

**PENGARUH KUALITAS PROGRAM PLAYGROUND
TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR GERONIMO FM**
(Studi Kuantitatif tentang Pengaruh Pengaruh Kualitas Program Playground
terhadap Kepuasan Pendengar Geronimo FM)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

PAMUNGKAS KUSUMA SAKTI

12 09 04787 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PROGRAM PLAYGROUND TERHADAP
KEPUASAN PENDENGAR GERONIMO FM**

SKRIPSI

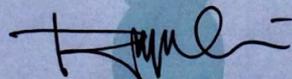
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

PAMUNGKAS KUSUMA SAKTI

120904787 / Kom

Disetujui oleh :



Ranggabumi Nuswantoro M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Pamungkas Kusuma S
NPM : 120904787
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Kualitas Program Playground Terhadap Kepuasan Pendengar Geronimo FM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 13 Juni 2019
Saya yang menyatakan



Pamungkas Kusuma S

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PROGRAM PLAYGROUND
TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR GERONIMO
FM

(Studi Kuantitatif tentang Pengaruh Pengaruh Kualitas
Program Playground terhadap Kepuasan Pendengar
Geronimo FM)

Penyusun : Pamungkas Kusuma Sakti

NIM : 12.09.04787 / KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari/Tanggal : Senin / 24 Juni 2019

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

Tim Penguji

Yohanes Widodo, MSc _____

Penguji Utama

Ranggabumi Nuswantoro M.A. _____

Penguji I

Pupung Arifin, S.Sos., M.Si. _____

Penguji II



HALAMAN PERSEMBAHAN

“Skripsi ini hanya sebagian kecil dari proses kehidupan saya yang saya nikmati setiap dinamikanya untuk mendapatkan sesuatu yang lebih besar dari hanya sekadar status. Bukan masalah waktu, bukan masalah nilai, tapi setiap tanggung jawab dan pendewasaan di tiap prosesnya. Mari melanjutkan petualangan selanjutnya”

Terima kasih semesta atas segala restunya, semoga hal kecil ini bisa menjadikan sebuah senyuman yang lebar untuk orang-orang disekitar saya

PAMUNGKAS KUSUMA. S

KATA PENGANTAR

Matur sembah nuwun saya persembahkan kepada Gusti Pangeran Inggang Akarya Jagad, untuk Semesta yang telah mengizinkan saya menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Program Playground Terhadap Kepuasan Pendengar Geronimo FM”. Laporan ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana dalam Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Atma Jaya Yogyakarta. Tentu saja penyusunan laporan ini dapat berjalan baik karena adanya bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, dan dukungan serta bahan masukan yang dapat membantu proses tersusun nya laporan ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Gusti Pangeran Inggang Akarya Jagad, matur sembah nuwun kagem sedaya berkah lan pangestunipun. Dengan segala restu-Nya, akhirnya laporan ini bisa selesai dengan baik dan dengan proses yang tepat.
2. Orang tua saya, Papa dan Mama saya yang selalu mengingatkan, mengejar saya dan tentunya memberikan segala bentuk dukungan yang sangat membantu saya dan memotivasi saya dalam proses pengerjaan laporan ini.
3. Kelima kakak saya, yang juga selalu membantu saya dalam bentuk dukungan moril, yang walaupun kadang-kadang menyakitkan namun menjadikan saya semakin kuat untuk menyelesaikan laporan ini.
4. Bapak Argo Twikromo, selaku dosen pembimbing lama saya yang juga menemani saya dalam proses pembuatan laporan ini. Ibu Olivia Lewi yang memberikan dan membantu saya sehingga dapat berproses dengan benar dalam

masa penulisan. Serta Bapak Ranggabumi Nuswantoro selaku dosen pembimbing saya yang baru, yang mau meluangkan waktu dan membantu saya selama proses penyusunan laporan dengan *deadline* yang sangat mepet beberapa waktu ini.

5. Rumah kedua saya 106.1 Geronimo FM yang mau menerima saya dan memahami kesibukan saya ketika mengerjakan laporan ini. Terima kasih untuk wijang yang menjadi motivasi saya untuk lulus, nugek, anjas, mbak geby, chalida, yang membantu saya untuk urusan hiburan ketika penat mengerjakan dan pengertiannya selama proses pengerjaan. Dan tentunya teman saya Toyk yang selalu ada ketika saya butuh *back up* ketika saya harus menyelesaikan laporan ini. Dan tentunya Mas Okta yang memberikan asupan teh panas setiap hari.

6. Teman-teman saya yang selalu menjerumuskan saya untuk tidak mengerjakan namun tetap memberikan *full support* secara moril maupun materiil. Terimakasih untuk Awang, Marrel, Ditto, Pay, Kepin, seluruh anggota grup line “Jathilan Santun” . Teman-teman SMA saya yang selalu menginspirasi saya, memberikan penguatan dengan cara yang sangat solutif dan konkrit terima kasih untuk Pras, galih, Sakti, Yose, Didit, Kombat, Bayu dan penghuni grup line “Salak Pondoh” yang selalu ada waktu untuk mendengarkan dan menanggapi keluhan saya

7. Pacar saya, Hanes yang jadi motivasi besar bagi saya untuk segera dan harus menyelesaikan studi saya dan menemani saya saat sedang bingung dan Lelah karena harus lembur dan menyelesaikan laporan ini. Terima kasih untuk pengertiannya dan penguatannya.

8. Terimakasih kepada seluruh teman-teman FISIP angkatan tua yang tergabung dalam grup Sobat Unik yang juga jadi motivasi dan inspirasi saya bahwa kuliah itu sepele, walaupun akhirnya hampir seluruh dari kami tersendat dan cukup susah untuk lulus. Terima kasih teman, kakak, dan sahabat untuk semua wejangan dan petuahnya.

9. Seluruh orang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas semua kebaikan yang diberikan kepada saya, lemah teles Gusti seng mbales!

Penulis menyadari kekurangan dalam laporan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu dan membangun agar dapat menjadi lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat berguna dan layak bagi siapapun.

Yogyakarta, 13 Juni 2019

Penyusun,

(Pamungkas Kusuma Sakti)

No. Mhs : 12 09 04787 / KOM

Pengaruh Kualitas Program Playground Terhadap Kepuasan Pendengar Geronimo FM

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada sejauh mana kepuasan pendengar Geronimo FM diciptakan melalui kualitas program yang dimiliki oleh program Playground. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori kualitas produk untuk melihat kualitas program yang dimiliki program Playground dan kepuasan konsumen untuk melihat dan mengukur kepuasan pendengar Geronimo FM. Kepuasan pendengar menjadi salah satu tahap sebelum akhirnya tercipta loyalitas bagi pendengar. Untuk meraih sebuah kepuasan dibutuhkan strategi dan kemasan yang unik dan atribut-atribut lain yang harus dimiliki oleh sebuah produk, yang dalam konteks penelitian ini adalah program Playground

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengetahui sejauh mana kepuasan pendengar Geronimo FM terhadap program Playground yang diciptakan melalui kualitas program yang dimiliki oleh program Playground. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dalam pengumpulan datanya mengandalkan kuisioner yang disebar menggunakan *google docs* sebagai data primer. Beberapa data tambahan yang sifatnya sekunder diambil melalui beberapa web yang terkait dengan teori dan data-data terkait perusahaan yang didapat langsung dari dokumen perusahaan terkait.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa program Playground memiliki penilaian yang positif dari pendengarnya terkait dengan kualitas produk yang dimilikinya. Sesuai dengan Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:433), dimensi kualitas produk dibagi menjadi *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *reliability* (reabilitas), *aesthetics* (estetika) dan *perceived quality* (kesan kualitas). Pada penelitian ini, dimensi yang digunakan adalah *performance* (kinerja), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) dan *perceived quality* (kesan kualitas). Playground mendapatkan penilaian yang positif dari atribut-atribut kualitas produk di atas. Namun penilaian yang positif tersebut tidak memunculkan kepuasan pendengar yang diukur dari seberapa banyak dan intensitas *engagement* pendengar terhadap program Playground

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pendengar, Geronimo FM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Kerangka Teori	
1. Teori Komunikasi-Teori S-M-C-R.....	14
2. Komunikasi Pemasaran.....	16
3. Produk.....	18
4. Kualitas Produk.....	20
F. Kerangka Konsep.....	24
G. Definisi Operasional.....	25
H. Metodologi Penelitian	

1. Jenis Penelitian.....	26
2. Subjek Penelitian	26
3. Waktu Penelitian.....	26
I. Teknik Pengumpulan Data	
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	27
3. Teknik Penentuan Sampel.....	28
4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
5. Teknik Pengukuran Data.....	29
6. Metode Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	30
7. Teknik Analisis	32
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN SUBYEK PENELITIAN	33
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
B. Deskripsi Variabel.....	45
C. Analisis Regresi Sederhana.....	63
D. Pembahasan	67
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Top 5 Radio di Jogjastreamer	8
Gambar 1.2	Model Komunikasi S-M-C-R dari Berlo	15
Gambar 1.3	Bagan Konsep Penelitian	24
Gambar 2.1.	Struktur Organisasi	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kelompok Pendengar Radio Indonesia dari Nielsen	3
Tabel 1.2	Kriteria Penilaian Uji Analisis Regresi.....	32
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X)...	42
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pendengar (Y).....	43
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X)	44
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Pendengar (Y).....	44
Tabel 3.5	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 1.....	45
Tabel 3.6	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 2.....	46
Tabel 3.7	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 3.....	47
Tabel 3.8	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 4.....	48
Tabel 3.9	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 5.....	49
Tabel 3.10	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 6.....	50
Tabel 3.11	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 7.....	51
Tabel 3.12	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 8.....	52
Tabel 3.13	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 9.....	53
Tabel 3.14	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 10....	54
Tabel 3.15	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 11....	55
Tabel 3.16	Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 12....	56
Tabel 3.17	Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 1	57
Tabel 3.18	Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 2	58
Tabel 3.19	Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 3	59
Tabel 3.20	Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 4	60
Tabel 3.21	Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 5	61
Tabel 3.22	Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 7	62
Tabel 3.23	Hasil Analisis Regresi.....	64
Tabel 3.24	Hasil Uji Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pendengar.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Kuesioner

Lampiran 2. Lampiran Validitas dan Realibilitas

Lampiran 3. Distribusi Frekuensi

Lampiran 4. Analisis Regresi Sederhana

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio bukan lagi menjadi sesuatu yang awam bagi masyarakat saat ini, radio menjadi salah satu media massa yang masih eksis dan masih bergerak dalam lingkup industri penyiaran di Indonesia. Definisi dari radio adalah alat komunikasi massa dalam artian adalah sebuah saluran dari pernyataan manusia yang umum dan terbuka serta menyalurkan lambang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur, isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat (Arifin, 1984:27). Jika dikaitkan dengan radio siaran atau lembaga penyiaran, radio adalah sebuah institusi atau perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran (Syarifuddin, 2005:9). Jadi, radio merupakan sebuah alat yang termasuk media massa dari sebuah institusi atau perusahaan penyiaran yang berisi bunyi, program maupun informasi aktual yang disiarkan oleh manusia. Radio sangat dekat dengan masyarakat dan memiliki sejarah yang panjang baik di luar negeri maupun di dalam negeri.

Dilansir dari www.kpi.go.id (2018), sejarah radio diawali di Amerika Serikat (AS) dengan pengembangan penemuan Marconi oleh DR. Lee De Forest pada tahun 1906 yang dijuluki "The Father of Radio". Sejak saat itu perkembangan radio di AS mengalami perkembangan sangat pesat yang pada bulan Maret 1923 telah berdiri 556 stasiun radio dan pada tahun 1926 berdirilah NBC (National Broadcasting Radio) sebagai badan siaran radio yang luas dan besar. Perkembangan radio dari AS kemudian menyebar ke berbagai macam negara seperti Inggris, Perancis, Uni Sovyet,

Jepang dan RRC. Pada tahun 1933, seorang professor dari Universitas Columbia yang bernama E. H. Amstrong menyempurnakan radio dengan memperkenalkan sistem Frequency Modulation (FM) sebagai penyempurnaan dari Amplitudo Modulation (AM).

Dilansir dari www.idntimes.com (2019), di Indonesia, radio yang pertama hadir bernama BRV (Bataviase Radiovereniging) pada 16 Juni 1925 yang berasal dari modal patungan dari segelintir masyarakat Indonesia untuk melawan propaganda Belanda yang pada waktu itu gencar menyampaikan pesan seputar perdagangan. BRV menjadi inspirasi bagi sejumlah daerah untuk melahirkan radio lokal seperti Solose Radiovereniging (SRV) pada 1 April 1933 di kota Surakarta yang hanya bisa dinikmati oleh kalangan elite atau bangsawan. Radio juga menjadi media yang digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk menyebarkan teks proklamasi dan berita kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945 meskipun menemui banyak rintangan dari Jepang yang pada tanggal 14 Agustus 1945 menyerah tanpa syarat.

Berdasarkan dua sumber di atas terkait awal mula radio lahir dan muncul di Indonesia, dapat dilihat bahwa radio memiliki sejarah yang panjang dan memiliki andil dalam sejarah kemerdekaan di Indonesia bahkan tetap eksis di masa sekarang. Namun, perkembangan radio juga dialami oleh media lain yang menjadi pesaing di masa keemasan radio yaitu televisi. Menurut KPI, radio memiliki kelemahan tidak dapat dilihat sehingga merupakan media yang selintas (hanya sekali dengar dan tidak bisa diulang), radio juga tidak bisa menginformasikan semua hal dan karena sifatnya yang satu arah maka tidak teridentifikasi siapa saja yang menerima info atau pesan

yang disampaikan (www.kpi.go.id, 2018). Kelemahan-kelemahan tersebut menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki oleh televisi yang kemudian menjadi media massa yang memiliki banyak peminat. Keberadaan Music Television atau MTV sejak tahun 1 Agustus 1981 di jejaring televisi kabel Amerika diklaim sebagai momen akan berakhirnya radio karena hadirnya video yang mampu menampilkan visual dan audio secara bersamaan. Kenyataannya hingga tahun 2019 ini, radio masih saja eksis terutama di Indonesia meskipun popularitasnya kian menyusut (beritagar.id, 2019). Survei dari Nielsen pada kuartal III 2016 mendapatkan data bahwa radio masih didengarkan oleh 20 juta orang dengan rata-rata durasinya 139 menit per hari. Data lain dari Nielsen adalah pengelompokan berdasarkan kategori usia yang dapat dilihat di tabel di bawah ini (www.idntimes.com, 2019):

Tabel 1.1 Kelompok Pendengar Radio Indonesia dari Nielsen

Kelompok	Durasi Mendengarkan Setiap Minggu
Generasi X (35-49 tahun)	18 jam
Generasi <i>Baby Boomers</i> (50-56 tahun)	17 jam 20 menit
Generasi <i>Silent Generation</i> (65 tahun keatas)	16 jam 22 menit
Generasi Milenial (15-34 tahun)	15 jam 37 menit

Sumber: <https://www.idntimes.com> (2019)

Data di atas menyatakan bahwa generasi yang paling sering mendengarkan radio adalah generasi yang berusia 35-49 tahun yang memang dekat sekali dengan radio dibandingkan dengan generasi millennial yang dekat sekali dengan televisi dan

internet. Ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh Nielsen pada tahun 2018 yang menyebutkan bahwa penetrasi penggunaan internet yang tertinggi ditemukan pada generasi Milenial (58%) dan generasi Z (50%), sedangkan Generasi X mempunyai penetrasi sebesar 33% dan Generasi *Baby Boomers* berada di angka 9% (economy.okezone.com, 2019). Masih dari hasil survei yang sama, Nielsen juga menemukan temuan bahwa dalam sehari, konsumen Indonesia menghabiskan waktu rata-rata 4 jam 53 menit untuk menonton televisi, kedua adalah mengakses internet dengan 3 jam 14 menit, radio dengan 2 jam 11 menit, membaca koran dengan 31 menit dan membaca majalah selama 24 menit (economy.okezone.com, 2019).

