

**ANALISIS KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP  
INFORMASI PADA PROGRAM KLINIK UDARA RADIO  
SUARA KOTA MELALUI MEDIA *LIVE INSTAGRAM***

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**RIZAFAN DANY RAHMAT  
NIM. 210607110001**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2025**

**HALAMAN JUDUL**

**ANALISIS KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP INFORMASI  
PADA PROGRAM KLINIK UDARA RADIO SUARA KOTA  
MELALUI *LIVE* INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Oleh :**  
**RIZAFAN DANY RAHMAT**  
**NIM. 210607110001**

**Diajukan Kepada:**

**Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I.)**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP INFORMASI PADA PROGRAM KLINIK UDARA RADIO SUARA KOTA MELALUI *LIVE* INSTAGRAM

#### SKRIPSI

Oleh:

Rizafan Dany Rahmat

NIM.210607110001

Telah Diperiksa dan Disetujui  
Tanggal: 16 November 2025

#### Pembimbing 1



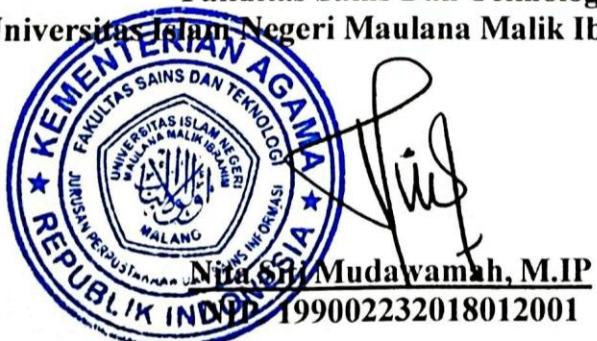
Anindya Gita Puspita, M.A.  
NIP. 198910292020122003

#### Pembimbing 2



Ach. Nizam Rifqi, M.A.  
NIP. 199206092022031002

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi  
Fakultas Sains Dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP INFORMASI PADA PROGRAM KLINIK UDARA RADIO SUARA KOTA MELALUI *LIVE* INSTAGRAM

#### SKRIPSI

Oleh:

Rizafan Dany Rahmat

NIM.210607110001

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I)  
pada tanggal 16 November 2025

#### Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji : Ganis Chandra Puspitadewi, M.A.  
NIP. 199107212019032014

Anggota Penguji I : Wahyu Harivanto, M.M  
NIP. 198907212019031007

Anggota Penguji II : Anindya Gita Puspita, M.A.  
NIP. 198910292020122003

Anggota Penguji III : Ach. Nizam Rifqi, M.A.  
NIP. 199206092022031002

#### Tanda Tangan

(  )

(  )

(  )

(  )

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi  
Fakultas Sains Dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Abdul Muadawaman, M.IP  
NIP. 199002232018012001

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilaalamin, saya mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta pertolongan-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan di Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saya akan mempersembahkan Skripsi ini untuk orang-orang yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa selama masa perkuliahan, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Pahlawan panutanku, Ayahanda Muhammad Hasim.** Terimakasih banyak telah memberikan semua apa yang penulis butuhkan selama ini sampai pada titik pendidikan ini, terimakasih untuk semua cucuran keringat dan kerja keras yang diberikan selama ini. beliau mampu untuk mendidik penulis menjadi pribadi yang lebih baik, memberikan semangat dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai Sarjana. Tidak bisa yang dapat penulis sampaikan kepada ayah hanya bisa mengucapkan banyak banyak terimakasih dan permintaan maaf bila selama ini penulis masih belum bisa menjadi apa yang ayah harapkan dan penulis selalu berdoa semoga ayah selalu diberikan kekuatan dan kesehatan sehingga masih bisa mendampingi penulis menerjang ujian dan cobaan di kehidupan selanjutnya. I Miss You Ayah.
2. **Cinta pertama dan Pintu surgaku, Ibunda Subaida.** Terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan walaupun pikiran kita tidak sejalan. Seorang sosok yang menjadi cinta pertama penulis, sosok yang selalu mengerti keadaaan anaknya yang selalu menjadi tempat pulang bagi penulis. Terimakasih atas cinta dan kasih sayangnya selama penulis menerjang pendidikan hingga pada titik ini. Penulis hanya bisa memberikan doa yang terbaik buat umi semoga selalu diberikan kesehatan sehingga bisa menemani penulis mengarungi kehidupan selanjutnya. I Love You Umi.

3. **Kedua adikku, Dimas Syauqi Fahriansyah dan Rania Afrah Ramadhani.** Terimakasih sudah ikut serta dalam perjalanan penulis selama ini, terima kasih atas segala semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis, terimakasih telah menemani penulis dari awal masuk perguruan tinggi hingga penulis bisa mendapatkan gelar Sarjana. Penulis hanya bisa memberikan semangat dan doa untuk kalian berdua, jadilah versi lebih hebat dan lebih baik adik-adikku. I Love You.
4. **Kepada Seluruh Keluargaku,** terimakasih telah memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis selama menempuh perjalanan selama ini.
5. **Kepada Kakak Sepupu Penulis, Decha Al Dawiyah** terimakasih atas semangat, dukungan dan doa selama ini, terima kasih telah membantu penulis dari mulai masuk dunia pendidikan perguruan tinggi hingga sampai pada titik Sarjana ini, terima kasih banyak mba atas segala apa yang telah diberikan dan segala bantuan kepada penulis selama ini.
6. **Kepada sahabat seperjuangan penulis, Ijang, Alfian, Oglenk, Ilham, Dandi, Fahri, Zaki, Kahfi dan Along.** Terimakasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan sehingga penulis bisa sampai pada gelar Sarjana.
7. **Kepada teman teman dari club TAG dan MAC,** terimakasih telah menemani penulis selama di malang, terimakasih untuk canda dan tawanya selama ini, terimakasih telah menjadi komunitas yang mengerti akan artinya kebersamaan dan kekeluargaan. Semoga kita dapat selalu bersama dan sukses selamanya.
8. **Kepada teman teman seperjuangan seperjuangan dari angkatan 2021 Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi (Garyatama),** yang tidak bisa penulis sebutkan satu satu persatu. Terimakasih atas kebersamaan, canda dan tawa yang diberikan sepanjang masa perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Nama-nama kalian akan terekam baik dalam memori penulis, dan semoga kita bisa bertemu di takdir tuhan selanjutnya.

9. **Kepada guru saya Gus Nizar dan Abah Chusainy**, terimakasih atas dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis, terima kasih atas nasihat nya, dan terimakasih telah memberikan ruang bagi penulis untuk menyelesaikan dan menjaga Al-quran. Semoga beliau-beliau selalu diberikan kesehatan dan keberkahan hidup.
10. **Terakhir, untuk diri saya sendiri, Rizafan Dany Rahmat.** Terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya selama ini sehingga tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah kuat melewati lika liku kehidupan hingga saat ini. Terima kasih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Penulis yakin terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahanatan bukan pula sebuah aib. Akan tetapi ini jalan Tuhan yang sudah ditakdirkan kepada penulis dan penulis yakin jalan Tuhan itu yang terbaik dan Tuhan tidak mungkin memberikan ujian diluar dari batas kemampuan Hambanya. Semoga ke depannya, penulis tetap kuat dan memiliki hati yang tegar untuk mengarungi kehidupan selanjutnya. Mari bekerjasama untuk terus tumbuh dan berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Malang, 16 November 2025

Penulis



Rizafan Dany Rahmat

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizafan Dany Rahmat  
NIM : 210607110001  
Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi  
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-banar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan data, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dengan mencantumkan sumber cuplikan pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 16 November 2025  
Yang membuat pernyataan



Rizafan Dany Rahmat  
NIM. 210607110001

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Shalawat serta Salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju ke zaman yang terang menerang yaitu Agama Islam. Selanjutnya peneliti persembahkan ucapan terima kasih seiring doa dan harapan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penggerjaan Skripsi ini. Ucapan terima kasih ini peneliti sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP., selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Agus Mulyono, M.Kes, selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Nita Siti Mudawamah, M.IP., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Anindya Gita Puspita, M.A. dan Bapak Ach. Nizam Rifqi, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing proses penggerjaan Skripsi ini hingga selesai.
5. Ibu Ganis Chandra Puspitadewi, M.A. dan Bapak Wahyu Hariyanto, M.M. selaku Dosen Penguji yang telah mendampingi dan mengoreksi setiap tahap pada penggerjaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu serta pengalamannya kepada peneliti selama menempuh studi.
7. Bapak Nanang Hartono dan seluruh crew Radio Suara Kota Probolinggo yang telah membimbing peneliti selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Radio Suara Kota Probolinggo.

8. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dan seluruh pegawai, yang telah membantu dan memfasilitasi peneliti dalam penelitian Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo.
9. Seluruh pengelola Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo, yang telah mendukung penuh penelitian ini hingga selesai.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis mengakui bahwa Skripsi ini masih memiliki kekurangan dan berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca, terutama bagi penulis sendiri. Amin Ya Rabbal Alamin.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Malang, 16 November 2025

Peneliti,



Rizafan Dany Rahmat

## MOTTO

لَيْسَ الْفَتَنَى مَنْ يَقُولُ هَذَا أَبِي \* لَكِنَّ الْفَتَنَى مَنْ يَقُولُ هَا أَنَا ذَا

“Seorang pemuda bukan yang mengatakan ini adalah ayahku, tetapi pemuda adalah yang mengatakan ini adalah aku”.

- *Classic Arabic proverbs* -

“sesulit apapun kamu kuliah, seberat apapun rintangannya, dan apapun yang terjadi, pulanglah dalam keadaan sarjana”.

- *Rizafan Dany Rahmat* -

“Allah tidak pernah salah dalam menuliskan cerita hidupmu, jika saat ini terasa berat, itu karena kamu sedang belajar menjadi lebih kuat”.

- *Dandimni* -

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	iv
<b>HALAMAN PERSEMAHAN .....</b>	v
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>MOTTO .....</b>	xi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xv
<b>ABSTRAK .....</b>	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	9
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.5    Batasan Masalah .....	9
1.6    Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA &amp; KAJIAN TEORI.....</b>	12
2.1.    Tinjauan Pustaka .....	12
2.2.    Landasan Teori.....	16
2.2.1.    Kepuasan.....	16
2.2.2.    Indikator Kepuasan .....	17
2.2.3.    Instagram Sebagai Media Informasi .....	17
2.2.4.    Teori Use and Gratifications .....	18
2.2.5.    Gratification Sought(GS) dan Gratification Obtained(GO) .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	26
3.1.    Jenis Penelitian.....	26
3.2.    Alur Penelitian .....	26
3.3.    Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.4.    Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.5.    Populasi dan Sampel.....	30
3.6.    Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.    Jenis dan Sumber Data.....	36

3.8. Instrumen Penelitian .....	36
3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.10. Teknik Analisis Data.....	39
3.11. <i>Gratification Sought dan Gratification Obtained</i> .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	47
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	47
4.1.2 Uji Instrumen .....	53
4.1.3 Hasil Indikator Pernyataan <i>Use and Gratification</i> menurut Mc Quail .....	56
4.1.4 Hasil Perhitungan Mean GO (Persepsi) dan GS (Harapan) .....	78
4.1.5 Hasil Perhitungan Grand Mean GO (Persepsi) dan GS (Harapan) .....	81
4.1.6 Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	83
4.1.7 Mengukur <i>Gratification Sought Dan Gratification Obtained</i> Dalam Koordinat Kartesius .....	85
4.1.8 Analisis GAP Penelitian.....	88
4.2 Pembahasan.....	89
4.2.1 Analisis Dimensi Kepuasan Pendengar Berdasarkan Teori <i>Use and Gratification</i> Menurut Mc Quail.....	92
4.2.2 Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Melalui Live Instagram dalam Perspektif Islam.....	97
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>99</b>
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Penelitian .....	30
Tabel 3. 2 Pernyataan Kuisioner .....	32
Tabel 3. 3 Skor dalam Instrumen Penelitian .....	37
Tabel 3. 4 Interpretasi Hasil Persepsi .....	40
Tabel 3. 5 Tabel Interpretasi Harapan .....	41
Tabel 3. 6 Interpretasi Hasil Kesenjangan .....	43
Tabel 3. 7 Interpretasi Hasil CSI .....	44
Tabel 4. 1 Timeline Siaran Radio Suara Kota Probolinggo .....	49
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi .....	54
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harapan .....	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi .....	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harapan .....	56
Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan Mean Variabel Persepsi .....	79
Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan Mean Variabel Harapan .....	80
Tabel 4. 8 Hasil Perhitungan Grand Mean Variabel Persepsi .....	81
Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan Grand Mean Variabel Harapan .....	82
Tabel 4. 10 Nilai Costumer Sevice Index (CSI) .....	83
Tabel 4. 11 Aspek Indikator Pada Kuadran Pertama .....	86
Tabel 4. 12 Aspek Indikator Pada Kuadran Kedua .....	86
Tabel 4. 13 Aspek Indikator Pada Kuadran Ketiga .....	87
Tabel 4. 14 Aspek Indikator Pada Kuadran Keempat .....	87
Tabel 4. 15 Rangking Gap antara <i>Gratification Sought</i> dengan <i>Gratification Obtained</i> ..	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Koordinat Kartesius .....	24
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 3. 2 Gratification Sought-Obtained Analysis .....	45
Gambar 4. 1 Tampilan Saat Live Instagram Klinik Udara .....	51
Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	52
Gambar 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi .....	52
Gambar 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Gambar 4. 5 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar Terhadap Keakuratan Informasi Yang Diberikan .....	57
Gambar 4. 6 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar Terhadap Keakuratan Informasi Yang Diberikan .....	58
Gambar 4. 7 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kelengkapan Informasi yang Diberikan.....	58
Gambar 4. 8 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kelengkapan Informasi yang Diberikan.....	59
Gambar 4. 9 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Ketepatan Waktu Informasi yang Diberikan.....	60
Gambar 4. 10 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Ketepatan Waktu Informasi yang Diberikan.....	60
Gambar 4. 11 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kredibilitas Informasi yang Diberikan.....	61
Gambar 4. 12 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kredibilitas Informasi yang Diberikan.....	62
Gambar 4. 13 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Seberapa Relevan Informasi yang Disajikan Sesuai dengan Situasi Pendengar .....	62
Gambar 4. 14 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Seberapa Relevan Informasi yang Disajikan Sesuai dengan Situasi Pendengar .....	63
Gambar 4. 15 Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kemampuan Program dalam Membantu Pendengar Memahami Status Kesehatan Mereka.....	64
Gambar 4. 16 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kemampuan Program dalam Membantu Pendengar Memahami Status Kesehatan Mereka .....	64
Gambar 4. 17 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Seberapa Baik Nilai-Nilai yang Disajikan Sesuai dengan Pendengar.....	65
Gambar 4. 18 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Seberapa Baik Nilai-Nilai yang Disajikan Sesuai dengan Pendengar.....	66
Gambar 4. 19 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Penguatan Identitas Pendengar Sebagai Seseorang yang Peduli terhadap Kesehatan .....	66
Gambar 4. 20 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Penguatan Identitas Pendengar Sebagai Seseorang yang Peduli terhadap Kesehatan .....	67
Gambar 4. 21 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kedekatan Pendengar dengan Pembicara .....	68
Gambar 4. 22 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kedekatan Pendengar dengan Pembicara .....	68
Gambar 4. 23 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Respons Pembicara terhadap Pendengar.....	69
Gambar 4. 24 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Respons Pembicara terhadap Pendengar .....	70

Gambar 4. 25 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Menciptakan Rasa Kebersamaan .....	70
Gambar 4. 26 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Menciptakan Rasa Kebersamaan .....	71
Gambar 4. 27 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Interaktivitas Program dalam Memberikan Informasi .....	72
Gambar 4. 28 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Interaktivitas Program dalam Memberikan Informasi .....	72
Gambar 4. 29 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Stres .....	73
Gambar 4. 30 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Stres .....	74
Gambar 4. 31 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Format Program Menarik dan Tidak Membosankan .....	74
Gambar 4. 32 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Format Program Menarik dan Tidak Membosankan .....	75
Gambar 4. 33 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Gaya Komunikasi Pembawa Acara Menghibur dan Informatif .....	76
Gambar 4. 34 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Gaya Komunikasi Pembawa Acara Menghibur dan Informatif .....	76
Gambar 4. 35 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Kecemasan Terkait Masalah Kesehatan .....	77
Gambar 4. 36 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Kecemasan Terkait Masalah Kesehatan .....	78
Gambar 4. 37 Gratification Sought-Obtained Analysis .....	85

## ABSTRAK

Rahmat, Rizafan Dany. 2025. **Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Melalui Live Instagram.**

**Pembimbing: (I) Anindya Gita Puspita, M.A. (II) Ach. Nizam Rifqi, M.A.**

**Kata Kunci:** Kepuasan Pendengar, *Use and Gratification*, Radio Digital, *Live Instagram*, Informasi Kesehatan.

Informasi kesehatan menjadi kebutuhan penting masyarakat di era digital. Namun, radio sebagai media massa tradisional mengalami penurunan signifikan jumlah pendengar dari 50,29% (2003) menjadi 13,31% (2013) akibat persaingan dengan televisi dan media digital. Kondisi ini menuntut stasiun radio berinovasi dengan memanfaatkan platform digital untuk tetap relevan. Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo merupakan program edukasi kesehatan hasil kerja sama dengan RSUD dr. Mohamad Saleh yang disiarkan setiap Jumat dan menghadirkan dokter spesialis sebagai narasumber dengan ruang konsultasi interaktif melalui live Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pendengar terhadap informasi kesehatan yang disampaikan dalam Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo melalui *Live Instagram*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik survei terhadap 74 responden yang pernah mengikuti atau berinteraksi dalam program. Analisis data dilakukan berdasarkan teori *Uses and Gratifications* McQuail yang mencakup dimensi informasi, identitas pribadi, hubungan sosial, dan hiburan, dengan menggunakan perhitungan mean, *Customer Satisfaction Index* (CSI), analisis GAP antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*, serta pemetaan koordinat kartesius. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendengar merasa sangat puas terhadap program Klinik Udara dengan nilai CSI 88,25%, terutama informasi kesehatan yang disampaikan dinilai akurat, mudah dipahami, dan bersumber dari tenaga medis yang kompeten. Selain itu, interaksi langsung melalui sesi tanya jawab di *Live Instagram*, topik pembahasan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta kemudahan akses siaran secara langsung menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pendengar. Program ini juga dinilai mampu menambah pengetahuan dan memberikan rasa tenang kepada pendengar dalam memahami permasalahan kesehatan yang mereka hadapi.

## ABSTRACT

Rahmat, Rizafan Dany. 2025. **Analysis of Listener Satisfaction with Information on the Suara Kota Radio Air Clinic Program via Instagram Live.**

**Supervisors: (I) Anindya Gita Puspita, M.A. (II) Ach. Nizam Rifqi, M.A.**

**Keywords: Listener Satisfaction, Use and Gratification, Digital Radio, Live Instagram, Health Information.**

Health information has become an important need for people in the digital era. However, radio as a traditional mass media has experienced a significant decline in listenership from 50.29% (2003) to 13.31% (2013) due to competition with television and digital media. This condition requires radio stations to innovate by utilizing digital platforms to remain relevant. The Radio Suara Kota Probolinggo Air Clinic program is a health education program in collaboration with Dr. Mohamad Saleh Regional General Hospital, broadcast every Friday and featuring specialist doctors as resource persons with an interactive consultation room via Instagram Live. This study aims to analyze the level of listener satisfaction with the health information delivered in the Radio Suara Kota Probolinggo Air Clinic program via Instagram Live. The study used a descriptive quantitative approach with a survey technique of 74 respondents who had participated or interacted in the program. Data analysis was carried out based on McQuail's Uses and Gratifications theory which includes dimensions of information, personal identity, social relationships, and entertainment, using mean calculations, Customer Satisfaction Index (CSI), GAP analysis between Gratification Sought and Gratification Obtained, and Cartesian coordinate mapping. The study results showed that listeners were very satisfied with the Air Clinic program with a CSI score of 88.25%. The health information provided was considered accurate, easy to understand, and sourced from competent medical personnel. Furthermore, direct interaction through Q&A sessions on Instagram Live, discussion topics relevant to community needs, and easy access to live broadcasts were key factors in increasing listener satisfaction. The program was also deemed capable of increasing knowledge and providing a sense of calm to listeners in understanding the health issues they face.

## مستخلص البحث

رحمه، ريزافان داني. 2025. تحليل رضا المستمعين عن المعلومات في برنامج العيادة الجوية راديو صوت المدينة عبر إنستغرام لـ ياف المعلمون: المشرف الأول : أنيبديا غيتا بوسبيتا، الماجستري . المشرف الثاني : نيزام ريفقي الماجستري الكلمات المفتاحية: رضا المستمعين، الاستخدام والمكافأة، الراديو الرقمي، إنستغرام على الهواء، المعلومات الصحية

أصبحت المعلومات الصحية ضرورة ملحة في العصر الرقمي. ومع ذلك، شهدت الإذاعة، كوسيلة إعلامية تقليدية، انخفاضاً ملحوظاً في نسبة الاستماع من 50.29% (عام 2003) إلى 13.31% (عام 2013) نتيجةً للمنافسة مع التلفزيون ووسائل الإعلام الرقمية. هذا الوضع يستدعي من محططات الإذاعة الاتكاري من خلال الاستفادة من المنتصات الرقمية للحفاظ على أهميتها. يُعد برنامج "راديو صوت كوتا بروبيونغو للعيادات الجوية" برنامجاً للتشخيص الصحي بالتعاون مع مستشفى الدكتور محمد صالح الإقليمي العام، ويُبث كل يوم جمعة، ويستضيف أطباء متخصصين كمتحدين رئيسين، مع توفير غرفة استشارة تفاعلية عبر البث المباشر على إنستغرام. استخدمت رضا المستمعين عن المعلومات الصحية المقدمة في برنامج "راديو صوت كوتا بروبيونغو للعيادات الجوية" عبر البث المباشر على إنستغرام. استناداً للدراسة منهاجاً وصفياً كمياً، مع أسلوب المسح الذي شمل 74 مستجيناً من شاركوا في البرنامج أو تفاعلوا معه. أُجري تحليل البيانات استناداً إلى نظرية ماكوايل للاستخدامات والإشباعات، والتي تشمل أبعاد المعلومات والهوية الشخصية والعلاقات الاجتماعية والترفيه، وذلك باستخدام حسابات المتوسطات، ومؤشر رضا العملاء، وتحليل الفجوة بين الإشباع المنشود والإشباع المتحقق، ورسم الخرائط الإحصائية الديكارتية. أظهرت نتائج الدراسة رضا المستمعين التام عن برنامج "عيادة الهواء" بنسبة 88.25% في مؤشر رضا العملاء. واعتبرت المعلومات الصحية المقدمة دقيقة وسهلة الفهم، ومستقاة من كوادر طيبة مؤهلة. علاوة على ذلك، كان التفاعل المباشر من خلال جلسات الأسئلة والأجوبة على بث مباشر عبر إنستغرام، ومواضيع النقاش ذات الصلة باحتياجات المجتمع، وسهولة الوصول إلى البث المباشر، عوامل رئيسية في زيادة رضا المستمعين. كما اعتبر البرنامج قادراً على زيادة المعرفة ومنع المستمعين شعوراً بالاطمئنان في فهم المشكلات الصحية التي يواجهونها

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting saat ini. Manusia dalam kehidupannya membutuhkan informasi setiap hari. Kebutuhan akan informasi bisa diperoleh dari mana saja dan dengan cara apa saja. Informasi adalah hal yang sangat penting bagi umat manusia untuk kelangsungan hidup (Suprayekti, 2014). Peran informasi pada zaman ini sangatlah penting dimana informasi pada saat ini bisa diakses dan disebar melalui media apapun baik digital maupun non digital. Informasi menjadi sesuatu yang penting dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah informasi kesehatan karena berhubungan dengan kondisi fisik setiap individu (Prasanti & Fuady, 2018). Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, media digital, termasuk media sosial, telah menjadi saluran utama bagi penyebaran informasi. Adanya media sosial pendengar kini memiliki akses yang lebih mudah dan cepat terhadap berbagai sumber informasi, termasuk informasi kesehatan.

Adanya perubahan teknologi mempengaruhi perubahan teknologi informasi sehingga media massa mengikuti perkembangan digital tersebut agar tidak kehilangan khalayaknya. Media massa memiliki peran penting dalam masyarakat sebagai pemenuhan kebutuhan khalayak yakni informasi, pendidikan dan hiburan. Sebagai media massa, radio memiliki beberapa fungsi utama yaitu untuk menyiaran (*to inform*), mendidik (*to educate*) menghibur (*to entertain*) dan untuk mempengaruhi (*to influence*) (Billah et al., 2019). Melalui keempat fungsi tersebut, radio berupaya memenuhi berbagai kebutuhan khalayak yang beragam, mulai dari kebutuhan kognitif, afektif, hingga integratif sosial.

Kecenderungan masyarakat tidak lagi menggunakan radio sebagai medium favorit mereka dalam memperoleh informasi tampak pada semakin menurunnya orang yang memiliki pesawat radio. Berdasarkan data survei Radio Indonesia tahun 2020, pendengar radio di Indonesia sebanyak 22,759 juta yang tersebar di sepuluh kota Indonesia dengan rata-rata durasi mendengarkan radio selama dua jam. Jumlah pendengar ini cenderung menurun dari data pendengar radio tahun 2017 yang

sebesar 62,3 juta orang yang tersebar di seluruh Indonesia dan rata-rata pendengar radio di Indonesia mendengarkan radio selama 2,5 jam per hari (Hayati & Ariestanty, 2023).

Penurunan jumlah pendengar disebabkan oleh tidak berdayanya radio menghadapi tantangan antara televisi dan media digital dalam hal penyampaian informasi. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa penurunan drastis jumlah pendengar radio dari 50,29% pada tahun 2003 menjadi hanya 13,31% pada tahun 2013 (Jurnal Spektrum Komunikasi, 2021). Di sisi lain, penetrasi televisi justru meningkat dari 84,94% pada 2003 menjadi 93,02% pada 2018 (Databoks Katadata, 2019). Survey Nielsen juga menunjukkan bahwa penetrasi radio mengalami penurunan konsisten dari 37,6% pada 2016 menjadi 34,3% pada 2018, dengan penurunan rata-rata 3% per tahun (Nielsen, 2023).

Masyarakat modern memiliki alternatif yang beragam untuk memperoleh informasi kesehatan, mulai dari website rumah sakit, aplikasi kesehatan, hingga konten media sosial, sehingga menuntut program radio untuk berinovasi dan beradaptasi dengan teknologi digital agar tetap relevan dan mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan informasi masyarakat. Adanya beragam format dan segmentasi penyampaian informasi yang disajikan, pendengar menjadi lebih selektif dalam memilih program yang berkualitas dan bermanfaat, mengingat banyaknya program kesehatan yang ditawarkan secara bersamaan, sehingga setiap stasiun radio harus berupaya maksimal menyajikan program yang menarik untuk meraih dan mempertahankan kepuasan pendengar sebanyak-banyaknya.

Analisis pendengar radio menjadi penting untuk diteliti karena pada kenyataan yang ada, pendengar yang tidak puas terhadap pelayanan dan program siaran yang ada pada sebuah stasiun radio cenderung akan mencari penyedia layanan dan program siaran yang mampu memuaskan kebutuhannya (Octaviani & Dinero, 2023). Keberhasilan sebuah program layanan radio dimulai dari kemampuan dalam memberikan pelayanan dan program siaran yang baik kepada pendengarnya, program radio yang berhasil adalah yang mempunyai daya saing dan memberikan nilai dan kepuasan kepada pendengarnya melalui konten-konten yang berkualitas (Putra, 2022). Adanya penelitian terkait dengan tingkat kepuasan,

memberikan sebuah wawasan kepada program layanan radio untuk mengetahui bagian mana yang harus diperbaiki dan ditingkatkan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.

Kepuasan adalah suatu keadaan emosional atau psikologis yang muncul ketika harapan atau kebutuhan individu terpenuhi atau terlampaui (Dewi et al., 2018). Dalam konteks bisnis dan layanan, kepuasan sering kali diartikan sebagai penilaian positif yang diberikan oleh pelanggan atau pendengar terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang mereka terima. Kepuasan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk atau layanan, interaksi dengan penyedia, dan relevansi informasi yang disampaikan.

Kepuasan pendengar sebagai variabel dalam penelitian mencerminkan persepsi masyarakat terhadap informasi yang diterima. Penelitian ini menggunakan teori *Use and Gratification* untuk meneliti tingkat kepuasan pendengar sebuah program siaran berdasarkan motif penggunaan media yang menurut *Mc Quail* ada empat, yaitu motif informasi, motif pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan (Quail, 1994). Pada penelitian terkait sosial dan komunikasi, kepuasan juga dapat merujuk pada seberapa baik informasi yang diterima memenuhi ekspektasi individu.

