*. Riset *Uses and Gratification* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti teori *Uses and Gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2010:208)

Menurut Blumler dan Katz (1974, dalam Fiske, 2011:213-214) asumsi mendasar dari *uses and gratifications* adalah sebagai berikut:

1. Khalayak itu aktif. Khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apa pun yang media siarkan. Khalayak memilih dan menggunakan isi program.
2. Para anggota khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya.
3. Media bukanlah satu-satunya sumber pemuasan kebutuhan.
4. Orang bisa atau dibuat bisa menyadari kepentingan dan motifnya dalam kasus-kasus tertentu.
5. Pertimbangan nilai tentang signifikansi kultural dari media massa harus dicegah. Semisal, tidaklah relevan untuk menyatakan program-program infotainment itu sampah, bila ternyata ditonton oleh sekian juta penonton.

Thomas Ruggiero (2000, dalam Baran & Davis, 2010: 296-297) merumuskan 3 karakteristik dari komunikasi berbasis komputer (internet) yang harus diteliti oleh peneliti berbasis *uses and gratifications*, yaitu:

1. Keterhubungan

   Bermakna suatu kondisi dimana individu dalam setiap proses komunikasi memiliki kontrol dan dapat mengubahperan dalam

proses tersebut (komunikator–komunikan).

2. *Demassification*
   Adalah peluang dari individu pengguna media untuk memilih dari menu yang amat luas/bervariasi. Tidak seperti media tradisional lainnya, internet menyediakan karakteristik tiap penggunanya untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mereka.
3. *Asynchroneity*
   Bermakna bahwa pesan yang dibawa oleh media internet dapat menghubungkan mengirim dan menerima pada waktu yang berbeda, namun mereka tetap dapat berinteraksi secara nyaman. Seorang individu dapat mengirim, menerima dan menyimpan pada saat yang dia inginkan.

Dalam kasus perkembang media tradisional ke media baru. *Uses and gratifications* sangat penting posisinya untuk memetakan kecenderungan media baru yang menjadi suplemen atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di dalam masyarakat (Baran & Davis, 2010: 297).

Akan tetapi, *uses and gratifications* juga tidak lepas dari adanya kritik. Beberapa pakar menilai teori ini terlalu membesar-besarkan peran pengguna media dalam memilah media. Mereka menilai bahwa sebagian besar pengguna media adalah kelompok yang pasif dan hanya menjalani kebiasaan, dan tidak masuk akal untuk menanyakan tentang hal itu kepada orang-orang tersebut.

masalah yang ditemukan pula oleh Jay G. Blumler yang melihat bahwa aktivitas (audiens, pengguna media) maknanya terlalu luas. Oleh karena itu ia menjelaskan kembali makna tersebut ke dalam 4 hal antara lain:

a. kegunaan bermakna media memiliki kegunaan dan pengguna pun menggunakan media untuk mendapatkan kegunaan tersebut.
b. ketersengajaan bermakna konsumsi dari suatu media dapat terjadi karena dorongan yang ada dari tiap orang.

c. *Selektivitas* bermakna penggunaan media mencerminkan dan kesukaan mereka.

d. kebal terhadap pengaruh bermakna seringkali pengguna media bersikap keras kepala, tidak mau diatur oleh siapapun dan apapun. Sehingga secara otomatis, menghindari tipe media tertentu.

Selain beberapa kegunaan dan alasan untuk menggunakan media tersebut. Katz, Blumler dan Gurevitch (1974, dalam Baran & Davis, 2010: 300-301) menjelaskan juga adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media, antara lain:

1. Situasi sosial dapat melahirkan tekanan dan konflik, ketika itu konsumsi media bisa jadi adalah obat untuk keluar dari tekanan tersebut.
2. Situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media.
3. Situasi sosial dapat membatasi peluang untuk berinteraksi di dunia nyata, di situlah media dapat berfungsi sebagai suplemen atau bahkan menggantikan kehidupan nyata tersebut.
4. Situasi sosial seringkali melahirkan nilai-nilai sosial tertentu. Pemenuhan kepuasan dari nilai-nilai tersebut dapat difasilitasi oleh konsumsi media tertentu.
5. Situasi sosial dapat membuat pengguna semakin akrab dengan media. Kedekatan pengguna dengan media beserta isinya, dapata mempertahankan anggota dalam kelompok-kelompok tertentu.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Peneliti ingin menganalisis mengenai perbandingan tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan khalayak terhadap program acara di radio Gapura 107,7 FM.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah metode *survey*, dengan memberikan pertanyaan berupa kuesioner kepada responden

secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Klewer. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir yakni 10%

$$n = \frac{15886}{1 + 15886\,(0.1)^2}$$

$= 99{,}9 \approx 100$ orang

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah *insidental sampling*.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan kesenjangn (*discrepancy)*. Kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM terbagi menjadi dua, yaitu motif yang diinginkan atau *Gratification Sought* dan kepuasan yang diperoleh atau *gratification obtained.*

Kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM diukur berdasarkan rumus kesenjangan (*discrepancy*) antara *gratification sought* dan *gratification obtained*.