Besarnya penetrasi khalayak yang melihat televisi dan menggunakan internet, tidak menyurutkan para pelaku radio di tanah air untuk meninggalkan radio. Bahkan Persatuan Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) yang berkolaborasi dengan Presiden Joko Widodo sempat mengkampanyekan #radioguemati pada 11 Desember 2017 dengan menonaktifkan radio swasta selama 15 menit dari pukul 07.45 WIB. Tepat pukul 08.00 WIB, Presiden Jokowi mengunggah video melalui akun media sosialnya dengan ungkapan "Emang enak enggak ada radio. Saya Joko Widodo, pendengar radio." Gerakan ini sekaligus mengkampanyekan betapa radio masih memiliki banyak pendengar di Indonesia. Hingga tahun 2019, berdasarkan rekapitulasi dari Kominfo per 2019, jumlah radio yang memiliki izin mengudara sebanyak 2025 yang terdiri dari 1.680 Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), 215 Lembaga Penyiaran Komunitas dan 130 Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL). (www.idntimes.com, 2019).

Sebagai sebuah media, radio tidak bisa dipisahkan dari media massa karena seperti yang dikatakan oleh Bungin (2006:85), media massa dalam paradigmanya mempunyai peran sebagai institusi pencerahan masyarakat yang berkaitan dengan edukasi, sebagai media informasi karena setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat dan sebagai media hiburan. Kini radio dibutuhkan tidak hanya untuk mendapatkan informasi formal saja, informasi-informasi yang bersifat menghibur juga disalurkan oleh radio kepada pendengar. Menurut salah seorang pengamat radio dari Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang bernama Harliantara Harley Prayudha, radio memiliki nilai persuasif yang tinggi dalam menyampaikan informasi dan terus mendapatkan ruang di setiap hati pendengarnya karena adanya kedekatan emosi (www.idntimes.com, 2019). Radio juga dapat dikatakan sebagai media hiburan, terutama hiburan melalui musik yang memang tidak dapat dipisahkan dengan radio.

Dilansir dari hot.detik.com (2081), pada masanya, radio sebagai media arus utama yang memegang pengaruh penting dalam pergerakan tren musik sehingga lagu yang diputar akan menjadi *hits* dan dikenal oleh orang banyak. Kehadiran era digital terutama internet dianggap akan mengubah cara pendengar dalam menikmati musik karena musik bisa saja ditemukan dengan sendirinya oleh pendengar begitu pula sebaliknya, pendengar dapat menemukan sendiri musiknya, namun hal itu dibantah oleh Ilham Fahrie dan Arga Narrada. Ilham yang merupakan Music Director Jak FM mengatakan bahwa radio masih memegang peranan penting dalam pencatutan musik di Indonesia. Hal serupa juga dikatakan oleh Arga yang merupakan Music Director dari Prambors, yang mengatakan bahwa jika radio sudah tidak relevan, kenapa Apple

membuat radio Beats 1. Keduanya sepakat bahwa yang membedakan *playlist* lagu yang diputar di radio dengan aplikasi layanan *streaming* berbasis internet adalah adanya sentuhan manusia dalam penyusunannya. Untuk menyusun lagu di sebuah program radio, seorang Music Director bekerja berdasarkan riset pasar pendengar mereka sedangkan layanan *streaming* dirancang oleh algoritma. Menjadi nilai plus bahwa radio masih menyenangkan karena masih ada penyiarnya juga.

Keidentikan musik dengan radio juga harus diimbangi dengan konten program yang berkualitas agar radio masih didengar oleh pendengarnya di tengah berkembangnya media digital dan tingginya penonton televisi. Ketua Dewan Pers, Stanley Yoseph Adi Prasetyo menyebutkan agar radio tidak ditinggalkan, siarannya harus mencerminkan kebutuhan masyarakat pendengarnya terutama kekuatan konten lokal yang merupakan keunikan sekaligus kekuatan radio. Keunikan dan kekuatan ini yang menurutnya mulai dilupakan oleh pengelola radio, terutama dari isi program dan bahkan cara berbicara penyiar yang mengikuti cara penyiar di Jakarta, meskipun radio tersebut berada di luar Jakarta (news.okezone.com, 2019).

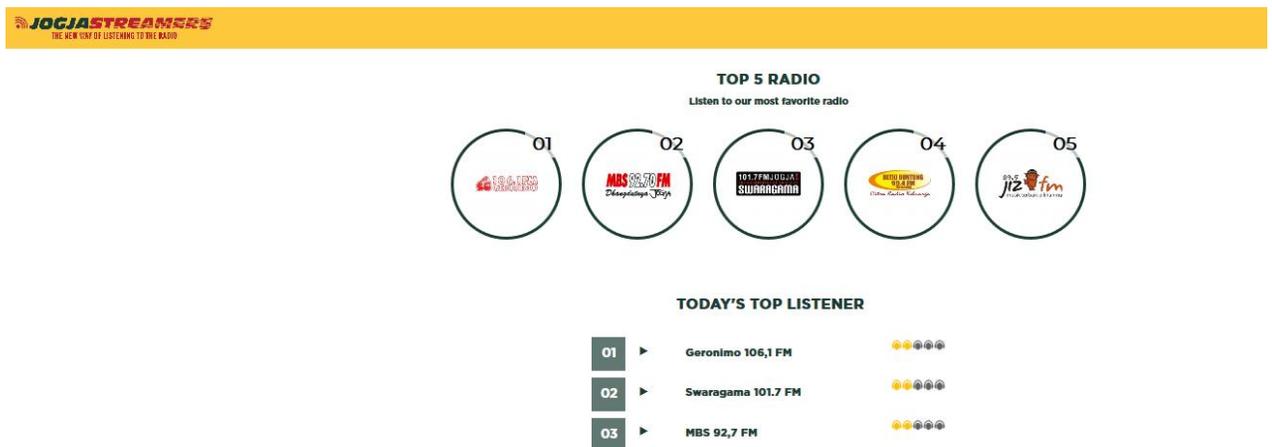
Berdasarkan artikel tersebut, dapat dilihat dua hambatan yang dihadapi oleh radio di tengah perkembangan media digital yaitu hadirnya aplikasi atau layanan musik *streaming* dan juga konten program yang tidak memiliki keunikan sendiri. Tentu persaingan antara radio dengan televisi dan internet tidak hanya dialami oleh radio-radio yang berbasis di Jakarta namun juga radio yang berada di daerah salah satunya di Yogyakarta. Geronimo FM sebagai salah satu radio yang berasal dari Yogyakarta telah berdiri sejak tahun 1971 dan masih beraktivitas hingga tahun 2019

ini. Geronimo menjadi radio pertama yang dikelola dengan format Top 40 yang menitikberatkan pada format musik Top 40. Tidak hanya sebagai barometer musik, Geronimo juga menyuguhkan berbagai informasi seputar dunia hiburan, seni budaya, dan gaya hidup anak muda. Geronimo FM memiliki target pendengar berusia 15-24 tahun yang secara spesifik adalah anak muda yang sedang menempuh studi aktif. Geronimo FM memiliki program siaran yang beragam, antara lain adalah Hot Request, Good Morning Youngster, Indianazone, Playground, Andrawina, Kos-Kosan Gayam, dan Kedai 24. Masing-masing program memiliki format dan kemasan yang berbeda dan disesuaikan dengan jam siar serta tujuan dari masing-masing program yang disiarkan. Salah satu program unggulan dari Geronimo FM adalah Playground yang disiarkan pada pukul 16.00 hingga 21.00. Program Playground juga menjadi salah satu program yang didapuk sebagai program *prime time* yang menjadi salah satu senjata andalan dari Geronimo FM yang dipandu oleh Aditya Sasongko dan Rizky Anjas dengan tagline program: *Make It Fun !* (Arsip Geronimo, 2019).

Dilansir dari www.jogjastreamers.com (2019) Geronimo menjadi salah satu radio komersil yang masih aktif dan diminati oleh pendengar radio di jogja. Hal tersebut ditunjukkan dari eksistensi program serta inovasi yang masih dilakukan Geronimo untuk memuaskan pendengarnya. Salah satu indikasi yang membuktikan bahwa radio Geronimo masih diminati oleh pendengarnya adalah berdasarkan grafik yang menunjukkan bahwa Geronimo menjadi 3 besar radio di Jogja yang paling banyak didengarkan melalui jogjastreamers.com per tanggal 28 Juni 2019 pukul 22.36 WIB. Selain itu, Geronimo juga sering menempati *daily top streamers* di

jogjastreamers.com. Hal tersebut dijadikan penulis sebagai alasan mengapa layak untuk menjadikan Geronimo sebagai objek penelitian, karena posisinya yang masih kuat di dalam industri radio di Yogyakarta. Berikut adalah tampilan dari halaman www.jogjastreamers.com per tanggal 28 Juni 2019 pukul 22.36 WIB:

Gambar 1.1 Top 5 Radio di Jogjastreamer



Sumber: <http://jogjastreamers.com/> (2019)

Berdasarkan peringkat di jogjastreamers.com di atas dapat dilihat bahwa Geronimo masih menduduki peringkat 5 teratas bahkan nomor satu. Ini membuktikan bahwa Geronimo masih diminati oleh para pendengarnya baik di kota Yogyakarta maupun luar kota Yogyakarta karena melalui layanan *streaming* ini, radio sekarang dapat didengarkan di mana saja asalkan terhubung dengan internet. Contoh seperti inilah yang membuat radio dapat bertahan di tengah berkembangnya aplikasi layanan musik *streaming* dan televisi yaitu dengan memanfaatkan kelebihan internet itu sendiri dalam menjaring pendengar. Hal ini sesuai dengan pendapat dari seorang Program dan Music Director OZ Radio Bandung, Andrie Kemir Maulana yang

mengatakan bahwa radio perlu beradaptasi sesuai dengan perkembangan zaman dengan memanfaatkan medium baru untuk menambah jangkauan pendengar radio sehingga tidak hanya fokus pada siaran udara (*on air*) tetapi juga konten digital (beritagar.id, 2019).

Harliantara juga menambahkan bahwa tidak sepatutnya radio melihat internet sebagai pesaing karena hubungan yang dibangun adalah saling melengkapi antara radio yang bergerak dengan frekuensi analog dengan internet yang mampu menampilkan gambar dan video di kanal beritanya. Kemal Mochtar, seorang penyiar dari GenFM juga memberikan pernyataan yang serupa, yaitu dengan hadirnya radio *streaming*, para pendengar akan semakin luas, contohnya pendengar GenFM sekarang ini bukan hanya di Jakarta dan Surabaya namun sampai Makassar, Jepang bahkan Belanda tanpa menambah jaringan frekuensi (www.idntimes.com, 2019).

Salah satu kemajuan teknologi di atas merupakan satu inovasi dari internet yang dapat membantu mempermudah akses khalayak kepada media massa yang ada, seperti radio. Hal yang awalnya ditakutkan seolah terbantah dengan sendirinya ketika pengelola radio berhasil memanfaatkan internet dengan baik untuk menyiarkan siaran radio. Kendala yang sebetulnya dihadapi sekarang ini adalah pengemasan program atau konten radio seperti yang diutarakan oleh Stanley yang dilansir oleh news.okezone.com. Permasalahan dalam perkembangan industri radio zaman sekarang tidak semata-mata hanya bersaing dengan media lain yang lebih digemari oleh khalayak namun persaingan antar program radio yang mulai menjadi tren baru di era sekarang ini.

Perang program mulai digencarkan oleh masing-masing radio di Indonesia dengan mulai mengemas dan menawarkan program semenarik mungkin demi mendapatkan perhatian dan memuaskan kebutuhan pendengar. Di Yogyakarta sendiri, masing-masing radio mulai menawarkan program-program andalan serta menyematkan segmen-segmen yang menarik didalamnya. Program menjadi penting bagi sebuah radio karena seperti yang dikatakan oleh Arga yang dilansir di hot.detik.com (2018), selain memutar musik, konten (program) tidak bisa dikesampingkan dan harus lebih kuat lagi. Hal ini berkaitan dengan pemasukan dari slot-slot iklan yang ditawarkan di tiap jam siaran yang tersedia dan beberapa kegiatan *off air* yang diintegrasikan dengan kegiatan-kegiatan *on air* yang ada agar sebuah radio dapat bertahan hidup. Radio dituntut harus mampu mengemas program-program yang mereka miliki dengan semenarik dan sekreatif mungkin, dengan fakta bahwa radio bukanlah media utama yang digemari oleh khalayak umum sekarang ini.

Program radio ibarat produk yang dibuat dan dihasilkan oleh pihak radio itu sendiri untuk kemudian ‘dijual’ atau diperdengarkan kepada audiens atau pendengarnya. Program-program radio ini disesuaikan dengan target sasaran yang telah ditentukan agar dapat menarik minat dari pendengar secara luas. Sebagai sebuah produk, program harus mampu dijual kepada konsumen yang dalam konteks ini adalah para pendengar Geronimo FM. Menurut Tjiptono (2002) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar. Bisa dikatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen

sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi dengan mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks ini, Geronimo FM menjadi produsen dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi terhadap khalayak melalui program-program yang ditawarkan. Playground adalah salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh Geronimo FM karena formatnya yang dirancang sebagai sebuah program *prime time*.

Program radio diharuskan berkualitas karena sebuah produk yang dihasilkan oleh produsen agar diminati adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2010: 229) adalah *the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*. Berdasarkan pemaparan Kotler dan Armstrong tersebut bisa dikatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik dari sebuah produk yang digunakan untuk melihat dan mencukupi kebutuhan pelanggan. Kualitas produk berbicara mengenai sejauh mana kepuasan yang dicapai oleh konsumen ketika menikmati sebuah produk yang ditawarkan oleh produsen.

Kualitas siaran yang dalam penelitian ini dikaitkan dengan kualitas produk menjadi satu bahasan yang menarik, salah satu literasi sebelumnya yang pernah dilakukan oleh peneliti lain adalah dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran dan Format Siaran Serta Kualitas Penyiar Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pendengar Pada Radio Kiss FM Jember” yang dilakukan oleh Dewi Deniaty Sholihah pada tahun 2016. Penelitian tersebut memiliki objek yang sama dengan penelitian penulis, yaitu radio. Beberapa hal yang menjadi pembeda antara penelitian

sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah munculnya variabel format siaran dan kualitas penyiar yang dijadikan sebagai acuan untuk mengukur kualitas program. Kualitas siaran yang dimaksud dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi Deniaty Sholihah lebih mengacu kepada teknis penyiaran yang dilakukan di radio Kiss FM. Hal teknis yang terkait dengan kualitas siaran tersebut antara lain adalah kejernihan *audio* yang ditangkap oleh pendengar, serta jangkauan siaran yang dimiliki oleh radio Kiss FM. Sedangkan dalam penelitian penulis, kualitas siaran yang dimaksud adalah kualitas program siaran sebagai sebuah produk yang diproduksi oleh Geronimo FM yang dijual ke para pendengarnya.