Pada konteks informasi kesehatan, kepuasan pendengar dapat diukur berdasarkan seberapa informatif, akurat, dan bermanfaat informasi yang disampaikan, serta seberapa baik penyampaian tersebut dapat menjawab pertanyaan atau kekhawatiran pendengar (Zhang et al., 2022). Secara keseluruhan, kepuasan pendengar merupakan indikator penting yang dapat mempengaruhi loyalitas, perilaku, dan keputusan individu dalam memilih sumber informasi atau layanan di masa depan. Dalam konteks ini, Al-Qur'an juga memberikan panduan terkait pentingnya penyampaian informasi yang benar dan bermanfaat. Dalam Surah Al-Hujurat ayat 6, Allah SWT memerintahkan untuk memeriksa kebenaran berita sebelum menyebarkannya, yang sejalan dengan dimensi akurasi dalam penyampaian informasi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بَيْنَمَا فَتَبَيَّنَ لَهُ أَنَّهُمْ قَوْمٌ بِجَهَالَةٍ فَتَصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلُوا نَذِيرٌ

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu” (Q.S Al-Hujurat;06:49).*

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini mengandung perintah Allah SWT untuk memeriksa berita dari orang fasik dengan penuh kehati-hatian, karena bisa jadi dalam hal tersebut dia berdusta dan salah. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat ini mengajarkan beberapa prinsip penting, yaitu wajib melakukan tabayyun (klarifikasi) terhadap berita yang disampaikan orang fasik, bersikap hati-hati dan tidak langsung mempercayai informasi tanpa penelitian, mencegah kerugian agar tidak merugikan orang lain karena informasi yang salah, dan mempertanggungjawabkan setiap tindakan berdasarkan informasi. Dalam ayat tersebut terdapat dalil bahwa berita orang yang jujur dapat diterima, berita orang yang berdusta harus ditolak, sedangkan berita orang fasik bergantung pada dalil dan qarinah yang menyertainya (Al-Dimasyqi, 1999). Al qur'an surah Al Hujurat 06 ini memiliki relevansi yang sesuai dengan penelitian yakni menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum disebarluaskan, yang sejalan dengan prinsip penyampaian informasi yang baik. Prinsip verifikasi informasi ini sangat relevan dengan tanggung jawab penyedia informasi kesehatan publik untuk menjamin kebenaran konten yang disampaikan.

Pada program Klinik Udara Radio Suara Kota, prinsip-prinsip pelayanan Islami dapat menjadi landasan moral bagi pengelola program dalam menyajikan informasi kesehatan yang tidak hanya akurat secara ilmiah, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianut masyarakat. Konsep kepuasan tidak hanya dipandang dari sudut pandang material semata, namun juga mencakup aspek spiritual dan moral yang menyeluruh. Islam memberikan panduan yang komprehensif mengenai prinsip-prinsip pelayanan yang berkualitas melalui

berbagai ayat Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad SAW yang mengatur hubungan antar manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada sesama.

Konsep kepuasan pelayanan dalam Islam tidak terlepas dari nilai-nilai fundamental seperti kejujuran, amanah, ihsan, dan tanggung jawab yang harus diwujudkan oleh setiap individu dalam menjalankan tugasnya. Penelitian ini berupaya untuk mengintegrasikan nilai-nilai Al-Qur'an, khususnya yang diambil dari Surat Al-Baqarah ayat 267, yang membahas terkait dengan memberikan sesuatu kepada orang lain, termasuk pelayanan, hendaknya memberikan yang berkualitas baik.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفَقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيْمِمُوا  
الْخَيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usaha kalian yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kalian. Dan janganlah kalian memilih yang buruk-buruk, lalu kalian nafkahkan darinya, padahal kalian sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al-Baqarah;267:01).*

Menurut Tafsir Al-Misbah, kata "tayyibat" dalam ayat ini memiliki makna yang luas, tidak hanya merujuk pada kualitas fisik yang baik, tetapi juga mencakup aspek moral dan spiritual. Quraish Shihab menjelaskan bahwa prinsip memberikan yang terbaik ini mencerminkan karakter seorang mukmin yang selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada Allah dan sesama manusia. Ayat ini mengajarkan prinsip excellence (ihsan) dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Konsep "tayyibat" tidak hanya berlaku dalam konteks zakat dan sedekah, tetapi juga dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk pemberian dan pelayanan, termasuk pelayanan informasi seperti yang dilakukan oleh media massa (Shihab, 2002).

Ayat ini memiliki relevansi yang sesuai dengan penelitian ini yakni mengajarkan prinsip fundamental bahwa setiap bentuk pelayanan yang diberikan kepada masyarakat haruslah berkualitas tinggi dan memberikan manfaat yang optimal. Pada program Klinik Udara Radio Suara Kota, prinsip "*tayyibat*" dapat diartikan sebagai kewajiban untuk menyajikan informasi kesehatan yang berkualitas tinggi, akurat, bermanfaat, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Radio Suara Kota Probolinggo sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) hadir di tengah-tengah wilayah Kota Probolinggo yang berguna sebagai sumber informasi bagi masyarakat Kota Probolinggo dan sekitarnya. Radio Suara Kota Probolinggo menyediakan beberapa layanan yang menunjang dalam penyampaian informasi bagi masyarakat khususnya di daerah Kota Probolinggo. Layanan yang diberikan oleh Radio Suara Kota Probolinggo antara lain layanan Lapor Rek, layanan Klinik Udara, layanan Talkshow dan beberapa layanan yang lainnya.

Program acara yang disuguhkan Radio Suara Kota Probolinggo lebih banyak dipergunakan sebagai media penyampaian beragam informasi seputar agenda Kota Probolinggo dan berbagai bidang aspek kehidupan di masyarakat. Salah satu program acara yang selalu ditunggu kehadirannya adalah program acara Klinik Udara. Sebuah program acara yang berisi tentang informasi kesehatan masyarakat yang dikemas dalam bentuk interaktif talkshow. Acara Klinik Udara berfokus pada penyampaian informasi dan pendidikan dibidang kesehatan. Program Klinik Udara diselenggarakan oleh Radio Suara Kota Probolinggo yang berkerja sama dengan RSUD dr. Saleh merupakan salah satu upaya penting dalam menyediakan akses informasi kesehatan bagi masyarakat setempat. Sebagai rumah sakit rujukan di Kota Probolinggo, RSUD dr. Saleh memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya memberikan informasi medis, tetapi juga edukasi kesehatan kepada masyarakat.

Hadirnya program acara Klinik Udara di Radio Suara Kota Probolinggo berawal dari banyaknya keinginan masyarakat ingin mendapatkan berbagai informasi seputar dunia kesehatan melalui sarana elektronik radio sejak 20 tahun lalu dari narasumber terpercaya. Program Klinik Udara hanya berlangsung pada

setiap hari jumat di jam 09:00 pagi sampai jam 11:00 siang. Program ini fokus membahas tentang kesehatan dan memiliki konsep komunikasi interaktif yang memberikan kesempatan pendengar atau pemirsanya untuk ikut bertanya juga berkomentar di semua media yang tersedia, dan akan langsung dapat dijawab oleh narasumber terkait yang mengisi materi dalam program Klinik Udara tersebut.

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada bulan Juli 2025, ditemukan tiga temuan penting terkait program Klinik Udara. Pertama, program ini menghadirkan narasumber yang kompeten yaitu dokter dan tenaga medis dari RSUD dr. Mohamad Saleh yang memberikan informasi kesehatan yang akurat dan efektif. Kedua, program Klinik Udara tidak hanya menyampaikan informasi kesehatan dan tips hidup sehat, akan tetapi juga menyediakan sesi tanya jawab dan konsultasi interaktif melalui *live* Instagram dan WhatsApp radio, sehingga pendengar dapat berinteraksi langsung dengan narasumber. Ketiga, program tersebut menerapkan sistem dokumentasi yang komprehensif dengan mengarsipkan siaran dalam bentuk artikel di website Radio Suara Kota Probolinggo dan rekaman video *live* Instagram di akun media sosial Instagram RSUD dr. Mohamad Saleh, memungkinkan pendengar yang terlewat untuk mengakses kembali informasi kesehatan yang telah disampaikan.

Alasan pemilihan program Klinik Udara sebagai objek penelitian adalah program ini merupakan program unggulan yang menggabungkan keahlian medis dari RSUD dr. Mohamad Saleh dengan siaran informasi Radio Suara Kota Probolinggo yang dikemas dalam bentuk talkshow interaktif. Menurut Vivi Agustiani selaku host program Klinik Udara mengungkapkan bahwa diantara program radio yang lain, program Klinik Udara yang paling sering diminati oleh masyarakat selain sebagai media pengetahuan terkait informasi kesehatan akan tetapi juga sebagai media konsultasi secara online dengan narasumber terpercaya dari RSUD dr. Moh Saleh. Program ini telah menjadi rujukan informasi kesehatan terpercaya dan menjadi pilihan utama masyarakat Probolinggo dan sekitarnya untuk memperoleh informasi kesehatan yang akurat dan mudah dipahami (V.Augustiani, wawancara, 25 juli 2025).

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, ditemukan beberapa permasalahan dalam program Klinik Udara. Vivi Agustiani, penyiar radio dalam

program Klinik Udara, yang menyatakan bahwa Program talk show Klinik Udara di radio ini lahir dari kebutuhan bersama masyarakat membutuhkan informasi yang mudah dipahami, pasien perlu pengingat pasca kunjungan, penyiar mencari konten yang relevan dan interaktif. Sementara tenaga medis butuh saluran tambahan untuk edukasi yang lebih luas, dengan begitu program ini sangat berguna bagi masyarakat, pasien dan tenaga medis dalam mendapatkan informasi serta memberikan informasi terkait dengan informasi kesehatan (V.Agustiani, wawancara, 25 juli 2025). Ungkapan ini sesuai dengan pernyataan dari Bapak Wahyu selaku penanggung jawab dalam program Klinik Udara, yang menyatakan bahwa selama program Klinik Udara berjalan belum ada penelitian yang membahas terkait kepuasan pendengar sehingga perlunya untuk diteliti sejauh mana pendengar merasa puas dengan informasi yang diberikan pada program Klinik Udara, dikarenakan kepuasan pendengar adalah kunci dari keberhasilan program Klinik Udara (Wahyu, wawancara, 25 juli 2025).

Selain itu, inovasi program Klinik Udara dengan memanfaatkan platform Instagram sebagai media pendukung dalam memberikan informasi kesehatan menjadikannya menarik untuk diteliti dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi kesehatan di era digital. Sehingga perlunya diteliti untuk mengetahui sejauh mana program tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan memenuhi kepuasan pendengar melalui pemanfaatan media sosial. Peningkatan kepuasan pendengar terhadap informasi yang disajikan dapat mendukung program klinik udara RSUD dr. Moh Saleh untuk selalu dapat berkembang dan meningkatkan kualitas program, serta memenuhi kebutuhan informasi kesehatan masyarakat dan mendukung masyarakat untuk berperilaku hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis kepuasan pendengar terhadap informasi pada program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo melalui media *live instagram*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan pendengar terhadap informasi yang diperoleh dari program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo melalui media *live* instagram.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini adalah secara teoritis memberikan kontribusi terhadap pengembangan penelitian mengenai kepuasan pendengar terhadap informasi yang didapatkan. Sedangkan secara praktis memberikan masukan terhadap Radio Suara Kota Probolinggo mengenai kepuasan pendengar terhadap informasi pada program Klinik Udara RSUD dr. Mohamad Saleh.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah berfungsi untuk mencegah pembahasan yang tidak relevan dengan pokok permasalahan. Adapun batasan masalah pada penelitian ini yakni :

- a. Penelitian berfokus kepada program Klinik Udara RSUD dr. Moh Saleh melalui media *live* Instagram mencakup kepuasan pendengar terhadap informasi yang diberikan dalam program tersebut.
- b. Subjek penelitian dibatasi pada pendengar yang pernah mengikuti atau berinteraksi pada program Klinik Udara melalui live Instagram, dengan periode kegiatan selama bulan November 2025.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar memudahkan memahami penelitian ini, penganalisis mencoba menjelaskan sistematika penulisan yang terdapat lima bab, diantaranya:

#### **Bab I: Pendahuluan**

Bagian pendahuluan mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan susunan penulisan. Dalam menguraikan latar belakang masalah, penganalisis berupaya menjelaskan mengenai program klinik udara RSUD dr. Moh Saleh terkait dengan sejarah dan proses penyampaian informasi kesehatan kepada masyarakat. Selanjutnya, dalam mengidentifikasi masalah, penganalisis mendefinisikan inti permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian. Tujuan penelitian mencakup pencapaian yang diinginkan oleh penganalisis dalam penelitian, seperti mengetahui

tingkat kepuasan pendengar terkait informasi yang diberikan oleh Klinik Udara RSUD dr. Moh Saleh. Pada bagian batasan masalah, penganalisis menjelaskan ruang lingkup penelitian dan aspek-aspek yang dibatasi untuk fokus penelitian. Terakhir, dalam menyusun penulisan, penganalisis merinci sistematika penelitian ini secara singkat dan jelas.

## **Bab II: Tinjauan Pustaka**

Pada bab tinjauan pustaka terdapat dua sub bab yang terdiri dari ulasan literatur dan dasar teori. Pada ulasan literatur, penganalisis menggambarkan studi-studi sebelumnya, sedangkan landasan teori pada penelitian ini meliputi teori kepuasan pendengar, konsep kepuasan pendengar media sosial dalam penyebaran informasi kesehatan.

## **Bab III: Metode Penelitian**

Pada bab metode penelitian berisi penjelasan mengenai metode yang digunakan, yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan ketika penelitian berlangsung, berikut adalah tahapan yang dicantumkan: jenis penelitian, desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data. Jenis penelitian menjelaskan tentang metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Desain penelitian memuat alur penelitian yang dilakukan pada penelitian ini. Tempat dan waktu penelitian memuat lokasi serta waktu yang digunakan dalam penelitian ini. Subjek penelitian adalah pendengar program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo yang mengakses program tersebut melalui siaran radio konvensional atau media *live Instagram*. Objek penelitian adalah kepuasan pendengar terhadap informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo melalui media *live Instagram*. Sumber data memuat penjelasan terkait darimana asal data yang diperoleh. Instrumen penelitian menjelaskan terkait alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang diteliti. Berikutnya yaitu teknik pengumpulan data menjelaskan terkait pedoman wawancara yang diambil dari indikator untuk menggali informasi dan data. Terakhir yakni analisis data yang memuat pemahaman awal tentang masalah yang diteliti.

#### **Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab hasil dan pembahasan berisi gambaran umum lokasi penelitian atau profil dari objek penelitian yaitu program Klinik Udara RSUD dr. Moh Saleh Radio Suara Kota Probolinggo, hasil penelitian yang berupa hasil dari perolehan kuisioner dan hasil analisis data yang telah diperoleh melalui kuisioner dan analisisnya melalui perangkat lunak aplikasi Excel dan aplikasi SPSS serta penjelasan terkait analisis data yang diperoleh.

#### **Bab V: Penutup**

Pada bab penutup berisi kesimpulan dan saran dari penganalisis terhadap analisis kepuasan pendengar terhadap informasi pada program klinik udara RSUD dr. Moh Saleh Radio Suara Kota Probolinggo melalui *live* instagram, serta memuat rekomendasi untuk program klinik udara RSUD dr. Moh Saleh untuk kedepannya dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA & KAJIAN TEORI**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Penelitian ini berhubungan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga terdapat keterkaitan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian tersebut. Terutama penelitian yang membahas mengenai kepuasan pendengar menggunakan teori *Use and Gratification*. Berikut beberapa artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Herbawani pada tahun 2021 dengan judul "Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19" yang dipublikasikan dalam jurnal Warta LPM (Herbawani et al., 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana platform Instagram Live dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai medium edukasi kesehatan masyarakat selama periode pandemi COVID-19, ketika akses terhadap layanan kesehatan konvensional mengalami keterbatasan signifikan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengkaji efektivitas komunikasi kesehatan melalui platform digital. Subjek penelitian meliputi pengelola konten kesehatan yang menggunakan Instagram Live sebagai platform edukasi, sedangkan objek penelitiannya adalah proses pemanfaatan Instagram Live dalam penyebaran informasi dan edukasi kesehatan kepada masyarakat luas. Responden penelitian terdiri dari masyarakat umum yang mengakses dan berpartisipasi dalam sesi Instagram Live yang membahas topik-topik kesehatan selama masa pandemi.

Persamaan penelitian Herbawani dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada penggunaan Instagram Live sebagai platform utama untuk penyampaian informasi kesehatan dan fokus pada aspek interaktivitas dalam komunikasi kesehatan digital. Kedua penelitian sama-sama mengkaji bagaimana platform digital dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan kepada masyarakat dan meneliti respons serta keterlibatan audience dalam konsumsi informasi kesehatan melalui media sosial. Namun, terdapat perbedaan mendasar dalam beberapa aspek penelitian. Pertama, penelitian

Herbawani berfokus pada situasi pandemi COVID-19 sebagai kondisi darurat kesehatan, sementara penelitian ini mengkaji program rutin radio dalam kondisi normal dengan Instagram Live sebagai media pendukung. Kedua, dari segi pendekatan teoretis, penelitian Herbawani lebih menekankan pada efektivitas edukasi kesehatan, sedangkan penelitian saya menggunakan teori Uses and Gratifications McQuail untuk mengukur kepuasan pendengar berdasarkan empat dimensi yang komprehensif. Ketiga, ruang lingkup penelitian Herbawani bersifat nasional dan umum dengan fokus pandemi, sementara penelitian saya bersifat lokal di Probolinggo dengan program spesifik yang melibatkan kerjasama antara Radio Suara Kota dengan RSUD dr. Moh Saleh, sehingga memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang integrasi media tradisional dan digital dalam komunikasi kesehatan.

Kedua, adalah penelitian dari Aditya Dimas Pratama dengan judul Penelitian berjudul *“Mengukur Gratification Sought dan Gratification Obtained Penonton Channel Negeri Indah Adil Makmur”*(Pratama, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana harapan kepuasan (*gratification sought*) dan kepuasan yang benar-benar diperoleh (*gratification obtained*) penonton dari tayangan Channel Negeri Indah Adil Makmur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner. Responden penelitian adalah penonton aktif Channel Negeri Indah Adil Makmur, dengan objek penelitian berupa konten tayangan channel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh, namun secara umum penonton tetap merasa konten channel mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan interaksi sosial mereka.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian saya terletak pada sama-sama menggunakan teori Uses and Gratifications untuk menilai kepuasan audiens, serta sama-sama menempatkan audiens/pendengar sebagai subjek penelitian yang diteliti dari aspek motivasi, harapan, dan kepuasan. Keduanya juga sama-sama memakai pendekatan kuantitatif deskriptif dan instrumen berupa kuesioner. Namun, perbedaannya terdapat pada objek dan konteks: penelitian tersebut

berfokus pada penonton sebuah channel YouTube, sedangkan penelitian saya lebih spesifik pada pendengar program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Instagram Live. Selain itu, penelitian saya berorientasi pada konteks lokal di Indonesia, khususnya Probolinggo, dengan subjek pendengar radio, sementara penelitian Channel Negeri Indah Adil Makmur lebih luas pada penonton konten digital berbasis video.

Ketiga, jurnal penelitian dari Bambang Setyo Utomo, Yoka Pradana yang berjudul Penggunaan Perilaku Mendengarkan Radio Masyarakat Ponorogo di Era New Media Penelitian berjudul *“Perilaku Mendengarkan Radio Masyarakat Ponorogo di Era New Media”*(Utomo & Pradana, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana masyarakat Ponorogo memanfaatkan radio di tengah perkembangan media baru dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif melalui survei online terhadap 200 responden masyarakat Ponorogo. Subjek penelitian adalah masyarakat Ponorogo sebagai pendengar, sedangkan objeknya adalah radio dalam konteks era media baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat masih mendengarkan radio, tetapi pola dan motivasinya berubah karena pengaruh media digital yang menawarkan kemudahan akses dan variasi konten.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian saya terletak pada penggunaan teori *Uses and Gratifications* untuk menelaah motivasi serta kepuasan audiens, metode kuantitatif deskriptif, serta subjek penelitian yang sama-sama berfokus pada audiens/pemirsa radio. Namun, perbedaan mendasar terdapat pada konteks dan fokus penelitian. Penelitian ini mengkaji terkait perilaku mendengarkan radio secara umum di tengah penetrasi media baru, sedangkan penelitian saya lebih spesifik meneliti kepuasan pendengar program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Instagram Live. Selain itu, penelitian saya berfokus pada program informasi kesehatan dengan konteks lokal di Probolinggo, sementara penelitian Ponorogo lebih luas pada kebiasaan mendengarkan radio masyarakat tanpa membatasi jenis program tertentu.

Keempat, penelitian Rina Lailatul Masruroh dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran Kajian Tilawah Di Radio Dais 107.9 Fm (Masruroh, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menggali kepuasan pendengar terhadap program siaran Kajian Tilawah dengan menggunakan tipologi motif McQuail yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial serta motif hiburan melalui penggunaan data angket di lapangan dan diuji menggunakan SPSS 16.0. setelah dilakukannya Mean dan Chi Square. Pada penelitian ini menggunakan teori *Use and Gratification* yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki tujuan masing-masing dalam mengkonsumsi media untuk mencapai kepuasannya. Lailatul Masruroh, menjabarkan bahwa “Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat dimensi yang diukur, motif informasi menempati urutan pertama dengan skor total 1005, diikuti oleh motif hiburan, identitas pribadi dan integrasi, dan interaksi sosial, masing-masing dengan 632, 580, dan 538 poin. Kesimpulan dari program ini adalah lebih memuaskan motif informasi bagi responden dibandingkan motif lainnya. Adapun penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu menerapkan secara teoritis dari *Gratification and Use* melalui dorongan penggunaan media melalui motif pribadi, hiburan, informasi, integrasi, serta social interactives. Perbedaannya ialah menggunakan program acara kajian tilawah sebagai objek studi, sedangkan kajian peneliti memanfaatkan program penyiaran musik, yakni “Oase”.

Kelima, penelitian *Wendy Christine ,Andrew Harrison, Amanda Sophia ,Felix Raymond* dengan judul *The Influence Of Social Media On Radio Listener Loyalty* (Christine et al., 2024). Penelitian berjudul “*The Influence of Social Media on Radio Listener Loyalty*” bertujuan menelaah pengaruh media sosial terhadap loyalitas pendengar radio dengan pendekatan kualitatif. Melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 30 pendengar aktif media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram), penelitian tersebut menemukan bahwa interaksi di media sosial berperan penting dalam membangun kedekatan emosional serta meningkatkan loyalitas pendengar. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai wadah pembentukan komunitas pendengar yang loyal melalui interaksi, kontes, dan komunikasi langsung. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa interaksi melalui media sosial sangat berperan dalam membangun dan memperkuat loyalitas pendengar radio. Pendengar yang merasa terlibat dan dihargai melalui konten yang interaktif dan komunikatif cenderung memiliki ikatan emosional yang kuat dengan stasiun radio tersebut.

Persamaan dengan penelitian saya terletak pada fokus kajian terhadap kepuasan dan keterikatan pendengar radio, serta penggunaan teori *Uses and Gratifications* untuk menelaah motivasi audiens. Objek penelitian sama-sama menempatkan pendengar radio sebagai konsumen program siaran. Perbedaan mendasar terdapat pada media dan konteks penelitian: penelitian terdahulu meninjau media sosial secara umum dalam lingkup global, sedangkan penelitian saya lebih spesifik pada penggunaan *Live Instagram* dalam program *Klinik Udara* Radio Suara Kota Probolinggo dengan konteks lokal dan fokus pada program informasi kesehatan.

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Kepuasan

Kepuasaan berasal dari bahas latin, yaitu statis yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Kepuasan di artikan sebagai produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang di cari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Mowen dan minor mendefinisikan sikap kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang di tunjukan konsumen atau barang dan jasa mereka memperoleh dan menggunakannya (Alfazriani, 2021). Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka menggunkan. Tanggapan emosi ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan/ketidakpuasan.

Kepuasan merupakan selisih antara apa yang diharapkan dengan apa yang didapatkan. Jika ternyata khalayak mendapatkan manfaat lebih banyak dibandingkan dengan apa yang dia harapkan, maka akan timbul kepuasan. Namun sebaliknya, jika apa yang diekspektasikan oleh khalayak tak didapatkannya atau kurang dari apa yang diharapkannya, maka kepuasan tidak akan tercapai.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Philip Palmgreen, ia memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang memengaruhi penggunaan media. Namun, Palmgreen juga menanyakan apakah motif-motif tersebut telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain apakah khalayak sudah puas setelah menggunakan media tertentu. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)* (Kriyantono, 2014).

Kepuasan dapat diartikan sebagai sebuah perasaan puas dan senangnya individu karena harapan dan kenyataan sudah terpenuhi. Mengutip tulisan milik Retnaningsih (Strategi et al., 2004), menjabarkan bahwa “Menurut Kotler dan Keller menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Asumsi Kotler dan Keller dapat diartikan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara sebelum dan setelah terjadi kinerja aktual suatu produk yang dirasakan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil kerja yang dirasakan serta dibandingkan dengan harapannya”.

### **2.2.2. Indikator Kepuasan**

Indikator kepuasan konsumen terbagi menjadi 2 yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal (Silvia, 2018). Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal: karena mendengarkan radio membuat kita menjadi mengetahui informasi yang baik dan benar. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misalnya perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari suatu program yang didengarkan.

### **2.2.3. Instagram Sebagai Media Informasi**

Instagram merupakan salah satu wadah media sosial yang paling populer dengan fitur-fitur visual yang kuat, seperti gambar, video, instastory, dan siaran langsung. Fitur-fitur visual dan interaktif Instagram memungkinkan Program Klinik Udara untuk menyampaikan pesan-pesan atau informasi mereka dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Kemudahan mengakses internet melalui berbagai penyedia layanan membuat Instagram lebih populer dibandingkan wadah media sosial lainnya belakangan ini. Instagram memiliki lebih banyak pengguna dibandingkan media sosial lainnya. Pengguna instagram di indonesia berdasarkan usia 28-24 tahun mencapai sebanyak 33,90 juta atau sekitar (19,8% pengguna perempuan dan 17,5% pengguna laki-laki) (Inayah & Harianto, 2020). Dari persentase ini dapat diketahui bahwa instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling digemari masyarakat indonesia, maka dari itu tidak diherankan mengapa instagram menjadi aplikasi media sosial ke 3 yang paling digemari pada era digitak saat ini.

Instagram memiliki kelebihan dan kelebihan, diantaranya ialah : Kelebihan Instagram hanya berfokus pada konten visual, sehingga penjelasan teks yang panjang dan mendetail sering kali tidak efektif atau terbatas. Kelemahan Instagram adalah Spamming, spamming menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki Instagram, dimana orang akan dengan mudahnya menulis dan membagikan komentar negatif yang cenderung kasar terhadap apa yang sudah diunggah oleh pengguna melalui fitur kolom komentar (Maani, 2019).

#### **2.2.4. Teori Use and Gratifications**

Teori *Use and Gratification* diperkenalkan pada tahun 1974 oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Curr ent Perspectives on Gratification Resear ch* (West,Turner., 2008). Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan atau isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan atau hasil tertentu. Teori ini menganggap bahwa orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi.

Teori *Use and Gratification* menyatakan bahwa individu tidak hanya mengidentifikasi media tertentu yang dia inginkan tetapi juga mampu menentukan kegunaan yang didapatkan dan menentukan nilai personal dari tiap kegunaan tersebut. Apa yang dilakukan konsumen dengan media menjadi pertanyaan inti peneliti teori *Use and Gratification*. Teori yang berpusat pada khalayak media

menekankan seorang konsumen media yang aktif. Orang dapat melakukan partisipasi aktif dalam proses komunikasi massa. Teori ini adalah antitesis dari teori powerfull effect atau jarum suntik yang menjelaskan bahwa media memiliki efek yang kuat dan besar terhadap khalayak.

Stanley J. Baran dan Dennis K. Devis dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (Stanley, 2011) Dasar Pengelolaan dan Masa Depan mengungkapkan beberapa kelebihan dan kelemahan dalam teori *Use and Gratification*, yaitu:

1. Kelebihan:

- a) Memusatkan perhatian pada individu dalam proses komunikasi massa.
- b) Menghargai kepandaian dan kemampuan media.
- c) Menyediakan pemahaman analisis terhadap bagaimana orang memiliki pengalaman dengan konten media.
- d) Membedakan pengguna aktif dengan pengguna pasif.
- e) Mempelajari penggunaan media sebagai bagian dari interaksi sosial sehari-hari.
- f) Memberikan pemahaman berguna dalam penggunaan media baru.

2. Kelemahan:

- a) Bergantung pada analisis fungsional yang dapat menciptakan bias terhadap status quo.
- b) Tidak dapat dengan mudah menunjukkan keberadaan atau ketiadaan efek.
- c) Banyak konsep kuncinya yang dikritik karena dinilai tidak dapat diukur.
- d) Terlalu berorientasi pada level mikro.

Teori *Use and Gratifications*, yang dikembangkan oleh Mc Quail , menjelaskan bahwa kepuasan audiens terhadap media bergantung pada seberapa baik media memenuhi kepuasan atau kebutuhan yang dicari audiens. Dalam konteks penelitian pada program Klinik Udara, teori ini berguna untuk mengukur tingkat kepuasan pendengar terhadap informasi kesehatan yang diberikan melalui radio dan siaran langsung Instagram.

McQuail mengidentifikasi empat jenis kepuasan utama yang dicari orang dari media massa yakni sebagai berikut (Quail, 1994) :

1. *Surveillance* (Pencarian Informasi).

Surveillance atau Pengawasan pencarian informasi mengacu pada kebutuhan audiens untuk mendapatkan informasi tentang lingkungan sekitar mereka, dalam program Klinik Udara, hal ini dapat diukur dari kepuasan pendengar terhadap keakuratan, kelengkapan, ketepatan waktu, dan kredibilitas informasi kesehatan yang diberikan.

Motif pendengar dalam kategori *Surveillance* pada penelitian ini antara lain dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi kesehatan di lingkungan masyarakat, mendapatkan informasi faktual, dan memberikan rasa tenang dalam mengikuti program Klinik Udara.

2. *Personal Identity* ( Referensi Diri, Penguatan Nilai Entitas Diri)

Identitas pribadi berkaitan dengan kebutuhan audiens untuk memperkuat identitas diri mereka melalui konsumsi media. Indikator kepuasan dalam kategori ini mencakup seberapa relevan informasi tersebut dengan situasi pribadi pendengar, kemampuan program untuk membantu pendengar memahami status kesehatan mereka sendiri, seberapa baik nilai - nilai yang disajikan sesuai dengan keyakinan pendengar, dan penguatan identitas pendengar sebagai seseorang yang peduli terhadap kesehatan.