Semakin kecil *discrepancy*-nya, semakin memuaskan media tersebut. Sedangkan semakin besar *discrepancy*-nya, semakin tidak memuaskan media tersebut.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini betujuan untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM. Untuk mengukur kesenjangan kepuasan mengacu pada rumus statistik *discrepancy* yang diberikan oleh Palmgreen (1985) dalam Abdulloh Gozali (2015: 8) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n.i.j}{\sum\sum_{i \neq j} n.i.j}$$

Dimana:

D = Discrepancy/Kesenjangan

n = Jumlah Sampel

i = Motif yang dicari (GS)

j = Kepuasan yang diperoleh (GO) dimana $i \neq j$

Rumus *discrepancy* yang digunakan tersebut dioperasionalkan dengan perhitungan *cross tabulation* (*cross tab*) atau tabulasi silang, dimana item-item dalam GS dicrosskan dengan item- item dalam GO. Dari tabulasi silang tersebut akan dapat diketahui persentasi tingkat kesenjangan kepuasan yang terjadi dengan menghitung jumlah responden yang mengalami ketidaksesuaian antara GS dan GO-nya, dalam hal ini GS lebih besar daipada GO.

Besarnya kepuasan yang mampu diberikan oleh radio Gapura Klewer 107,7 FM dapat dihitung dengan mengurangi tingkat kepuasan maksimal (ditetapkan 100%) dengan tingkat kesenjangan kepuasan yang dialami responden pada tiap-tiap itemnya dan batasan kepuasan minimal sebesar 70%. Dengan kata lain, jika responden menyatakan bahwa kepuasan yang diperoleh untuk tiap jenis kebututhan berkisar antara 70-100% atau bila kesenjangan kepuasan berkisar antara 0–30% maka kebutuhan tersebut dianggap memuaskan.

Apabila kesenjangan kepuasan suatu media menunjukan angka prosentase diatas 30% berarti media tersebut tidak mampu memuaskan responden.

Tabel 1
Tingkat Pemenuhan Kepuasan

No	Pemenuhan Kepuasan	Prosentase Kesenjangan
1.	Rendah	21% - 30%
2.	Sedang	11% - 20%
3.	Tinggi	0% - 10%

Prosentase angka kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM dapat dilihat dari pada tabel-tabel uji kesenjangan GS-GO di bawah ini.

1. Kesenjangan Motif dan Kepuasan Informasi

Kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek informasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Tingkat Kesenjangan Aspek Informasi

GO / GS	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	2	11	0	0	13
S	2	70	8	0	80
TS	2	2	2	0	6
STS	0	0	0	1	1
Jumlah	6	83	10	1	100

Sumber: Data primer kuesioner, 2015

$$\text{Kesenjangan} = \frac{11+8}{100} \times 100\%$$

$$= 19\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesenjangan antara motifdan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek informasi termasuk dalam kategori **sedang** dengan kesenjangan sebesar 19%.

Tingkat kepuasan sedang yang dirasakan oleh pendengar dari aspek informasi ini disebabkan oleh adanya informasi yang disiarkan oleh radio Gapura Klewer 107,7 FM sifatnya masih umum sebagaimana informasi-informasi yang disampaikan oleh radio-radio yang lain.

Secara umum berita yang disiarkan oleh radio Gapura Klewer 107,7 FM seputar informasi berita yang terjadi di lingkup lokal dan nasional serta berbagai informasinya seputar informasi dan berita yang terjadi di Klewer dan sekitarnya.

Informasi semacam itu dianggap oleh para pendengar sebagai informasi yang umum disampaikan oleh setiap radio, namun hal itu memang cukup dibutuhkan oleh para pendengar. Untuk lebih meningkatkan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM perlu adanya inovasi pemberitaan informasi yang dikemas dengan lebih menarik dan *up to date* sesuai dengan selera pendengar.

2. Kesenjangan Motif dan Kepuasan Identitas Pribadi

Kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek identitas pribadi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Tingkat Kesenjangan Aspek Identitas Pribadi

GO / GS	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	0	4	2	0	6
S	5	63	9	0	77
TS	0	5	10	0	15
STS	0	0	0	2	2
Jumlah	5	72	21	2	100

Sumber: Data primer kuesioner, 2015

$$\text{Kesenjangan} = \frac{4+9+2}{100} \times 100\%$$
$$= 15\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek identitas pribadi termasuk dalam kategori sedang dengan kesenjangan sebesar 15%.