Penelitian lain yang menjadi referensi, berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffee Shop*” yang dilakukan oleh Ika Kusumasasti di tahun 2017. Kualitas produk juga dipakai sebagai variabel yang dianggap mempengaruhi loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian tersebut adalah obyek yang digunakan. Peneliti menggunakan radio sebagai obyek penelitian, sedangkan penelitian dari Ika Kusumasasti menggunakan *coffee shop* sebagai obyek yang diteliti. Selain itu, dalam penelitian sebelumnya tersebut Ika Kusumasasti menggunakan kualitas produk secara langsung sebagai variabel yang nantinya akan dihitung seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Munculnya variabel kualitas layanan juga menjadi pembeda dengan penelitian yang dilakukan penulis. Kesamaan yang ada adalah konteks dan pendekatan yang dilakukan. Peneliti dalam penelitian ini melihat bahwa kualitas siaran bisa dianggap sama dengan kualitas produk yang akhirnya dapat

mempengaruhi loyalitas pendengar atau loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan Ika Kusumasasti, disebutkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan produk yang ditawarkan sebagai faktor utama yang mempengaruhi mereka mengunjungi *coffee shop* tersebut.

Menjadi tantangan tersendiri bagi Geronimo FM melalui program Playground yang dibuatnya karena target sasaran pendengarnya adalah pendengar yang berusia 15-24 tahun, sedangkan data dari Nielsen yang dilansir oleh www.idntimes.com (2019) menyebutkan bahwa generasi milenial (15-34 tahun) menghabiskan waktu hanya 15 jam 37 menit dibandingkan dengan generasi X (35-49 tahun) dengan durasi 18 jam setiap minggunya. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat apakah kualitas program Playground dari Geronimo FM mampu mendapatkan kesan atau nilai positif atau tidak dari pendengarnya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana penilaian kualitas siaran program Playground oleh pendengar radio Geronimo FM?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penilaian kualitas siaran program Playground oleh pendengar radio Geronimo FM.

D. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Untuk menerapkan teori-teori yang telah diterima di perkuliahan terhadap kondisi yang sebenarnya di perusahaan serta menambah kesempatan untuk menambah wawasan maupun pengetahuan terkait teori komunikasi.

b. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai penerapan teori komunikasi, dan juga sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan pihak manajemen dalam melakukan keputusan terkait operasi perusahaan dan meningkat kinerja kegiatan perusahaan.

E. KERANGKA TEORI

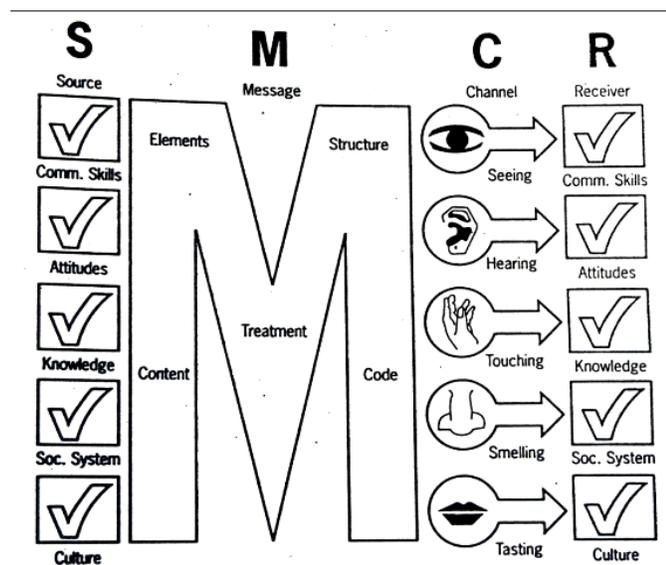
Penelitian ini akan membahas bagaimana penilaian kualitas program radio Playground oleh para pendengar radio Geronimo FM sehingga teori yang akan digunakan adalah teori komunikasi S-M-C-R dari Berlo, merek, produk dan kualitas produk yang akan dijabarkan di bawah ini:

1. Teori S-M-C-R

Teori ini dikemukakan oleh Berlo dengan kepanjangan dari *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (saluran) dan *receiver* (penerima) (Mulyana, 2007:162). Sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang atau

kelompok; pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat; saluran adalah medium yang membawa pesan dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi (Mulyana, 2007:162). Model komunikasi dari Berlo ini dapat dilihat di bawah ini (Mulyana, 2007:163):

Gambar 1.2 Model Komunikasi S-M-C-R dari Berlo



Sumber: Mulyana (2007:163)

Model ini menggambarkan kebutuhan penyandi (*encoder*) dan penyandi-balik (*decoder*) dalam proses komunikasi. Enkoder bertanggung jawab untuk mengekspresikan maksud sumber dalam bentuk pesan, begitu juga dengan penerima yang membutuhkan penyandi-balik (perangkat keterampilan indrawi) untuk menerjemahkan pesan yang ia terima. Dalam komunikasi massa, salurannya dapat berupa televisi, radio, surat kabar, buku atau majalah. Model Berlo juga melukiskan faktor pribadi yang mempengaruhi proses komunikasi, seperti keterampilan berkomunikasi, pengetahuan, sistem sosial dan lingkungan

budaya dari sumber dan penerima. Saluran berhubungan dengan panca indra seperti, melihat, mendengar, menyentuh, membaui dan merasai (mencicipi) (Mulyana, 2007:162-163).

Pada penelitian ini, komunikasi yang terjadi adalah Geronimo FM melalui para penyiarinya yang bertindak sebagai sumber, pesan yang disampaikan kepada para pendengar adalah berbagai konten atau isi program yang dikemas sedemikian rupa baik musik, informasi atau hiburan. Saluran adalah radio karena berkaitan dengan komunikasi massa dan juga para pendengar menggunakan indra pendengar di model ini, sedangkan penerima adalah para pendengar program Playground dari Geronimo FM dengan latar belakang, pengetahuan umum, kemampuan mengolah pesan, dan budaya yang berbeda-beda. Model ini juga tidak menggambarkan adanya proses umpan balik dan sangat sesuai dengan penelitian ini nantinya dimana radio sebagai komunikasi massa berjalan satu arah saja. Pada penelitian ini, Geronimo bertindak sebagai produsen dan nama merek yang dikenal oleh para pendengar radio terutama di Yogyakarta.

2. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah semua elemen dalam pemasaran yang memberi arti dan mengkomunikasikan nilai kepada konsumen dan *stakeholder* sebuah perusahaan (Keegan dalam Machfoedz, 2010:16). Melalui komunikasi pemasaran ini, perusahaan memberikan informasi terkait prduknya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempengaruhi serta menumbuhkan keinginan untuk membeli. Proses komunikasi pemasaran menjadi penting bagi perusahaan

terkait dengan penjualan produk dan untuk menumbuhkan minat beli dari konsumen. Unsur-unsur dalam proses komunikasi pemasaran dapat diuraikan sebagai berikut (Machfoedz, 2010:17-18):

- a. Sumber informasi, adalah pemasar (perusahaan atau organisasi)
- b. Kode/Program adalah proses pembentukan pesan atau ide ke dalam bentuk yang dapat dipahami dan diharapkan dapat mempengaruhi penerima. Tahapan ini mencerminkan strategi kreatif atau saran penjualan, janji yang dibuat oleh perusahaan tentang produk atau perusahaannya.
- c. Pesan adalah pelaksanaan strategi kreatif. Pesan dapat diungkapkan dengan berbagai cara, meliputi kata-kata (secara lisan atau tertulis), diagram, gambar dan dramatisasi dalam berbagai bentuk.
- d. Media adalah saluran yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan seperti radio, televisi, media cetak, telepon, faksimili dan hubungan langsung antara wiraniaga dan konsumen, atau kata-kata yang diucapkan oleh konsumen.
- e. Penguraian kode merupakan penafsiran pesan oleh penerima. Pesan yang sama dapat ditafsirkan berbeda oleh penerima yang beragam, yang mempunyai pengalaman, pengetahuan dan lingkungan masing-masing.

- f. Penerima adalah pihak yang menerima pesan, perusahaan, konsumen atau *stakeholder* pengirim pesan yang ingin mempengaruhi dengan cara tertentu.
- g. Umpan balik merupakan respon penerima terhadap pesan, yang diharapkan oleh pemasar akan dapat mengubah sikap atau perilaku atau permintaan informasi yang lebih rinci.
- h. Gangguan adalah segala sesuatu yang bersifat fisik dan psikologis, yang berbaaur dalam cara yang dilakukan untuk melaksanakan kreasi, penyampaian, penerimaan dan penafsiran pesan pemasaran.

Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tentu akan diikuti oleh produk yang dibuatnya. Produk tersebut merupakan bentuk fisik dari perusahaan yang dijual kepada konsumen.

3. Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat digunakan untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumennya. Menurut Stanton (1996:222) produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, yang termasuk di dalamnya adalah kemasan, warna, harga, kualitas, dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. Produk menjadi satu bagian yang penting dalam proses transaksional yang dilakukan oleh produsen, oleh karena itu, produk harus memiliki keunggulan yang mampu ditawarkan kepada khalayak yang menjadi

target pasarnya. Sedangkan definisi produk menurut Tjiptono (1999:95) adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan/konsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan/keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk menurut Tjiptono adalah pemahaman subjektif dari produsen terhadap sesuatu yang ditawarkan kepada khalayak untuk mencapai tujuan organisasi.

Definisi yang dipaparkan oleh beberapa ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa produk adalah segala sesuatu yang memiliki wujud berupa barang atau jasa yang nantinya digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Tiap barang dan jasa yang dihasilkan oleh tiap produsen tentu memiliki desain produk yang berbeda-beda sebagai pembeda dengan merek lain.

Mark Gobe (2005:7) mengungkapkan bahwa desain produk yang baik harus dapat memberikan pengalaman sentuhan yang menyenangkan bagi pelanggan. Oleh karena itu, desain produk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam proses menentukan produk mana yang akan dibeli oleh konsumen karena diharapkan mampu memberikan pengalaman lain kepada konsumennya. Desain yang baik tentu akan menarik perhatian konsumen dan menyentuh sisi emosional dari konsumen sesuai pendapat dari Gobe (2005:7) di atas.

4. Kualitas Produk

Dalam proses pembelian atau kegiatan mengkonsumsi sebuah produk, kualitas produk menjadi salah satu hal yang dijadikan bahan pertimbangan awal oleh konsumen. Kualitas produk juga dapat dikaitkan dengan kemampuan sebuah produk dalam menjawab kebutuhan dan keinginan konsumennya. Diperlukan hubungan timbal balik yang baik antara produsen yang menawarkan dan menjual sebuah produk dengan konsumen yang nantinya akan menikmati produk tersebut.

Secara terpisah, definisi terkait dengan kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2006:344) adalah “*is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*”. Produk dapat diasumsikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memuaskan keinginan maupun kebutuhan mereka. Mengenai kualitas, Kotler dan Keller (2006:138) berpendapat bahwa “*is totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Menurut pemaparan tersebut dapat diasumsikan bahwa kualitas adalah keseluruhan karakteristik dan kemampuan yang dimiliki oleh sebuah produk untuk memenuhi kepuasan konsumennya secara langsung maupun tidak langsung. Jika dikaitkan antara definisi produk dan kualitas di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh suatu produk yang dibuat oleh produsen atau perusahaan terkait dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan, keinginan maupun kebutuhan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya, ada beberapa elemen yang terkait dengan kualitas produk dilihat dari dimensinya. Kotler dan Keller (2016:164) berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan dari sebuah barang yang bertujuan tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan konsumen saja, melainkan kemampuan untuk memberikan sesuatu lebih dari apa yang konsumen harapkan. Jadi, produk dibuat tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen saja, namun produk diharapkan dapat memberikan lebih dari yang seharusnya diterima konsumen agar tercipta hubungan antara konsumen dan produsen yang lebih baik di masa depan. Untuk mengkaji dan melihat sebuah kualitas produk, ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 230), kualitas produk terbagi dalam dua dimensi, yaitu:

a. *Quality Level*

Dalam dimensi ini, kualitas produk dianggap sebagai kualitas performa dari sebuah produk itu sendiri untuk menjalankan fungsinya. Sejauh mana sebuah produk mampu untuk menjalankan fungsinya dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

b. *Quality Consistency*

Dalam dimensi ini, kualitas produk memiliki peran yang sama dengan *conformance quality*. *Conformance quality* sendiri pun terkait dengan kesesuaian sebuah produk terhadap sebuah standar yang sudah ditentukan.

Bebas dari kerusakan dan memiliki performa yang konsisten sesuai dengan target yang ada

Kualitas produk dianggap menjadi satu komponen yang penting dalam mengukur kemampuan sebuah produk dalam mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam sebuah pasar. Untuk mengerti kemampuan tersebut perlu melihat dimensi dari kualitas produk itu sendiri. Menurut Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:433) dimensi kualitas tersebut dibagi dalam beberapa hal, yaitu :

a. *Performance* (Kinerja)

Untuk melihat *performance* suatu kualitas produk adalah dengan melihat fungsi dasar dan karakteristik utama dari sebuah produk tersebut. Bagaimana manfaat dasarnya dan secara umum, produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumennya

b. *Durability* (daya tahan)

Untuk melihat dan menentukan *durability* sebuah produk dalam dimensi kualitas produk, konsumen akan memperhatikan berapa lama umur produk tersebut bertahan sebelum akhirnya produk tersebut diganti. Semakin besar intensitas konsumen mengkonsumsi sebuah produk, maka semakin besar pula daya tahan produk tersebut.

c. *Conformance to specifications* (Kesesuaian dengan spesifikasi)

Dimensi ini akan melihat sejauh mana karakteristik dasar sebuah produk dapat memenuhi spesifikasi atau permintaan tertentu dari konsumen.

Dalam proses pemenuhan permintaan tersebut harus memperhitungkan minimnya cacat produk.

d. *Features* (Fitur)

Fitur merupakan karakteristik tambahan yang dibuat untuk menyempurnakan fungsi utama sebuah produk agar konsumen lebih tertarik kepada produk tersebut.

e. *Reliability* (reabilitas)

Reabilitas berkaitan dengan penghitungan peluang apakah sebuah produk akan bekerja dengan optimal atau tidak dalam suatu periode tertentu. Semakin kecil peluang sebuah produk akan rusak, maka produk tersebut dapat diandalkan.

f. *Aesthetics* (estetika)

Estetika adalah penampilan secara fisik dari produk itu sendiri, estetika sendiri mengacu kepada tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk tersebut.

g. *Perceived quality* (kesan kualitas)

Kesan kualitas berbicara mengenai pengukuran secara tidak langsung yang dilakukan oleh konsumen terhadap sebuah produk. Terkadang pengukuran tersebut bisa jadi salah karena konsumen tidak mendapatkan pemahaman secara langsung mengenai sebuah produk melainkan melakukan pengukuran tersebut berdasarkan informasi-informasi yang mereka dapat secara langsung seperti harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara.