Motif pendengar dalam kategori *Personal Identity* pada penelitian ini antara lain menemukan nilai-nilai personal, menambah kepercayaan diri, serta dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam media.

3. *Personal Relationships* (Manfaat Sosial)

Hubungan personal mengacu pada kebutuhan audiens untuk membangun koneksi sosial melalui media, yang dapat diukur dari kepuasan pendengar terhadap kedekatan dengan pembicara, interaktivitas program, respons terhadap pertanyaan, dan kemampuan program untuk menciptakan rasa kebersamaan.

Motif pendengar dalam kategori *Personal Relationships* pada penelitian ini antara lain ingin memperoleh bahan diskusi dengan orang lain, menjalankan peran sosial, keinginan untuk dekat dengan orang lain serta memperoleh pengetahuan empati sosial.

#### 4. *Diversion* (Hiburan atau Relaksasi)

Pada konteks hiburan atau relaksasi, indikator kepuasan dalam kategori ini mencakup kemampuan program untuk mengurangi stres dan kecemasan terkait masalah kesehatan, format yang menarik dan tidak membosankan, serta gaya komunikasi pembawa acara yang menghibur dan informatif.

Motif pendengar dalam kategori *mc* pada penelitian ini antara lain ingin untuk bersantai, mengisi waktu luang, serta memperoleh hiburan dan kesenangan.

Dalam program Klinik Udara yang memanfaatkan siaran radio dan Instagram Live, indikator kepuasan yang terintegrasi meliputi pemenuhan ekspektasi pendengar, apresiasi terhadap kualitas program, loyalitas pendengar, kesediaan merekomendasikan program kepada orang lain, dan tingkat keterlibatan selama program berlangsung. Penerapan teori McQuail dalam penelitian ini memungkinkan pengukuran kepuasan yang komprehensif dengan mempertimbangkan berbagai motivasi dan kebutuhan pendengar dalam mengakses informasi kesehatan melalui media digital.

#### **2.2.5 Gratification Sought(GS) dan Gratification Obtained(GO)**

*Gratification Sought (GS)* adalah kepuasan yang diharapkan atau dicari oleh audiens ketika mereka menggunakan suatu media, *Gratifications Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak memilih suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yang didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi (Kriyantono, 2006).

Dalam menggunakan media, individu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu yaitu didasari pada motif pemenuhan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif yang melatarbelakangi setiap individu dalam menggunakan suatu media tidaklah sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Gratifications Sought* adalah motif kepuasan yang diharapkan individu dalam menggunakan media tertentu. Pada penelitian ini, yang dimaksud adalah motif individu dalam mengikuti program Klinik Udara.

Sedangkan *Gratification Obtained (GO)* adalah kepuasan yang benar-benar diperoleh setelah menggunakan media tersebut (Palmgreen & Rayburn, 1985).

*Gratifications Obtained* adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media. *Gratifications Obtained* dalam penelitian ini adalah kebutuhan yang dapat dipenuhi setelah proses menggunakan media yaitu setelah mengikuti program Klinik Udara.

Konsep ini berasal dari teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens memiliki kebutuhan tertentu yang mendorong mereka untuk memilih media, kemudian membandingkan antara harapan dan kepuasan nyata setelah konsumsi media (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). McQuail memperkenalkan konsep Gratifikasi yang dicari (*GS*) dan Gratifikasi yang Diperoleh (*GO*), di mana kepuasan yang tinggi terjadi ketika gratifikasi yang diterima memenuhi atau melampaui gratifikasi yang dicari audiens.

Salah satu metode yang digunakan untuk menilai *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained* adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh dari perhitungan :

$$(T/5Y) \times 100\%. \quad (2.1)$$

Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. Menurut Irawan (2002) dalam Lodhita (2014), pengukuran terhadap *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di masa yang akan datang.

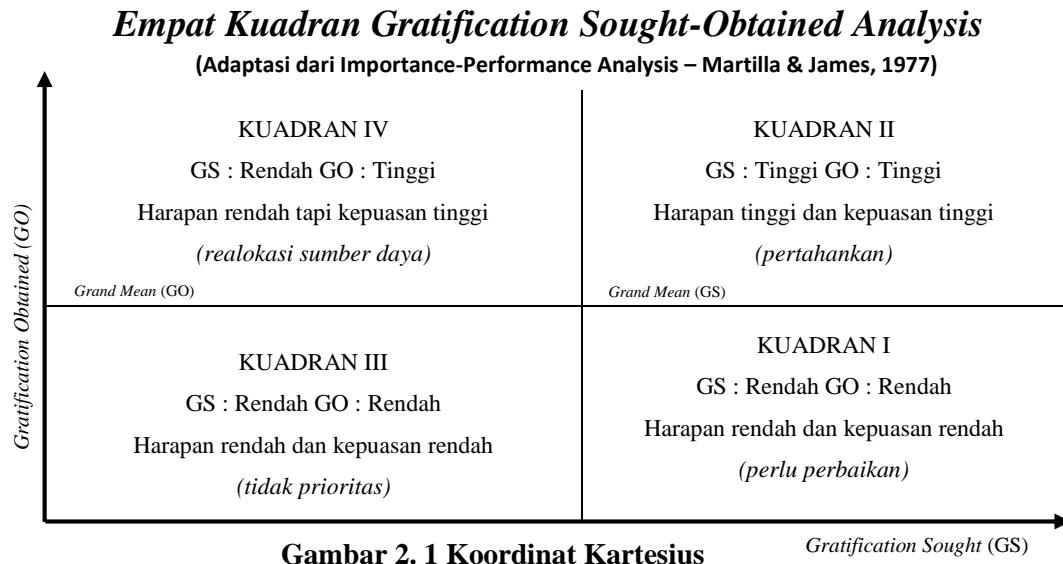
Pengukuran *Customer Satisfaction Index (CSI)* pada Program Klinik Udara dimulai dengan mengukur *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*. *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media massa tertentu. *Gratification Sought (GS)* merupakan motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. *Gratification Sought (GS)* timbul dari kepercayaan seseorang tentang apa yang disajikan oleh media dan penilaian orang tersebut terhadap isi dari media. Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Pratama, 2024).

Pencarian kepuasan *Gratification Sought* (GS) dilatar belakangi adanya kepercayan dan penilaian seseorang terhadap sebuah media massa berdasarkan pengalamannya (Silvia, 2018). Individu mempunyai penilaian dan kepercayaan terhadap salah satu media massa yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya. Adanya pencarian kepuasan (motif) yang didukung oleh penilaian dan kepercayaan terhadap sebuah media massa, mendorong seseorang mengkonsumsi media. Setelah konsumsi media terjadi, akan terlihat kepuasan nyata yang diperoleh. Apakah dapat memenuhi motif awal dalam menggunakan media massa yang bersangkutan atau tidak.

Berdasarkan teori ini, pengukuran kepuasan dalam sebuah penelitian harus dilakukan dengan menanyakan motif atau kepuasan yang dicari dan diinginkan seseorang *Gratification Sought* (GS), kemudian menanyakan kembali apakah motif dan harapan tersebut bisa dipenuhi oleh media yang bersangkutan. Artinya, kita bisa mengetahui kepuasan nyata yang diperoleh seseorang *Gratification Obtained* (GO)

Dalam operasionalisasinya, metode GS-GO Analysis menggunakan sistem koordinat kartesius dua dimensi, dimana sumbu horizontal (sumbu X) merepresentasikan tingkat Gratification Sought dan sumbu vertikal (sumbu Y) merepresentasikan tingkat Gratification Obtained. Setiap indikator gratifikasi kemudian diplotkan berdasarkan nilai mean dari kedua variabel tersebut.

Untuk membagi koordinat kartesius menjadi empat kuadran, digunakan garis pembagi berupa nilai grand mean (rata-rata keseluruhan) dari Gratification Sought yang memotong sumbu X secara vertikal, dan nilai grand mean dari Gratification Obtained yang memotong sumbu Y secara horizontal (Levenburg & Magal, 2005). Titik perpotongan kedua garis grand mean ini menjadi pusat koordinat yang membagi ruang menjadi empat kuadran dengan karakteristik dan interpretasi yang berbeda. Berikut ini gambar dari koordinat kartesius empat kuadran :



Sumber : Martilla dan James (1977) dan Levenburg dan Magal (2005)

**a. Kuadran I (*Concentrate Here*)**

Kuadran ini terletak di posisi kanan bawah koordinat, menunjukkan kondisi dimana Gratification Sought tinggi namun Gratification Obtained rendah. Martilla dan James (1977) menyatakan bahwa atribut yang berada dalam kuadran ini harus menerima prioritas tertinggi karena responden menganggapnya sangat penting tetapi merasa tidak puas dengan kinerjanya. Dalam konteks media, indikator yang jatuh ke kuadran ini menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara harapan audiens dengan realitas yang diberikan media, sehingga memerlukan perbaikan atau peningkatan segera untuk menghindari ketidakpuasan audiens.

**b. Kuadran II (*Keep Up the Good Work*)**

Kuadran berada di posisi kanan atas, merepresentasikan kondisi ideal dimana Gratification Sought tinggi dan Gratification Obtained juga tinggi. Levenburg dan Magal (2005) menjelaskan bahwa atribut dalam kuadran ini telah dilayani dengan baik oleh organisasi, dan praktisi didorong untuk mempertahankan strategi yang ada. Indikator gratifikasi dalam kuadran ini menunjukkan bahwa media berhasil memenuhi ekspektasi tinggi audiens dengan kepuasan yang tinggi pula, sehingga menjadi kekuatan utama yang harus dipertahankan dan dapat dijadikan keunggulan kompetitif.

**c. Kuadran III (*Low Priority*)**

Kuadran ini terletak di posisi kiri bawah, menunjukkan situasi dimana baik Gratification Sought maupun Gratification Obtained sama-sama rendah. Martilla dan James (1977) mengkategorikan atribut dalam kuadran ini sebagai prioritas rendah karena tidak krusial bagi organisasi dan dapat dihentikan atau dikurangi penekanannya tanpa menimbulkan dampak negatif. Dalam konteks penelitian gratifikasi media, indikator yang berada di kuadran ini menunjukkan bahwa aspek tersebut tidak menjadi motivasi utama audiens dalam menggunakan media, dan kepuasan yang diperoleh pun rendah, sehingga tidak memerlukan alokasi sumber daya yang signifikan.

**d. Kuadran IV (*Possible Overkill*)**

Kuadran ini berada di posisi kiri atas, merepresentasikan kondisi dimana Gratification Sought rendah namun Gratification Obtained tinggi. Levenburg dan Magal (2005) menyebut kuadran ini sebagai "possible overkill" karena merepresentasikan atribut yang menerima sumber daya berlebihan—responden merasa puas dengan atribut tersebut meskipun tidak menganggapnya penting. Dalam konteks media, indikator di kuadran ini menunjukkan bahwa media memberikan kepuasan yang melebihi ekspektasi audiens (pleasant surprise) atau bahkan terlalu banyak mengalokasikan sumber daya untuk aspek yang sebenarnya bukan prioritas utama audiens, sehingga sumber daya tersebut dapat dialihkan ke area yang lebih membutuhkan perhatian, khususnya indikator yang berada di Kuadran I.

Melalui visualisasi empat kuadran ini, penganalisis dapat dengan mudah mengidentifikasi pola kepuasan audiens, menentukan prioritas pengembangan, dan merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif berdasarkan kebutuhan nyata audiens (Siniscalchi et al., 2008).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. *Creswell and Creswell* (2018) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang memanfaatkan data berbentuk angka untuk dianalisis dan diinterpretasikan, dengan tujuan utama menguji hipotesis yang telah ditentukan. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan peneliti untuk mengetahui tingkat kepuasan pendengar terhadap informasi dalam program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui siaran Live Instagram, menggunakan instrumen yang terstruktur serta data yang dapat diukur secara kuantitatif.

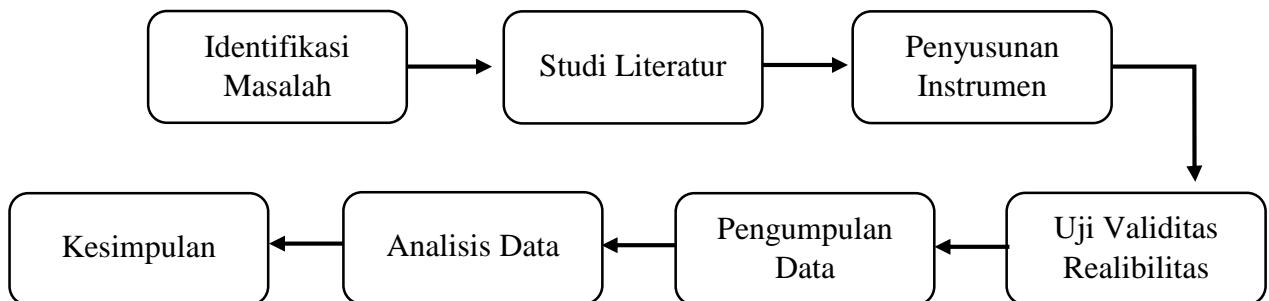
Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui keberadaan suatu variabel mandiri, baik satu maupun lebih (variabel bebas), tanpa melakukan perbandingan dengan sampel lain atau mencari hubungan dengan variabel lain. Menurut Neuman (2013), penelitian deskriptif kuantitatif ditandai dengan penggunaan instrumen yang telah divalidasi, pengumpulan data dari sampel yang representatif, serta analisis data secara statistik guna memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

#### **3.2. Alur Penelitian**

Alur penelitian adalah definisi dari pendekatan. Langkah-langkah yang akan diambil penganalisis untuk melaksanakan penelitiannya diuraikan dalam alur penelitian (Fauzi et al., 2024). Ada tujuh langkah yang akan dilakukan penganalisis dalam penelitian ini.

Identifikasi masalah, studi literatur, penyusunan instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas, serta pengumpulan data adalah langkah pertama dalam tahap desain penelitian ini. Analisis data dan pembahasan hasil merupakan tahap inti, sedangkan penarikan kesimpulan dan rekomendasi untuk pengembangan program Klinik Udara adalah langkah terakhir. Untuk memastikan bahwa penelitian ini dilakukan secara sistematis dan dapat mencapai tujuan yang telah

ditetapkan, penganalisis akan mengikuti tahapan-tahapan dalam desain penelitian kuantitatif deskriptif.



**Gambar 3. 1 Desain Penelitian**

**Sumber : Peneliti 2025**

Berikut penjelasan mengenai alur penelitian diatas :

a. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah tahap awal dalam penelitian yang bertujuan untuk mengenali, merumuskan, dan memetakan berbagai permasalahan yang muncul dari fenomena yang akan diteliti. Tahap ini merupakan fondasi penting yang menentukan arah dan fokus penelitian.

Identifikasi masalah dapat ditemukan melalui observasi dan wawancara. Pada penelitian ini penganalisis melakukan observasi dan wawancara pada program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo.

b. Studi Literatur

Tindakan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk membuat sesuatu dikenal sebagai Perencanaan Syarat-Syarat. Untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan, penganalisis terlebih dahulu mengumpulkan informasi melalui wawancara, studi literatur, dan lainnya sebagai kebutuhan untuk melakukan penelitian pada program Klinik Udara.

Menurut Munib & Wulandari (2021), studi literatur merupakan aktivitas untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, serta hasil penelitian lainnya. Penelitian berbasis kepustakaan adalah jenis penelitian yang mengandalkan data dari sumber-sumber tertulis.

Data tersebut dapat berupa temuan penelitian, teori, konsep, atau informasi relevan lainnya. Proses penelitian ini memiliki langkah persiapan yang serupa dengan penelitian lainnya, tetapi perbedaannya terletak pada sumber data yang sepenuhnya berasal dari pustaka dan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan membaca, mencatat, dan mengolah bahan yang telah dikumpulkan

c. Penyusunan Instrumen

Penyusunan instrumen adalah proses merancang alat atau perangkat yang digunakan untuk mengukur atau mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen ini bisa berupa kuisioner, wawancara atau alat ukur lainnya. Dalam proses ini, penganalisis perlu memastikan bahwa instrumen yang dibuat mampu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan memberikan hasil yang baik dan konsisten.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada tahapan ini penganalisis melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuisioner agar sesuai dengan konteks penelitian kepuasan pendengar. Pada tahap ini penting untuk memastikan instrumen penelitian khususnya kuisioner memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai. Pada tahap ini dilakukan uji validitas isi (*content validity*) melalui telaah pakar untuk memastikan setiap butir pertanyaan benar-benar merepresentasikan sesuai dengan indikator teori *Uses and Gratifications*.

Hasil dari tahap ini menjadi dasar penyempurnaan instrumen sehingga kuisioner yang digunakan pada pengumpulan data utama benar-benar akurat, konsisten, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

e. Pengumpulan Data

Pada tahapan ini penganalisis akan melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner online menggunakan *Google Form* yang akan dibagikan kepada pendengar program Klinik Udara yang pernah mendengarkan atau mengikuti program tersebut. Penyebaran kuisioner dilakukan melalui berbagai kanal komunikasi, seperti unggahan Instagram Radio Suara Kota, grup WhatsApp komunitas pendengar, serta pesan

langsung kepada followers aktif yang mengikuti program Klinik Udara. Selain kuesioner, implementasi juga mencakup wawancara mendalam dengan sejumlah pendengar terpilih untuk memperoleh data kualitatif yang lebih kaya sebagai pelengkap hasil survei.

Tahap ini bertujuan agar data yang terkumpul tidak hanya kuantitatif berupa skor kepuasan, tetapi juga dilengkapi dengan perspektif dan pengalaman nyata pendengar dalam mengikuti program Klinik Udara.

#### f. Analisis Data

Pada tahapan ini penganalisis akan mengolah data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan kuisisioner. Data kuantitatif dari kuesioner diinput ke dalam perangkat lunak statistik **SPSS** untuk diuji secara deskriptif. Analisis ini meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, penghitungan grand mean, serta analisis distribusi frekuensi guna menggambarkan tingkat kepuasan pendengar. Selanjutnya dilakukan perhitungan Grand Mean untuk memperoleh gambaran umum kepuasan responden pada masing-masing dimensi *Uses and Gratifications*, yaitu *diversion, personal identity, personal relationship, serta surveillance*.

#### g. Kesimpulan

Tahap kesimpulan merupakan bagian akhir dari penelitian yang berfokus pada interpretasi hasil analisis data serta penarikan implikasi penelitian. Pada tahap ini, penganalisis menyusun ringkasan mengenai tingkat kepuasan pendengar program Klinik Udara berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, dengan membandingkan antara *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)* pada setiap dimensi.

Selain itu, kesimpulan juga mencakup rekomendasi praktis bagi Radio Suara Kota, khususnya dalam pengembangan strategi penyiaran berbasis media sosial, sehingga program Klinik Udara dapat semakin relevan, interaktif, dan memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis dalam literatur literasi informasi dan media, tetapi juga memiliki manfaat praktis dalam meningkatkan kualitas layanan siaran radio di era digital.

### 3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 15 Oktober 2025 sampai dengan 31 November 2025, tempat pelaksanaan penelitian ini yaitu di Radio Suara Kota Probolinggo Jalan Suroyo nomor 17 (Komplek Museum Kota Probolinggo) Tisnonegaran, Mayangan, Kota Probolinggo, 67211. Sedangkan timeline penelitian dimulai September 2025 sampai bulan Oktober 2025 yang akan di rincikan seperti tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3. 1 Timeline Penelitian**

No	Kegiatan Penelitian	2025			2025		
		Bulan		09	Bulan		
		07	08		10	11	12
01	Identifikasi Masalah						
02	Studi Literatur						
03	Penyusunan Instrumen						
04	Uji Validitas dan Reliabilitas						
05	Pengumpulan Data						
06	Analisis Data						
07	Kesimpulan						

### 3.4. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitian meliputi pendengar aktif yang rutin mengikuti program, pendengar yang berinteraksi melalui live Instagram. Dalam penelitian ini, penganalisis akan memberikan kuisioner kepada para pendengar radio Suara Kota Probolinggo, yang sudah masuk dalam kriteria. Kriteria tersebut antara lain para pendengar yang mendengarkan dan berinteraksi pada program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo selama masa periode penelitian yakni pada bulan November 2025.

Sementara itu, objek penelitiannya adalah kepuasan pendengar terhadap informasi yang disajikan dalam program "Klinik Udara" Radio Suara Kota melalui live Instagram.

### 3.5. Populasi dan Sampel

Menurut Babbie (2020), populasi merupakan keseluruhan unit analisis yang karakteristiknya akan ditelaah dalam penelitian. Populasi penelitian ini mencakup

semua individu yang pernah menonton atau mengikuti program Klinik Udara melalui Live Instagram Radio Suara Kota dalam tiga bulan terakhir, dan memiliki akses internet untuk menggunakan platform Instagram.

Berdasarkan data dari wawancara dengan Bapak Wahyu selaku penanggung jawab live Instagram pada program Klinik Udara, rata-rata jumlah penonton program Klinik Udara melalui Live Instagram mencapai 285 orang per bulannya, dengan total pengikut akun Instagram sebanyak 4.500 followers (wawancara 22 Juli 2025). Karena ukuran populasi cukup besar dan tidak memungkinkan diteliti secara keseluruhan, penelitian ini menggunakan sampel sebagai representasi populasi.

Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) 10% ( $e = 0,1$ ). Rumus Slovin, menurut Sekaran & Bougie (2016), dituliskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)} \quad (3.1)$$

Dengan asumsi populasi sebesar 200 penonton (rata-rata viewership), diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{285}{1 + 285(0,1^2)} = \frac{285}{1 + 2,85} = \frac{285}{3,85} = 74,02 = 74$$

Sehingga ukuran sampel minimal adalah 74 responden. Namun, untuk mengantisipasi data tidak lengkap atau responden yang tidak kooperatif, jumlah sampel ditambah menjadi 74 responden,

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Menurut Kumar (2019) menyatakan bahwa purposive sampling merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- Pernah mengikuti program Klinik Udara melalui Live Instagram.
- Pernah berinteraksi pada program Klinik Udara melalui Live Instagram.
- Bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner sebagai teknik utama pengumpulan data. Fowler (2022) menjelaskan bahwa survei merupakan metode pengumpulan informasi dari responden yang mewakili populasi tertentu melalui serangkaian pertanyaan terstandar, dengan tujuan memperoleh data yang akurat dan dapat diandalkan. Pemilihan metode survei didasarkan pada efektivitasnya dalam mengumpulkan data dari jumlah sampel yang besar dalam waktu relatif singkat serta dengan biaya yang efisien.

Kuisisioner berisi daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Pada metode ini, meneliti menyebarkan pertanyaan tertulis yang disusun dalam daftar dan menyesuaikan dengan kajian penelitian untuk diisi oleh responden (Kriyantono, 2020).

Kuisisioner pada penelitian ini yakni berupa pernyataan dalam bentuk *Google Form* yang mengacu pada teori *use and gratifications* dari Mc Quail. Pernyataan akan dibagikan kepada pendengar program Klinik Udara yang mengikuti dan mendengarkan program Klinik Udara. Adapun pedoman kuisioner yang akan digunakan untuk meneliti kepuasan pendengar adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. 2 Pernyataan Kuisisioner**

No	Indikator	Kode	Aspek	Pernyataan
01	<i>Surveillance (Informasi)</i>	P1	Kepuasan pendengar terhadap keakuratan informasi yang berikan	Saya merasa informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara akurat dan dapat dipercaya.
		H1		Saya berharap informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara selalu akurat dan terpercaya.
		P2	Kepuasan pendengar terhadap kelengkapan informasi yang diberikan	Saya menilai topik kesehatan yang dibahas relevan dengan kebutuhan pendengar.
		H2		Saya berharap topik kesehatan yang dibahas selalu relevan dengan kondisi masyarakat.
		P3	Kepuasan pendengar terhadap	Saya merasa informasi yang disampaikan mudah saya pahami.

No	Indikator	Kode	Aspek	Pernyataan
02	<i>Personal Identity (Identitas Personal)</i>	H3	ketepatan waktu informasi yang diberikan	Saya berharap informasi dalam program disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami.
		P4	Kepuasan pendengar terhadap kredibilitas informasi yang diberikan	Saya menilai narasumber dalam program memiliki kredibilitas yang baik.
		H4		Saya berharap narasumber yang dihadirkan selalu berasal dari bidang yang kompeten.
		P5	Seberapa relevan informasi yang disajikan sesuai dengan situasi pendengar	Saya merasa program Klinik Udara membantu saya lebih memahami kondisi kesehatan diri sendiri.
		H5		Saya berharap program Klinik Udara dapat membantu pendengar memahami kesehatan pribadinya dengan lebih baik.
		P6	Kemampuan program dalam membantu pendengar memahami status kesehatan mereka	Saya menilai isi program mendorong saya untuk menerapkan gaya hidup sehat.
		H6		Saya berharap isi program lebih banyak memberikan motivasi untuk menerapkan hidup sehat.
		P7	Seberapa baik nilai-nilai yang disajikan sesuai dengan pendengar	Saya merasa nilai-nilai yang disampaikan dalam program sesuai dengan pandangan hidup saya.
		H7		Saya berharap nilai-nilai yang disampaikan relevan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari.
		P8	Penguatan identitas pendengar sebagai seseorang yang peduli terhadap kesehatan	Saya menilai pembawa acara memberikan contoh positif dalam menjaga kesehatan.
		H8		Saya berharap pembawa acara selalu menjadi teladan dalam menerapkan gaya hidup sehat.
03	<i>Personal Relationships (Hubungan Personal)</i>	P9	Kedekatan pendengar dengan pembicara	Saya merasa pembawa acara berinteraksi dengan pendengar secara ramah dan terbuka.
		H9		Saya berharap pembawa acara selalu bersikap ramah dan terbuka terhadap pendengar.
		P10	Respons pembicara	Saya merasa suasana dalam siaran Klinik Udara hangat dan menyenangkan.

No	Indikator	Kode	Aspek	Pernyataan
04	<i>Diversion (Hiburan/Relaksasi)</i>	H10	terhadap pertanyaan	Saya berharap suasana siaran Klinik Udara tetap hangat dan menyenangkan.
		P11	Kemampuan program untuk menciptakan rasa kebersamaan	Saya menilai pendengar lain juga aktif berinteraksi melalui kolom komentar saat Live Instagram.
		H11		Saya berharap program memberikan lebih banyak kesempatan untuk interaksi pendengar secara langsung.
		P12	Interaktivitas program dalam memberikan informasi	Saya merasa menjadi bagian dari komunitas pendengar yang peduli terhadap kesehatan.
		H12		Saya berharap komunitas pendengar Klinik Udara dapat terus berkembang dan saling berbagi informasi kesehatan.
		P13	Kemampuan program untuk mengurangi stres	Saya merasa program Klinik Udara membantu saya mengurangi stres atau kejemuhan.
		H13		Saya berharap program Klinik Udara terus menjadi sarana hiburan yang bermanfaat bagi pendengar.
		P14	Format program menarik dan tidak membosankan	Saya merasa pembawa acara mampu menghadirkan suasana santai dan menghibur.
		H14		Saya berharap pembawa acara selalu mampu menciptakan suasana yang menyenangkan.
		P15	Gaya komunikasi pembawa acara menghibur dan informatif	Saya merasa program Klinik Udara memberi manfaat sekaligus hiburan bagi saya.
		H15		Saya berharap program Klinik Udara dapat terus menghibur sambil memberikan edukasi kesehatan.
		P16	Kemampuan program untuk mengurangi	Saya menilai format acara Klinik Udara menarik dan tidak membosankan.

No	Indikator	Kode	Aspek	Pernyataan
		H16	kecemasan terkait masalah kesehatan	Saya berharap format acara lebih variatif agar tetap menarik untuk diikuti.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data-data atau arsip-arsip yang tersedia pada interview yang berhubungan dengan penelitian (Neuman, 2020). Dokumen adalah bahan tulis, maupun foto-foto yang di persiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti sesuai dengan kepentingan penelitian.

Data-data penelitian berupa dokumentasi selama program Klinik Udara berlangsung dan beberapa foto atau video pernyataan dari penyiar radio dan narasumber yang berasal dari RSUD dr. Moh. Saleh. Dalam penelitian ini, penganalisis melakukan penulusuran data melalui studi pustaka, penulusuran data online terkait dengan rumusan penelitian dan mengumpulkan dokumentasi berupa foto sebagai data pendukung data penelitian.

## 3. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dalam konteks ini, wawancara dipandang sebagai bentuk komunikasi dua arah yang melibatkan proses encoding dan decoding pesan antara pewawancara dan informan (Sekaran & Bougie, 2019).

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih detail mengenai kepuasan pendengar terhadap program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui live Instagram. Informan dalam penelitian ini terdiri dari tiga kategori utama. Pertama,. penyiar radio atau host program Klinik Udara Radio Suara Kota untuk memperoleh perspektif dari pihak penyedia konten. Kedua, manajemen Radio Suara Kota yang bertanggung jawab atas pengembangan program dan strategi penggunaan platform Instagram Live. Ketiga, penanggung

jawab atau narasumber dari program Klinik Udara yang bertugas memberikan informasi kesehatan dan pengelola informasi kesehatan di program Klinik Udara.

### **3.7. Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer diperoleh melalui kuesioner daring yang disebarluaskan menggunakan *Google Forms*. Pemilihan platform digital ini disesuaikan dengan karakteristik responden yang merupakan pengguna aktif media sosial, khususnya Instagram. Menurut Evans & Mathur (2018), kuesioner online memiliki sejumlah keunggulan, antara lain: kemudahan akses bagi responden, efisiensi waktu dan biaya, jangkauan geografis yang lebih luas, serta kemudahan dalam pengolahan data karena jawaban langsung tersimpan dalam format digital.