Tingkat kepuasan yang sedang ini disebabkan dalam prektik program-program acara yang dapat memberikan kesempatan kepada pendengar untuk mengekspresikan

diri di dunia Radio, menemukan fakta bagi diri sendiri untuk memperkuat opini pribadi tentang informasinya dan berita serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri terutama dalam bidang teknologi informasi masih dirasa kurang cukup memadai, meskipun sebagian sudah dapat dilakukan. Hal ini karena banyaknya tuntutan dari para pendengar, sehingga pengelola hanya memberikan beberapa sekmen yang dapat memberikan kepuasan pada aspek identitas pribadi.

3. Kesenjangan Motif dan Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Tingkat Kesenjangan
Aspek Integrasi dan Interaksi Sosial

GO / GS	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	1	6	0	0	7
S	8	75	2	0	85
TS	0	3	4	0	7
STS	0	0	0	1	1
Jumlah	9	84	6	1	100

Sumber: Data primer kuesioner, 2015

Kesenjangan $= \frac{6+2}{100} \times 100\%$

$= 8\%$

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial termasuk dalam kategori **tinggi** dengan kesenjangan sebesar 8%.

Tingginya tingkat kepuasan pendengar radio Gapur Klewer 107,7 FM Surakarta berdasarkan pada aspek integrasi dan interaksi sodial ini disebabkan pengelola radio memberikan kesempatan kepada pendengar berpartisipasi seperti memberikan pendapat atau masukan dalam diskusi seputar radio, menemukan solusi ketika adanya permasalahan dalam berita dan informasi yang disiarkan radio Gapura serta diberikan tanggapan atas pendapat dan masukan untuk siaran berita dan informasinya yang disiarkan radio Gapura.

Hubungan komunikasi antara pengelola radio dan pendengar ini cukup sering dilakukan, sehingga berbagai masukan yang disampaikan kepada radio Gapura Klewer 107,7 FM menjadi masukan yang membangun dan segera dapat direalisasikan sesuai dengan kebutuhan pendengar.

4. Kesenjangan Motif dan Kepuasan Hiburan

Kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek hiburan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5
Tingkat Kesenjangan
Aspek Hiburan

GO / GS	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	5	20	0	0	25
S	8	56	5	0	69
TS	0	4	1	0	5
STS	0	0	0	1	1
Jumlah	13	84	6	1	100

Sumber: Data primer kuesioner, 2015

$$\text{Kesenjangan} = \frac{20+5}{100} \times 100\%$$

$$= 25\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek hiburan termasuk dalam kategori **rendah** dengan kesenjangan sebesar 25%.

Rendahnya tingkat kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta berdasarkan aspek hiburan ini disebabkan pengelola radio belum dapat memenuhi keinginan pendengar dalam mengisi waktu luang, menghabiskan waktu ketika bosan, mendapatkan hiburan dan kesenangan serta sejenak menghilangkan stres.

Hal ini terjadi disebabkan sebagai radio komunitas yang terdiri dari berbagai macam pedagang lebih fokus pada banyaknya program acara yang berfokus pada informasi seputar perdagangan, sehingga program-program yang berisi hiburan masih kurang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang motif dan kepuasan pendengar Radio Gapur Klewer 107,7 FM Surakarta dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek informasi termasuk dalam kategori **sedang.**
2. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek identitas pribadi termasuk dalam kategori **sedang.**
3. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM

Surakarta dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial termasuk dalam kategori **tinggi.**

4. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta dilihat dari aspek hiburan termasuk dalam kategori **rendah**.

Hasil secara keseluruh menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pendengar radio Gapura Klewer 107,7 FM Surakarta termasuk dalam kategori **sedang.**

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran agar Radio Gapura Klewer 107,7 FM diharapkan senantiasa meningkatkan kepuasan pendengar meliputi, peningkatan kualitas penyiar dengan adanya variasi dalam menyiarkan acara, variasi program dan lagu yang diberikan, peningkatan layanan telepon dengan meningkatkan jumlah line telepon dan perluasan media promosi untuk meningkatkan jumlah pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulloh Gozali. 2015. Kepuasan Komunitas "CUt FIlm Production dan CC Fikom Unpad" Dalam Menonton Film Layar Lebar The Raid 2: Berandal. *Jurnal Eproc.* Universitas Telkom Bandung. p.8.

Baran, Stanley J. dan *Davis*, Dennis, K. 2010. *Teori Komunikasi massa, Dasar Pergolakan, dan Massa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu KomunikasiTeori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.