Pembahasan di atas merupakan pemahaman dari kualitas produk secara umum. Pemahaman tersebut digunakan untuk melihat sejauh mana kualitas dari program Playground yang dimiliki oleh radio Geronimo FM akan berdampak pada penilaian pendengarnya.

F. KERANGKA KONSEP

Gambar 1.3 Bagan Konsep Penelitian



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar bagan di atas merupakan kerangka konsep yang didapat dari teori-teori yang sudah disusun dalam kerangka teori. Kerangka konsep di atas akan menjadi batasan dalam penelitian untuk menjelaskan penilaian para pendengar program Playground Geronimo FM Seperti yang sudah dituliskan pada kerangka teori, disebutkan bahwa untuk melihat seberapa besar kualitas produk yang dihasilkan dapat dilihat dari dimensi sebuah kualitas produk itu sendiri. Dimensi yang akan digunakan sebagai indikator untuk mengukur kualitas produk pada penelitian ini adalah *performance*, *conformance to specifications*, dan juga *perceived quality* yang merupakan bagian dari dimensi kualitas produk. Pemilihan ketiga dimensi tersebut disesuaikan dengan bentuk dari sebuah program radio yang hanya bisa dilihat atau

dinilai dari segi *performance*, *conformance to specifications*, dan juga *perceived quality* sedangkan sisanya seperti *durability*, *features*, *reability* dan *aesthetics* tidak sesuai untuk menilai sebuah program radio yang dianalogikan sebagai sebuah produk.

G. DEFINISI OPERASIONAL

1. Definisi Operasional

Untuk mempermudah melakukan proses penelitian dibutuhkan adanya definisi operasional yang akan menjadi acuan dan panduan dalam pelaksanaan penelitian, adapun definisi operasional dalam penelitian ini berdasarkan variabel kualitas produk (kualitas siaran). Seperti yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2016:164) adalah kemampuan dari sebuah barang yang bertujuan tidak hanya sekadar untuk memenuhi kebutuhan konsumen saja, melainkan kemampuan untuk memberikan sesuatu yang lebih dari apa yang konsumen harapkan. Untuk melihat dan mengukur kemampuan tersebut dapat melihat dari dimensi yang dimiliki kualitas produk yang berupa program radio yang bernama Playground dari Geronimo FM. Maka untuk penelitian ini, definisi operasional yang digunakan adalah :

a. *Performance* (kinerja)

Kinerja akan melihat sejauh mana Playground mampu memenuhi kebutuhan pendengarnya. Dengan kata lain nantinya dengan melihat kinerja dari Playground sebagai sebuah produk dari Geronimo FM maka yang diukur adalah seberapa besar atensi pendengar terhadap program Playground.

b. *Conformance to Spesification* (Kesesuaian dengan spesifikasi)

Kesesuaian dengan spesifikasi digunakan untuk melihat sejauh mana pendengar dapat menangkap atribut-atribut yang disematkan dalam program Playground dengan baik. Mulai dari variasi segmen yang disajikan, cara penyampaian penyiarannya, lalu pemilihan lagu serta *gimmick* yang disajikan selama siaran melalui *tools* dan karakteristik dari penyiarannya.

c. *Perceived Quality* (Kesan Kualitas)

Kesan kualitas digunakan untuk melihat sedekat apa program Playground ini dengan para pendengarnya, dan kesan lain yang ditangkap oleh pendengar playground setelah disajikan program ini secara utuh.

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah penelitian kuantitatif, yang digunakan dengan cara meneliti beberapa orang yang akan ditetapkan dalam sampel tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penilaian kualitas siaran program Playground dari Geronimo FM.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian tentang kualitas siaran program Playground oleh pendengar radio Geronimo FM.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan Mei hingga Juni 2019.

I. Teknik Pengumpulan Data

1. Populasi

Definisi dari populasi sendiri, menurut Andjani dan Adi (2011) dalam sebuah penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian yang di dalamnya termasuk manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, dan lain sebagainya yang memungkinkan untuk objek-objek tersebut menjadi sumber data penelitian. Untuk penelitian kali ini, populasi yang digunakan adalah pendengar program Playground Geronimo FM. Berdasarkan data internal dari Geronimo FM, diperoleh jumlah data pendengar program Playground periode Januari hingga April 2019 sebanyak 36 pendengar. Data ini berdasarkan nomor Whatsapp (WA) dan jumlah akun Twitter dari pendengar yang masuk ke Geronimo FM ketika program sedang berjalan.

2. Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2010:85). Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 36 pendengar program acara Playground dari Geronimo FM berdasarkan data internal yang dimiliki Geronimo FM. Alasan pemilihan responden ini karena untuk melihat kualitas suatu program radio, yang sesuai untuk menjadi responden adalah para pendengarnya langsung.

3. Teknik Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat dijadikan objek penelitian dan dianggap mampu mewakili karakteristik dari populasi tersebut. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis *Non Probability Sampling*. Penentuan sampel dengan jenis ini tidak dilakukan dengan acak, karena tidak semua populasi dianggap memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.

Menurut Sugiyono (2001: 60) *Non Probability Sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel. *Non Probability Sampling* memiliki banyak macam, salah satu yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *sampling jenuh* (sensus). *Sampling jenuh* ini dilakukan dengan mengambil keseluruhan populasi sebagai sampel. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi dari radio Geronimo FM yang tidak bisa ditentukan secara pasti jumlahnya, dan yang dapat dipastikan sebagai pendengar hanya berjumlah sekitar 36 orang saja.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber langsung dari pengumpul data yaitu responden (Sugiyono, 2010:137). Data primer dari penelitian ini berasal dari jawaban kuesioner para pendengar program Playground Geronimo FM. Peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui Google Form

yang disebarakan kepada para pendengar program Playground Geronimo FM yang telah ditetapkan oleh peneliti berdasarkan data internal dari Geronimo FM. Penggunaan Google Form ini adalah untuk mempersingkat waktu penelitian dan keterbatasan peneliti untuk bertemu dengan responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tidak langsung yang dapat berupa dokumen atau catatan yang menunjang penelitian (Sugiyono, 2010:137). Pada penelitian ini, data sekunder adalah data internal Geronimo FM yang dibutuhkan untuk membantu penelitian.

5. Teknik Pengukuran Data

Skala yang akan digunakan dalam pengukuran data penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010:93). Data yang diperoleh adalah data interval yang mana jawaban di setiap indikator mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Hal tersebut dapat diwakilkan sebagai berikut:

- a. SS : Sangat Setuju dengan skor 5
- b. S : Setuju dengan skor 4
- c. RR : Ragu-ragu dengan skor 3
- d. TS : Tidak Setuju dengan skor 2
- e. STS : Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

6. Metode Pengujian Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (semisal kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Kriyantono, 2010:143). Peneliti menggunakan validitas konstruk (*construct validity*) dalam pengujiannya karena validitas ini mencakup hubungan antara instrumen penelitian dengan kerangka teori untuk meyakinkan bahwa pengukuran secara logis berkaitan dengan konsep-konsep dalam kerangka teori (Sugiyono, 2010:150). Rumus penghitungan validitas kuisisioner dalam penelitian ini adalah *product moment* dari Pearson (Kriyantono, 2010:175), dengan rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total

N : jumlah individu dalam sampel

X : angka mentah untuk variabel X

Y : angka mentah untuk variabel Y

Pengambilan keputusannya adalah jika r hitung positif dan lebih besar dari R tabel (r hitung $>$ r tabel) maka butir instrumen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Kriyantono (2010:145), reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap (*consistent*). Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama dan ditujukan untuk memastikan bahwa responden benar-benar konsisten terhadap jawaban yang diberikan dalam kuisioner tersebut. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \alpha^2 b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha^2 b$: jumlah varian butir

$\alpha^2 t$: varian total

Pengambilan keputusannya adalah Apabila nilai Cronbach's Coefficient Alpha lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan reliabel dan begitu juga sebaliknya.

7. Teknik Analisis

Analisis data menurut definisi Maleong (dalam Kriyantono, 2010: 167) adalah sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Dalam riset kuantitatif, datanya berbentuk angka-angka maka analisis datanya berupa penghitungan melalui uji statistik. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS Version 18*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert dengan analisis datanya menggunakan.

Adapun rumus analisis regresi sederhana (Kriyantono, 2010:184) dan tingkat hubungan (Kriyantono, 2010:173) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Tabel 1.2: Kriteria Penilaian Uji Analisis Regresi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.70	Sedang / Cukup Berarti
0.71 – 0.90	Kuat
0.91 – 1	Sangat Kuat

Sumber: Kriyantono (2010:173)

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Geronimo FM

Geronimo FM adalah radio yang berdiri sejak tahun 1971. Radio FM pertama di Yogyakarta ini dikelola dengan format Top 40 yang tidak hanya menjadi barometer musik saja, tetapi juga menyuguhkan berbagai informasi mengenai dunia hiburan, seni budaya dan gaya hidup anak muda. Sebagai radio anak muda, Geronimo FM aktif mengelola dan menyediakan wadah bagi komunitas anak muda. Geronimo FM juga selalu inovatif dalam mengelola bisnis radio dan selalu memperluas wawasan, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar dapat menjaga kepuasan pendengar dan mitra kerja. *Target market* Geronimo FM adalah pendengar berusia 15-24 tahun. Sasaran secara umum adalah anak muda berpendidikan atau yang sedang menempuh studi. Namun tidak menutup diri pada para eksekutif muda yang menyukai dan sangat loyal pada program-program Geronimo FM. Dengan jangkauan siaran Radio Geronimo FM yang mencakup Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya, serta fasilitas streaming yang dapat diakses dari seluruh dunia, Geronimo FM selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi pendengarnya (<http://www.geronimo.fm/about-us>, 2019).

B. Profil Geronimo

1. Lokasi Perusahaan:

Jl. Bung Tardjo (Gayam) No. 24 Yogyakarta-55225. Telp. 0274-586297 ;
0274-511058 (Hunting) ; Fax. 0274-588978

2. Visi dan Misi Geronimo

a. Visi :

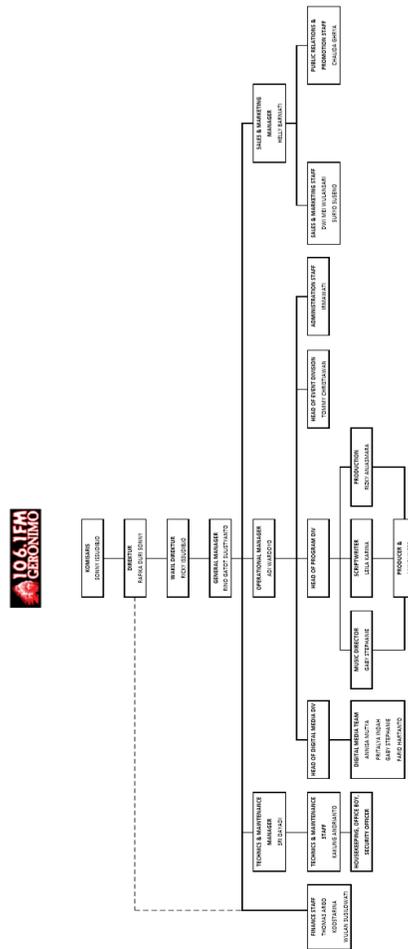
Menjadi penyedia layanan dan solusi yang terbaik dan terpercaya bagi mitra kerja agar dapat berkomunikasi secara efektif dengan konsumen.

b. Misi :

Mewujudkan PT Radio Geronimo sebagai radio anak muda terdepan yang memberikan kualitas acara yang melebihi ekspektasi pendengarnya, memberikan nilai tambah kepada para mitra kerja, dan ikut serta melestarikan bakat, kreasi dan seni budaya Indonesia.

C. Struktur Organisasi

Gambar 2.1 Struktur Organisasi



Sumber: Data Internal Geronimo (2019)

Masing-masing dari struktur organisasi yang ditampilkan diatas memiliki fungsi dan tugas yang berbeda-beda. Adapun beberapa penjabaran tugas mereka masing-masing adalah sebagai berikut:

1. General Manager (GM)

Tanggung jawab utama dari seorang GM adalah merencanakan sekaligus menjalankan kebijakan perusahaan yang sudah ditentukan agar dapat berjalan secara optimal. Tanggung jawab lain adalah melakukan *monitoring* untuk setiap kebijakan dan peraturan yang dilakukan di lapangan, serta memberikan penilaian atau evaluasi dan menganalisa kebijakan tersebut agar mendapatkan kebijakan yang paling tepat menunjang perkembangan serta pertumbuhan perusahaan.

2. Sales and Marketing Manager

Tanggung jawab seorang Sales and Marketing Manager adalah untuk menentukan *pricelist* atau harga jual dari program-program yang dimiliki oleh Geronimo sebagai perusahaan penyiaran. Selain itu, tugas lain adalah untuk merancang strategi promosi agar dapat mencapai target penjualan slot iklan. Sales and Marketing Manager juga bertugas untuk melakukan *monitoring* untuk setiap strategi yang sedang dijalankan dan memastikan *space* iklan serta penggarapan *event* dapat terisi secara optimal. Sales and Marketing Manager dibantu oleh dua staf yang masing-masing dibagi ke dalam dua divisi, yaitu Divisi Sales and Marketing dan Public Relation and Promo. Staf Sales Marketing lebih fokus membantu tugas Sales and Marketing Manager dalam mengatur dan menjalankan strategi yang terkait dengan iklan dan *event* yang masuk ke perusahaan. Sedangkan Public Relation and Promo lebih fokus untuk menangani masalah citra dan hubungan dengan klien-klien perusahaan serta menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas yang menjadi bagian dari perusahaan.

3. Finance staff

Tugas utama seorang staf keuangan atau *finance staff* adalah untuk melakukan pemeriksaan, melakukan pengarsipan faktur, nota, laporan AP/AR (*Accounts Receivable/Accounts Payable*) yang digunakan untuk memastikan status hutang atau piutang yang dimiliki oleh perusahaan. Tugas lain seorang staf keuangan adalah mencetak tagihan dan surat tagihan, mengurus hal-hal yang terkait dengan pajak keseluruhan perusahaan. Staf keuangan secara garis besar berfungsi untuk mengatur dan menjaga kegiatan transaksi yang terjadi di dalam perusahaan agar dapat tercatat dan terdokumentasikan dengan baik sehingga perusahaan dapat melihat *cashflow* yang terjadi secara periodical.

4. Administration Staff

Tugas utama seorang staf administrasi adalah bertanggung jawab atas hal-hal yang kaitannya dengan kegiatan penyiapan ruang kerja, dan peralatan kantor untuk seluruh pegawai perusahaan. Selain itu staf administrasi juga bertanggung jawab atas segala hal yang terkait dengan kegiatan administrasi yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan tersebut antara lain adalah kegiatan surat-menyurat, dokumentasi dan melakukan pengarsipan untuk dokumen-dokumen penting yang dibutuhkan untuk menunjang kinerja perusahaan.

5. Operational Manager

Manajer operasional bertugas dan bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengelola jalannya program-program dan konten yang dihasilkan oleh perusahaan. Konten dan program yang dibuat oleh perusahaan merupakan

produk yang dijual kepada klien yang nantinya berdampak pada penawaran iklan dan penggarapan *event*. Oleh karena itu manajer operasional juga bertanggung jawab untuk mengelola para penyiar serta staf lain yang berada dibawah arahan manajer operasional. Adapun staf yang berada dibawah arahan manajer operasional selain penyiar adalah tim media social, tim program dan juga tim produksi yang ikut membantu menjalankan kegiatan operasional menciptakan atau membuat sebuah produk perusahaan.