Distribusi kuesioner dilakukan melalui beberapa kanal, yaitu: (1) unggahan *story* dan *post* pada akun Instagram Radio Suara Kota, (2) grup WhatsApp pendengar, (3) pesan langsung kepada pengikut aktif yang berinteraksi dengan konten *Klinik Udara*, serta (4) kerja sama dengan *influencer* lokal atau tokoh masyarakat yang pernah menjadi narasumber program. Proses pengumpulan data direncanakan berlangsung selama empat minggu untuk memastikan ketercapaian target jumlah responden.

#### **2. Data Sekunder**

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa dokumentasi program *Klinik Udara*, serta literatur akademik yang relevan dari buku, jurnal, dan sumber terpercaya lainnya. Menurut Stewart & Kamins (2021), penggunaan data sekunder dapat memberikan wawasan tambahan sekaligus berfungsi sebagai validasi terhadap temuan data primer, sehingga analisis penelitian menjadi lebih komprehensif.

### **3.8. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terstruktur dengan pertanyaan tertutup menggunakan skala Likert lima poin. DeVellis mendefinisikan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang

terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk memperoleh informasi dari responden terkait topik penelitian. Pemilihan kuesioner sebagai instrumen utama didasarkan pada kemampuannya dalam mengukur variabel kepuasan secara konsisten, terstandar, dan objektif (Mellinger & Hanson, 2020). Penelitian ini menggunakan Skala Likert lima poin dengan kategori respons sebagai berikut :

**Tabel 3. 3 Skor dalam Instrumen Penelitian**

No	Skala Likert	Simbol	Skor	Keterangan
01	<i>Sangat Tidak Setuju</i>	<i>STS</i>	1	Responden sangat tidak setuju
02	<i>Tidak Setuju</i>	<i>TS</i>	2	Responden tidak setuju
03	<i>Cukup Setuju</i>	<i>CS</i>	3	Responden netral / ragu-ragu
04	<i>Setuju</i>	<i>S</i>	4	Responden setuju
05	<i>Sangat Setuju</i>	<i>SS</i>	5	Responden sangat setuju

No	Skala Likert	Simbol	Skor	Keterangan
01	<i>Sangat Tidak Penting</i>	<i>STP</i>	1	Responden sangat tidak setuju
02	<i>Tidak Penting</i>	<i>TP</i>	2	Responden tidak setuju
03	<i>Cukup Penting</i>	<i>CP</i>	3	Responden netral / ragu-ragu
04	<i>Penting</i>	<i>P</i>	4	Responden setuju
05	<i>Sangat Penting</i>	<i>SP</i>	5	Responden sangat setuju

**Sumber : Taherdoost (2019)**

Menurut Taherdoost (2019), skala Likert lima poin dianggap optimal karena memberikan variasi respons yang cukup representatif tanpa menimbulkan kesulitan bagi responden dalam memilih jawaban. Selain itu, skala ini menghasilkan data interval yang memungkinkan penggunaan teknik analisis statistik parametrik secara lebih robust.

### **3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum digunakan pada pengumpulan data utama, instrumen penelitian perlu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas pengukuran. Creswell menjelaskan bahwa validitas merujuk pada sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas merujuk pada

konsistensi serta stabilitas hasil pengukuran (Creswell & Creswell, 2018). Kedua uji ini penting untuk menjamin bahwa data yang diperoleh akurat, konsisten, dan dapat dipercaya.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh (Dian, 2017). Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 74 responden. Hasil dari uji validitas dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada nilai signifikan 5% dan dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel pada nilai signifikan 5%. Berikut merupakan rumus pearson product moment:

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \quad (3.2)$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara item (X) dengan nilai total (Y)

$X$  = Nilai setiap item

$Y$  = Nilai total

$N$  = Jumlah responden

$\Sigma X$  = Jumlah skor X

$\Sigma Y$  = Jumlah skor Y

$\Sigma XY$  = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Purwanto & Sudargini, 2021). Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini digunakan bantuan SPSS dengan dihitung nilai Chronbach's Alpha. Apabila

nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, instrumen penelitian reliabel, dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,6 instrumen penelitian tidak reliabel (Herianto, 2021). Berikut merupakan rumus *Cronbach's Alpha* :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (3.3)$$

Keterangan :

$r_{11}$  : Koefisien reliabilitas instrument (total tes)

$k$  : Jumlah butir pertanyaan yang sah

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  : Varian skor total

### 3.10. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, persiapan data (*Data Preparation*) yang mencakup proses *coding*, *editing*, dan *cleaning* terhadap data hasil pengisian kuesioner. Data yang diperoleh melalui *Google Forms* diunduh dalam format Excel, kemudian diimpor ke perangkat lunak SPSS versi 26 untuk diolah lebih lanjut. Kedua, dilakukan analisis deskriptif yang terdiri dari: (1) analisis karakteristik demografi responden, (2) analisis tingkat kepuasan pada setiap dimensi, (3) analisis tingkat kepuasan secara keseluruhan, serta (4) analisis tabulasi silang untuk melihat pola kepuasan berdasarkan karakteristik responden.

Selanjutnya analisis kepuasan dalam penelitian ini yakni analisis data kepuasan menggunakan Grand Mean. Grand Mean menggabungkan seluruh skor rata-rata dari berbagai dimensi kepuasan yang diukur dalam penelitian, dengan mempertimbangkan bobot masing-masing dimensi berdasarkan jumlah item pertanyaan yang mengukurnya. Grand Mean memberikan gambaran komprehensif mengenai kepuasan pendengar secara keseluruhan dan menjadi indikator utama untuk mengevaluasi keberhasilan program dalam memenuhi ekspektasi audiensnya. Rumus grand mean sebagai berikut :

$$\text{Grand Mean} = \sum \frac{(\text{Mean Dimensi} \times \text{Jumlah Item Dimensi})}{\text{Total Jumlah Item}}$$

Atau dalam bentuk yang lebih spesifik untuk penelitian ini: (3.4)

$$\frac{(\text{Mean } K_1 \times n_1) + (\text{Mean } K_2 \times n_2) + (\text{Mean } K_3 \times n_3) + (\text{Mean } K_4 \times n_4)}{N}$$

Keterangan :

- a. **Mean  $K_i$**  = Nilai rata-rata skor kepuasan untuk kategori ke- $i$
- b. **Mean  $K_1$**  = Rata-rata skor kategori Surveillance/Informasi
- c. **Mean  $K_2$**  = Rata-rata skor kategori Personal Identity
- d. **Mean  $K_3$**  = Rata-rata skor kategori Personal Relationships
- e. **Mean  $K_4$**  = Rata-rata skor kategori Diversion/Hiburan
- f.  **$n_i$**  = Jumlah item (pertanyaan) dalam setiap kategori
- g.  **$n_1$**  = Jumlah item dalam kategori Surveillance/Informasi
- h.  **$n_2$**  = Jumlah item dalam kategori Personal Identity
- i.  **$n_3$**  = Jumlah item dalam kategori Personal Relationships
- j.  **$n_4$**  = Jumlah item dalam kategori Diversion/Hiburan
- k. **N** = Total jumlah item dalam seluruh kategori
- l.  **$N = n_1 + n_2 + n_3 + n_4$**

Interpretasi hasil analisis didasarkan pada kategorisasi skor rata-rata tingkat kepuasan, yaitu :

**Tabel 3. 4 Interpretasi Hasil Persepsi**

Rentang Skor Grand Mean	Kategori Kepuasan
1,00–1,80	<i>Sangat Tidak Puas</i>
1,81–2,60	<i>Tidak Puas</i>
2,61–3,40	<i>Cukup Puas</i>
3,41–4,20	<i>Puas</i>
4,21–5,00	<i>Sangat Puas</i>

**Sumber :** (Sugiyono, 2019)

**Tabel 3. 5 Tabel Interpretasi Harapan**

Rentang Skor Grand Mean	Kategori Kepuasan
1,00–1,80	<i>Sangat Tidak Penting</i>
1,81–2,60	<i>Tidak Penting</i>
2,61–3,40	<i>Cukup Penting</i>
3,41–4,20	<i>Penting</i>
4,21–5,00	<i>Sangat Penting</i>

**Sumber : (Sugiyono, 2019)**

Kategori ini merujuk pada pedoman interpretasi yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2019) dan telah banyak digunakan dalam penelitian sejenis. Skor Grand Mean diperoleh dari rata-rata tertimbang seluruh kategori kepuasan menurut. Interpretasi ini digunakan sebagai indikator utama keberhasilan program Klinik Udara

Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya memberikan gambaran umum mengenai kepuasan pendengar, tetapi juga menawarkan *insight* yang lebih mendalam untuk perbaikan dan pengembangan program Klinik Udara. Seluruh hasil analisis akan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami.

### **3.11. Gratification Sought dan Gratification Obtained**

Konsep Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) berasal dari Teori Uses and Gratifications dalam ilmu komunikasi, yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan audiens atau pengguna media. Perhitungannya tidak menggunakan rumus matematika tunggal, tetapi melibatkan serangkaian langkah metodologi penelitian kuantitatif, yaitu:

#### **1. Tahap Metodologi Pengukuran (Kuesioner)**

Baik GS maupun GO diukur menggunakan kuesioner (angket) dengan skala pengukuran bertingkat, yang paling umum adalah Skala Likert.

a. Menentukan Dimensi dan Indikator

Identifikasi motif atau kebutuhan apa saja yang ingin diteliti. Motif-motif ini biasanya dikelompokkan ke dalam kategori (misalnya, Informasi, Hiburan, Hubungan Personal, dan Identitas Personal).

b. Menyusun Pernyataan GS dan GO

Untuk setiap indikator/motif, peneliti menyusun dua jenis pernyataan yang serupa:

***Gratification Sought (GS):*** Mengukur harapan atau kepuasan yang dicari oleh responden sebelum atau saat mereka memutuskan untuk menggunakan media/konten tertentu. Contoh Pernyataan GS (Motif Informasi): "Saya berharap mendapat informasi terbaru dan akurat saat mengakses media ini."

***Gratification Obtained (GO):*** Mengukur kepuasan nyata yang diperoleh atau dirasakan oleh responden setelah mereka menggunakan media/konten tersebut. Contoh Pernyataan GO (Motif Informasi): "Saya benar-benar mendapat informasi terbaru dan akurat setelah mengakses media ini."

c. Skala Pengukuran

Responden diminta untuk menilai setiap pernyataan (GS dan GO) menggunakan skala bertingkat, misalnya:

5 = Sangat Setuju/Sangat Puas

4 = Setuju/Puas

3 = Netral

2 = Tidak Setuju/Kurang Puas

1 = Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Puas

## 2. Tahap Perhitungan Statistik

Setelah data dikumpulkan, nilai GS dan GO dihitung melalui langkah-langkah berikut:

a. Menghitung Nilai Rata-rata (Mean Score)

Langkah pertama adalah menghitung nilai rata-rata dari semua jawaban responden untuk setiap variabel (GS dan GO).

$$Rata\ rata\ skor = \sum \frac{(Skor\ Jawaban\ Responden \times Frekuensi\ Jawaban)}{Total\ Responden} \quad (3.5)$$

Nilai Rata-rata GS = Total skor seluruh pernyataan GS dibagi dengan total jumlah responden dan jumlah item pernyataan GS.

Nilai Rata-rata GO = Total skor seluruh pernyataan GO dibagi dengan total jumlah responden dan jumlah item pernyataan GO.

b. Analisis Kesenjangan (Discrepancy Analysis)

Inti dari penggunaan GS dan GO adalah untuk melihat adanya Kesenjangan Kepuasan (Gratification Discrepancy). Kesenjangan dihitung dengan membandingkan nilai rata-rata GO dengan nilai rata-rata GS.

**Tabel 3. 6 Interpretasi Hasil Kesenjangan**

Hasil Perhitungan	Makna Teoritis	Interpretasi Kepuasan
GO = GS	Kepuasan yang dirasakan setara dengan yang dicari	Pengguna merasa puas (sesuai dengan harapan)
GO > GS	Kepuasan yang dirasakan melebihi yang diharapkan	Pengguna merasa sangat puas (melebihi harapan)
GO < GS	Kepuasan yang dirasakan tidak mencapai yang diharapkan	Pengguna merasa tidak puas (terdapat kesenjangan)

**Sumber : Kriyantono(2019)**

Contoh Sederhana Perhitungan Rata-rata

Misalnya, untuk satu indikator:

Rata-rata Skor GS Anda adalah = 4,20

Rata-rata Skor GO Anda adalah = 3,80

Perhitungan Kesenjangan (Discrepancy):

$$: 3,80 - 4,20 = -0,40$$

Kesimpulan: Karena GO<GS (hasilnya negatif), terdapat kesenjangan kepuasan, artinya responden secara umum merasa kurang puas karena kepuasan yang diperoleh (3,80) tidak mencapai kepuasan yang mereka harapkan (4,20).

### 3. RUMUS CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

$$\text{CSI} = (\text{WT} : 5\text{Y}) \times 100\% \quad (3.6)$$

Keterangan :

WT = Weight Total

5 = Skala maksimum (1-5)

Y = Jumlah responden (150)

Langkah Perhitungan :

- a) Step 1: Menghitung Weighting Factor (WF)

$$\text{WF} = (\text{Nilai GS individu} / \text{Total GS semua indikator}) \times 100\%$$

Contoh untuk P1:

$$\text{WF} = (3,99 : 91,27) \times 100\% = 4,38\%$$

- b) Step 2: Menghitung Weight Score (WS)

$$\text{WS} = \text{WF} \times \text{Nilai GO}$$

Contoh untuk P1:

$$\text{WS} = 4,38 \times 2,75 = 12,02$$

- c) Step 3: Menghitung Weight Total (WT)

$$\text{WT} = \sum \text{semua WS} = 269,71$$

- d) Step 4: Menghitung CSI

$$\text{CSI} = (269,71 : (5 \times 150)) \times 100\%$$

$$\text{CSI} = (269,71 : 750) \times 100\%$$

$$\text{CSI} = 0,5394 \times 100\%$$

$$\text{CSI} = 53,94\%$$

**Tabel 3. 7 Interpretasi Hasil CSI**

Nilai CSI%	Keterangan
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup Puas
35% - 50,99%	Tidak Puas
0% - 34,99%	Sangat Tidak Puas

**Sumber : Saripudin (2020).**

Hasil = 53,94% (Cukup Puas)

#### 4. RUMUS PERHITUNGAN GAP

$$GAP = GO - GS \quad (3.7)$$

Contoh untuk P23 :

$$GAP = 2,67 - 4,19 = -1,52 \text{ (GAP terbesar!)}$$

#### Interpretasi GAP:

GAP negatif = Harapan > Kenyataan (perlu perbaikan)

GAP = 0 = Harapan = Kenyataan (ideal)

GAP positif = Kenyataan > Harapan (sangat baik)

#### 5. PENGELOMPOKAN BERDASARKAN KUADRAN

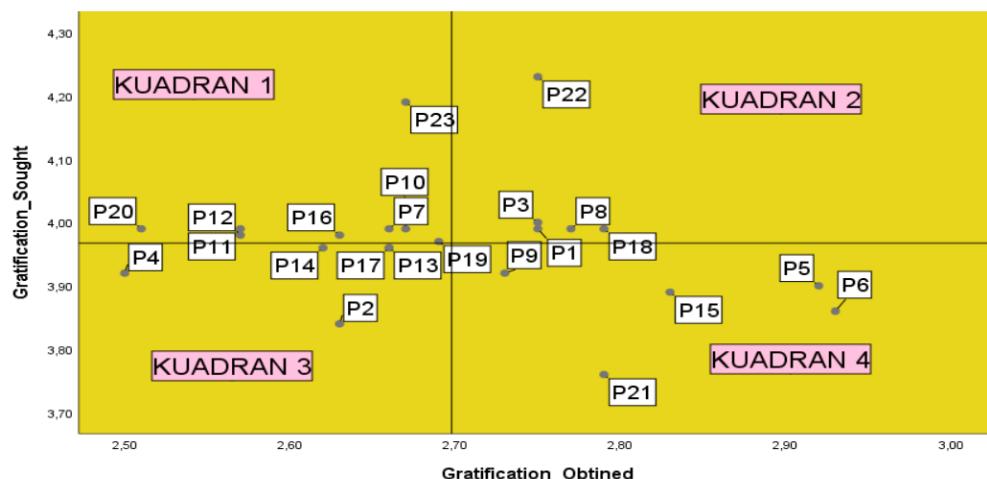
| Kuadran | Kondisi GS (Y) | Kondisi GO (X) | Kriteria |

| I | GS  $\geq$  3,97 | GO  $<$  2,70 | Penting & Belum Puas |

| II | GS  $\geq$  3,97 | GO  $\geq$  2,70 | Penting & Sudah Puas |

| III | GS  $<$  3,97 | GO  $<$  2,70 | Tidak Penting & Belum Puas |

| IV | GS  $<$  3,97 | GO  $\geq$  2,70 | Tidak Penting & Sudah Puas |



Gambar 3. 2 Gratification Sought-Obtained Analysis

Sumber : Pratama (2024)

Keterangan:

**a. KUADRAN I: PRIORITAS UTAMA**

**(GS  $\geq$  3,97 DAN GO  $<$  2,70)**

| Label | GS | GO | Posisi | Alasan |

| P23 | 4,19 | 2,67 | ✓ I | 4,19  $>$  3,97 ✓ dan 2,67  $<$  2,70 ✓ |

**b. KUADRAN II: PERTAHANKAN**

**(GS  $\geq$  3,97 DAN GO  $\geq$  2,70)**

| Label | GS | GO | Posisi | Alasan |

| P22 | 4,23 | 2,75 | ✓ II | 4,23  $>$  3,97 ✓ dan 2,75  $>$  2,70 ✓ |

**c. KUADRAN III: PRIORITAS RENDAH**

**(GS  $<$  3,97 DAN GO  $<$  2,70)**

| Label | GS | GO | Posisi | Alasan |

| P4 | 3,92 | 2,50 | ✓ III | 3,92  $<$  3,97 ✓ dan 2,50  $<$  2,70 ✓ |

**d. KUADRAN IV: BERLEBIHAN**

**(GS  $<$  3,97 DAN GO  $\geq$  2,70)**

| Label | GS | GO | Posisi | Alasan |

| P5 | 3,90 | 2,92 | ✓ IV | 3,90  $<$  3,97 ✓ dan 2,92  $>$  2,70 ✓ |

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Pada sub bab ini penganalisis akan memaparkan hasil analisisnya mengenai Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo. Penganalisis menyebarluaskan kuesioner kepada 74 responden yang telah memanfaatkan layanan program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober hingga Desember 2025 sesuai dengan jadwal penelitian. Tingkat kepuasan pengguna diukur menggunakan 4 indikator kepuasan berdasarkan motif penggunaan media yang menurut *Mc Quail* ada empat, yaitu motif informasi, motif pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan (Quail, 1994). Hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel dan diagram yang menggambarkan Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo.

##### **4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Profil Radio Suara Kota Probolinggo**

Radio Suara Kota FM 101.7 MHz adalah lembaga penyiaran publik milik Pemerintah Kota Probolinggo yang beroperasi di bawah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo, sesuai dengan Peraturan Wali Kota Nomor 8 Tahun 2013. Berlokasi di Jalan Suroyo No. 17. Radio ini berperan penting dalam menyebarluaskan informasi dan memberikan hiburan kepada masyarakat. Awalnya dikenal sebagai Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD), radio ini bertransformasi menjadi Suara Probolinggo seiring dengan kebijakan otonomi daerah dan pengalihan pengelolaan ke Kantor Informasi dan Komunikasi Kota Probolinggo.

Radio Suara Kota FM resmi mengudara pada 1 Juni 2002 dengan frekuensi 101.7 MHz setelah beralih dari gelombang AM. Radio Suara Kota FM memiliki izin resmi dari Departemen Komunikasi dan Informatika, radio ini memiliki komposisi

siaran yang mencakup 40% informasi dan berita serta 60% hiburan, musik, dan program lainnya. Program unggulan yang disiarkan meliputi berita, dialog interaktif, talk show, dan program hiburan yang mempertahankan unsur budaya lokal, seperti lagu kercong dan campursari. Daya pancar sebesar 1.000watt memungkinkan jangkauan siaran mencakup seluruh wilayah Kota Probolinggo dan sekitarnya.

Radio Suara Kota Probolinggo merupakan lembaga penyiaran milik pemerintah daerah yang menjalankan berbagai program siaran dengan struktur jadwal siaran yang tersusun dan tetap. Setiap program memiliki nama acara yang sudah dipatenkan, sementara penyiarannya menggunakan sistem *rolling* dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki. Pola sistem *rolling* ini dipilih agar setiap penyiar dapat menguasai beragam jenis acara sekaligus menjaga kontinuitas siaran (Yuli, wawancara, 10 November 2025).

Dalam kesehariannya, Radio Suara Kota Probolinggo menyiaran program dari pagi hingga malam hari, Ibu Yuli selaku penanggung jawab siaran Radio Suara Kota Probolinggo menyatakan :

*Berdasarkan hasil wawancara dengan Yuli pada 10 November 2025, struktur program siaran radio terbagi dalam beberapa segmen dengan karakteristik berbeda. Program pagi dimulai dengan Ekspresi Pagi yang menampilkan lagu-lagu viral dan terkini, dilanjutkan dengan Lapor Rek dalam dua sesi yang dapat digantikan talkshow pada sesi pertama. Program siang Kabar Probolinggo menekankan penggunaan bahasa lokal dan lagu kercong khas Probolinggo. Sore hari diisi program Jambur Sari dan Gandulan yang diselingi jeda maghrib. Segmen malam menampilkan program Jagusi (Jajaran Lagu dan Informasi) dan Delapan (Deretan Lagu dan Informasi Terdepan), diakhiri dengan lagu jamming dan ELM sebelum off air. Siaran kembali mengudara dini hari dengan lagu-lagu islami sebagai pembuka sebelum program reguler dimulai kembali.*

**Tabel 4. 1 Timeline Siaran Radio Suara Kota Probolinggo**

Waktu	Program	Keterangan
05.00 - 06.00	Lagu Islami	Pembukaan siaran pagi dengan lagu islami
06.00 - 08.00	Eskpresi Pagi	Diisi dengan lagu-lagu baru dan viral
08.00 - 10.00	Lapor Rek (sesi 1)	Dapat diganti talkshow jika ada
10.00 - 12.00	Lapor Rek (sesi 2)	Laporan informasi terkait Pengaduan Masyarakat
12.00 - 14.00	Kabar Probolinggo	Laporan informasi terkait Probolinggo (bahasa lokal)
14.00 - 16.00	Jambur Sari	Diisi lagu-lagu keroncong
16.00 - 18.00	Gandulan	Diisi musik-musik gandulan
18.00 - 20.00	Jagusi (jajaran lagu dan informasi)	Program yang berisi lagu dan informasi
20.00 - 22.00	Delapan (deretan lagu dan informasi terdepan)	Program yang berisi lagu dan informasi terdepan
22.00 - 00.00	Lagu Jamming dan ELM	Diisi lagu-lagu sambil menunggu off air
00.00 - 05.00	Off air	Break sampai pagi

Dari kesimpulan wawancara, bahwa Radio Suara Kota Probolinggo melakukan siaran dari pagi sampai malam hari yang diisi dengan beberapa program dan layanan yang diberikan kepada masyarakat Kota Probolinggo dalam menemukan informasi.

### **b. Gambaran Umum Klinik Udara**

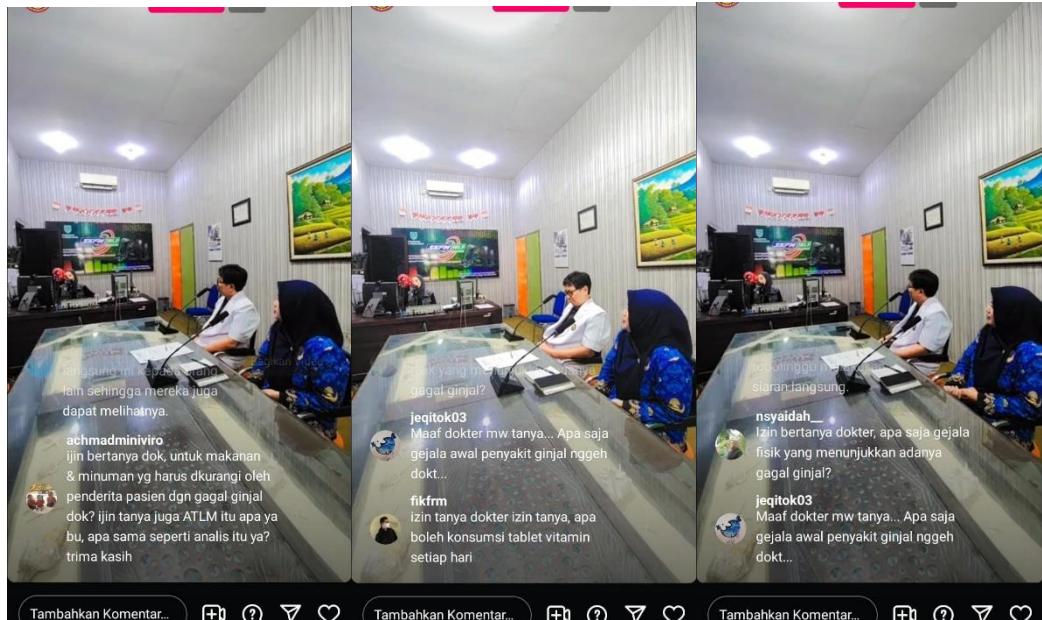
Di antara program yang disajikan oleh Radio Suara Kota Probolinggo terdapat program bernama Klinik Udara, program ini merupakan program yang langsung berkerja sama dengan RSUD dr. Mohamad Saleh. Program ini disiarkan pada hari jumat dan pada program tersebut menghadirkan dokter-dokter spesialis dari RSUD dr. Mohamad Saleh untuk memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat.

RSUD dr. Mohamad Saleh dipilih sebagai mitra utama dalam pelaksanaan program Klinik Udara karena rumah sakit tersebut merupakan fasilitas kesehatan milik pemerintah daerah, sehingga proses koordinasi dan kerja sama dengan Radio Suara Kota dapat berjalan lebih efektif. Selain itu, RSUD dr. Mohamad Saleh merupakan rumah sakit tipe B dengan ketersediaan dokter spesialis paling lengkap

di Kota Probolinggo, sehingga mampu menyediakan narasumber yang kompeten untuk membahas beragam topik kesehatan secara lebih mendalam (Yuli, wawancara, 10 November 2025).

Keberagaman spesialisasi ini memungkinkan materi edukasi yang disampaikan melalui Klinik Udara menjadi lebih variatif dan informatif. Tidak hanya itu, banyak dokter di rumah sakit tersebut memiliki pengalaman luas, termasuk yang telah menempuh pendidikan lanjutan di luar negeri, sehingga kualitas informasi medis yang dibagikan kepada masyarakat dapat dipertanggungjawabkan. Kombinasi antara kelengkapan tenaga ahli, reputasi profesional, serta kesesuaian struktural dengan pemerintah daerah menjadikan RSUD dr. Mohamad Saleh sebagai mitra paling ideal untuk mendukung keberhasilan program Klinik Udara.

Kehadiran program ini dilatarbelakangi oleh terbatasnya waktu konsultasi pasien ketika berkunjung ke rumah sakit, sehingga masyarakat membutuhkan ruang tambahan untuk mendapatkan informasi medis secara mudah dan langsung (Yuli, wawancara, 10 November 2025). Melalui Klinik Udara, pendengar dapat menerima penjelasan terkait penyakit, tindakan preventif, hingga pelayanan kesehatan rumah sakit secara lebih komprehensif. Tidak hanya itu, program ini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan dokter melalui telepon, sehingga mereka dapat mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan kondisi kesehatan masing-masing.



**Gambar 4. 1 Tampilan Saat Live Instagram Klinik Udara**

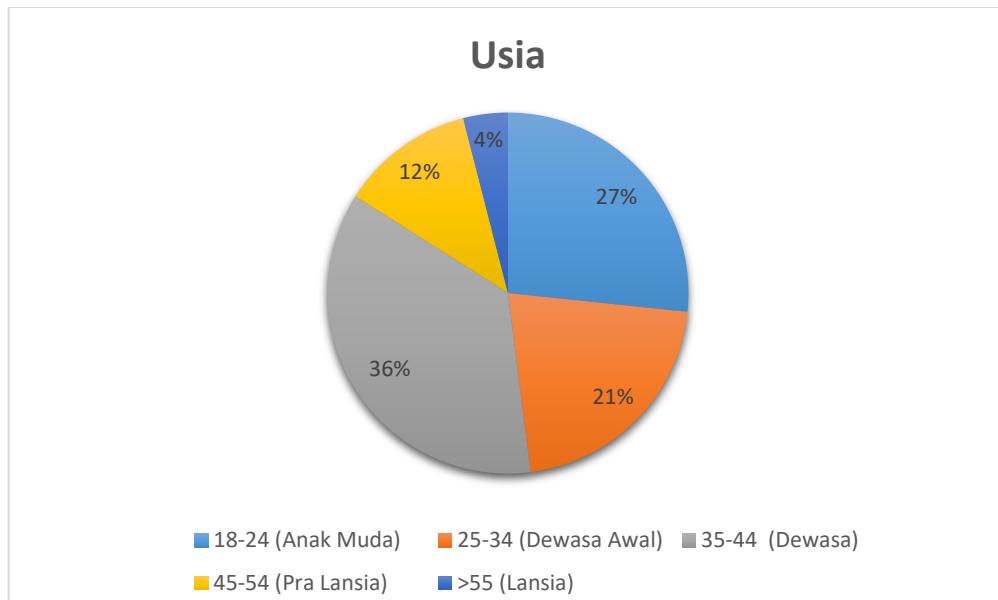
**Sumber : Peneliti 2025**

Seiring perkembangan teknologi, Klinik Udara kini turut disiarkan secara *live* di media sosial agar menjangkau audiens yang lebih luas dan mengikuti kebutuhan era digital. Adanya dukungan tenaga medis yang kompeten dan penyampaian informasi yang terpercaya, Klinik Udara menjadi sarana komunikasi efektif antara lembaga kesehatan dan masyarakat, sekaligus mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan literasi kesehatan publik.