6. Technics and Maintenace Manager

Tugas utama manager teknik dan pemeliharaan adalah melakukan kegiatan pemeliharaan atas peralatan penunjang operasional perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan Geronimo. Memastikan bahwa setiap peralatan tersebut dapat berfungsi dengan baik. Peralatan tersebut terfokus pada alat-alat yang menunjang produksi sebuah program, seperti *mixer*, audio, pemancar, *air conditioner*, dan lainnya. Tugas lain adalah mengelola sumber daya yang menjalankan fungsi pemeliharaan. Orang-orang tersebut adalah keamanan dan *office boy* yang berada dibawah arahan manajer teknik dan pemeliharaan.

D. Program Playground

Pada penelitian kali ini, peneliti melakukan penelitian pada bagian program yang berada dibawah wewenang dan kontrol dari manajer operasional yang bernama Playground, salah satu program *prime time* yang tayang tiap hari senin-jumat jam 16.00-21.00 WIB. Berdasarkan data internal Geronimo FM (2019) terkait program Playground, program ini dipegang oleh dua penyiar bernama Aditya Wijang dan

Rizky Anjas dan berada di bawah tanggung jawab Andito Tio sebagai seorang produser. Program Playground memiliki tujuan untuk menemani kanca muda (sebutan pendengar radio Geronimo) melakukan aktivitasnya di sore hari, harapannya pada jam ini kanca muda sedang bersiap-siap untuk menyelesaikan kegiatan atau rutinitasnya di tiap hari dengan menyenangkan. Playground disampaikan dengan *tone* yang ceria namun tidak terlalu *up beat* dan tidak semeriah program *prime time* pagi Good Morning Youngsters.

Sasaran utama dari program Playground adalah anak SMA, atau mahasiswa yang berumur 19-25 yang memiliki rutinitas yang cukup padat. Bisa dikatakan Playground hadir untuk membantu kancamuda menata kembali *mood*-nya menjadi lebih baik dan siap untuk istirahat setelah melakukan kegiatan yang padat. Oleh karena itu, program ini diletakkan pada jam 16.00-21.00 WIB. Program ini juga memiliki beberapa segmen yang berbeda tiap harinya, mulai dari segmen yang konsisten sama di tiap hari penayangannya seperti: Triple Play, Spotnews, Traffic Update, Open Topik, dan Survey Sore. Triple play merupakan segmen *request* lagu, kanca muda akan meminta 3 lagu favorit dari musisi yang akan ditentukan. Penentuan musisi ini berdasarkan pada berita atau isu ter-*update* dari musisi yang sedang tren.

Spotnews merupakan segmen yang dilakukan tiap jam sekali, dalam segmen ini penyiar akan membacakan tiga berita hiburan yang paling baru dari beberapa portal berita *online* dan dibacakan secara ringkas ke kancamuda. Open Topic adalah segmen yang bertujuan untuk mengajak kanca muda untuk membahas sebuah topik yang akan dipilih oleh produser dan dibahas oleh penyiar. Setelah membacakan topik

tersebut dan mem bahasnya, kanca muda akan diberikan satu pertanyaan yang akan dihubungkan dengan kegiatan kancamuda sehari-hari terkait dengan topik yang sudah dibahas sebelumnya. Survey Sore adalah segmen yang mengajak kanca muda untuk mengikuti *polling* dari sebuah topik yang dibahas oleh penyiar.

BAB III

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan memaparkan hasil penelitian yang diperoleh melalui kuesioner yang telah dibagikan oleh penulis kepada responden. Data tersebut berupa angka-angka yang terdiri dari angka 1 hingga 5 dan merepresentasikan pernyataan responden dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5) untuk variabel X (Kualitas Produk). Pada variabel Y (Kepuasan Pendengar) terdapat perbedaan pada penilaiannya, untuk nomor 1-6, angka 1 menunjukkan tidak pernah sama sekali, angka 2 menunjukkan pernah minimal sekali, angka 3 menunjukkan setiap ingin saja, angka 4 menunjukkan hanya di segmen yang disukai dan angka 5 menunjukkan setiap program berjalan. Pada pertanyaan nomor 7, angka 1 menunjukkan tidak pernah, angka 2 menunjukkan 1-2 kali, angka 3 menunjukkan 3-4 kali, angka 4 menunjukkan 5-6 kali dan angka 5 menunjukkan 7 kali. Penilaian ini berdasarkan jumlah frekuensi pendengar mendengarkan program Playground dari Geronimo FM yang didapatkan hasil paling banyak 7 dan paling rendah adalah 1 kali. Hasil analisis yang akan penulis jabarkan pada bab ini adalah data responden, hasil uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi sederhana. Jumlah responden yang digunakan di dalam penelitian ini berjumlah 36 orang pendengar program Playground dari Geronimo FM yang dapat didata oleh pihak Geronimo FM..

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment* dari Pearson. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir dalam instrumen penelitian. Pengambilan keputusan dalam uji validitas ini adalah jika nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel maka dinyatakan valid dan akan berlaku sebaliknya. Cara menghitung r tabel adalah dengan rumus $df=n$ (jumlah responden=36)-2 sehingga r tabel adalah 0,3291. Berikut adalah uji validitas pada tiap variabel:

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,606	0,3291	Valid
2	0,645	0,3291	Valid
3	0,519	0,3291	Valid
4	0,483	0,3291	Valid
5	0,545	0,3291	Valid
6	0,531	0,3291	Valid
7	0,446	0,3291	Valid
8	0,348	0,3291	Valid
9	0,447	0,3291	Valid
10	0,533	0,3291	Valid

11	0,424	0,3291	Valid
12	0,691	0,3291	Valid

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Hasil uji validitas variabel Kualitas Produk (X) di atas menunjukkan jika seluruh butir pertanyaan adalah valid karena r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga keseluruhan pertanyaan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pendengar (Y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,844	0,3291	Valid
2	0,367	0,3291	Valid
3	0,755	0,3291	Valid
4	0,533	0,3291	Valid
5	0,650	0,3291	Valid
6	0,191	0,3291	Tidak Valid
7	0,860	0,3291	Valid

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Hasil uji validitas variabel Kepuasan Pendengar (Y) di atas menunjukkan jika ada satu butir pertanyaan yang tidak valid karena r hitung lebih kecil dibandingkan dengan r tabel sehingga pertanyaan yang tidak valid tersebut tidak dipakai pada analisis berikutnya.

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,946	12

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Tabel 3.4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,874	6

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan jika kedua variabel baik Kualitas Produk (X) maupun Kepuasan Pendengar (Y) dinyatakan reliabel karena hasil Cronbach's Alpha menunjukkan angka di atas 0,60 sehingga dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

B. Deskripsi Variabel

a. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X)

Tabel 3.5

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 1
Program Playground dari Geronimo FM selalu mengudara tepat waktu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	13,9	13,9	13,9
Ragu-ragu	8	22,2	22,2	36,1
Setuju	11	30,6	30,6	66,7
Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 12 responden, kemudian Setuju oleh 11 responden, Ragu-ragu oleh 8 responden dan Tidak Setuju oleh 5 responden. Hal ini menunjukkan bahwa Program Playground dari Geronimo FM selalu mengudara tepat waktu oleh pendengar Geronimo.

Tabel 3.6

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 2
Program Playground dari Geronimo FM selalu menampilkan berita
atau informasi yang update

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	4	11,1	11,1	11,1
Setuju	13	36,1	36,1	47,2
Sangat Setuju	19	52,8	52,8	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 19 responden, Setuju oleh 13 responden dan Ragu-ragu oleh 4 responden. Hal ini menunjukkan bahwa program Playground dari Geronimo FM selalu menampilkan berita atau informasi yang update oleh pendengar Geronimo.

Tabel 3.7
Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 3
Program Playground dari Geronimo FM memiliki konten yang
menarik untuk dibahas oleh anak-anak muda Yogyakarta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Ragu-ragu	3	8,3	8,3	11,1
Setuju	15	41,7	41,7	52,8
Sangat Setuju	17	47,2	47,2	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 17 responden, Setuju oleh 15 responden, Ragu-ragu oleh 3 responden kemudian Tidak Setuju oleh 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa program Playground dari Geronimo FM memiliki konten yang menarik untuk dibahas oleh anak-anak muda Yogyakarta oleh pendengar Geronimo.

Tabel 3.8

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 4

Program Playground dari Geronimo FM selalu menghibur saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Ragu-ragu	3	8,3	8,3	11,1
Setuju	10	27,8	27,8	38,9
Sangat Setuju	22	61,1	61,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 22 responden, Setuju oleh 10 responden, Ragu-ragu oleh 3 responden kemudian Tidak Setuju oleh 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa program Playground dari Geronimo FM selalu menghibur pendengar Geronimo.

Tabel 3.9

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 5

Saya menyukai setiap segmen program Playground Geronimo FM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	11,1	11,1	11,1
Ragu-ragu	6	16,7	16,7	27,8
Setuju	13	36,1	36,1	63,9
Sangat Setuju	13	36,1	36,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju dan Setuju oleh masing-masing 13 responden, Ragu-ragu oleh 6 responden dan Tidak Setuju oleh 4 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar Geronimo menyukai setiap segmen program Playground Geronimo FM.

Tabel 3.10

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 6
Para penyiar program Playground dari Geronimo FM memiliki
cara atau gimmick yang unik ketika menyampaikan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Ragu-ragu	2	5,6	5,6	8,3
Setuju	12	33,3	33,3	41,7
Sangat Setuju	21	58,3	58,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 21 responden, Setuju oleh 12 responden, Ragu-ragu oleh 2 responden dan Tidak Setuju oleh 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa para penyiar program Playground dari Geronimo FM dinilai memiliki cara atau *gimmick* yang unik ketika menyampaikan informasi.

Tabel 3.11

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 7

**Saya dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh para penyiar
program Playground Geronimo FM**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
Ragu-ragu	3	8,3	8,3	13,9
Setuju	14	38,9	38,9	52,8
Sangat Setuju	17	47,2	47,2	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 17 responden, Setuju oleh 14 responden, Ragu-ragu oleh 3 responden dan Tidak Setuju oleh 2 Responden. Hal ini menunjukkan bahwa para pendengar dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh para penyiar program Playground Geronimo FM.

Tabel 3.12

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 8

Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan konten yang dibahas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	8,3	8,3	8,3
Ragu-ragu	3	8,3	8,3	16,7
Setuju	14	38,9	38,9	55,6
Sangat Setuju	16	44,4	44,4	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 16 responden, Setuju oleh 14 responden, Ragu-ragu oleh 3 responden dan Tidak Setuju oleh 3 Responden. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lagu oleh para penyiar di program Playground sesuai dengan konten yang dibahas.

Tabel 3.13

Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 9
Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan selera anak
muda

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Ragu-ragu	4	11,1	11,1	13,9
Setuju	11	30,6	30,6	44,4
Sangat Setuju	20	55,6	55,6	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 20 responden, Setuju oleh 11 responden, Ragu-ragu oleh 4 responden dan Tidak Setuju oleh 1 Responden. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan selera anak muda.

Tabel 3.14

**Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 10
Program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu
acara radio yang terbaik bagi anak muda**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
Ragu-ragu	6	16,7	16,7	22,2
Setuju	14	38,9	38,9	61,1
Sangat Setuju	14	38,9	38,9	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju dan Setuju masing-masing 14 responden, Ragu-ragu oleh 6 responden dan Tidak Setuju oleh 2 Responden. Hal ini menunjukkan bahwa program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu acara radio yang terbaik bagi anak muda.

Tabel 3.15

**Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 11
Program Playground dari Geronimo FM memiliki keunikan
tersendiri dibandingkan dengan program radio lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Ragu-ragu	2	5,6	5,6	8,3
Setuju	15	41,7	41,7	50,0
Sangat Setuju	18	50,0	50,0	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 18 responden, Setuju oleh 15 responden, Ragu-ragu oleh 2 responden dan Tidak Setuju oleh 1 Responden. Hal ini menunjukkan bahwa program Playground dari Geronimo FM memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan program radio lain.

Tabel 3.16

**Persentase Pertanyaan Variabel Kualitas Produk Nomor 12
Program Playground dari Geronimo FM dapat bersaing dengan
program-program dari radio lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
Ragu-ragu	1	2,8	2,8	8,3
Setuju	12	33,3	33,3	41,7
Sangat Setuju	21	58,3	58,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Sangat Setuju oleh 21 responden, Setuju oleh 12 responden, Ragu-ragu oleh 1 responden dan Tidak Setuju oleh 2 Responden. Hal ini menunjukkan bahwa program Playground dari Geronimo FM dapat bersaing dengan program-program dari radio lain.

b. Deskripsi Variabel Kepuasan Pendengar (Y)

Tabel 3.17

Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 1

Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	9	25,0	25,0	25,0
Pernah Setidaknya Satu Kali	4	11,1	11,1	36,1
Setiap Ingin Saja	11	30,6	30,6	66,7
Hanya di Segmen yang Disukai	9	25,0	25,0	91,7
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	3	8,3	8,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Setiap Ingin Saja oleh 11 responden, Hanya di Segmen yang Disukai dan Tidak Pernah Sama Sekali oleh 9 responden, Pernah Setidaknya Satu Kali oleh 4 responden dan Di Setiap Program yang Sedang Berjalan oleh 3 responden. Hal ini menunjukkan

bahwa pendengar Geronimo tidak terlalu sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM.

Tabel 3.18

Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 2

Saya sering meminta atau *request* lagu di Program Playground dari Geronimo FM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	8	22,2	22,2	22,2
Pernah Setidaknya Satu Kali	5	13,9	13,9	36,1
Setiap Ingin Saja	15	41,7	41,7	77,8
Hanya di Segmen yang Disukai	4	11,1	11,1	88,9
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Setiap Ingin Saja oleh 15 responden, Tidak Pernah Sama Sekali oleh 8 responden, Pernah

Setidaknya Satu Kali oleh 5 responden dan Hanya di Segmen yang Disukai dan Di Setiap Program yang Sedang Berjalan masing-masing oleh 4 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar Geronimo tidak terlalu sering meminta atau *request* lagu di Program Playground dari Geronimo FM.

Tabel 3.19

Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 3

Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	1	2,8	2,8	2,8
Pernah Setidaknya Satu Kali	1	2,8	2,8	5,6
Setiap Ingin Saja	14	38,9	38,9	44,4
Hanya di Segmen yang Disukai	16	44,4	44,4	88,9
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis SPSS 18 for Windows

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Hanya di Segmen yang Disukai oleh 16 responden, Setiap Ingin Saja oleh 14 responden, Di Setiap Program yang Sedang Berjalan oleh 4 responden, Tidak Pernah Sama Sekali dan Pernah Setidaknya Satu Kali masing-masing oleh 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar Geronimo cukup sering mengikuti setiap segmen yang disajikan.

Tabel 3.20

**Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 4
Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	11	30,6	30,6	30,6
Pernah Setidaknya Satu Kali	6	16,7	16,7	47,2
Setiap Ingin Saja	7	19,4	19,4	66,7
Hanya di Segmen yang Disukai	9	25,0	25,0	91,7
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	3	8,3	8,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Tidak Pernah Sama Sekali oleh 11 responden, Hanya di Segmen yang Disukai oleh 9 responden, Setiap Ingin Saja oleh 7 responden, Pernah Setidaknya Satu Kali oleh 6 responden dan Di Setiap Program yang Sedang Berjalan oleh 3 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar Geronimo tidak terlalu sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon.

Tabel 3.21

Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 5

Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang diberikan penyiar ketika program berjalan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	9	25,0	25,0	25,0
Pernah Setidaknya Satu Kali	8	22,2	22,2	47,2
Setiap Ingin Saja	8	22,2	22,2	69,4
Hanya di Segmen yang Disukai	7	19,4	19,4	88,9
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Tidak Pernah Sama Sekali oleh 9 responden, Pernah Setidaknya Satu Kali oleh 8 responden, Setiap Ingin Saja oleh 8 responden, Hanya di Segmen yang Disukai oleh 7 responden dan Di Setiap Program yang Sedang Berjalan oleh 3 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar Geronimo tidak selalu menggunakan hashtag tertentu yang diberikan penyiar ketika program berjalan.

Tabel 3.22

**Persentase Pertanyaan Variabel Kepuasan Pendengar Nomor 7
Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap
disiarkan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	2	5,6	5,6	5,6
Pernah Setidaknya Satu Kali	3	8,3	8,3	13,9
Setiap Ingin Saja	15	41,7	41,7	55,6
Hanya di Segmen yang Disukai	9	25,0	25,0	80,6
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	7	19,4	19,4	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Pada pertanyaan ini menunjukkan bahwa jawaban terbanyak adalah Setiap Ingin Saja oleh 15 responden, Hanya di Segmen yang Disukai oleh 9 responden, Di Setiap Program yang Sedang Berjalan oleh 7 responden, Pernah Setidaknya Satu Kali oleh 3 responden dan Tidak Pernah Sama Sekali oleh 2 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar Geronimo tidak selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan.

C. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan di dalam penelitian ini dikarenakan variabel yang digunakan hanya berjumlah 2 variabel saja, yaitu variabel *independent* (X) dan *dependent* (Y). Kuat lemahnya hubungan dua variabel dapat diketahui dari hasil regresi dan dicocokkan pada pedoman di bawah ini:

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.70	Sedang / Cukup Berarti
0.71 – 0.90	Kuat
0.91 – 1	Sangat Kuat

Sumber: Kriyantono (2010:173)

Berikut adalah hasil analisis regresi sederhana pada variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Pendengar (Y):

Tabel 3.23
Hasil Analisis Regresi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,193 a	0,037	0,009	4,737

a. Predictors: (Constant), Variabel Kualitas Produk (X)

Pada tabel Model Summary di atas, dapat diketahui bahwa nilai pengaruh atau R yang dihasilkan antara 2 variabel Kualitas Produk (X) dengan Kepuasan Pendengar (Y) sebesar 0,193 yang berdasarkan tabel tingkat hubungan dari Kriyantono (2010:173) merupakan hubungan yang berada di tingkat sangat rendah. R Square atau koefisien determinasi menunjukkan nilai 0,037 yang artinya variabel Kualitas Produk (X) berkontribusi terhadap variabel Kepuasan Pendengar (Y) sebesar 3,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,462	1	29,462	1,313	,260 ^a
	Residual	762,844	34	22,437		
	Total	792,306	35			

a. Predictors: (Constant), Variabel KualitasProduk (X)

b. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pendengar (Y)

Nilai signifikansi/probabilitas ANOVA yang didapat adalah $0,260 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak dapat memprediksi variabel Kepuasan Pendengar (Y).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,969	5,202		2,301	,028
	Variabel Kualitas Produk (X)	,115	,100	,193	1,146	,260

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pendengar (Y)

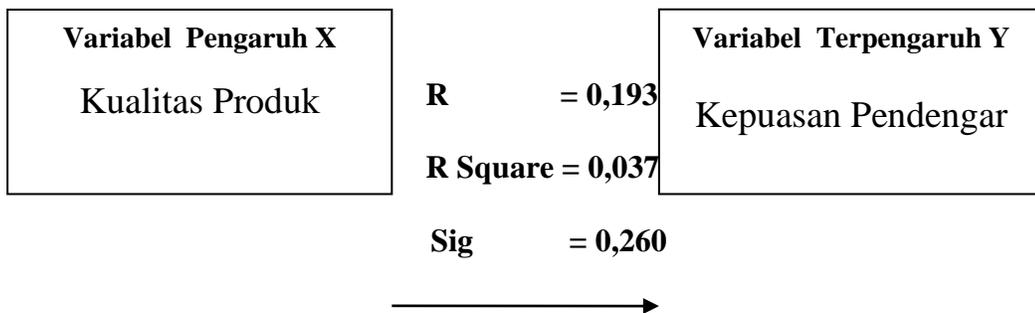
Sumber: Hasil Data Analisis *SPSS 18 for Windows*

Nilai Constant pada hasil regresi sederhana ini menunjukkan nilai 11,969 dengan nilai Kepuasan Pendengar (Y) adalah 0,115. Nilai 11,969 pada koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X) berarti setiap penambahan 1 nilai kualitas produk maka nilai kepuasan pendengar akan bertambah sebesar 11,969. Koefisien yang bernilai positif artinya telah terjadi hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pendengar, yang berarti semakin naik kualitas produk maka akan semakin meningkatkan kepuasan pendengar.

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana di atas, dapat dibuat kesimpulan di bawah ini:

Tabel 3.24

Hasil Uji Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pendengar



Keterangan :  = Berpengaruh

D. Pembahasan

Radio sebagai salah satu media massa tradisional masih banyak dijumpai dan didengarkan oleh para pendengar. Informasi-informasi yang diberitakan melalui radio sekarang ini tidak hanya berita formal saja namun juga memasukkan unsur hiburan yang dapat dinikmati oleh para pendengar. Perkembangan teknologi informasi dan internet menyebabkan radio harus secara pintar membuat program-program yang dapat dinikmati oleh para pendengar. Televisi yang mampu menampilkan visual dan audio serta teknologi internet yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun oleh penggunanya menjadi ancaman yang serius bagi radio yang hanya mampu menampilkan suara dan terkendala oleh frekuensi yang terbatas. Salah satu radio yang berada di kota Yogyakarta dan memiliki segmen anak muda dengan usia 15-24 tahun adalah Geronimo FM.

Radio yang berdiri sejak tahun 1971 ini menitikberatkan pada format musik Top 40 selain hiburan, seni budaya dan gaya hidup anak muda kota Yogyakarta. Program-program yang dimiliki oleh Geronimo antara lain adalah Hot Request, Good Morning Youngster, Indianazone, Playground, Andrawina, Kos-Kosan Gayam, dan Kedai 24. Setiap program tersebut dikemas dan diformat secara berbeda serta disesuaikan dengan jam siaran. Playground sebagai program unggulan dari Geronimo FM disiarkan pada pukul 16.00 hingga 21.00 WIB.

Program Playground dikemas semenarik dan sekreatif mungkin karena program bagi radio ibarat produk yang akan ditawarkan oleh pendengar sebagai konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan,

diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan (Tjiptono, 2002). Sebagai sebuah produk, program radio Playground harus mampu menarik perhatian pendengar dan mampu membuat para pendengar puas dengan konten berupa hiburan atau informasi yang disajikan sehingga dibutuhkan kualitas produk yang bagus.

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2010: 229) adalah karakteristik dari sebuah produk yang digunakan untuk melihat dan mencukupi kebutuhan pelanggan. Sebuah program radio merupakan produk yang dihasilkan oleh radio itu sendiri. Program radio sendiri dapat dirasakan oleh para pendengarnya apakah program tersebut dapat memenuhi kebutuhannya atau tidak. Kualitas produk yang baik tentunya akan memberikan kepuasan kepada konsumen, begitu juga dengan para pendengar radio yang akan terpuaskan ketika mendengarkan program-program yang sedang disiarkan.

Menurut Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:433), dimensi kualitas produk dibagi menjadi *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *reliability* (reabilitas), *aesthetics* (estetika) dan *perceived quality* (kesan kualitas). Pada penelitian ini, dimensi yang digunakan adalah *performance* (kinerja), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) dan *perceived quality* (kesan kualitas). Pemilihan dimensi tersebut disebabkan produk yang dihasilkan oleh sebuah radio tidak berwujud fisik sehingga dimensi *durability* (daya tahan), *features* (fitur),

reliability (reabilitas) dan *aesthetics* (estetika) tidak digunakan di dalam penelitian ini.

Pada dimensi *performance*, program Playground dinilai selalu mengudara tepat waktu, selalu menampilkan berita atau informasi yang *update*, memiliki konten yang menarik untuk dibahas oleh anak muda Yogyakarta serta selalu menghibur pendengarnya. Ketepatan waktu menjadi salah satu penilaian penting yang dilakukan oleh pendengar terhadap program Playground. Program radio yang tidak tepat waktu dalam menyiarkan program-programnya akan membuat kebingungan pendengar dan kemungkinan untuk ditinggalkan atau beralih ke radio lain cukup besar.

Informasi atau berita merupakan inti dari sebuah radio yang memang digunakan untuk menyebarkan informasi-informasi yang penting. Informasi yang selalu *update* menjadi nilai tambah bagi sebuah program radio. Program Playground dinilai selalu menampilkan berita atau informasi yang baru. Penilaian ini menunjukkan bahwa informasi atau berita yang dibawakan selalu baru dan mampu menambah wawasan atau pengetahuan pendengarnya.

Konten juga menjadi faktor yang diperhatikan oleh para pendengar karena konten dari sebuah program radio merupakan sesuatu yang dinikmati. Kreatifitas dan pengemasan yang unik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pendengar terlebih jika konten di Playground disuguhkan dengan membawa candaan atau *guyonan* khas daerah Yogyakarta dengan penggunaan bahasa Jawa. Keseluruhan konten tersebut pada akhirnya akan menumbuhkan persepsi atau penilaian dari pendengar apakah terhibur atau tidak melalui dimensi kinerja dari program Playground.

Secara keseluruhan, dimensi *performance* atau kinerja dari program Playground mampu menghibur para pendengarnya, oleh karena itu, kinerja dari program Playground sudah sesuai dengan yang dikatakan oleh Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:433) yaitu untuk melihat *performance* suatu kualitas produk adalah dengan melihat fungsi dasar dan karakteristik utama dari sebuah produk tersebut, bagaimana manfaatnya, dasarnya dan secara umum produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

Dimensi lain dari kualitas produk adalah *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) yang pada penelitian ini program Playground dinilai sudah memenuhi permintaan dari konsumen meskipun ada beberapa hal yang tidak disukai oleh para pendengar yang tidak ada di dalam penelitian ini. Para pendengar menyukai setiap segmen yang disuguhkan di Playground. Para penyiar di program Playground dinilai memiliki cara yang unik ketika menyampaikan informasi oleh para pendengar. Para penyiar memiliki peran yang sangat penting di radio karena mereka sebagai pihak yang mengkomunikasikan berbagai macam konten yang berupa informasi maupun berita kepada para pendengar.

Meskipun para penyiar Playground memiliki cara yang unik dengan *gimmick*, para pendengar program tersebut tetap mampu mencerna dan mengerti informasi yang disampaikan. Ini menunjukkan bahwa para penyiar Playground memiliki karakteristik yang sudah melekat dan mampu dibawakan dengan baik ketika berkomunikasi. Sebagai sebuah radio masa kini, program Playground juga

memberikan suguhan lagu-lagu yang dapat didengar oleh para pendengar di setiap segmen.

Para pendengar program Playground menilai bahwa pemilihan lagu sesuai dengan konten yang dibahas dan berselara anak muda. Hal ini menunjukkan bahwa Playground konsisten untuk menyuguhkan lagu sesuai dengan konten yang sedang diangkat atau dibahas namun tetap berselara anak muda. Hal ini juga menunjukkan bahwa Playground tetap konsisten antara konten dan lagu yang menyasar anak-anak muda. Beberapa penilaian di atas oleh para pendengar menunjukkan bahwa program Playground memiliki karakteristik tersendiri baik penyiar, konten hingga lagu yang disuguhkan serta memenuhi spesifikasi dan permintaan dari konsumen. Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:433) mengatakan bahwa *Conformance to spesification* yaitu karakteristik dasar sebuah produk yang dapat dilihat ketika dapat memenuhi spesifikasi dan permintaan tertentu dari konsumen. Ini menunjukkan bahwa program Playground mampu memenuhi permintaan dan spesifikasi pendengarnya.

Dimensi berikutnya adalah *perceived quality* atau kesan kualitas dari program Playground. Para pendengar menilai bahwa program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu acara radio yang terbaik bagi anak muda, memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan program radio lain serta dapat bersaing dengan program-program dari radio lain. Penilaian yang positif dari para pendengar menunjukkan bahwa program Playground mempunyai kesan kualitas yang baik di benak mereka.

Kesan kualitas ini dibangun melalui beberapa faktor yang dapat dirasakan oleh para pendengar yang terkandung di dalam kinerja, maupun kesesuaian spesifikasi. Penilaian atau pengukuran ini didasari oleh bagaimana konten yang disuguhkan di Playground menarik, mampu memberikan berita atau informasi yang baru, dapat menghibur para pendengar serta para penyiar yang mampu berkomunikasi dengan baik ketika menyampaikan berita atau berinteraksi dengan pendengar. Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:433) mengatakan bahwa terkadang pengukuran yang dilakukan konsumen bisa jadi salah karena konsumen tidak mendapatkan pemahaman secara langsung mengenai sebuah produk melainkan melakukan pengukuran tersebut berdasarkan informasi-informasi yang mereka dapat secara langsung seperti harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara. Hal ini tidak berlaku bagi sebuah program radio karena para pendengar mendengarkan langsung apa saja yang disuguhkan baik informasi, lagu, konten hingga cara penyiar berkomunikasi. Penilaian subjektif dari pendengar radio terhadap program dapat dikatakan akurat karena pendengar radio tersebut merasakan langsung kualitas dari program yang disuguhkan.

Penilaian yang positif mengenai variabel kualitas produk (X) menunjukkan bahwa produk dari Geronimo FM berupa program Playground memiliki kemampuan tidak hanya memenuhi kebutuhan pendengar sebagai konsumen namun dapat memberikan sesuatu yang lebih dari yang diharapkan. Konsumen tidak hanya mendapatkan satu konten berupa berita atau informasi misalnya, namun akan mendapatkan hiburan hingga lagu di Playground. Hal ini sesuai dengan yang

dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016: 164) yang menyebutkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan dari sebuah barang yang bertujuan tidak hanya sekadar untuk memenuhi kebutuhan konsumen saja, melainkan kemampuan untuk memberikan sesuatu yang lebih dari apa yang konsumen harapkan.