### **c. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Responden pada penelitian ini merupakan pendengar Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo. Berdasarkan daftar pertanyaan yang diajukan kepada 74 orang pengguna dapat diketahui jenis kelamin, dan usia dari responden. Penggolongan identitas responden dilakukan untuk mengetahui gambaran responden, yang menjadi objek penelitian secara akurat. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* (Sugiyono, 2022). Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian digunakan rumus Slovin. Gambaran umum responden pada penelitian ini sebagai berikut:

## 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia



**Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan gambar 4.1 dapat terlihat bahwa usia responden terbanyak yaitu pada usia dengan umur 35-44 tahun (Dewasa) sebanyak 27 orang dengan persentase 36%, kemudian responden berusia 18-24 tahun (Anak Muda) sebanyak 27%, usia 25-34 tahun (Dewasa Awal) sebesar 22%, serta responden berusia 45-54 tahun (Pra Lansia) dan responden usia 55 tahun keatas (Lansia) sebesar 4%.

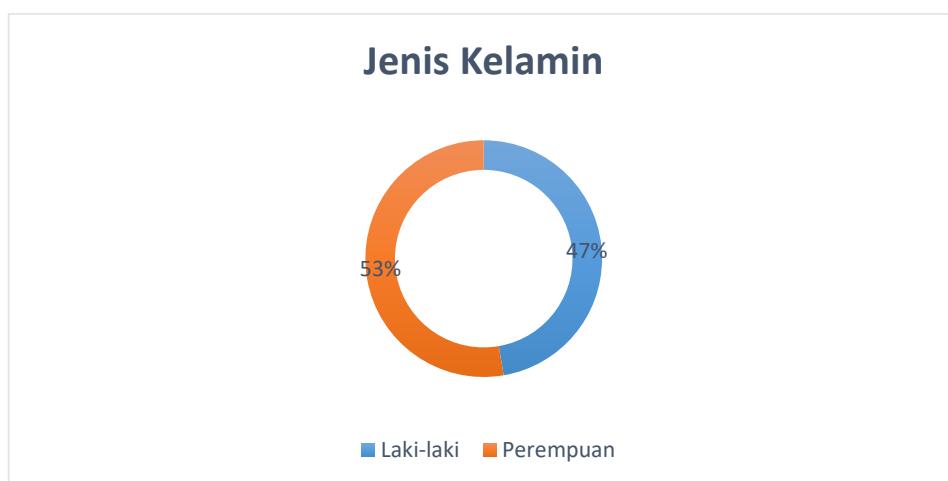
## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi



**Gambar 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi**

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan persentase jumlah responden berdasarkan kalangan dari total 74 responden yang mengisi kuesioner. Dari data tersebut, terlihat kalangan pegawai muda, profesional dan pekerja kantoran adalah yang paling banyak dalam mengisi kuesioner, yaitu sebanyak 68%. Sementara itu, kalangan mahasiswa atau pelajar dan kalangan ibu rumah tangga dan orang tua muda memiliki jumlah yang sama sebanyak 12 responden dengan persentase 16%.

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



**Gambar 4. 4 Deskripsi Responen Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan gambar 4.3 dapat terlihat bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 35 orang dengan persentase 47%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang dengan persentase 53%. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin tersebut merupakan kondisi yang didominasi oleh kaum perempuan.

#### 4.1.2 Uji Instrumen

##### a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bahwa pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner adalah valid (benar). Uji validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan SPSS versi 25 for windows dengan jumlah 74 responden dengan nilai signifikansi sebesar 5%. Sehingga nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0,190. Menurut (Jeremia & Maria,

2021) suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel. Berikut merupakan hasil uji validitas penelitian pada setiap butir pernyataan seperti pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi**

Indikator	Item	Korelasi		Keterangan
		R hitung	R tabel	
<i>Surveillance</i> (Informasi)	P1	0,721	0,190	Valid
	P2	0,596	0,190	Valid
	P3	0,738	0,190	Valid
	P4	0,618	0,190	Valid
<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	P5	0,682	0,190	Valid
	P6	0,734	0,190	Valid
	P7	0,712	0,190	Valid
	P8	0,537	0,190	Valid
<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	P9	0,720	0,190	Valid
	P10	0,777	0,190	Valid
	P11	0,660	0,190	Valid
	P12	0,725	0,190	Valid
<i>Diversion</i> (Hiburan/Relaksasi)	P13	0,618	0,190	Valid
	P14	0,681	0,190	Valid
	P15	0,735	0,190	Valid
	P16	0,662	0,190	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 dapat ditemukan bahwa semua poin pernyataan yang ada di dalam kuisioner penelitian dengan variabel Persepsi Pendengar adalah valid, dikarenakan nilai dari masing-masing pernyataan didapat  $R$  hitung lebih besar dari  $R$  tabel, sehingga kuisioner bisa untuk disebarluaskan kepada responden pendengar Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Live Instagram

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harapan**

Indikator	Item	Korelasi		Keterangan
		R hitung	R tabel	
<i>Surveillance</i> (Informasi)	H1	0,714	0,190	Valid
	H2	0,736	0,190	Valid
	H3	0,702	0,190	Valid
	H4	0,592	0,190	Valid
<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	H5	0,746	0,190	Valid
	H6	0,734	0,190	Valid
	H7	0,622	0,190	Valid
	H8	0,628	0,190	Valid
<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	H9	0,713	0,190	Valid
	H10	0,606	0,190	Valid
	H11	0,604	0,190	Valid

Indikator	Item	Korelasi		Keterangan
		R hitung	R tabel	
Diversion (Hiburan/Relaksasi)	H12	0,687	0,190	Valid
	H13	0,672	0,190	Valid
	H14	0,562	0,190	Valid
	H15	0,741	0,190	Valid
	H16	0,642	0,190	Valid

Berdasarkan tabel 4.2 dapat ditemukan bahwa semua poin pernyataan yang ada di dalam kuisioner penelitian dengan variabel Harapan Pendengar adalah Valid, valid dapat diartikan bahwa data yang diukur mampu mempresentasikan konsep yang seharusnya diukur (tepat mengukur hal yang benar). Data dikatakan valid dikarenakan nilai dari masing-masing pernyataan didapat R hitung lebih besar dari R tabel, dan nilai signifikannya kurang dari 0.05. Dengan demikian, kuisioner bisa untuk disebarluaskan kepada responden pendengar Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Live Instagram

### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu kuesioner yang berperan sebagai indikator variabel dalam penelitian. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan yang sama menunjukkan konsistensi dari waktu ke waktu (Jeremia & Maria, 2021). Berikut hasil dari uji reliabilitas terlihat pada tabel 4.3

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi**

Reliability Statistics			
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Live Instagram	0,923	16	Reliabel

Pada tabel 4.3, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan *Cronbach's Alpha* dengan 16 butir indikator persepsi yaitu sebesar 0,923. Dengan demikian, data dapat dikatakan reliabel, dikarenakan  $\text{rhitung} > \text{rtabel}$  atau  $0,923 > 0,6$ .

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harapan**

<i>Reliability Statistics</i>			
<b>Variabel</b>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	<b>Keterangan</b>
Harapan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Live Instagram	0,916	16	Reliabel

Pada tabel 4.4, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan *Cronbach's Alpha* dengan 16 butir indikator harapan yaitu sebesar 0,916. Reliabel dapat diartikan bahwa konsisten dan dapat dipercaya dalam artian jika instrumen disebut reliabel maka instrumen tersebut memberikan hasil yang sama ketika digunakan berulang kali dengan hasil yang sama. Data dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas (*Alpha Cronbach*) memenuhi atau melebihi dari nilai R tabelnya. Dengan demikian, data dapat dikatakan reliabel, dikarenakan  $\text{rhitung} > \text{rtabel}$  atau  $0,916 > 0,6$ .

Jika data yang sudah didapatkan valid dan reliabel maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menganalisis data yang sudah diperoleh guna untuk menjawab rumusan masalah yang ditemukan.

#### **4.1.3 Hasil Indikator Pernyataan *Use and Gratification* menurut Mc Quail**

Pada sub bab ini penulis akan memaparkan lebih mendalam terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Analisis kepuasan pendengar terhadap informasi pada program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo.

Dalam pengujian tersebut, terdapat 32 butir pernyataan yang dikelompokkan ke dalam 4 indikator sesuai dengan teori yang digunakan. Yaitu teori *Use and Gratification* menurut Mc Quaial, yaitu *Surveillance* (Informasi), *Personal Identity*

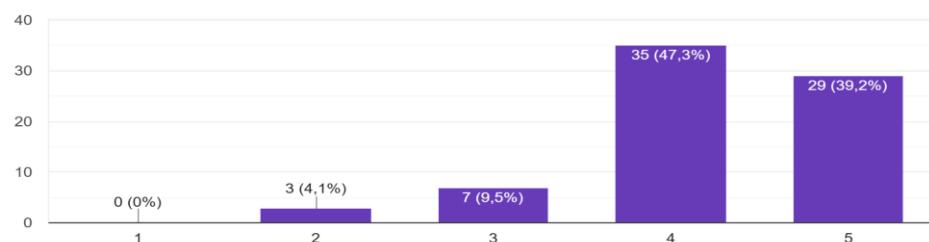
(Identitas Personal), *Personal Relationships* (Hubungan Personal), *Diversion* (Hiburan/Relaksasi).

Penjelasan mengenai hasil pengisian kuesioner ini akan dipaparkan pada tahap analisis yang dilakukan terhadap 74 responden dengan pengukuran skala likert 1-5 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju). Hasil dari penyebaran kuisioner akan dijabarkan sesuai dengan indikator teori tiap masing-masing indikator sebagai berikut :

### 1. *Surveillance (Informasi)*

#### a. Kepuasan Pendengar Terhadap Keakuratan Informasi yang Diberikan

(P1) Saya merasa informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara akurat dan dapat dipercaya.  
74 jawaban

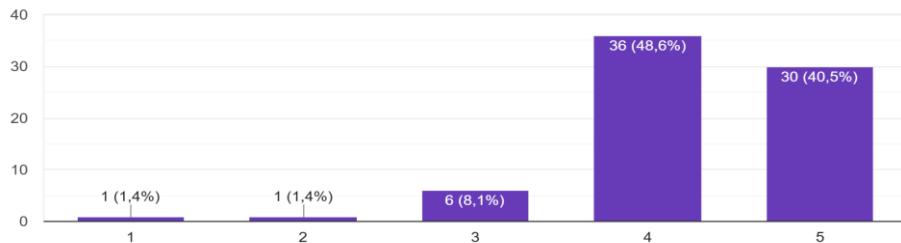


**Gambar 4. 5 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar Terhadap Keakuratan Informasi Yang Diberikan**

Pernyataan pertama seperti pada gambar 4.5, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap keakuratan informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 29 responden (39,2%) menyatakan sangat setuju, dan 35 responden (47,3%) menyatakan setuju. Hanya 7 responden (9,5%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 3 orang (4,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara selalu akurat dan dapat dipercaya.

(H1) Saya berharap informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara selalu akurat dan terpercaya.

74 jawaban



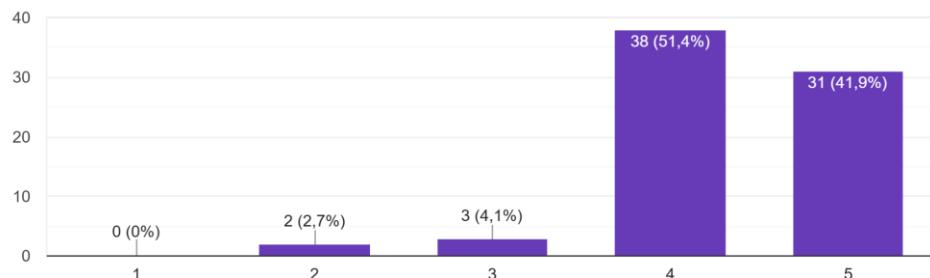
**Gambar 4. 6 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar Terhadap Keakuratan Informasi Yang Diberikan**

Pernyataan kedua seperti pada gambar 4.6, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap keakuratan informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 30 responden (40,5%) menyatakan sangat penting, dan 36 responden (48,6%) menyatakan penting. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih netral, sementara responden yang tidak penting dan sangat tidak penting masing-masing berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara selalu akurat dan dapat dipercaya

**b. Kepuasan Pendengar terhadap Kelengkapan Informasi yang Diberikan**

(P2) Saya menilai topik kesehatan yang dibahas relevan dengan kebutuhan pendengar.

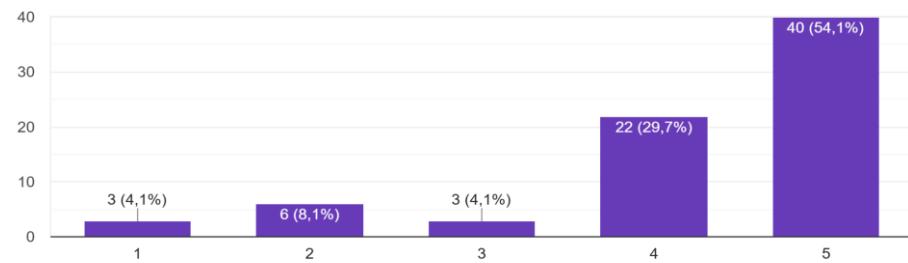
74 jawaban



**Gambar 4. 7 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kelengkapan Informasi yang Diberikan**

Pernyataan ketiga seperti pada gambar 4.7, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kelengkapan informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 31 responden (41,9%) menyatakan sangat setuju, dan 38 responden (51,4%) menyatakan setuju. Hanya 3 responden (4,1%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan kelengkapan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara sangat baik.

(H2) Saya berharap topik kesehatan yang dibahas selalu relevan dengan kondisi masyarakat.  
74 jawaban

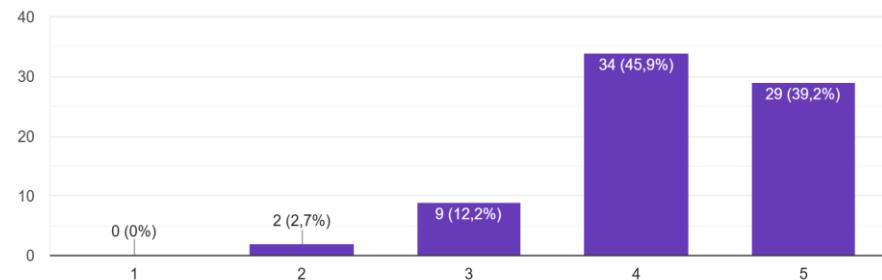


**Gambar 4. 8 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kelengkapan Informasi yang Diberikan**

Pernyataan keempat seperti pada gambar 4.8, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kelengkapan informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 40 responden (54,1%) menyatakan sangat penting, dan 22 responden (29,7%) menyatakan penting. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih tidak penting, sementara responden yang netral dan sangat tidak penting masing-masing berjumlah 3 orang (4,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan kelengkapan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara.

**c. Kepuasan Pendengar terhadap Ketepatan Waktu Informasi yang Diberikan**

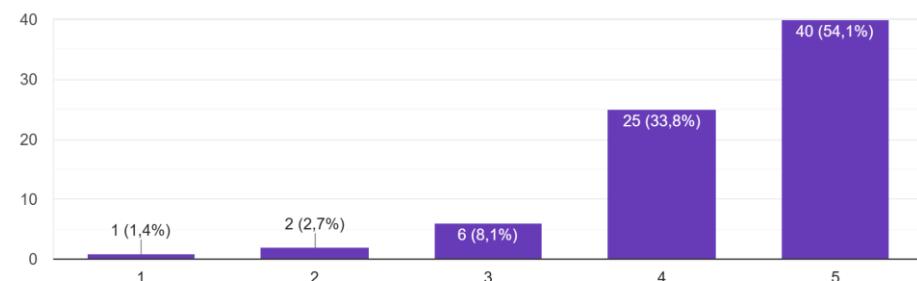
(P3) Saya merasa informasi yang disampaikan mudah saya pahami..  
74 jawaban



**Gambar 4. 9 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Ketepatan Waktu Informasi yang Diberikan**

Pernyataan kelima seperti pada gambar 4.9, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap ketepatan waktu informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 29 responden (39,2%) menyatakan sangat setuju, dan 34 responden (45,9%) menyatakan setuju. Hanya 9 responden (12,2%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara tepat waktu.

(H3) Saya berharap informasi dalam program disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami.  
74 jawaban



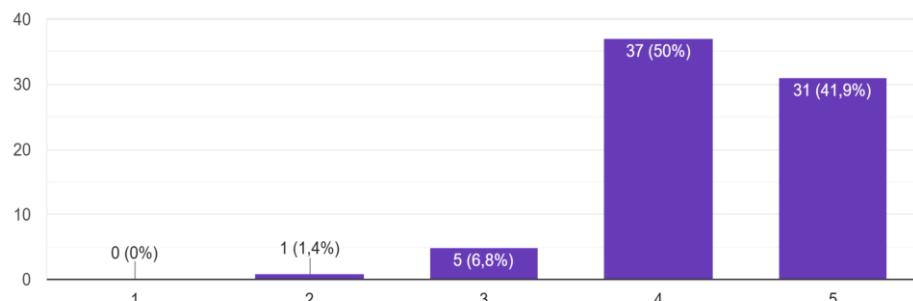
**Gambar 4. 10 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Ketepatan Waktu Informasi yang Diberikan**

Pernyataan keenam seperti pada gambar 4.10, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap ketepatan waktu informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 40 responden (54,1%) menyatakan sangat penting, dan 25 responden (33,8%) menyatakan penting. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih netral, sementara 2 responden (2,7%) yang tidak penting (2,7%) dan sangat tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan ketepatan waktu informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara.

#### d. Kepuasan Pendengar terhadap Kredibilitas Informasi yang Diberikan

(P4) Saya menilai narasumber dalam program memiliki kredibilitas yang baik.

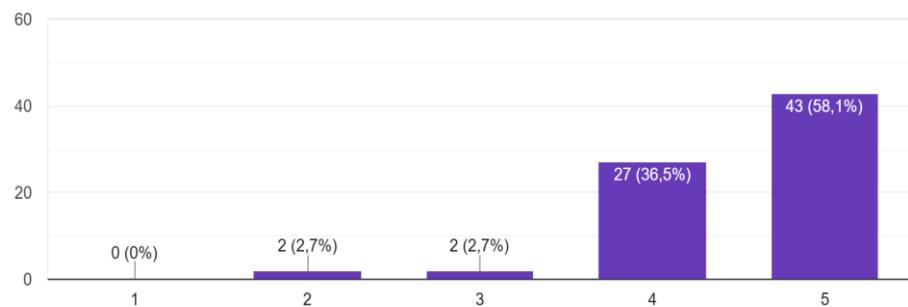
74 jawaban



**Gambar 4. 11 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kredibilitas Informasi yang Diberikan**

Pernyataan ketujuh seperti pada gambar 4.11, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kredibilitas informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 31 responden (41,9%) menyatakan sangat setuju, dan 37 responden (50%) menyatakan setuju. Hanya 5 responden (6,8%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan kredibilitas informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara sangat baik.

(H4) Saya berharap narasumber yang dihadirkan selalu berasal dari bidang yang kompeten.  
74 jawaban



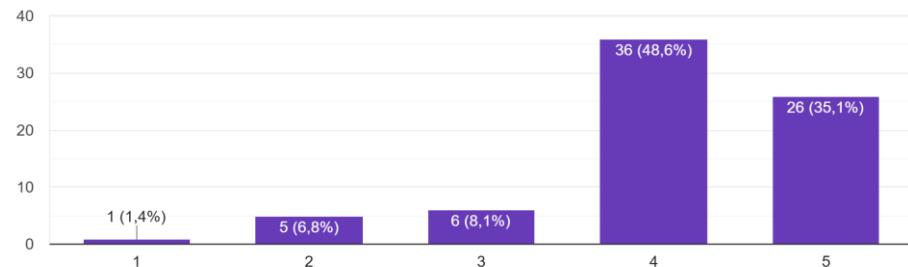
**Gambar 4. 12 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kepuasan Pendengar terhadap Kredibilitas Informasi yang Diberikan**

Pernyataan kedelapan seperti pada gambar 4.12, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kredibilitas informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Sebanyak 43 responden (58,1%) menyatakan sangat penting, dan 27 responden (36,5%) menyatakan penting. Sementara responden yang menyatakan netral dan sangat tidak penting masing-masing berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara memiliki kredibilitas yang baik.

## 2. *Personal Identity (Identitas Personal)*

### a. Seberapa Relevan Informasi yang Disajikan Sesuai dengan Situasi Pendengar

(P5) Saya merasa program Klinik Udara membantu saya lebih memahami kondisi kesehatan diri sendiri.  
74 jawaban

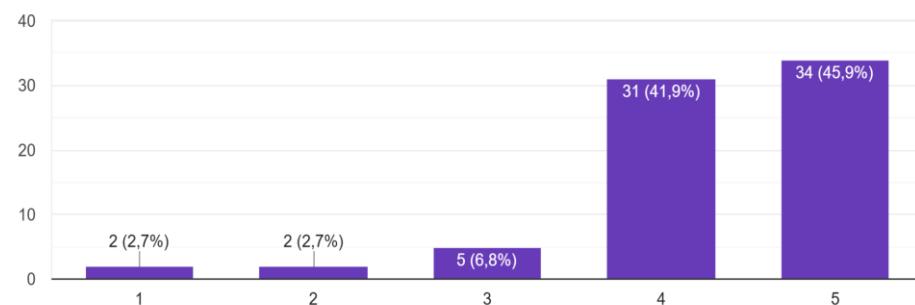


**Gambar 4. 13 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Seberapa Relevan Informasi yang Disajikan Sesuai dengan Situasi Pendengar**

Pernyataan kesembilan seperti pada gambar 4.13, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara relevan dengan situasi pendengar. Sebanyak 26 responden (35,1%) menyatakan sangat setuju, dan 36 responden (48,6%) menyatakan setuju. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih netral, sementara 5 responden (6,8%) menyatakan tidak setuju dan responden yang sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara relevan dengan situasi pendengar.

(H5) Saya berharap program Klinik Udara dapat membantu pendengar memahami kesehatan pribadinya dengan lebih baik.

74 jawaban

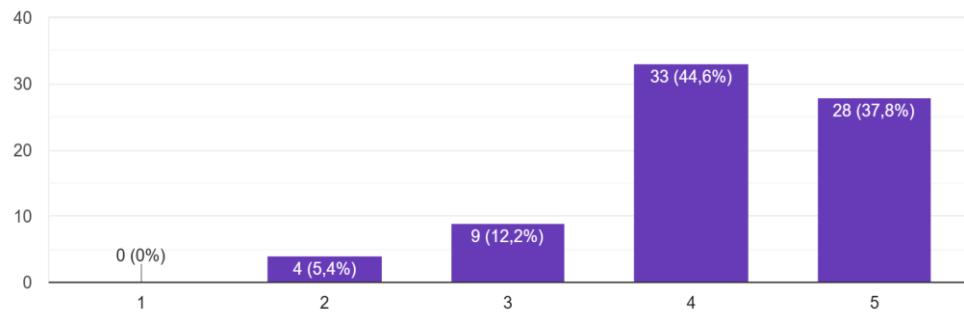


**Gambar 4. 14 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Seberapa Relevan Informasi yang Disajikan Sesuai dengan Situasi Pendengar**

Pernyataan kesepuluh seperti pada gambar 4.14, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara relevan dengan situasi pendengar. Sebanyak 34 responden (45,9%) menyatakan sangat penting, dan 31 responden (41,9%) menyatakan penting. Hanya 5 responden (6,8%) yang memilih netral, sementara responden yang tidak penting dan sangat tidak penting masing-masing berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara relevan dengan situasi yang dialami pendengar.

## b. Kemampuan Program dalam Membantu Pendengar Memahami Status Kesehatan Mereka

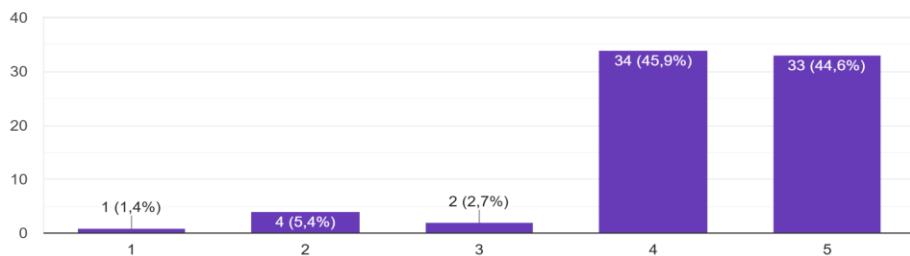
(P6) Saya menilai isi program mendorong saya untuk menerapkan gaya hidup sehat.  
74 jawaban



**Gambar 4. 15 Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Kemampuan Program dalam Membantu Pendengar Memahami Status Kesehatan Mereka**

Pernyataan kesebelas seperti pada gambar 4.15, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kemampuan program dalam membantu memahami status kesehatan. Sebanyak 28 responden (37,8%) menyatakan sangat setuju, dan 33 responden (44,6%) menyatakan setuju. Hanya 9 responden (12,2%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 4 orang (5,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan program Klinik Udara mampu memahami status kesehatan pendengar.

(H6) Saya berharap isi program lebih banyak memberikan motivasi untuk menerapkan hidup sehat.  
74 jawaban



**Gambar 4. 16 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Kemampuan Program dalam Membantu Pendengar Memahami Status Kesehatan Mereka**

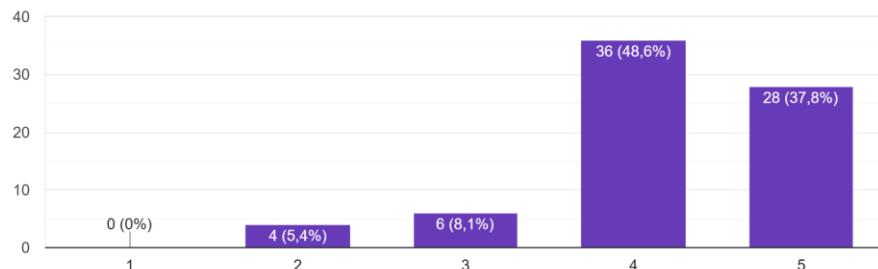
Pernyataan keduabelas seperti pada gambar 4.16, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap

kemampuan program dalam membantu memahami status kesehatan pendengar. Sebanyak 33 responden (44,6%) menyatakan sangat penting, dan 34 responden (45,9%) menyatakan penting. Hanya 2 responden (2,7%) yang memilih netral, sementara 4 responden (5,4%) menyatakan tidak penting dan sangat tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan kemampuan program dalam membantu memahami status kesehatan pendengar.

### c. Seberapa Baik Nilai-Nilai yang Disajikan Sesuai dengan Pendengar

(P7) Saya merasa nilai-nilai yang disampaikan dalam program sesuai dengan pandangan hidup saya.

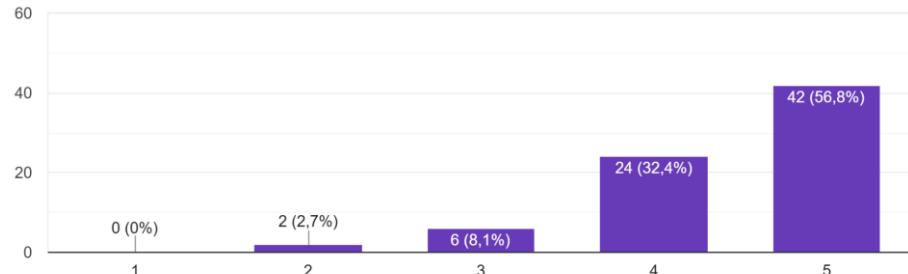
74 jawaban



**Gambar 4. 17 Grafik Pernyataan Persepsi Responden pada Aspek Seberapa Baik Nilai-Nilai yang Disajikan Sesuai dengan Pendengar**

Pernyataan ketigabelas seperti pada gambar 4.17, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap nilai nilai yang disajikan sesuai dengan pendengar. Sebanyak 28 responden (37,8%) menyatakan sangat setuju, dan 36 responden (48,6%) menyatakan setuju. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 4 orang (5,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan nilai-nilai yang disampaikan dalam program Klinik Udara sesuai dengan pendengar.

(H7) Saya berharap nilai-nilai yang disampaikan relevan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari.  
74 jawaban

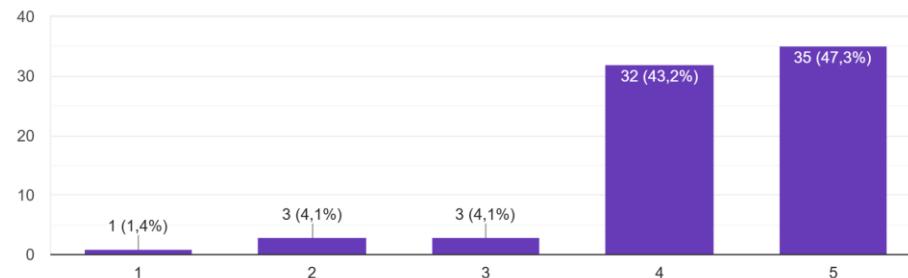


**Gambar 4. 18 Grafik Pernyataan Harapan Responden pada Aspek Seberapa Baik Nilai-Nilai yang Disajikan Sesuai dengan Pendengar**

Pernyataan keempatbelas seperti pada gambar 4.18, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap nilai-nilai yang disampaikan sesuai dengan pendengar. Sebanyak 42 responden (56,8%) menyatakan sangat penting, dan 24 responden (32,4%) menyatakan penting. Sementara 6 responden (8,1%) menyatakan netral dan sangat tidak penting berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan nilai-nilai yang disampaikan dalam program Klinik Udara sesuai dengan yang dialami pendengar.