Kualitas produk yang dibuat oleh perusahaan atau produsen tentunya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari konsumennya. Pemenuhan kebutuhan tersebut akan menghasilkan rasa puas atau tidak terhadap produk yang dibeli oleh konsumen. Sebuah program radio tentunya tidak dipisahkan dari interaksi yang terjadi antara penyiar dan pendengar. Para pendengar program Playground diketahui mengirim salam setiap ingin saja bahkan tidak pernah sama sekali. Para pendengar juga tidak sering meminta atau *request* lagu di program Playground. Meskipun segmen-segmen yang disuguhkan di Playground disukai, namun para pendengar lebih mengikuti segmen-segmen tertentu yang disukai. Para pendengar juga sangat jarang dan cenderung tidak pernah sama sekali untuk mengomentari informasi yang diberikan oleh penyiar dengan cara menelpon. Penilaian lain yang dapat diketahui adalah para pendengar juga sangat jarang menggunakan tagar atau *hashtag* tertentu yang diberikan oleh penyiar ketika program berjalan. Kepuasan pendengar terhadap program Playground cenderung biasa saja karena para pendengar hanya mendengarkan program tersebut ketika timbul keinginan bukan dijadikan sebagai rutinitas.

Meskipun kualitas produk atau program Playground mendapatkan penilaian yang positif, hal tersebut tidak dapat memuaskan para pendengarnya. Hal tersebut

bisa terjadi karena sekarang ini, orang-orang lebih memilih mendengarkan musik melalui *smartphone* dibandingkan melalui radio. Kepraktisan dari *smartphone* di jaman kemajuan teknologi sekarang ini nyatanya mampu menggerus program-program radio yang meskipun dikemas secara bagus namun tidak mampu memberikan kepuasan bagi pendengarnya. Hal lain yang bisa menjadi faktor tidak puasny pendengar Playground adalah tidak konsistennya kualitas produk atau program Playground di benak pendengar.

Quality consistency menurut Kotler dan Armstrong (2010: 230) memiliki kaitan dengan *conformance quality* yang merupakan sebuah standar yang sudah ditentukan oleh konsumen dan memiliki performa yang konsisten sesuai dengan target yang ada. Tidak konsistennya program Playground bisa menjadi faktor dimana pendengar tidak puas baik berita atau informasi yang diberikan ternyata sudah lama yang sudah diketahui oleh pendengar sebelumnya, lagu yang diberikan tidak sesuai harapan dan tidak sesuai dengan konten program hingga performa dari para penyiar yang menjadi ujung tombak dari sebuah program di radio.

Jika dikaitkan dengan lima tingkatan dalam sebuah produk yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2012:326), maka Geronimo FM melalui program Playground-nya sudah melampaui tingkatan dasar dimana program Playground yang ditawarkan kepada para pendengar radio benar-benar didengarkan oleh target pendengarnya. Geronimo FM berhasil memposisikan diri sebagai penyedia manfaat yaitu sebagai penyedia informasi, berita, hiburan maupun lagu yang dikemas melalui sebuah program radio yang mampu dinikmati oleh para pendengarnya. Tingkatan selanjutnya

adalah menentukan manfaat dasar dari sebuah produk sehingga penjual harus mengubah inti manfaat menjadi sebuah produk dasar (Kotler dan Keller, 2012:326). Pada tingkatan ini Geronimo berhasil mengubah sajian hiburan, penyedia informasi, berita dan lagu menjadi sebuah program yang bernama Playground.

Pada tingkatan ketiga, program Playground dikemas menjadi sebuah suguhan acara radio dengan memasukkan beberapa unsur berupa hiburan, penyedia informasi, berita dan lagu yang dibagi menjadi beberapa segmen sesuai yang direncanakan. Berdasarkan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa Geronimo berhasil melewati tingkatan ketiga ini karena berhasil membuat program yang sesuai dengan kondisi dan harapan pendengar yang merupakan anak muda. Pada tingkatan keempat, Geronimo belum mampu memberikan sesuatu yang melebihi harapan dari yang diharapkan oleh para pendengar Playground. Diketahui bahwa Geronimo masih dalam tahapan ketiga sehingga belum bisa meraih atau dikategorikan ke dalam tingkatan keempat dan kelima.

Playground sebagai salah satu program *prime time* dari Geronimo FM dikemas secara khusus dan mendapatkan *spotlight* dengan porsi yang lebih besar daripada program-program reguler lainnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, program Playground mendapatkan nilai yang positif untuk variabel kualitas produk. Hal ini dapat dilihat dari sisi internal Geronimo yang serius menggarap konten dan kemasan dari Playground. Secara internal, penilaian positif terhadap kualitas produk tersebut diupayakan dengan berbagai cara.

Dalam dimensi *performance* program Playground mendapatkan penilaian yang positif, instrumen penilaian tersebut dilihat dari ketepatan waktu Playground mengudara, dan kebaruan dalam segi informasi yang disampaikan. Sisi internal, kepuasan terhadap dimensi tersebut dimunculkan karena konsistensi dari produser yang selalu menjaga jalannya program Playground agar tetap selalu tepat waktu, lalu dari segi konten yang selalu diawasi dan dikontrol oleh produser. Konten dan informasi yang diangkat, disesuaikan dengan *issue* terbaru yang sedang hangat dibicarakan sehingga membuat informasi dan konten yang disajikan kepada pendengar selalu *up to date*.

Hal lain yang membuat Playground menjadi program yang memiliki kualitas yang baik menurut pendengarnya karena *gimmick* yang disajikan dari penyiarinya, dengan karakteristik penyiar utamanya yang berbeda-beda sehingga mampu memberikan hiburan yang *relate* atau terhubung dengan pendengarnya. Aditya wijang yang membawakan program dengan candaan khas Jawa dan Rizky Anjas yang berkarakter *hype* yang tinggi mampu membuat suasana jadi makin meriah. Perpaduan karakteristik mereka dan konten yang mereka sampaikan menjadi satu paduan yang dapat menghibur para pendengar program Playground. Apabila salah satu penyiar tetap Playground tidak dapat hadir dalam jam siaran, tidak semua penyiar di Geronimo dapat menggantikannya. Hal tersebut menjadi salah satu upaya untuk menjaga konsistensi warna siaran serta karakteristik yang *fun, fresh* dan *up to date* dari program Playground itu sendiri.

Faktor lain di luar penelitian ini yang menyebabkan timbulnya kepuasan terhadap pendengar adalah adanya kedekatan para penyiar secara sosial di beberapa segmentasi pendengar Geronimo FM sehingga kepuasan tersebut tidak semata-mata berasal dari dimensi-dimensi yang ada di obyek penelitian ini, namun juga datang dari kedekatan antara penyiar dengan pendengarnya dalam proses komunikasi tatap muka langsung sehari-hari. Faktor lain juga dipengaruhi oleh *brand* Geronimo itu sendiri yang sudah dikenal dan mendapatkan citra positif dari pendengarnya. Hal tersebut mempermudah Geronimo dalam proses mengirimkan pesan dari tiap program yang dirancangnya. Tentu citra tersebut didukung oleh program *offline* dan *off air* yang dilakukan oleh tim *marketing* Geronimo FM, seperti Terbaik-Terbaik Live yang diadakan di Cubic selama satu kali tiap bulan pada hari Minggu kemudian program Indians Goes To School yang dilakukan di beberapa SMA guna memberikan *awareness* kepada para pelajar di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini disebutkan bahwa, variabel kualitas produk memiliki penilaian yang positif, namun hal tersebut tidak berdampak signifikan pada kepuasan pendengar. Berdasarkan hasil penelitian ini pendengar tidak banyak melakukan interaksi langsung yang menjadi bentuk *feedback* terhadap program Playground. Pendengar merasa bahwa program tersebut baik namun tidak melakukan interaksi yang intens dengan program Playground ketika program berlangsung. Faktor-faktor yang menyebabkan kejadian tersebut berada di luar penelitian ini, namun hal utama yang menyebabkan rendahnya kepuasan dalam penelitian ini adalah adanya

pergeseran cara mendengarkan radio yang terjadi pada pendengar radio jaman sekarang.

Radio tetap menjadi salah satu alternatif media untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan pendengarnya. Di tengah aktivitas masyarakat Yogyakarta yang semakin padat, radio menjadi salah satu media yang menemani aktivitas masyarakat Yogyakarta. Perubahan cara mengkonsumsi radio tersebut dikarenakan radio bukan satu-satunya media yang dapat diakses oleh pendengarnya. Beberapa media lain menawarkan suguhan informasi, konten, dan *gimmick* yang lebih lengkap dengan memadukan audio dan visual yang disajikan kepada audiens. Hal tersebut menyebabkan orang cenderung akan memilih sesuatu yang lebih ringkas dan mudah dipahami sedangkan ketika seseorang mendengarkan dan menikmati radio, mereka hanya dapat menikmati suguhan audio saja. Proses melakukan imajinasi terhadap audio yang disajikan radio sudah tidak lagi menjadi hal yang menarik. Pendengar hanya cenderung menikmati radio sebagai teman atau fokus kepada lagu-lagu yang diputarkan oleh radio saja, tanpa memperhatikan format-format atau kemasan lain yang mampu dilakukan radio. Hal tersebut yang menyebabkan pendengar radio di jaman sekarang menjadi lebih pasif. Keadaan tersebut juga terjadi di pendengar Playground yang menjadi lebih pasif sehingga tidak banyak melakukan *feedback* dalam bentuk *request* lagu, mengikuti segmen secara terus-menerus dan memberikan tanggapan atas konten-konten yang dilontarkan melalui Whatsapp sesuai dengan apa yang menjadi variabel dalam penelitian kali ini.

Aktivitas Geronimo FM di atas merupakan aktivitas komunikasi pemasaran karena memiliki beberapa unsur yaitu sumber informasi, kode/program, pesan, media, penguraian kode, penerima, umpan balik dan gangguan (Machfoedz, 2010:17-18). Sumber informasi adalah pihak Geronimo FM sendiri melalui para penyiar-penyiarnya. Kode/Program adalah strategi kreatif dalam mengemas komunikasi melalui sebuah bahasa dalam program Playground. Pesan adalah kata-kata atau kalimat yang disampaikan oleh para penyiar program Playground dengan isi adalah hiburan, informasi dan musik. Media yang digunakan adalah radio terutama frekuensi yang dapat diterima oleh para pendengar di mobil atau rumah, namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, Geronimo FM juga dapat didengarkan melalui digital atau *online* melalui jogjastreamers.com sehingga keterbatasan frekuensi sudah tidak menjadi kendala lagi.

Penguraian kode merupakan penafsiran akan kalimat oleh pendengar dari para penyiar program Playground. Penguraian kode dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan dan lingkungan masing-masing pendengar sehingga dapat menjadi gangguan dan pendengar tidak mengerti maksud dari para penyiar. Penerima adalah para pendengar program Playground terutama target pendengar program Geronimo FM. Umpan balik di proses ini merupakan tanggapan baik tertawa, tersenyum hingga interaksi yang terjadi ketika mendengar para penyiar membawakan sebuah informasi, hiburan hingga musik yang diputarkan di sela-sela program Playground. Gangguan merupakan keterbatasan frekuensi hingga penilaian subjektif dari para pendengar sehingga tidak menangkap maksud yang sesungguhnya dari para penyiar.

Keseluruhan proses di atas merupakan sebuah proses komunikasi pemasaran dari Geronimo FM melalui program atau produk yang bernama Playground. Kendala yang dihadapi di proses komunikasi pemasaran ini adalah tidak adanya interaksi langsung antara penyiar dengan pendengar sehingga maksud dan tujuan penyiar bisa tidak dimengerti seluruhnya oleh para pendengar dan menyebabkan *miss communication*. Model komunikasi satu arah yang dilakukan oleh Geronimo FM dan radio-radio lain memiliki kelemahan tersebut sehingga para penyiar menjadi kunci dari keberhasilan komunikasi yang dilakukan di setiap program yang dibawakan. Proses komunikasi yang dilakukan oleh Geronimo FM melalui program Playground juga memiliki unsur komunikasi S-M-C-R dari Berlo sebagai berikut:

S merupakan *source* atau sumber yang tidak lain adalah para penyiar dari Geronimo FM. Sumber ini bertanggung jawab untuk mengekspresikan maksud dalam bentuk pesan. Pada model komunikasi ini, para penyiar juga dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi, sikap terhadap aturan dalam siaran, pengetahuan dalam mendalami sebuah informasi atau isu yang sedang banyak dibicarakan hingga budaya masyarakat Yogyakarta khususnya dan Indonesia pada umumnya. Pesan dalam komunikasi berupa kalimat dari para penyiar dengan unsur-unsurnya yang terdiri dari beberapa elemen, konten atau isi program, musik, dan informasi. *Channel* atau saluran di model ini terdiri dari pendengaran karena media radio hanya dapat mengeluarkan suara sehingga indera pendengar dari pendengar merupakan saluran utama dalam menafsirkan informasi ketika mendengar program Playground. *Receiver* atau penerima adalah para pendengar program Playground yang sudah ditetapkan.

Model komunikasi Berlo ini juga menyamakan elemen-elemen yang terdapat di pendengar dengan pemberi pesan yaitu, kemampuan berkomunikasi, sikap terhadap aturan dalam siaran, pengetahuan dalam mendalami sebuah informasi. Model komunikasi S-M-C-R dari Berlo ini sangat sesuai dengan kasus penyampaian pesan melalui radio karena tidak adanya *feedback* langsung dari pembawa pesan dan penerima pesan dan juga faktor pribadi juga mempengaruhi proses komunikasi yang terjadi seperti (Mulyana, 2007:162-163).

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan kesimpulan dari pengaruh kualitas program Playground terhadap kepuasan pendengar radio Geronimo FM. Kesimpulan yang dapat diambil adalah Geronimo FM belum mampu memuaskan pendengar melalui program Playground meskipun program tersebut disukai dan diminati oleh para pendengar. Secara kualitas, program Playground sangat baik dan mendapatkan penilaian yang positif oleh para pendengarnya namun belum mampu memberikan kepuasan bagi mereka. Hal ini bisa dikarenakan tidak konsistennya kualitas produk tersebut mengingat program Playground disiarkan selama 5 hari dalam seminggu dan juga performa yang tidak konsisten dari para penyiar yang menjadi ujung tombak sebuah radio. Tidak menarik dan tidak konsistennya program maupun penyiarnya membuat interaksi yang dihasilkan oleh pendengar ke radio sewaktu program Playground sangat rendah. Kesimpulan lain, rendahnya kepuasan pendengar program Playground dapat muncul karena faktor lain diluar penelitian ini, yaitu karena adanya pergeseran cara menikmati radio yang makin pasif. Sehingga walaupun mereka menyukai program Playground, belum tentu mereka merasa puas akan program tersebut.