**d. Penguatan Identitas Pendengar Sebagai Seseorang yang Peduli terhadap Kesehatan**

(P8) Saya menilai pembawa acara memberikan contoh positif dalam menjaga kesehatan.  
74 jawaban



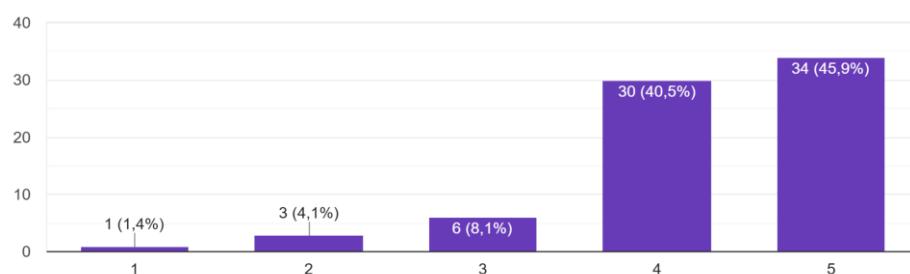
**Gambar 4. 19 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Penguatan Identitas Pendengar Sebagai Seseorang yang Peduli terhadap Kesehatan**

Pernyataan kelimabelas seperti pada gambar 4.19, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap penguatan

identitas pendengar sebagai orang yang peduli kesehatan. Sebanyak 35 responden (47,3%) menyatakan sangat setuju, dan 32 responden (43,2%) menyatakan setuju. Hanya 1 responden (1,4%) yang memilih sangat tidak setuju, sementara responden yang netral dan tidak setuju masing-masing berjumlah 3 orang (4,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan kemampuan program dalam penguatan identitas pendengar sebagai orang yang peduli kesehatan sangat baik.

(H8) Saya berharap pembawa acara selalu menjadi teladan dalam menerapkan gaya hidup sehat.

74 jawaban



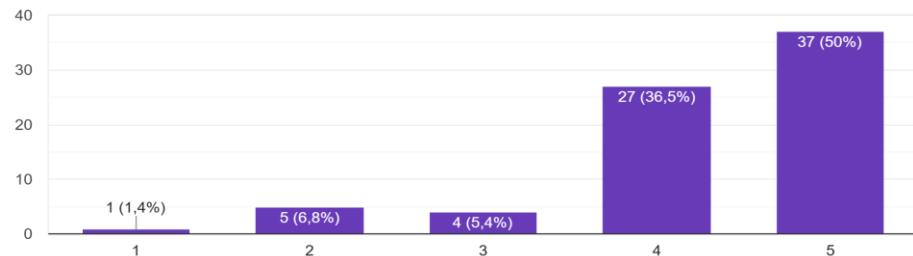
**Gambar 4. 20 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Penguatan Identitas Pendengar Sebagai Seseorang yang Peduli terhadap Kesehatan**

Pernyataan keenambelas seperti pada gambar 4.20, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap penguatan identitas pendengar sebagai seseorang yang peduli kesehatan. Sebanyak 34 responden (45,9%) menyatakan sangat penting, dan 30 responden (40,5%) menyatakan penting. Sementara 6 responden (8,1%) yang menyatakan netral, dan 3 responden (4,1%) tidak penting dan sangat tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan kemampuan program Klinik Udara dalam penguatan identitas pendengar sebagai seseorang yang peduli kesehatan.

### 3. Personal Relationships (Hubungan Personal)

#### a. Kedekatan Pendengar dengan Pembicara

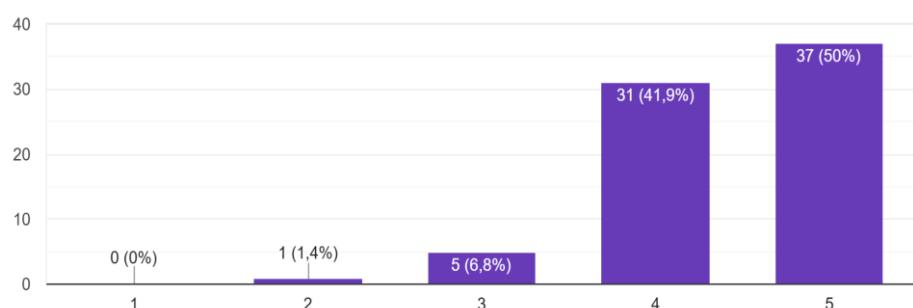
(P9) Saya merasa pembawa acara berinteraksi dengan pendengar secara ramah dan terbuka.  
74 jawaban



**Gambar 4. 21 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kedekatan Pendengar dengan Pembicara**

Pernyataan ketujuhbelas seperti pada gambar 4.21, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kedekatan pendengar dengan pembicara dalam program Klinik Udara. Sebanyak 37 responden (50%) menyatakan sangat setuju, dan 27 responden (36,5%) menyatakan setuju. Hanya 4 responden (5,4%) yang memilih netral, 5 responden (6,8%) menyatakan tidak setuju dan responden yang sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan kedekatan pendengar dengan pembicara dalam program Klinik Udara sangat baik.

(H9) Saya berharap pembawa acara selalu bersikap ramah dan terbuka terhadap pendengar.  
74 jawaban

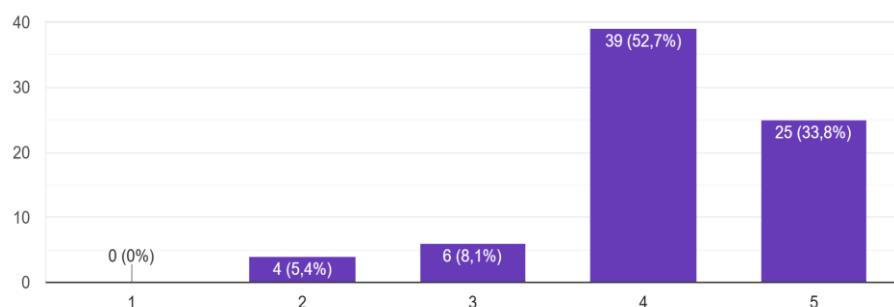


**Gambar 4. 22 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kedekatan Pendengar dengan Pembicara**

Pernyataan kedelapanbelas seperti pada gambar 4.22, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kedekatan pendengar dengan pembicara dalam program Klinik Udara. Sebanyak 37 responden (50%) menyatakan sangat penting, dan 31 responden (41,9%) menyatakan penting. Sementara 5 responden (6,8%) menyatakan netral dan tidak penting berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan kedekatan pendengar dengan pembicara dalam program Klinik Udara.

**b. Respons Pembicara terhadap Pertanyaan**

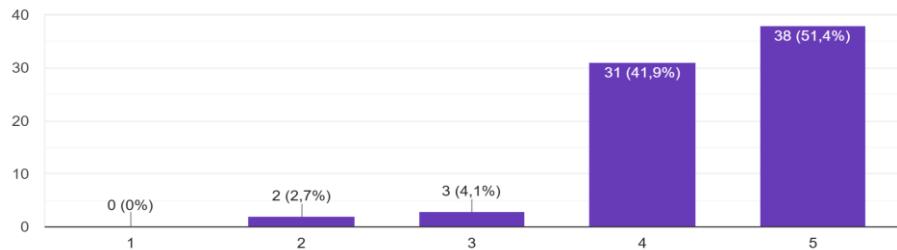
(P10) Saya merasa suasana dalam siaran Klinik Udara hangat dan menyenangkan.  
74 jawaban



**Gambar 4. 23 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Respons Pembicara terhadap Pendengar**

Pernyataan kesembilanbelas seperti pada gambar 4.23, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap respon pembicara terhadap pendengar dalam program Klinik Udara. Sebanyak 25 responden (33,8%) menyatakan sangat setuju, dan 39 responden (52,7%) menyatakan setuju. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 4 orang (5,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan respon pembicara terhadap pendengar dalam program Klinik Udara sangat baik.

(H10) Saya berharap suasana siaran Klinik Udara tetap hangat dan menyenangkan.  
74 jawaban

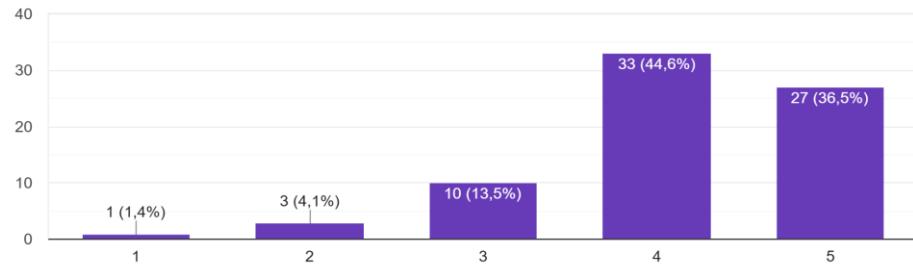


**Gambar 4. 24 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Respon Pembicara terhadap Pendengar**

Pernyataan keduapuluh seperti pada gambar 4.24, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap respon pembicara terhadap pendengar dalam program Klinik Udara. Sebanyak 38 responden (51,4%) menyatakan sangat penting, dan 31 responden (41,9%) menyatakan penting. Sementara 3 responden (4,1%) menyatakan netral dan tidak penting berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan respon pembicara terhadap pendengar dalam program Klinik Udara.

### c. Kemampuan Program untuk Menciptakan Rasa Kebersamaan

(P11) Saya menilai pendengar lain juga aktif berinteraksi melalui kolom komentar saat Live Instagram.  
74 jawaban



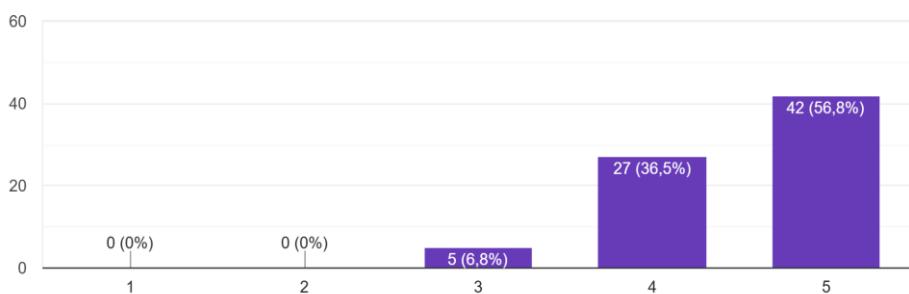
**Gambar 4. 25 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Menciptakan Rasa Kebersamaan**

Pernyataan keduapuluh satu seperti pada gambar 4.25, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kemampuan program dalam menciptakan rasa kebersamaan. Sebanyak 27

responden (36,5%) menyatakan sangat setuju, dan 33 responden (44,6%) menyatakan setuju. Hanya 10 responden (13,5%) yang memilih netral, sementara 3 responden (4,1%) menyatakan tidak setuju dan responden yang sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan kemampuan program dalam menciptakan rasa kebersamaan sangat baik.

(H11) Saya berharap program memberikan lebih banyak kesempatan untuk interaksi pendengar secara langsung.

74 jawaban

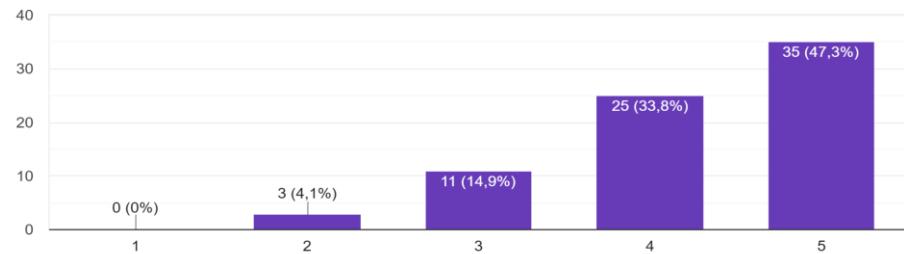


**Gambar 4. 26 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Menciptakan Rasa Kebersamaan**

Pernyataan keduapuluh dua seperti pada gambar 4.26, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kemampuan program dalam menciptakan rasa kebersamaan. Sebanyak 42 responden (56,8%) menyatakan sangat penting, dan 27 responden (36,5%) menyatakan penting. Sementara 5 responden (6,8%) menyatakan netral. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan kemampuan program dalam menciptakan rasa kebersamaan dalam Klinik Udara.

#### d. Interaktivitas Program dalam Memberikan Informasi

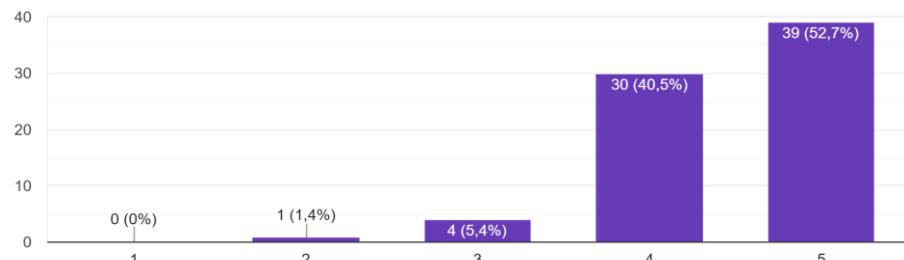
(P12) Saya merasa menjadi bagian dari komunitas pendengar yang peduli terhadap kesehatan.  
74 jawaban



**Gambar 4. 27 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Interaktivitas Program dalam Memberikan Informasi**

Pernyataan keduapuluh tiga seperti pada gambar 4.27, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap interaktivitas program Klinik Udara dalam memberikan informasi. Sebanyak 35 responden (47,3%) menyatakan sangat setuju, dan 25 responden (33,8%) menyatakan setuju. Hanya 11 responden (14,9%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 3 orang (4,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan interaktifitas program Klinik Udara dalam memberikan informasi sangat baik.

(H12) Saya berharap komunitas pendengar Klinik Udara dapat terus berkembang dan saling berbagi informasi kesehatan.  
74 jawaban



**Gambar 4. 28 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Interaktivitas Program dalam Memberikan Informasi**

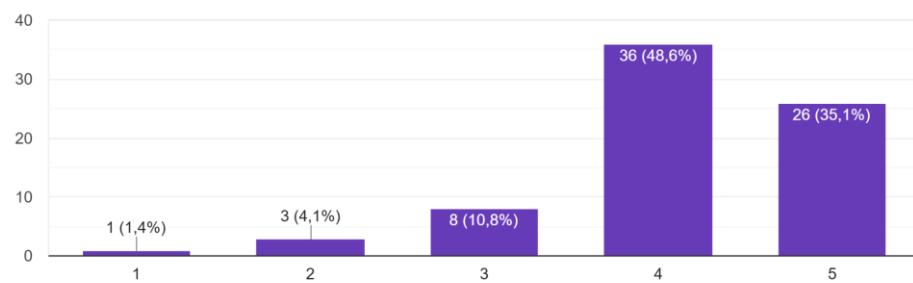
Pernyataan keduapuluh empat seperti pada gambar 4.28, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi interaktivitas program Klinik Udara dalam memberikan informasi.

Sebanyak 39 responden (52,7%) menyatakan sangat penting, dan 30 responden (40,5%) menyatakan penting. Sementara 4 responden (5,4%) menyatakan netral dan tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan interaktivitas program Klinik Udara dalam memberikan informasi kesehatan kepada pendengar.

#### 4. *Diversion (Hiburan/Relaksasi)*

##### a. Kemampuan Program untuk Mengurangi Stres

(P13) Saya merasa program Klinik Udara membantu saya mengurangi stres atau kejemuhan.  
74 jawaban

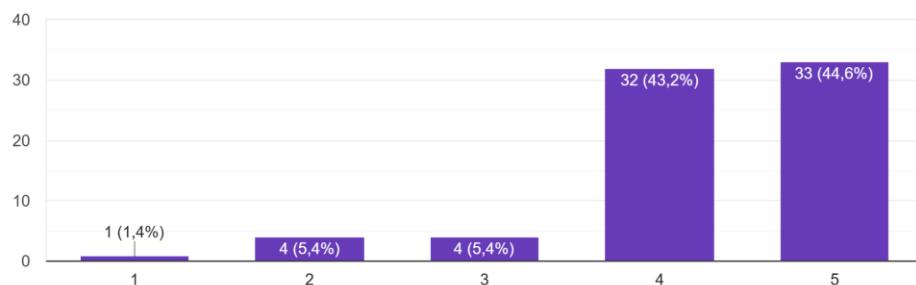


**Gambar 4. 29 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Stres**

Pernyataan keduapuluhan lima seperti pada gambar 4.29, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kemampuan program Klinik Udara dalam mengurangi stress. Sebanyak 26 responden (35,1%) menyatakan sangat setuju, dan 36 responden (48,6%) menyatakan setuju. Hanya 8 responden (10,8%) yang memilih netral, sementara 3 responden (4,1%) menyatakan tidak setuju dan responden yang tidak setuju berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan program Klinik Udara mampu mengurangi stress.

(H13) Saya berharap program Klinik Udara terus menjadi sarana hiburan yang bermanfaat bagi pendengar.

74 jawaban



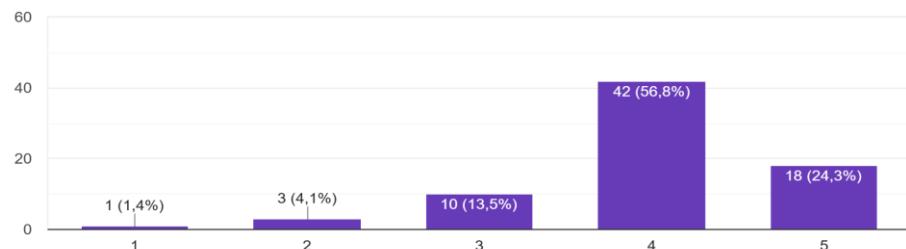
**Gambar 4. 30 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Stres**

Pernyataan keduapuluhdua enam seperti pada gambar 4.30, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kemampuan program Klinik Udara dalam mengurangi stress. Sebanyak 33 responden (44,6%) menyatakan sangat penting, dan 32 responden (43,2%) menyatakan penting. Hanya 4 responden (5,4%) yang memilih netral, sementara 4 responden (5,4%) menyatakan tidak penting dan sangat tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan program Klinik Udara mampu untuk mengurangi stress.

#### **b. Format Program Menarik dan Tidak Membosankan**

(P14) Saya menilai format acara Klinik Udara menarik dan tidak membosankan.

74 jawaban

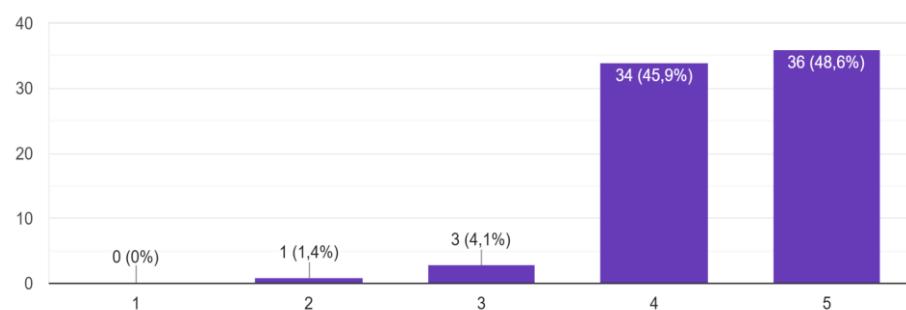


**Gambar 4. 31 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Format Program Menarik dan Tidak Membosankan**

Pernyataan keduapuluh tujuh seperti pada gambar 4.31, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap format program Klinik Udara menarik dan tidak membosankan. Sebanyak 18 responden (24,3%) menyatakan sangat setuju, dan 42 responden (56,8%) menyatakan setuju. Hanya 10 responden (13,5%) yang memilih netral, sementara 3 responden (4,1%) menyatakan tidak setuju dan responden yang tidak setuju berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan format program Klinik Udara menarik dan tidak membosankan.

(H14) Saya berharap format acara lebih variatif agar tetap menarik untuk diikuti.

74 jawaban

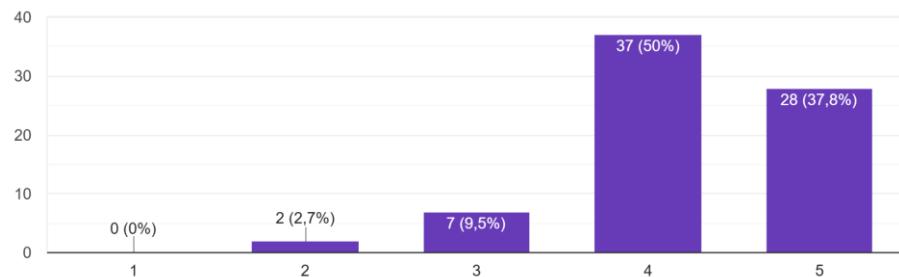


**Gambar 4. 32 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Format Program Menarik dan Tidak Membosankan**

Pernyataan keduapuluhdua delapan seperti pada gambar 4.32, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap format program Klinik Udara menarik dan tidak membosankan. Sebanyak 36 responden (48,6%) menyatakan sangat penting, dan 34 responden (45,9%) menyatakan penting. Sementara 3 responden (4,1%) menyatakan netral dan tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan format program Klinik Udara menarik dan tidak membosankan.

### c. Gaya Komunikasi Pembawa Acara Menghibur dan Informatif

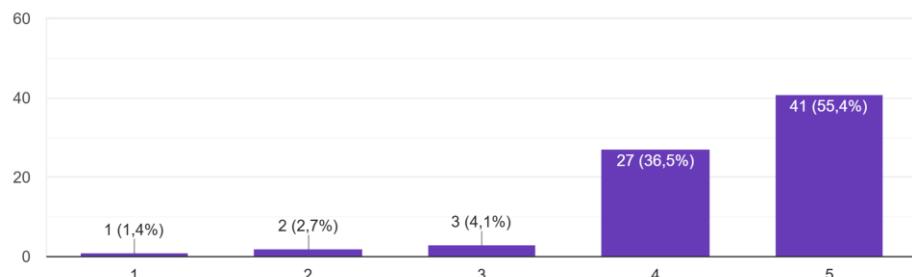
(P15) Saya merasa pembawa acara mampu menghadirkan suasana santai dan menghibur.  
74 jawaban



**Gambar 4. 33 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Gaya Komunikasi Pembawa Acara Menghibur dan Informatif**

Pernyataan keduapuluh sembilan seperti pada gambar 4.33, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap gaya komunikasi pembawa acara dalam program Klinik Udara menghibur dan informatif. Sebanyak 28 responden (37,8%) menyatakan sangat setuju, dan 37 responden (50%) menyatakan setuju. Hanya 7 responden (9,5%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 2 orang (2,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan gaya komunikasi pembawa acara dalam program Klinik Udara menghibur dan informatif.

(H15) Saya berharap pembawa acara selalu mampu menciptakan suasana yang menyenangkan.  
74 jawaban



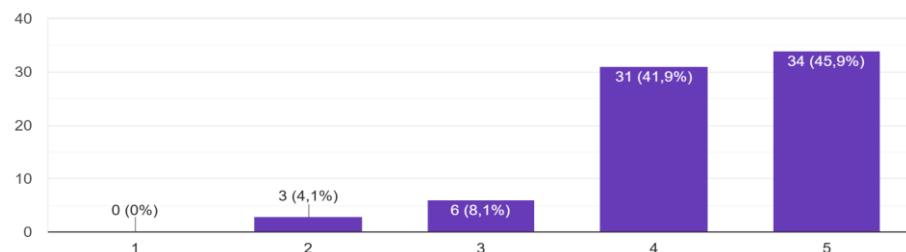
**Gambar 4. 34 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Gaya Komunikasi Pembawa Acara Menghibur dan Informatif**

Pernyataan ketigapuluh seperti pada gambar 4.34, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap gaya

komunikasi pembawa acara dalam program Klinik Udara menghibur dan informatif. Sebanyak 41 responden (55,4%) menyatakan sangat penting, dan 27 responden (36,5%) menyatakan penting. Hanya 3 responden (4,1%) yang memilih netral, sementara 2 responden (2,7%) menyatakan netral dan tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan gaya komunikasi pembawa acara dalam program Klinik Udara menghibur dan informatif.

#### **d. Kemampuan Program untuk Mengurangi Kecemasan Terkait Masalah Kesehatan**

(P16) Saya merasa program Klinik Udara memberi manfaat sekaligus hiburan bagi saya.  
74 jawaban

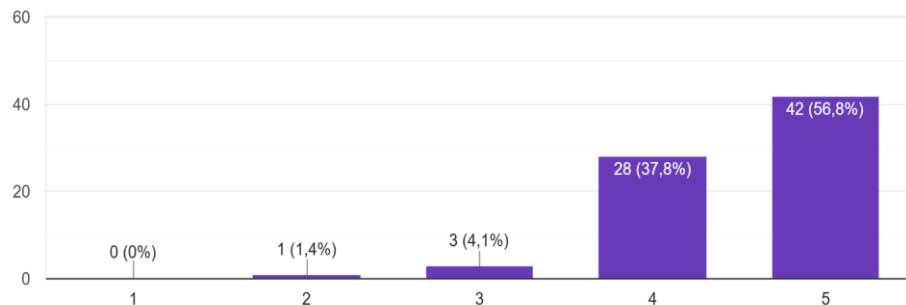


**Gambar 4. 35 Grafik Pernyataan Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurangi Kecemasan Terkait Masalah Kesehatan**

Pernyataan ketigapuluh satu seperti pada gambar 4.35, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kemampuan program Klinik Udara dalam mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan. Sebanyak 34 responden (45,9%) menyatakan sangat setuju, dan 31 responden (41,9%) menyatakan setuju. Hanya 6 responden (8,1%) yang memilih netral, dan responden yang tidak setuju berjumlah 3 orang (4,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar merasakan program Klinik Udara mampu untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan.

(H16) Saya berharap program Klinik Udara dapat terus menghibur sambil memberikan edukasi kesehatan.

74 jawaban



**Gambar 4. 36 Grafik Pernyataan Harapan Responden Terhadap Kemampuan Program untuk Mengurasi Kecemasan Terkait Masalah Kesehatan**

Pernyataan ketigapuluhan dua seperti pada gambar 4.36, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kemampuan program Klinik Udara dalam mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan. Sebanyak 42 responden (56,8%) menyatakan sangat penting, dan 28 responden (37,8%) menyatakan penting. Sementara 3 responden (4,1%) menyatakan netral dan tidak penting berjumlah 1 orang (1,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pendengar mengharapkan program Klinik Udara mampu untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan.

#### 4.1.4 Hasil Perhitungan Mean GO (Persepsi) dan GS (Harapan)

Dari hasil data yang telah didapatkan melalui penyebaran kuisioner terhadap responden pendengar Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo, maka langkah selanjutnya yakni analisis dengan menghitung nilai rata-rata dari setiap butir pernyataan yang telah dibuat. Skala data untuk variabel persepsi memiliki rentang nilai 1,00-1,80 masuk ke dalam kriteria sangat tidak puas, rentang nilai 1,81- 2,60 adalah kriteria tidak puas, rentang nilai 2,61-3,40 masuk ke dalam kriteria cukup puas, rentang nilai 3,41-4,22 merupakan kriteria puas, dan rentang nilai 4,21-5,00 masuk ke dalam kriteria sangat puas.

Sedangkan, skala data untuk variabel harapan memiliki rentang nilai 1,00-1,80 masuk ke dalam kriteria sangat tidak penting, rentang nilai 1,81-2,60 adalah kriteria tidak penting, rentang nilai 2,61-3,40 masuk ke dalam kriteria cukup penting, rentang nilai 3,41-4,22 merupakan kriteria penting, dan rentang nilai 4,21-5,00 masuk ke dalam kriteria sangat penting.

Adapun hasil perhitungannya, dipaparkan melalui tabel 4.6

**Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan Mean Variabel Persepsi**

Indikator	Kode	Total	Mean	Kriteria
<i>Surveillance</i> (Informasi)	P1	312	4,21	Sangat Puas
	P2	320	4,32	Sangat Puas
	P3	312	4,21	Sangat Puas
	P4	320	4,32	Sangat Puas
<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	P5	303	4,09	Puas
	P6	307	4,14	Puas
	P7	310	4,18	Puas
	P8	319	4,31	Sangat Puas
<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	P9	316	4,27	Sangat Puas
	P10	307	4,14	Puas
	P11	304	4,10	Puas
	P12	314	4,24	Sangat Puas
<i>Diversion</i> (Hiburan/ Relaksasi)	P13	305	4,12	Puas
	P14	295	3,98	Puas
	P15	313	4,22	Sangat Puas
	P16	318	4,29	Sangat Puas

Berdasarkan hasil perhitungan mean yang udah dijabarkan pada tabel 4.6 dari 4 indikator yang digunakan yakni dari teori *Use and Gratification* menurut Mc Quail *Surveillance (Informasi)*, *Personal Identity (Identitas Personal)*, *Personal Relationships (Hubungan Personal)*, dan *Diversion (Hiburan/Relaksasi)* terdiri dari 16 pernyataan persepsi pendengar (P1 sampai P16) terkait program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo. Secara keseluruhan semua pernyataan memperoleh nilai mean diatas 4.00 ini masuk kedalam kategori “Sangat Puas”, kecuali terdapat 7 pernyataan yang masuk dalam kategori “Puas”. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden yakni merasa puas terhadap layanan informasi pada

program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo. Dengan demikian program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo telah mampu memberikan layanan yang baik terhadap pendengar terkait dengan informasi yang diberikan dan pendengar merasa puas.

**Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan Mean Variabel Harapan**

Indikator	Kode	Total	Mean	Kriteria
<i>Surveillance</i> (Informasi)	H1	315	4,25	Sangat Penting
	H2	312	4,21	Sangat Penting
	H3	323	4,36	Sangat Penting
	H4	333	4,50	Sangat Penting
<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	H5	315	4,25	Sangat Penting
	H6	316	4,27	Sangat Penting
	H7	328	4,43	Sangat Penting
	H8	315	4,25	Sangat Penting
<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	H9	326	4,40	Sangat Penting
	H10	327	4,41	Sangat Penting
	H11	333	4,50	Sangat Penting
	H12	329	4,44	Sangat Penting
<i>Diversion</i> (Hiburan/ Relaksasi)	H13	314	4,24	Sangat Penting
	H14	327	4,41	Sangat Penting
	H15	327	4,41	Sangat Penting
	H16	333	4,50	Sangat Penting

Berdasarkan hasil perhitungan mean yang udah dijabarkan pada tabel 4.7 dari 4 indikator yang digunakan yakni dari teori *Use and Gratification* menurut Mc Quail *Surveillance (Informasi)*, *Personal Identity (Identitas Personal)*, *Personal Relationships (Hubungan Personal)*, dan *Diversion (Hiburan/Relaksasi)* terdiri dari 16 pernyataan harapan pendengar (H1 sampai H16) terkait program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo. Secara keseluruhan semua pernyataan memperoleh nilai mean diatas 4.00 ini masuk kedalam kategori “Sangat Penting”. Hal ini menunjukkan bahwa harapan responden terhadap layanan informasi pada program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo sangat penting. Sehingga program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo perlu untuk mempertahankan dan melakukan harapan pendengar guna untuk memberikan kepuasan yang baik terhadap responden Klinik Udara.

#### 4.1.5 Hasil Perhitungan Grand Mean GO (Persepsi) dan GS (Harapan)

Pada bab ini menjelaskan terkait dengan perhitungan grand mean dari data yang telah didapatkan untuk mengetahui nilai rata-rata dari setiap indikator *Use and Gratification* menurut Mc Quail. Hasil perhitungan tersebut, dijabarkan pada tabel 4.8 berikut ini :

**Tabel 4. 8 Hasil Perhitungan Grand Mean Variabel Persepsi**

Indikator	Kode	Mean	Grand Mean	Kriteria
<i>Surveillance</i> (Informasi)	P1	4,21	4,26	Sangat Puas
	P2	4,32		
	P3	4,21		
	P4	4,32		
<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	P5	4,09	4,18	Puas
	P6	4,14		
	P7	4,18		
	P8	4,31		
<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	P9	4,27	4,18	Puas
	P10	4,14		
	P11	4,10		
	P12	4,24		
<i>Diversion</i> (Hiburan/Relaksasi)	P13	4,12	4,15	Puas
	P14	3,98		
	P15	4,22		
	P16	4,29		
<b>Total</b>		4,19		Puas

Berdasarkan tabel 4.8, dapat ditemukan bahwa nilai rata-rata dari setiap indikator masuk dalam kriteria “Puas” dengan nilai antara 3,41-4,20, dan satu indikator masuk dalam kategori “Sangat Puas” dengan nilai antara 4,21-5,00. Indikator *Surveillance (Informasi)* masuk kedalam kategori “Sangat Puas”, sedangkan indikator yang lain *Personal Identity (Identitas Personal)*, *Personal Relationships (Hubungan Personal)*, *Diversion (Hiburan/Relaksasi)* masuk kedalam kategori “Puas”. Secara keseluruhan hasil dari perhitungan dari data persepsi responden bahwa program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo sudah memenuhi kepuasan pendengar, ditunjukkan dalam perhitungan per 3 indikator menunjukkan

puas dan 1 indikator menyatakan sangat puas. Maka dari itu program Klinik Udara telah memenuhi kepuasan pendengar.

**Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan Grand Mean Variabel Harapan**

Indikator	Kode	Mean	Grand Mean	Kriteria
<i>Surveillance</i> (Informasi)	H1	4,25	4,33	Sangat Penting
	H2	4,21		
	H3	4,36		
	H4	4,50		
<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	H5	4,25	4,33	Sangat Penting
	H6	4,27		
	H7	4,43		
	H8	4,25		
<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	H9	4,40	4,43	Sangat Penting
	H10	4,41		
	H11	4,50		
	H12	4,44		
<i>Diversion</i> (Hiburan/ Relaksasi)	H13	4,24	4,39	Sangat Penting
	H14	4,41		
	H15	4,41		
	H16	4,50		
<b>Total</b>		4,37		Sangat Penting

Berdasarkan tabel 4.9, dapat ditemukan bahwa nilai rata-rata dari seluruh indikator masuk dalam kriteria “ Sangat Penting” dengan nilai antara 4,21-5,00. Indikator *Surveillance (Informasi)*, *Personal Identity (Identitas Personal)*, *Personal Relationships (Hubungan Personal)*, *Diversion (Hiburan/Relaksasi)* semuanya masuk kedalam kategori “Sangat Penting”. Secara keseluruhan hasil dari perhitungan dari data harapan responden bahwa program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo memiliki nilai harapan pendengar yang sangat penting, ditunjukkan dalam perhitungan semua indikator menunjukkan sangat penting. Maka dari itu program Klinik Udara perlu untuk mempertahankan dan melakukan harapan yang diinginkan oleh responden terhadap informasi yang diberikan, agar supaya pendengar mendapatkan kepuasan dari informasi program Klinik Udara.

#### 4.1.6 Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Sebelum melakukan perhitungan terkait dengan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menentukan *Weighting Factor (WF)*, yaitu mengubah nilai rata-rata *Gratification Sought* menjadi angka persentase dari total rata-rata *Gratification Sought* seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%. Dan menghitung *Weight Score (WS)*, yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata *Gratification Obtained* masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut serta menghitung *Weight Total (WT)*, yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut. Hasil dari perhitungan 4 poin diatas akan dijabarkan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 10 Nilai Costumer Sevice Index (CSI)**

Label	Indikator	Aspek	Weighting Factor (WF)	Weight Score (WS)
P1	<i>Surveillance</i> (Informasi)	Kepuasan pendengar terhadap keakuratan informasi yang diberikan	6,08	25,59
P2		Kepuasan pendengar terhadap kelengkapan informasi yang diberikan	6,02	26,00
P3		Kepuasan pendengar terhadap ketepatan waktu informasi yang diberikan	6,24	26,27
P4		Kepuasan pendengar terhadap kredibilitas informasi yang diberikan	6,44	27,82
P5	<i>Personal Identity</i> (Identitas Personal)	Seberapa relevan informasi yang disajikan sesuai dengan situasi pendengar	6,08	24,86
P6		Kemampuan program dalam membantu pendengar memahami status kesehatan mereka	6,11	25,29
P7		Seberapa baik nilai-nilai yang disajikan sesuai dengan pendengar	6,34	26,50
P8		Penguatan identitas pendengar sebagai seseorang yang peduli terhadap kesehatan	6,08	26,20
P9	<i>Personal Relationships</i> (Hubungan Personal)	Kedekatan pendengar dengan pembicara	6,30	26,90

Label	Indikator	Aspek	Weighting Factor (WF)	Weight Score (WS)			
P10	<i>Diversion</i> (Hiburan/Relaksasi)	Respons pembicara terhadap pertanyaan	6,31	26,12			
P11		Kemampuan program untuk menciptakan rasa kebersamaan	6,44	26,40			
P12		Interaktivitas program dalam memberikan informasi	6,35	26,92			
P13		Kemampuan program untuk mengurangi stres	6,07	25,00			
P14		Kemampuan program untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan	6,31	25,11			
P15		Format program menarik dan tidak membosankan	6,31	26,62			
P16		Gaya komunikasi pembawa acara menghibur dan informatif	6,44	27,62			
<b>Rata-rata</b>		6,24	26,20				
<b>WT</b>		419,22					
<b>CSI</b>		88,25					

Hasil penelitian pada tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata *Weighting Factor (WF)* adalah sebesar 6,24. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum seluruh indikator memiliki kepentingan yang tinggi menurut pendengar. Variasi *Weighting Factor (WF)* antar indikator berkisar antara 6,02 sampai 6,44, yang berarti setiap indikator memiliki kontribusi penting terhadap *Gratification Sought*, meskipun tingkat kepentingannya tidak sama.

Aspek indikator yang paling kecil kontribusinya terhadap *Gratification Sought* yakni sebesar 6,02. Sebaliknya aspek indikator yang paling besar kontribusinya terhadap *Gratification Sought* adalah kepuasan pendengar terhadap kredibilitas informasi yang diberikan dan gaya komunikasi pembawa acara menghibur dan informatif yakni sebesar 6,44.

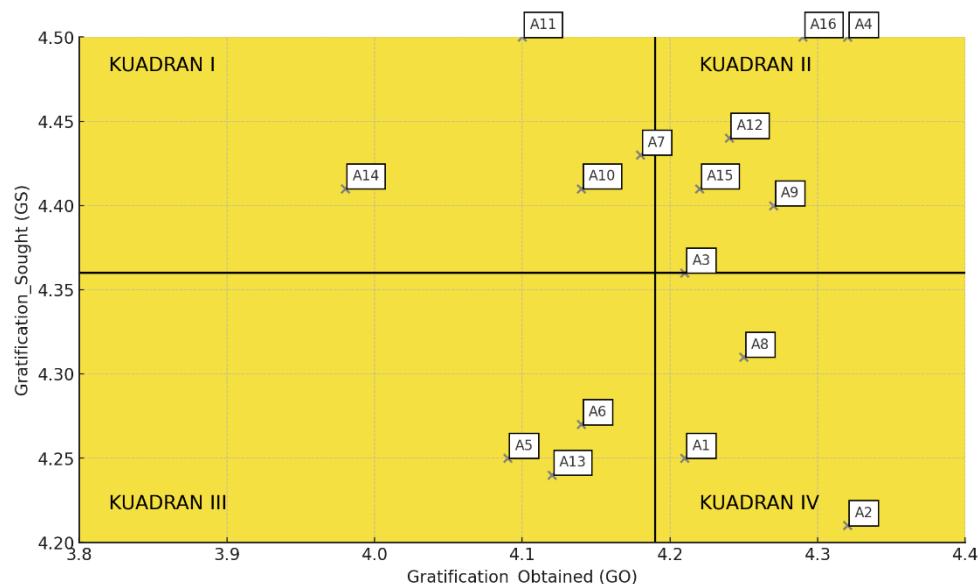
Nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebesar 88,25 ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pendengar berada dalam kategori “Sangat Puas”, karena masuk dalam rentang nilai 81-100. Dalam artian, pendengar secara keseluruhan memiliki persepsi yang sangat positif terhadap kualitas informasi, penyajian program, hubungan personal, serta unsur hiburan yang menarik dalam program Klinik Udara. Meskipun

demikian, nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang belum mencapai 100 mengindikasikan bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan pada beberapa indikator yang nilai GO-nya masih berada di bawah nilai GS-nya.

*Bobot Costumer Sevice Index (CSI)* Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo sebesar 88,25. Nilai ini berada antara 81% - 100% yakni pada urutan atau level 1. Level tersebut menunjukkan bahwa pendengar merasa sangat puas. Level tersebut sudah sangat baik sekali akan tetapi masih perlu untuk melakukan perbaikan terhadap beberapa poin poin yang kurang sehingga program Klinik Udara bisa mencapai 100% dalam meraih kepuasan pendengar terhadap informasi yang diberikan.

#### 4.1.7 Mengukur *Gratification Sought* Dan *Gratification Obtained* Dalam Koordinat Kartesius

Pada bab ini penulis akan menjabarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mengelompokkan kedalam empat kuadran dengan kategori masing-masing. Metode *Gratification Sought-Obtained Analysis* adalah sebuah metode untuk menentukan keberadaan variabel indikator yang digunakan untuk mengukur *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dalam koordinat kartesius. Variabel indikator ini dikelompokkan dalam 4 (empat) kuadran yang memiliki makna masing-masing akan dijelaskan pada gambar berikut ini :



Gambar 4. 37 Gratification Sought-Obtained Analysis

Keterangan : | I | GS  $\geq$  4,36 | GO  $<$  4,19 | Penting & Belum Puas |  
II	GS  $\geq$  4,36	GO  $\geq$  4,19	Penting & Sudah Puas
III	GS  $<$  4,36	GO  $<$  4,19	Tidak Penting & Belum Puas
IV	GS  $<$  4,36	GO  $\geq$  4,19	Tidak Penting & Sudah Puas

Dari hasil tabel *Gratification Sought-Obtained Analysis* diatas dapat dilihat posisi masing-masing aspek indikator. Secara lebih rinci dapat diuraikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 11 Aspek Indikator Pada Kuadran Pertama**

Label	Aspek Indikator
A7	Seberapa baik nilai-nilai yang disajikan sesuai dengan pendengar
A10	Respons pembicara terhadap pertanyaan
A11	Kemampuan program untuk menciptakan rasa kebersamaan
A14	Kemampuan program untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan
	Berdasarkan tabel 4.11 diatas aspek indikator yang ada kuadran I ini berisi indikator yang dianggap penting oleh pendengar, akan tetapi tingkat pemenuhannya masih belum optimal(belum sesuai dengan persepsi pendengar yang dirasakan). Artinya, nilai dari <i>Gratification Sought</i> tinggi namun nilai <i>Gratification Obtained</i> masih rendah. Indikator dalam kuadran I ini harus menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan, karena menyangkut kebutuhan utama kepuasan pendengar.

**Tabel 4. 12 Aspek Indikator Pada Kuadran Kedua**

Label	Aspek Indikator
A3	Kepuasan pendengar terhadap ketepatan waktu informasi yang diberikan
A4	Kepuasan pendengar terhadap kredibilitas informasi yang diberikan
A9	Kedekatan pendengar dengan pembicara
A12	Interaktivitas program dalam memberikan informasi
A15	Format program menarik dan tidak membosankan
A16	Gaya komunikasi pembawa acara menghibur dan informatif
	Berdasarkan tabel 4.12 diatas aspek indikator yang ada pada kuadran dua ini adalah indikator yang masuk dalam kategori penting dan sudah puas. Aspek indikator yang masuk dalam kuadran dua dianggap penting

oleh pendengar dan sudah puas, dikarenakan mereka menganggap bahwa antara *Gratification Obtained (Persepsi)* sudah sesuai dengan *Gratification Sought (Harapan)* dan keduanya memiliki nilai yang sangat tinggi. Aspek indikator yang masuk kedalam kuadran dua ini perlu untuk dipertahankan memiliki nilai yang sama-sama tinggi dalam segi persepsi dan harapan pendengar terhadap Program Klinik Udara.

**Tabel 4. 13 Aspek Indikator Pada Kuadran Ketiga**

Label	Aspek Indikator
A5	Seberapa relevan informasi yang disajikan sesuai dengan situasi pendengar
A6	Kemampuan program dalam membantu pendengar memahami status kesehatan mereka
A13	Kemampuan program untuk mengurangi stres

Berdasarkan tabel 4.13 diatas aspek indikator yang ada pada kuadran tiga ini adalah indikator yang masuk dalam kategori tidak penting dan belum puas. Indikator pada kuadran III ini memiliki kepentingan yang lebih rendah dan tingkat pemenuhannya juga belum optimal. Hal ini dikarenakan aspek-aspek ini tidak menjadi fokus utama pendengar, tetapi peningkatannya dapat dilakukan secara bertahap atau disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki.

**Tabel 4. 14 Aspek Indikator Pada Kuadran Keempat**

Label	Aspek Indikator
A1	Kepuasan pendengar terhadap keakuratan informasi yang diberikan
A2	Kepuasan pendengar terhadap kelengkapan informasi yang diberikan
A8	Penguatan identitas pendengar sebagai seseorang yang peduli terhadap kesehatan

Berdasarkan tabel 4.14 diatas aspek indikator yang ada pada kuadran empat ini adalah indikator yang masuk dalam kategori tidak penting dan sudah puas. Aspek indikator yang ada di kuadran empat ini dianggap kurang penting oleh pendengar dan pendengar sudah merasakan puas

terhadap *Gratification Obtained* yang sudah disajikan. Sehingga aspek indikator yang masuk dalam kuadran empat ini perlu untuk dipertahankan.

#### 4.1.8 Analisis GAP Penelitian

Pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan terkait gap yang ada pada penelitian yang sudah dilakukan. Gap merupakan besarnya selisih besarnya nilai antara *Gratification Obtained* dengan *Gratification Sought*. Dalam artian gap adalah melakukan analisis besarnya selisih nilai antara *Gratification Obtained* dengan *Gratification Sought* yang bermanfaat untuk mengetahui berapa besarnya kekurangan dari masing-masing indikator untuk mencapai kepuasan masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya. Selain itu analisis gap tersebut juga bermanfaat untuk mengetahui indikator mana yang dijadikan prioritas untuk ditingkatkan. Hasil perhitungan gap seperti pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 15 Rangking Gap antara *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained***

Label	<i>Gratification Sought</i>	<i>Gratification Obtained</i>	Gap	Ranking
A1	4,25	4,21	-0,04	5
A2	4,21	4,32	0,11	1
A3	4,36	4,21	-0,15	9
A4	4,50	4,32	-0,18	11
A5	4,25	4,09	-0,16	10
A6	4,27	4,14	-0,13	7
A7	4,43	4,18	-0,25	15
A8	4,25	4,31	0,06	2
A9	4,40	4,27	-0,13	8
A10	4,41	4,14	-0,27	14
A11	4,50	4,10	-0,04	4
A12	4,44	4,24	-0,02	3
A13	4,24	4,12	-0,12	6
A14	4,41	3,98	-0,43	16

Label	<i>Gratification Sought</i>	<i>Gratification Obtained</i>	Gap	Ranking
A15	4,41	4,22	-0,19	12
A16	4,50	4,29	-0,21	13

Dari tabel 4.16 diatas hasil penelitian seperti yang tertera dapat diketahui bahwa gap yang paling besar terdapat pada aspek kemampuan program untuk mengurasi kecemasan terkait masalah kesehatan yakni sebesar -0,43. Sebaliknya gap yang paling kecil terdapat pada aspek indikator kepuasan pendengar terhadap kelengkapan informasi yang diberikan yaitu sebesar 0,11. Dari hasil penelitian tersebut merekomendasikan kepada pengelola Program Klinik Udara agar memberi usaha yang ekstra pada aspek indikator kemampuan program untuk mengurasi kecemasan terkait masalah kesehatan, sehingga setara dengan indikator yang lain bahkan dapat memenuhi *Gratification Sought*. Sebaliknya, untuk meningkatkan nilai dari aspek indikator kepuasan pendengar terhadap kelengkapan informasi yang diberikan dibutuhkan usaha yang kecil untuk memenuhi *gratification sought* atau harapan pendengar terkait dengan program Klinik udara, dan juga bisa mempertahankan aspek indikator tersebut untuk mencapai kepuasan pendengar program Klinik Udara.

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pendengar terhadap informasi pada program Klinik Udara secara keseluruhan berada pada kategori “sangat puas”. Dengan nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebesar 88,25%. Nilai ini berada pada rentan 81%-100% yang mengindikasikan bahwa program telah memenuhi ekspektasi pendengar. Namun masih terdapat ruang yang signifikan untuk perbaikan pada beberapa indikator, terutama indikator yang nilai GO nya berada dibawah nilai GS nya.

Berdasarkan perhitungan Grand Mean, nilai rata-rata persepsi pendengar (GO) adalah 4,19 yang masuk dalam kategori "Puas", sementara nilai rata-rata harapan pendengar (GS) adalah 4,36 yang masuk dalam kategori "Sangat Penting". Kesenjangan sebesar 0,18 antara harapan dan persepsi menunjukkan bahwa meskipun program Klinik Udara dinilai sudah baik, akan tetapi pendengar masih mengharapkan peningkatan kualitas pada beberapa aspek indikator tertentu.

Temuan ini sejalan dengan pernyataan Bapak Wahyu selaku penanggung jawab program Klinik Udara yang menyatakan:

*"Program Klinik Udara ini memang sudah berjalan cukup baik dan mendapat respons positif dari masyarakat. Namun selaku pengelola live Instagram program Klinik Udara masih belum pernah melakukan evaluasi terkait dengan program Klinik Udara. Sehingga kami menyadari masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, guna untuk menciptakan program yang lebih baik lagi".* (Wahyu, wawancara, 09 November 2025).

Hasil kuantitatif pada penelitian ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dialami pendengar. Penelitian terdahulu oleh Masruroh (2019) juga menemukan bahwa kepuasan pendengar radio sangat dipengaruhi oleh kemampuan program dalam memenuhi motif informasi dan interaksi sosial, dimana kesenjangan pada aspek-aspek tersebut dapat menurunkan loyalitas pendengar.

Pada indikator kemampuan program untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan, diperoleh nilai GS sebesar 4,41 menunjukkan harapan yang sangat tinggi dari pendengar. Akan tetapi nilai GO nya sebesar 3,98 menunjukkan bahwa program masih belum optimal dalam mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan. Indikator ini memiliki nilai GAP terbesar sehingga pada indikator ini perlu untuk diperhatikan oleh program Klinik Udara dalam mengatasi kecemasan terkait masalah kesehatan.

Temuan ini didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan terhadap salah satu pendengar program Klinik Udara : *“Saya sering mendengarkan program Klinik Udara untuk mencari informasi kesehatan, akan tetapi setelah mendengarkan informasi dari narasumber saya terkadang merasa masih cemas terkait dengan masalah kesehatan yang saya alami. Saya berharap program Klinik Udara memberi informasi tentang penyakit yang saya alami. Dan memberikan ruang konseling yang interktif guna untuk mengatasi kecemasan yang saya atasi”*(Imam Hanafi, wawancara 16 November 2025).

Namun demikian, hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengelola layanan radio menunjukkan hal yang berbeda, pengelola layanan di radio menjelaskan : *“Program Klinik Udara itu memberikan informasi kesehatan sesuai dengan topik yang dibahas. Sehingga Klinik Udara itu menjadi jembatan bagi pendengar untuk berinteraksi langsung dengan dokter atau narasumber, tanpa perlu bertemu langsung dengan dokter. Jika masih terdapat beberapa hal yang masih dibingungkan kami bisa langsung merekomendasikan untuk langsung menemui dokter di klinik spesialis mereka di RSUD dr Moh Saleh”*(Yuli, wawancara, 10 November 2025).

Permasalahan yang dijabarkan diatas sesuai dengan indikator yang menjadi poin yang harus diperhatikan juga. Indikator tersebut adalah respons pembicara terhadap responden, nilai GS pada indikator ini sebesar 4,41 dan nilai GO nya sebesar 4,14. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun suasana program Klinik Udara hangat dan menyenangkan, namun, respon pembicara terhadap pertanyaan masih belum optimal.

Pernyataan ini didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan dengan Vivi selaku penyiar radio dalam program Klinik Udara yakni : *“Keterbatasan waktu siaran menjadi tantangan terbesar bagi kami selaku moderator dalam program Klinik Udara. Program Klinik Udara hanya berlangsung selama 1 jam setiap hari jum’at, sementara antusiasme*

*pendengar yang bertanya dan berkomunikasi dengan pembicara sangat tinggi. Sehingga terkadang ada pertanyaan yang belum sempat dijawab oleh narasumber waktu siaran Klinik Udara sudah habis” (Vivi, wawancara, 11 November 2025).*

Secara keseluruhan pendengar program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo merasa puas terkait dengan informasi dan layanan yang diberikan. Akan tetapi masih terdapat beberapa indikator yang harus diperbaiki, yakni indikator yang memiliki nilai harapan yang tinggi dari nilai persepsi yang didapatkan. Dengan demikian program dapat dinyatakan memberikan informasi yang baik dengan catatan aspek-aspek yang harus diperbaiki guna mencapai program yang baik dan benar.

#### **4.2.1 Analisis Dimensi Kepuasan Pendengar Berdasarkan Teori *Use and Gratification* Menurut *Mc Quail***

##### **1. Analisis Dimensi *Surveillance* (Informasi)**

Pada dimensi *Surveillance* (Informasi) ini membahas terkait dengan motif dasar pendengar atau audiens dalam mencari informasi kesehatan melalui Program Klinik Udara. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dimensi ini memiliki *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar terhadap program Klinik Udara sebesar 4,26 berada pada kategori “Sangat Puas”. Ini menandakan bahwa mayoritas pendengar merasa sangat puas terhadap informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara akurat dan dipercaya, relevan dengan kebutuhan kesehatan pendengar, disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami serta disampaikan oleh narasumber yang kompeten dalam bidang kesehatan.

Akan tetapi, pada segi nilai rata-rata dari *Gratification Sought (GS)* atau harapan pendengar lebih tinggi dari nilai *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan kecil antara harapan pendengar dengan persepsi pendengar. Ini berarti meskipun informasi pada Program Klinik Udara sudah dianggap memadai,

pendengar masih mengharapkan peningkatan kualitas informasinya, terutama dari segi sisi kelengkapan penyampaian informasi dan kredibilitas informasi yang disampaikan.

Temuan ini sejalan dengan teori *Use and Gratification* menurut Mc Quail yang menyatakan bahwa khalayak atau audiens memilih media berdasarkan kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam konteks literasi, literasi informasi pendengar memengaruhi terhadap tingkat kepuasan yang diharapkan. Program Klinik Udara telah berhasil memenuhi ekspektasi kepuasan informasi pendengar, akan tetapi ada yang perlu dilakukan yakni peningkatan pada indikator kepuasan pendengar terhadap kredibilitas informasi yang diberikan.

Namun, analisis GAP pada dimensi ini menunjukkan bahwa indikator kepuasan pendengar terhadap kredibilitas informasi (A4) memiliki GAP -0,18 (ranking 11). Indikator ini memberikan penjelasan yakni meskipun narasumber berasal dari dokter RSUD dr. Mohamad Saleh yang kompeten, pendengar masih mengharapkan peningkatan pada aspek ini. Terutama terkait variasi spesialisasi dokter dan pembahasan topik yang lebih mendalam.

## **2. Analisis Dimensi *Personal Identity* (Identitas Personal)**

Pada dimensi *Personal Identity* (Identitas Personal) ini berkaitan dengan fungsi sebuah media dalam membentuk pemahaman diri sendiri, nilai pribadi dan gaya hidup. Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa dimensi ini memiliki *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar terhadap program Klinik Udara sebesar 4,18 berada pada kategori “Puas”. Ini menunjukkan bahwa pendengar merasa puas terhadap program dalam membantu memahami kondisi kesehatan pribadi dan kebutuhan pendengar. Serta informasi yang disampaikan memberikan motivasi kepada pendengar untuk menerapkan perilaku hidup sehat.

Dari hasil perhitungan data yang dilakukan, didapatkan bahwa nilai rata-rata *Gratification Sought (GS)* atau harapan pendengar sebesar 4,33 masih sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar sebesar 4,18. Dalam artian masih terdapat harapan pendengar terhadap Program Klinik Udara untuk meningkatkan kedalaman edukasi tentang kesehatan diri sendiri, atau personal, misalnya dengan pemberian contoh kasus nyata, tips praktis gaya hidup sehari-hari atau mengadakan survei berkala untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi kesehatan pendengar.

Pada dimensi ini, indikator seberapa baik nilai-nilai yang disajikan sesuai dengan pendengar (A7) berada di Kuadran I dengan GAP -0,25 (ranking 15). Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam indikator tersebut. Yakni meskipun informasi yang disampaikan berkualitas, namun relevansinya dengan kondisi personal pendengar masih perlu ditingkatkan.

Temuan ini didukung oleh penelitian Zhang et al. (2022) yang menyatakan bahwa personalisasi konten kesehatan dapat meningkatkan kepuasan audiens hingga 40%. Program yang mampu menyesuaikan konten dengan karakteristik demografi dan kebutuhan spesifik audiens cenderung lebih efektif dalam mencapai tujuan edukasi kesehatan.

### **3. Analisis Dimensi *Personal Relationship* (Hubungan Personal)**

Pada dimensi *Personal Relationship* (Hubungan Personal) ini berkaitan dengan kemampuan program dalam menciptakan kedekatan emosional dan sosial antara pembawa acara, narasumber, dan pendengar. Dari hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dimensi ini memiliki *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar terhadap program Klinik Udara sebesar 4,18 berada pada kategori “Puas”. Temuan ini memberikan bukti bahwa pendengar merasa puas terhadap suasana

siaran yang hangat dan menyenangkan, sehingga pendengar merasa menjadi bagian dari komunitas yang peduli kesehatan.

Adapun poin terpenting dalam dimensi ini adalah meningkatnya interaksi antar pendengar melalui live chat Instagram, ini menunjukkan bahwa adanya ruang komunikasi digital yang memperkuat loyalitas dan keterikatan pendengar dengan Program Klinik Udara. Ini sesuai dengan penitian yang dilakukan oleh Cristine et al. (2024) yang menyatakan bahwa interaksi media sosial mampu untuk meningkatkan loyalitas pendengar radio dikarenakan memperluas ruang partisipasi pendengar.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dimensi *Personal Relationship* (Hubungan Personal) memiliki nilai *Gratification Sought (GS)* atau harapan pendengar yang sedikit lebih tinggi sebesar 4,43 dibandingkan dengan nilai *Gratification Obtained (GO)* atau nilai persepsi pendengar sebesar 4,18. Ini menunjukkan bahwa harapan pendengar untuk Program Klinik Udara yakni memberikan lebih banyak sesi live interaktif dan free konsultasi secara singkat. Dengan demikian program Klinik Udara dapat mempertahankan kedekatan emosional pendengar sebagai bagian bagian dari strategi engagement.