B. SARAN

Saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik serupa yaitu pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pendengar adalah dengan menambahkan variabel pengaruh atau variabel mediator lainnya seperti kualitas penyiar atau variabel lain yang berhubungan dengan program atau radio karena terbukti pada penelitian ini kualitas siaran yang diasumsikan sebagai produk hanya mampu memberikan pengaruh yang kecil atau rendah terhadap kepuasan pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjani, Ike Yuli dan Adi Irawan. 2011. *Modul Praktikum Statistika 1*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Arifin, Anwar. 1987. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 1984. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Gobe, Marc. 2005. *Emotional Branding*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Pearson Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Mullins, Orville, Lareche dan Boyd. 2005. *Marketing Management: A Strategic, Decision Making Approach, 6th edition*. New York City: McGraw-Hill.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syaifuddin, Didin. 2005. *Radion Siaran*. Sidorajo: Selaras Dua Berdikari Entertain.
- Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sumber Internet:

<https://hot.detik.com/music/d-4258779/menilik-pengaruh-radio-pada-perkembangan-musik-di-putaran-zaman>

<https://beritagar.id/artikel/berita/radio-bertahan-di-era-disrupsi-teknologi>

<https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsaindonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet>

<https://news.okezone.com/read/2019/04/29/337/2049548/ketua-dewan-pers-radio-harus-kembali-ke-jati-dirinya>

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/vanny-rahman/sejarah-panjang-radio-di-indonesia-dari-kolonial-hingga-millennial/full>

www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio

www.jogjastreamers.com

<http://www.geronimo.fm/about-us>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
Lampiran Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda centang (✓) atau (X) pada salah satu kolom Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) di bawah ini:

No	Item	Jawaban				
A	Kualitas Produk <i>Performance (Kinerja)</i>	SS	S	RR	TS	STS
	1. Program Playground dari Geronimo FM selalu mengudara tepat waktu.					
	2. Program Playground dari Geronimo FM selalu menampilkan berita atau informasi yang update.					
	3. Program Playground dari Geronimo FM memiliki konten yang menarik untuk dibahas oleh anak-anak muda Yogyakarta.					
	4. Program Playground dari Geronimo FM selalu menghibur saya.					
	<i>ConformancetoSpesification((KesesuaiandenganSpesifikasi)</i>	SS	S	RR	TS	STS
5.	Saya menyukai setiap segmen program Playground Geronimo FM.					
6.	Para penyiar program Playground dari Geronimo FM memiliki cara atau <i>gimmick</i> yang unik ketika menyampaikan informasi.					
7.	Saya dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh para penyiar program PlaygroundGeronimo FM.					
8.	Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan konten yang dibahas.					
9.	Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan selera anak muda.					
	<i>PerceivedQuality(Kesan Kualitas)</i>	SS	S	RR	TS	STS
10.	Program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu acara radio yang terbaik bagi anak muda.					

11.	Program Playground dari Geronimo FM memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan program radio lain.					
12.	Program Playground dari Geronimo FM dapat bersaing dengan program-program dari radio lain.					
B	Kepuasan Pendengar	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM.					
2.	Saya sering meminta atau request lagu di Program Playground dari Geronimo FM.					
3.	Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan.					
4.	Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon.					
5.	Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang diberikan penyiar ketika program berjalan.					
6.	Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan.					
7.	Secara spesifik, saya mendengarkan Program Playground dari FM kali dalam seminggu.					

LAMPIRAN 2

Lampiran Validitas dan Realibilitas

4. Hasil Reliabilitas Variabel X (Kualitas Produk)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	36	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,946	12

5. Hasil Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Pendengar)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	36	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	6

LAMPIRAN 3
Distribusi Frekuensi

1. Distribusi Frekuensi Variabel X

Program Playground dari Geronimo FM selalu mengudara tepat waktu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	13,9	13,9	13,9
	Ragu-ragu	8	22,2	22,2	36,1
	Setuju	11	30,6	30,6	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Program Playground dari Geronimo FM selalu menampilkan berita atau informasi yang update

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	4	11,1	11,1	11,1
	Setuju	13	36,1	36,1	47,2
	Sangat Setuju	19	52,8	52,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Program Playground dari Geronimo FM memiliki konten yang menarik untuk dibahas oleh anak-anak muda Yogyakarta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Ragu-ragu	3	8,3	8,3	11,1
	Setuju	15	41,7	41,7	52,8
	Sangat Setuju	17	47,2	47,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Program Playground dari Geronimo FM selalu menghibur saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Ragu-ragu	3	8,3	8,3	11,1
	Setuju	10	27,8	27,8	38,9
	Sangat Setuju	22	61,1	61,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Saya menyukai setiap segmen program Playground Geronimo FM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	11,1	11,1	11,1
	Ragu-ragu	6	16,7	16,7	27,8
	Setuju	13	36,1	36,1	63,9
	Sangat Setuju	13	36,1	36,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Para penyiar program Playground dari Geronimo FM memiliki cara atau gimmick yang unik ketika menyampaikan informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Ragu-ragu	2	5,6	5,6	8,3
	Setuju	12	33,3	33,3	41,7
	Sangat Setuju	21	58,3	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Saya dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh para penyiar program

Playground Geronimo FM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Ragu-ragu	3	8,3	8,3	13,9
	Setuju	14	38,9	38,9	52,8
	Sangat Setuju	17	47,2	47,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan konten yang dibahas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	8,3	8,3	8,3
	Ragu-ragu	3	8,3	8,3	16,7
	Setuju	14	38,9	38,9	55,6
	Sangat Setuju	16	44,4	44,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan selera anak muda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Ragu-ragu	4	11,1	11,1	13,9
	Setuju	11	30,6	30,6	44,4
	Sangat Setuju	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu acara radio yang terbaik bagi anak muda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Ragu-ragu	6	16,7	16,7	22,2
	Setuju	14	38,9	38,9	61,1
	Sangat Setuju	14	38,9	38,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Program Playground dari Geronimo FM memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan program radio lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Ragu-ragu	2	5,6	5,6	8,3
	Setuju	15	41,7	41,7	50,0
	Sangat Setuju	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Program Playground dari Geronimo FM dapat bersaing dengan program-program dari radio lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Ragu-ragu	1	2,8	2,8	8,3
	Setuju	12	33,3	33,3	41,7
	Sangat Setuju	21	58,3	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

2. Distribusi Frekuensi Variabel Y

Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah Sama Sekali	9	25,0	25,0	25,0
	Pernah Setidaknya Satu Kali	4	11,1	11,1	36,1
	Setiap Ingin Saja	11	30,6	30,6	66,7
	Hanya di Segmen yang Disukai	9	25,0	25,0	91,7
	Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	3	8,3	8,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Saya sering meminta atau request lagu di Program Playground dari Geronimo FM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah Sama Sekali	8	22,2	22,2	22,2
	Pernah Setidaknya Satu Kali	5	13,9	13,9	36,1
	Setiap Ingin Saja	15	41,7	41,7	77,8
	Hanya di Segmen yang Disukai	4	11,1	11,1	88,9
	Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah Sama Sekali	1	2,8	2,8	2,8
	Pernah Setidaknya Satu Kali	1	2,8	2,8	5,6
	Setiap Ingin Saja	14	38,9	38,9	44,4
	Hanya di Segmen yang Disukai	16	44,4	44,4	88,9
	Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah Sama Sekali	11	30,6	30,6	30,6
	Pernah Setidaknya Satu Kali	6	16,7	16,7	47,2
	Setiap Ingin Saja	7	19,4	19,4	66,7
	Hanya di Segmen yang Disukai	9	25,0	25,0	91,7
	Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	3	8,3	8,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang diberikan penyiar ketika program berjalan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	9	25,0	25,0	25,0
Pernah Setidaknya Satu Kali	8	22,2	22,2	47,2
Setiap Ingin Saja	8	22,2	22,2	69,4
Hanya di Segmen yang Disukai	7	19,4	19,4	88,9
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	2	5,6	5,6	5,6
Pernah Setidaknya Satu Kali	3	8,3	8,3	13,9
Setiap Ingin Saja	15	41,7	41,7	55,6
Hanya di Segmen yang Disukai	9	25,0	25,0	80,6
Di Setiap Program yang Sedang Berjalan	7	19,4	19,4	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Saya mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM kali dalam seminggu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah Sama Sekali	10	27,8	27,8	27,8
1 - 2 Kali	6	16,7	16,7	44,4
3 - 4 Kali	7	19,4	19,4	63,9
5 - 6 Kali	9	25,0	25,0	88,9
7 kali	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4
Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,193 ^a	,037	,009	4,737

a. Predictors: (Constant), Variabel KualitasProduk (X)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,462	1	29,462	1,313	,260 ^a
	Residual	762,844	34	22,437		
	Total	792,306	35			

a. Predictors: (Constant), Variabel KualitasProduk (X)

b. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pendengar (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	11,969		
	Variabel KualitasProduk (X)	,115	,100	,193	1,146	,260

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pendengar (Y)

1. Hasil Validitas Variabel X (Kualitas Produk) (R Tabel = 0,3291)

Correlations

		Program Playground dari Geronimo FM selalu mengudara tepat waktu	Program Playground dari Geronimo FM memiliki konten yang menarik untuk dibahas oleh anak-anak muda Yogyakarta	Program Playground dari Geronimo FM selalu menghibur saya	Saya menyukai setiap segmen program Playground Geronimo FM	Para penyiar program Playground dari Geronimo FM memiliki cara atau gimmick yang unik ketika menyampaikan informasi	Saya dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh para penyiar program Playground Geronimo FM	Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan konten yang dibahas	Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan selera anak muda	Program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu acara radio yang terbaik bagi anak muda	Program Playground dari Geronimo FM memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan program radio lain	Program Playground dari Geronimo FM dapat bersaing dengan program - program dari radio lain	Variabel Kualitas Produk (X)	
Program Playground dari Geronimo FM selalu mengudara tepat waktu	Pearson Correlation	1	,606**	,645**	,519**	,483**	,545**	,531**	,446**	,348*	,447**	,533**	,424**	,691**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,003	,001	,001	,006	,037	,006	,001	,010	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Program Playground dari Geronimo FM selalu menampilkan berita atau	Pearson Correlation	,606**	1	,765**	,689**	,596**	,556**	,673**	,363*	,574**	,574**	,747**	,681**	,803**

Saya dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh para penyiar program Playground Geronimo FM	Pearson Correlati on Sig. (2-tailed) N	,531** ,001 36	,673** ,000 36	,698** ,000 36	,708** ,000 36	,716** ,000 36	,653** ,000 36	1 ,660** 36	,660** ,000 36	,592** ,000 36	,565** ,000 36	,745** ,000 36	,731** ,000 36	,859** ,000 36
Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan konten yang dibahas	Pearson Correlati on Sig. (2-tailed) N	,446** ,006 36	,363* ,030 36	,397* ,017 36	,629** ,000 36	,720** ,000 36	,409* ,013 36	,660** ,000 36	1 ,514** 36	,514** ,001 36	,463** ,004 36	,396* ,017 36	,495** ,002 36	,691** ,000 36
Pemilihan lagu di program Playground sesuai dengan selera anak muda	Pearson Correlati on Sig. (2-tailed) N	,348* ,037 36	,574** ,000 36	,581** ,000 36	,570** ,000 36	,584** ,000 36	,599** ,000 36	,592** ,000 36	,514** ,001 36	1 ,660** 36	,663** ,000 36	,650** ,000 36	,756** ,000 36	
Program Playground dari Geronimo FM merupakan salah satu acara radio yang terbaik bagi anak muda	Pearson Correlati on Sig. (2-tailed) N	,447** ,006 36	,574** ,000 36	,838** ,000 36	,587** ,000 36	,680** ,000 36	,617** ,000 36	,565** ,000 36	,463** ,004 36	,660** ,000 36	1 ,727** 36	,646** ,000 36	,809** ,000 36	
Program Playground dari Geronimo FM memiliki keunikan tersendiri	Pearson Correlati on	,533**	,747**	,848**	,679**	,604**	,554**	,745**	,396*	,663**	,727**	1	,814**	,853**

dibandingkan dengan program radio lain	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,017	,000	,000		,000	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Program Playground dari Geronimo FM dapat bersaing dengan program-program dari radio lain	Pearson Correlation	,424**	,681**	,685**	,705**	,581**	,693**	,731**	,495**	,650**	,646**	,814**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000		,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Variabel KualitasProduk (X)	Pearson Correlation	,691**	,803**	,882**	,831**	,831**	,786**	,859**	,691**	,756**	,809**	,853**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

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

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

2. Hasil Validitas Variabel Y (Kepuasan Pendengar) (R Tabel = 0,3291) Belum Valid

Correlations

		Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM	Saya sering meminta atau request lagu di Program Playground dari Geronimo FM	Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan	Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon	Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang diberikan penyiar ketika program berjalan	Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan	Saya mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM kali dalam seminggu	Variabel Kepuasan Pendengar (Y)
Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 36	,844** ,000 36	,367* ,028 36	,755** ,000 36	,533** ,001 36	,650** ,000 36	,191 ,264 36	,860** ,000 36
Saya sering meminta atau request lagu di Program Playground dari Geronimo FM	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,844** ,000 36	1 36	,469** ,004 36	,643** ,000 36	,682** ,000 36	,613** ,000 36	,094 ,587 36	,892** ,000 36
Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,367* ,028 36	,469** ,004 36	1 36	,187 ,274 36	,338* ,044 36	,681** ,000 36	-,212 ,214 36	,542** ,001 36
Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,755** ,000 36	,643** ,000 36	,187 ,274 36	1 36	,447** ,006 36	,457** ,005 36	,070 ,683 36	,743** ,000 36
Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,533** ,001	,682** ,000	,338* ,044	,447** ,006	1	,409* ,013	-,011 ,948	,741** ,000

diberikan penyiar ketika program berjalan	N	36	36	36	36	36	36	36	36
Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan	Pearson Correlation	,650**	,613**	,681**	,457**	,409*	1	-,113	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,005	,013		,511	,000
Saya mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM kali dalam seminggu	N	36	36	36	36	36	36	36	36
	Pearson Correlation	,191	,094	-,212	,070	-,011	-,113	1	,273
	Sig. (2-tailed)	,264	,587	,214	,683	,948	,511		,107
Variabel Kepuasan Pendengar (Y)	N	36	36	36	36	36	36	36	36
	Pearson Correlation	,860**	,892**	,542**	,743**	,741**	,723**	,273	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,107	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36

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

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

3. Hasil Validitas Variabel Y (Kepuasan Pendengar) (R Tabel = 0,3291) Sudah Valid

Correlations

		Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM	Saya sering meminta atau request lagu di Program Playground dari Geronimo FM	Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan	Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon	Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang diberikan penyiar ketika program berjalan	Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan	Variabel Kepuasan Pendengar (Y)
Saya sering mengirim salam di Program Playground dari Geronimo FM	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 36	,844** ,000 36	,367* ,028 36	,755** ,000 36	,533** ,001 36	,650** ,000 36	,860** ,000 36
Saya sering meminta atau request lagu di Program Playground dari Geronimo FM	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,844** ,000 36	1 36	,469** ,004 36	,643** ,000 36	,682** ,000 36	,613** ,000 36	,892** ,000 36
Saya sering mengikuti setiap segmen yang disajikan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,367* ,028 36	,469** ,004 36	1 36	,187 ,274 36	,338* ,044 36	,681** ,000 36	,542** ,001 36
Saya sering mengomentari informasi yang diberikan penyiar dengan cara menelpon	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,755** ,000 36	,643** ,000 36	,187 ,274 36	1 36	,447** ,006 36	,457** ,005 36	,743** ,000 36
Saya selalu menggunakan hashtag tertentu yang	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,533** ,001	,682** ,000	,338* ,044	,447** ,006	1	,409* ,013	,741** ,000

diberikan penyiar ketika program berjalan	N	36	36	36	36	36	36	36
Saya selalu mendengarkan Program Playground dari Geronimo FM setiap disiarkan	Pearson Correlation	,650**	,613**	,681**	,457**	,409*	1	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,005	,013		,000
	N	36	36	36	36	36	36	36
Variabel Kepuasan Pendengar (Y)	Pearson Correlation	,860**	,892**	,542**	,743**	,741**	,723**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36

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

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