Pada dimensi ini, indikator respons pembicara terhadap pertanyaan (A10) berada di Kuadran I dengan GAP -0,27 (ranking 14). Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam indikator tersebut. Yakni meskipun Program Klinik Udara memberikan suasana yang hangat dan interaktif, masih terdapat kesenjangan pada respon pembicara terhadap pertanyaan pendengar. Hal ini memberikan penjelasan bahwa pembicara dalam Program Klinik Udara belum mampu untuk memberikan respon yang baik terhadap pertanyaan pendengar

Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan pendengar Program Klinik Udara yang mengungkapkan : “*Pembawa acaranya ramah dan enak didengar. Tapi sayang kadang kalau kita bertanya dan tidak dipilih rasanya*

*kurang puas. Mungkin bisa dibuat sistem follow up untuk pertanyaan yang tidak sempat dijawab saat program Klinik Udara berlangsung” (Chindy, wawancara 11 November 2025).*

#### **4. Analisis Dimensi *Diversion* (Hiburan/Relaksasi)**

Pada dimensi *Diversion* (Hiburan/Relaksasi) ini merupakan dimensi yang tidak hanya membahas penyampaian informasi akan tetapi dimensi yang berkaitan dengan bagaimana sebuah program berfungsi sebagai sarana hiburan dan pengalihan dari suatu masalah. Dimensi ini memiliki *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar terhadap program Klinik Udara sebesar 4,15 berada pada kategori “Puas”. Ini menunjukkan bahwa pendengar merasa puas terhadap kemampuan Program dalam memberikan hiburan atau relaksasi yang informatif.

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai *Gratification Sought (GS)* atau harapan pendengar memiliki nilai yang lebih tinggi sebesar 4,39 dibandingkan nilai *Gratification Obtained (GO)* atau persepsi pendengar sebesar 4,15. Dengan demikian Program Klinik Udara memiliki harapan yang tinggi terhadap kemampuan dalam memberikan acara yang menhibur dan informatif. Hal yang dapat dilakukan yakni seperti variasi acara berbentuk interaksi, penyajian konten visual yang lebih menarik di Instagram. Serta menyediakan sesi hiburan pendek yang relevan dengan kesehatan (quiz interaktif).

Namun, dimensi ini memiliki variasi GAP yang paling besar. Indikator kemampuan program untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan (A14) memiliki GAP terbesar yakni -0,43 (ranking 16) dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kesenjangan pada kemampuan program untuk mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan. Sehingga perlunya inovasi format program acara agar lebih variatif dan menarik, agar pendengar dapat mengatasi kecemasan terkait kesehatan.

#### 4.2.2 Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Melalui Live Instagram dalam Perspektif Islam

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Melalui *Live Instagram* menunjukkan bahwa pendengar merasa puas terkait dengan informasi yang diberikan dalam program Klinik Udara. Terutama dalam konteks indikator informasi yang diberikan akurat dan bersumber dari narasumber yang kompeten dan terpercaya. Dalam pespektif Islam, upaya untuk memberikan informasi yang akurat dan bersumber dari narasumber yang kompeten dan terpercaya adalah bentuk nyata dari pelaksanaan amanah dalam menyebarkan informasi yang baik, sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam firman Allah SWT pada surat An-Nisa' ayat 83 yang berbunyi :

وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْحَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَئِكَ الْأَمْرِ  
مِنْهُمْ لَعِلْمُهُ الَّذِينَ يَسْتَبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَأَتَبَعْتُمُ الشَّيْطَنَ إِلَّا  
قَلِيلًا

“Apabila datang kepada mereka suatu berita tentang keamanan (kemenangan) atau ketakutan (kekalahan), mereka menyebarluaskannya. Padahal, seandainya mereka menyerahkannya kepada Rasul dan ululamri (pemegang kekuasaan) di antara mereka, tentulah orang-orang yang ingin mengetahui kebenarannya (akan dapat) mengetahuinya (secara resmi) dari mereka (Rasul dan ululamri). Sekiranya bukan karena karunia dan rahmat Allah kepadamu, tentulah engkau mengikuti setan, kecuali sebagian kecil saja (di antara kamu)” (QS An-Nisa' /4:83).

Sebagaimana dijelaskan dalam tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia, makna dari surat An-Nisa' ayat 83 menjelaskan tentang sikap kaum munafik dan orang lemah iman yang menyebarluaskan berita keamanan atau ketakutan tanpa verifikasi, padahal seharusnya diserahkan kepada Rasulullah dan Ulil Amri (pemimpin) agar jelas kebenarannya, demi

menjaga stabilitas dan menghindari fitnah; jika tidak ada rahmat Allah, manusia akan mudah terpengaruh syaitan. Ayat ini menekankan pentingnya tabayun (klarifikasi) dan tidak gegabah dalam menyebarkan informasi, terutama yang bersifat sensitif seperti isu perang atau keamanan.

Selain itu hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa indikator yang harus diperbaiki dalam program Klinik Udara. Indikator tersebut yakni kemampuan program dalam mengurangi kecemasan terkait masalah kesehatan dan merupakan indikator dengan nilai gap paling tinggi. Dalam hal ini sejalan dengan ajaran Nabi Muhammad ﷺ yang menekankan pentingnya selektivitas dalam menerima dan menyampaikan informasi.

Rasulullah ﷺ bersabda

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ : كَفَىٰ بِالْمُرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ

بِكُلِّ مَا سَمِعَ رواه مسلم (صحيح مسلم)

“cukuplah seseorang dikatakan berdusta apabila ia menceritakan semua yang ia dengar” (HR. Muslim).

Hadis diatas menunjukkan bahwa penyampaian informasi tanpa proses seleksi dan verifikasi berpotensi menimbulkan kebohongan, kesalahpahaman, serta keresahan di tengah masyarakat. Dengan demikian, temuan penelitian yang menunjukkan adanya kecemasan atau ketidakpuasan akibat informasi yang tidak akurat dan tidak kredibel memperkuat pandangan Islam bahwa kehati-hatian, amanah, dan etika komunikasi merupakan kunci dalam menjaga ketenangan individu serta stabilitas sosial dalam mencari informasi kesehatan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Informasi Pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pendengar yang sangat tinggi dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) 88,25% (kategori "Sangat Puas"). Dari empat dimensi Uses and Gratifications McQuail, dimensi Surveillance (Informasi) memperoleh nilai tertinggi (4,26), sementara dimensi lainnya berada pada kategori "Puas" (4,15-4,18). Meskipun program berhasil memenuhi ekspektasi pendengar, terdapat kesenjangan antara harapan (4,37) dan kenyataan (4,19) yang memerlukan perbaikan, terutama pada kemampuan program dalam mengurangi kecemasan kesehatan (gap -0,43).

Informasi akurat dan kredibel dari narasumber yang kompeten menjadi keunggulan yang paling menonjol dalam memuaskan pendengar. Hal ini terbukti dari pencapaian nilai tertinggi pada dimensi Surveillance (4,26 - kategori "Sangat Puas"), dimana program telah berhasil menghadirkan dokter spesialis dari RSUD dr. Mohamad Saleh sebagai narasumber yang memberikan jaminan kualitas informasi medis yang dapat dipertanggungjawabkan. Keakuratan informasi ini menjadi fondasi kepercayaan pendengar terhadap program, sekaligus memenuhi motif utama pendengar dalam mencari informasi kesehatan yang valid dan terpercaya. Kredibilitas narasumber yang tinggi ini membedakan Program Klinik Udara dari sumber informasi kesehatan lainnya, menjadikannya rujukan utama masyarakat Probolinggo dalam memperoleh edukasi kesehatan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan lebih lanjut, baik

bagi Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo dan penelitian selanjutnya :

1. Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo perlu melakukan perbaikan pada empat aspek prioritas di Kuadran I. Pertama, meningkatkan kemampuan mengurangi kecemasan kesehatan dengan memperbanyak sesi tanya jawab langsung dan memperjelas alur penyampaian materi saat live Instagram. Kedua, meningkatkan responsivitas dengan menambah durasi siaran dan membuat sistem follow-up melalui Instagram Story atau grup WhatsApp untuk pertanyaan yang belum terjawab. Ketiga, memperkuat komunitas pendengar melalui grup WhatsApp sebagai sarana berbagi informasi dan mengadakan meet and greet berkala setiap 3-6 bulan untuk membangun kedekatan emosional. Keempat, meningkatkan relevansi konten dengan mengangkat studi kasus kesehatan lokal Probolinggo dan mengarsipkan pertanyaan pendengar sebagai database topik pembahasan episode mendatang.
2. Penelitian selanjutnya perlu menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi faktor penyebab rendahnya kepuasan pendengar pada aspek-aspek di Kuadran I, terutama kemampuan program mengurangi kecemasan kesehatan, responsivitas pembicara, pembentukan komunitas, dan relevansi konten personal. Melalui teknik wawancara terstruktur dan focus group discussion (FGD), peneliti dapat menggali hambatan psikologis, komunikatif, maupun struktural yang melatarbelakangi kesenjangan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* pada dimensi-dimensi tersebut. Temuan dari analisis kualitatif ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai ekspektasi pendengar, pola konsumsi media, serta preferensi format penyampaian informasi kesehatan yang selanjutnya dapat dijadikan dasar penyusunan strategi komunikasi kesehatan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens Program Klinik Udara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dimasyqi, I. ibn U. ibn K. (1999). *Tafsir Al-Qur'an Al-Azim*. In *Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah* (7th ed.).
- Alfazriani, I. (2021). *Pengaruh Kepuasan Pendengar terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*. 22–48.
- Babbie, R. E. (2020). Daftar Kursus Praktik Penelitian Sosial. In *Cengage AU* (p. 592). Cengage AU.
- Billah, Y. M., Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2019). Peran Radio Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan di Era Revolusi Industri 4.0 (Kajian Perilaku Bermedia pada Generasi Z di Kota Bandung). *Simponi*, 0(November), 434–439.
- Christine, Andrew Harrison, Amanda Sophia, Felix Raymond, Frederick Alexander, Natalie Patricia, Rachel Adrienne, R. P. (2024). The Influence Of Social Media On Radio Listener Loyalty. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 4(2), 638–643.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In H. Salmon (Ed.), *Sage*.
- Dewi, R., Janitra, P. A., Janitra, P. A., Aristi, N., & Aristi, N. (2018). Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat. *Media Karya Kesehatan*, 1(2), 162–172.
- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The value of online surveys: a look back and a look ahead. *Internet Research*, 28(4), 854–887.
- F Hair, J., C Black, W., J Babin, B., & E Enderson, R. (2019). Analisis Data Multivariat. In *cengage* (8th ed., p. 813). Cengage.
- Fowler, J. F. (2012). SAGE Research Methods. In *The Charleston Advisor* (Vol. 19, Issue 4).
- Hayati, K., & Ariestanty, C. (2023). Konstruksi Pendengar Radio pada Masyarakat Indonesia (Studi Kasus pada Aplikasi Noice). *Global Komunika*, 6(1), 9–18.
- Herbawani, C. K., Ruthin, Z. G., Ramadhania, L., Situmeang, A. M. N., & Karima, U. Q. (2021). Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19. *Warta LPM*, 24(2), 196–206.
- J. Baran Stanley, D. D. K. (2011). Teori Komunikasi Massa: Fondasi, Fermentasi, dan Masa Depan. In *Cengage Learning* (6th ed., p. 416). Cengage Learning.
- Jeremia, E. W., & Maria, B. N. W. (2021). Analisis Teori Uses And Gratification: Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen Pada Media Sosial Tiktok. *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*, 1(1), 25–44.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. In *Kencana* (1st ed., p. 402). Kencana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kumar, R. (2019). Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners - Ranjit Kumar - Google Books. In *Sage* (pp. 1–755).
- Maani, H. (2019). Pengunaan Media Sosial "Instagram" Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar. *Commercium*, 1(2), 67–71.
- Mellinger, C. D., & Hanson, T. A. (2020). Methodological considerations for survey research: Validity, reliability, and quantitative analysis. *Linguistica*

- Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 19, 172–190.
- Neuman, W. L. (2013). Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. In *Pearson Education* (7th ed., p. 598). Pearson Education.
- Octaviani, V., & Dinero, R. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Radio Dehasen 88,5 Fm (Studi Deskriptif terhadap Mahasiswa Universitas Dehasen Bengkulu). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(2), 599–606.
- PDian, W. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Current Rasio Terhadap Nilai Intrisik. *Price Earning Ratio.*, d, 81–98.
- Prasanti, D., & Fuady, I. (2018). Pemanfaatan Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat. *Jurnal Reformasi*, 8(1), 8–14.
- Pratama, A. D. (2024). Mengukur Gratification Sought dan Gratification Obtained Penonton Channel Negeri Indah Adil Makmur. *Jasima: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, V(2), 237–258.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) analysis for social and management research: A literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Quail, M. (1994). *McQuail's Mass Communication Theory*.
- Richard West dan Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Praktik*. (3rd ed., p. 101). salemba humanika.
- Rina Lailatul Masruroh. (2019). *Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran "Oase" Di Radio Dais 107.9 Fm*. 33(1), 1–12.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. In *West Sussex* (7th ed., p. 447). West Sussex.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. In *Lentera Hati* (13th ed.). Lentera Hati.
- Silvia, F. (2018). Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II. *Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*, 1–12.
- Stewart, W. D., & Kamins, A. M. (2011). Secondary Research. In *SAGE Publications*. SAGE Publications.
- Strategi, P., Program, P., Kepuasan, T., & Pada, P. (2004). *Yuniarti retnaningsih*.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suprayekti. (2014). Pengertian Pembaruan (Inovasi) Pendidikan. *Pembaharuan Dalam Pembelajaran Di SD*, 1–41.
- Utomo, B. S., & Pradana, Y. (2021). Perilaku Mendegarkan Radio Masyarakat Ponorogo di Era New Media. *SAHAFA Journal of Islamic Comunication*, 3(2), 185–197.

## Lampiran

### **Lampiran 1 Surat Izin Penelitian ke Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
 FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
 Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon/Faksimile (0341) 558933  
 Website: <http://saintek.uin-malang.ac.id>, email: [saintek@uin-malang.ac.id](mailto:saintek@uin-malang.ac.id)

---

Nomor : B-172.O/FST.01/TL.00/10/2025  
 Lampiran : -  
 Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pimpinan Dinas Komunikasi dan informatika Kota Probolinggo  
 Jl. Dr. Moch Saleh No.5, Tisnonegaran, Kec. Kanigaran, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211

Dengan hormat,  
 Sehubungan dengan penelitian mahasiswa Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas  
 Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang atas nama:

Nama : RIZAFAN DANY RAHMAT  
 NIM : 210607110001  
 Judul Penelitian : ANALISIS KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP INFORMASI PADA  
 PROGRAM KLINIK UDARA RADIO SUARA KOTA MELALUI MEDIA LIVE  
 INSTAGRAM  
 Dosen Pembimbing : ANINDYA GITA PUSPITA,M.A.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa tersebut untuk  
 melakukan penelitian di Dinas Komunikasi dan informatika Kota Probolinggo dengan waktu  
 pelaksanaan pada tanggal 20 Oktober 2025 sampai dengan 30 November 2025.

Malang, 20 Oktober 2025

a.n Dekan

a.n. Dekan

Wakil Dekan I

Scan QRCode ini



Untuk verifikasi keaslian surat

**Prof. Dr. EVIKA SANDI SAVITRI,M.P.**  
 NIP. 197410182003122002

**Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo**



**PEMERINTAH KOTA PROBOLINGGO  
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
Jalan Dr. Moch. Saleh No. 5, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211  
Telepon (0335) 422135, Faksimile (0335) 420155  
Laman [diskominfo.probolinggokota.go.id](http://diskominfo.probolinggokota.go.id), Pos-el [diskominfo@probolinggokota.go.id](mailto:diskominfo@probolinggokota.go.id)

Probolinggo, 01 November 2025

Nomor : 400.14.5.4/1119/425.113/2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Persetujuan Penelitian

Yth. Wakil Dekan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
di

**TEMPAT**

Menindaklanjuti surat Saudara tanggal 20 Oktober 2025 Nomor : B-172.O/FST.01/TL.00/10/2025 Perihal Permohonan Permohonan Penelitian, dengan ini kami memberikan persetujuan atas pelaksanaan Penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada tanggal 01 November 2025 s/d 30 November 2025 yang akan dilaksanakan oleh mahasiswa atas nama :

Nama : RIZAFAN DANY RAHMAT  
NIM : 210607110001  
Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi  
Fakultas : Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Demikian persetujuan kami, atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Plt. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika  
Kota Probolinggo



Dr. Lucia Aries Yuliyanti, S.STP., M.M.  
Pembina Tingkat I/ IV-b  
NIP. 197804081997112001

### **Lampiran 3 Materi Program Klinik Udara Radio Suara Kota Probolinggo**

#### **MATERI SUARA KOTA 26 September 2025**

#### **“ HEALTHHY LUNG’S, HEALTHY DAY ”**

**Dalam Rangka Memperingati Hari Paru Sedunia 2025**

**dr. Anung Sri Handayani Sp.P & dr. Adrian Yusdianto, Sp.P**

**1. Apa itu Hari Paru Sedunia ( *World Lung Day* ) ? dan diperingati setiap tanggal berapa?**

Hari Paru Sedunia (World Lung Day), yang diperingati setiap tanggal 25 September, adalah hari advokasi dan aksi global untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan paru-paru dan pentingnya paru-paru yang sehat bagi kualitas hidup, serta untuk mendorong pencegahan dan penanganan penyakit paru.

Tujuan dan Fokus Hari Paru Sedunia:

- Meningkatkan Kesadaran:**

Hari ini bertujuan untuk menyoroti pentingnya paru-paru yang sehat dan peran vitalnya dalam kehidupan manusia.

- Mempromosikan Kesehatan Paru:**

Kampanye ini berfokus pada advokasi dan promosi kesehatan paru secara global.

- Meningkatkan Kualitas Hidup:**

Paru-paru yang sehat berkontribusi pada kualitas hidup yang lebih baik, memungkinkan seseorang menjalani hidup dengan penuh semangat.

- Mencegah dan Menangani Penyakit Paru:**

Hari ini juga menyoroti pentingnya pencegahan penyakit paru-paru dan penyakit pernapasan berat

Manfaat Aksi Bersama

- Kesehatan paru yang lebih baik:**

Melalui pemahaman dan tindakan pencegahan, kualitas kesehatan paru semua orang dapat ditingkatkan.

- Menyelamatkan nyawa:**

Dengan meningkatkan kesadaran dan aksi, banyak nyawa yang bisa diselamatkan dari penyakit paru.

- Udara yang lebih bersih:**

Mengurangi polusi adalah kunci untuk melindungi paru-paru dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

**2. Apa tema Hari Paru Sedunia tahun ini? Dan siapa saja sasarnya?**

Tahun ini, 2025, tema Hari Paru Dunia adalah "Paru yang Sehat, Hidup yang Sehat". Tema ini mendorong orang dan komunitas untuk mengambil langkah-langkah sederhana setiap hari untuk melindungi kesehatan paru-paru mereka. Kampanye ini juga bertujuan untuk meningkatkan akses ke obat-obatan inhalasi dan memastikan bahwa setiap orang menerima perawatan yang tepat untuk kondisi mereka.

**Sasaran :**

Sasaran Hari Paru Sedunia adalah semua orang, khususnya kelompok rentan seperti anak-anak, lansia, dan orang dengan kondisi pernapasan bawaan, untuk meningkatkan kesadaran dan aksi global terhadap penyakit paru dan perlindungan kualitas udara, serta mendorong upaya pencegahan dan akses pengobatan yang merata untuk menjaga kesehatan paru semua orang.

Kelompok yang Paling Terdampak dan Rentan

- Anak-anak dan lansia:  
Kelompok usia ini sangat rentan terhadap dampak polusi udara dan penyakit pernapasan.
- Orang dengan kondisi pernapasan bawaan:  
Kondisi seperti asma atau PPOK akan semakin membahayakan jika terpapar polusi.
- Perokok aktif dan pasif:  
Merokok adalah penyebab utama penyakit paru serius, dan asap rokok juga berbahaya bagi perokok pasif.

**3. Dokter, apa saja sih sebenarnya penyakit paru itu?**

Beberapa penyakit paru-paru yang umum dialami meliputi Pneumonia, Tuberkulosis (TBC), Bronkitis, Asma, Penyakit Paru Obstruktif Kronis (PPOK) yang mencakup bronkitis kronis dan emfisema, serta Kanker Paru dan Emboli Paru. Penyakit-penyakit ini dapat disebabkan oleh infeksi bakteri, virus, jamur, faktor lingkungan seperti polusi dan rokok, serta faktor genetik.

Faktor Pemicu dan Pencegahan :

Beberapa faktor yang dapat memicu penyakit paru-paru antara lain kebiasaan merokok, paparan polusi, infeksi, dan proses penuaan. Untuk mencegah penyakit paru-paru, hindari paparan asap rokok dan polusi, serta segera periksakan diri ke dokter jika mengalami gejala gangguan pernapasan.

4. **Apakah pasien yang menderita sakit paru-paru bisa kontrol ke RSUD dr Mohamad Saleh? Apakah ada pelayanan paru terbaru di RSUD dr Mohamad Saleh?**
5. **Dokter, untuk pasien yang sakit paru-paru, apakah perawatannya harus sendiri? Atau boleh bersama pasien lain?**

**Lampiran 4 Tampilan Kuisioner Penelitian**

**Analisis Kepuasan Pendengar  
terhadap Informasi pada Program  
Klinik Udara Radio Suara Kota melalui  
Media Live Instagram**

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

1. Email \*

\_\_\_\_\_

Assalamualaikum Wr. Wb.

Halo, Sahabat Suara Kota! 🎙

Perkenalkan, saya Rizafan Dany Rahmat, mahasiswa akhir Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Saya sedang melakukan penelitian skripsi berjudul:

🎙 "Analisis Kepuasan Pendengar terhadap Informasi pada Program Klinik Udara Radio Suara Kota melalui Media Live Instagram."

⌚ Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pendengar terhadap kualitas informasi, penyajian, dan interaksi dalam program Klinik Udara, berdasarkan teori Uses and Gratifications (McQuail) – yaitu bagaimana media memenuhi kebutuhan informasi, identitas pribadi, hubungan sosial, dan hiburan.

2. Usia \*

Tandai satu oval saja.

18–24 tahun

25–34 tahun

35–44 tahun

Yang lain: \_\_\_\_\_

3. Kalangan \*

Tandai satu oval saja.

Mahasiswa atau Pelajar

Pegawai muda, profesional, dan pekerja kantoran

Ibu rumah tangga dan orang tua muda

4. Jenis Kelamin \*

Tandai satu oval saja.

Laki-Laki

Perempuan

### Petunjuk Pengisian

**1** Kuesioner ini ditujukan bagi pendengar yang pernah mengikuti siaran "Klinik Udara" melalui Live Instagram Radio Suara Kota.

**2** Jawablah setiap pernyataan sesuai pengalaman dan pendapat Anda dengan memilih skala berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

**3** Setiap bagian terdiri dari dua jenis pernyataan:

- **Persepsi** → menggambarkan pengalaman Anda saat ini.

- **Harapan** → menggambarkan kondisi yang Anda inginkan dari program tersebut.

**4** Tidak ada jawaban benar atau salah – mohon isi dengan **jujur dan apa adanya**.

**5** Jawaban Anda bersifat **rahasia** dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

#### Indikator 1: Surveillance (Informasi)

4. (P1) Saya merasa informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara akurat \* dan dapat dipercaya.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Setuju

5. (P2) Saya menilai topik kesehatan yang dibahas relevan dengan kebutuhan \* pendengar.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Setuju

6. (P3) Saya merasa informasi yang disampaikan mudah saya pahami.. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Setuju

7. (P4) Saya menilai narasumber dalam program memiliki kredibilitas yang baik. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

8. (H1) Saya berharap informasi yang disampaikan dalam program Klinik Udara selalu akurat dan terpercaya. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

9. (H2) Saya berharap topik kesehatan yang dibahas selalu relevan dengan kondisi masyarakat. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

10. (H3) Saya berharap informasi dalam program disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

11. (H4) Saya berharap narasumber yang dihadirkan selalu berasal dari bidang yang kompeten. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

**Indikator 2 : Personal Identity (Identitas Pribadi)**

12. (P5) Saya merasa program Klinik Udara membantu saya lebih memahami kondisi \* kesehatan diri sendiri.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>✓</sup>     Sangat Setuju

13. (P6) Saya menilai isi program mendorong saya untuk menerapkan gaya hidup \* sehat.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>✓</sup>     Sangat Setuju

14. (P7) Saya merasa nilai-nilai yang disampaikan dalam program sesuai dengan \* pandangan hidup saya.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>✓</sup>     Sangat Setuju

15. (P8) Saya menilai pembawa acara memberikan contoh positif dalam menjaga \* kesehatan.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>✓</sup>     Sangat Setuju

16. (H5) Saya berharap program Klinik Udara dapat membantu pendengar \* memahami kesehatan pribadinya dengan lebih baik.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>✓</sup>     Sangat Penting

17. (H6) Saya berharap isi program lebih banyak memberikan motivasi untuk menerapkan hidup sehat. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

18. (H7) Saya berharap nilai-nilai yang disampaikan relevan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

19. (H8) Saya berharap pembawa acara selalu menjadi teladan dalam menerapkan gaya hidup sehat. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

### **Indikator 3 : Personal Relationships (Hubungan Sosial)**

20. (P9) Saya merasa pembawa acara berinteraksi dengan pendengar secara ramah dan terbuka. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Setuju

21. (P10) Saya merasa suasana dalam siaran Klinik Udara hangat dan menyenangkan. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Setuju

22. (P11) Saya menilai pendengar lain juga aktif berinteraksi melalui kolom komentar \* saat Live Instagram.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

23. (P12) Saya merasa menjadi bagian dari komunitas pendengar yang peduli terhadap kesehatan. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

24. (H9) Saya berharap pembawa acara selalu bersikap ramah dan terbuka terhadap \* pendengar.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

25. (H10) Saya berharap suasana siaran Klinik Udara tetap hangat dan menyenangkan. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

26. (H11) Saya berharap program memberikan lebih banyak kesempatan untuk \* interaksi pendengar secara langsung.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

27. (H12) Saya berharap komunitas pendengar Klinik Udara dapat terus berkembang \* dan saling berbagi informasi kesehatan.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Penting

**Indikator 4 : Diversion (Hiburan/Relaksasi)**

28. (P13) Saya merasa program Klinik Udara membantu saya mengurangi stres atau \* kejemuhan.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

29. (P14) Saya merasa pembawa acara mampu menghadirkan suasana santai dan \* menghibur.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

30. (P15) Saya merasa program Klinik Udara memberi manfaat sekaligus hiburan \* bagi saya.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

31. (P16) Saya menilai format acara Klinik Udara menarik dan tidak membosankan. \*

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

32. (H13) Saya berharap program Klinik Udara terus menjadi sarana hiburan yang \* bermanfaat bagi pendengar.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

33. (H14) Saya berharap pembawa acara selalu mampu menciptakan suasana yang \* menyenangkan.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

34. (H15) Saya berharap program Klinik Udara dapat terus menghibur sambil \* memberikan edukasi kesehatan.

*Tandai satu oval saja.*

1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

35. (H16) Saya berharap format acara lebih variatif agar tetap menarik untuk diikuti. \*

*Tandai satu oval saja.*

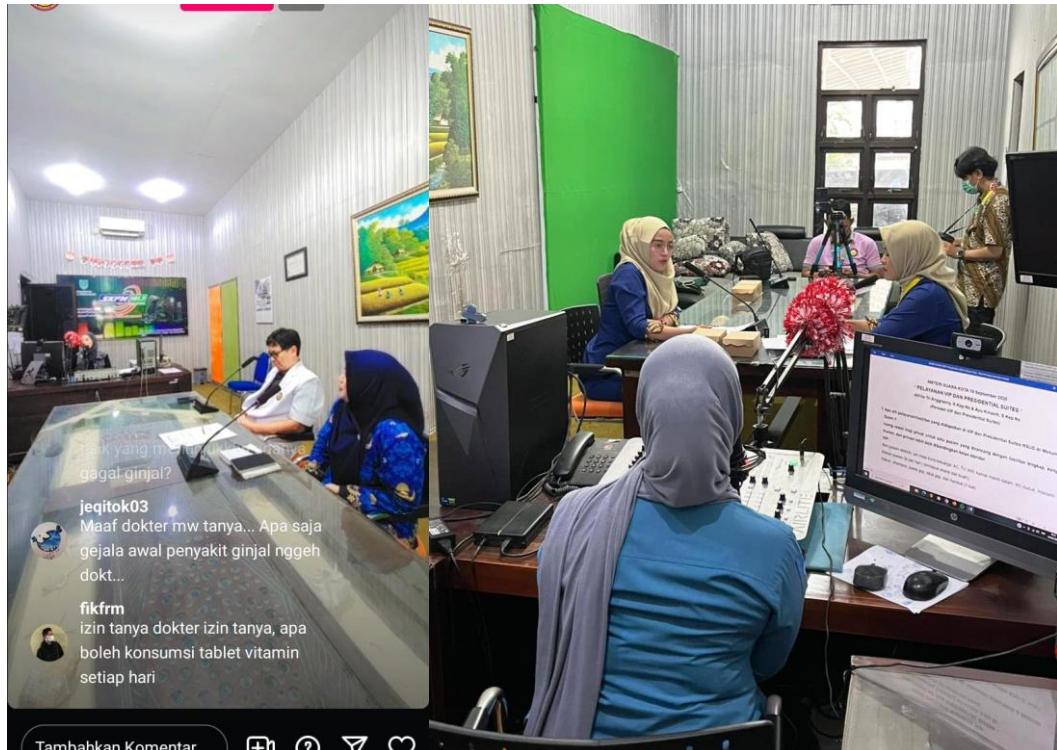
1 2 3 4 5

San<sup>gat</sup>      Sangat Penting

---

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

**Lampiran 5 Dokumentasi Acara Program Klinik Udara**

**Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara kepada Pengelola Layanan Radio, Penyiar Radio dan Pendengar.**



← chindymaulidia Aktif kemarin

ini kan kakaknya pernah mengikuti atau sering mengikuti program klinik udara nah saya ingin tanya kak kira kira bagaimana perbandingan tingkat kepuasan Anda ketika mendengarkan program Klinik Udara hanya melalui radio saja dengan ketika mengakses melalui live Instagram? Apakah ada perbedaan kualitas informasi yang Anda rasakan?  
Dan apakah kakak merasa puas terkait informasi yang diberikan oleh program klinik udara?

baik bntr ya kak

oke kak maaf ya sebelumnya baru bisa bales ✨

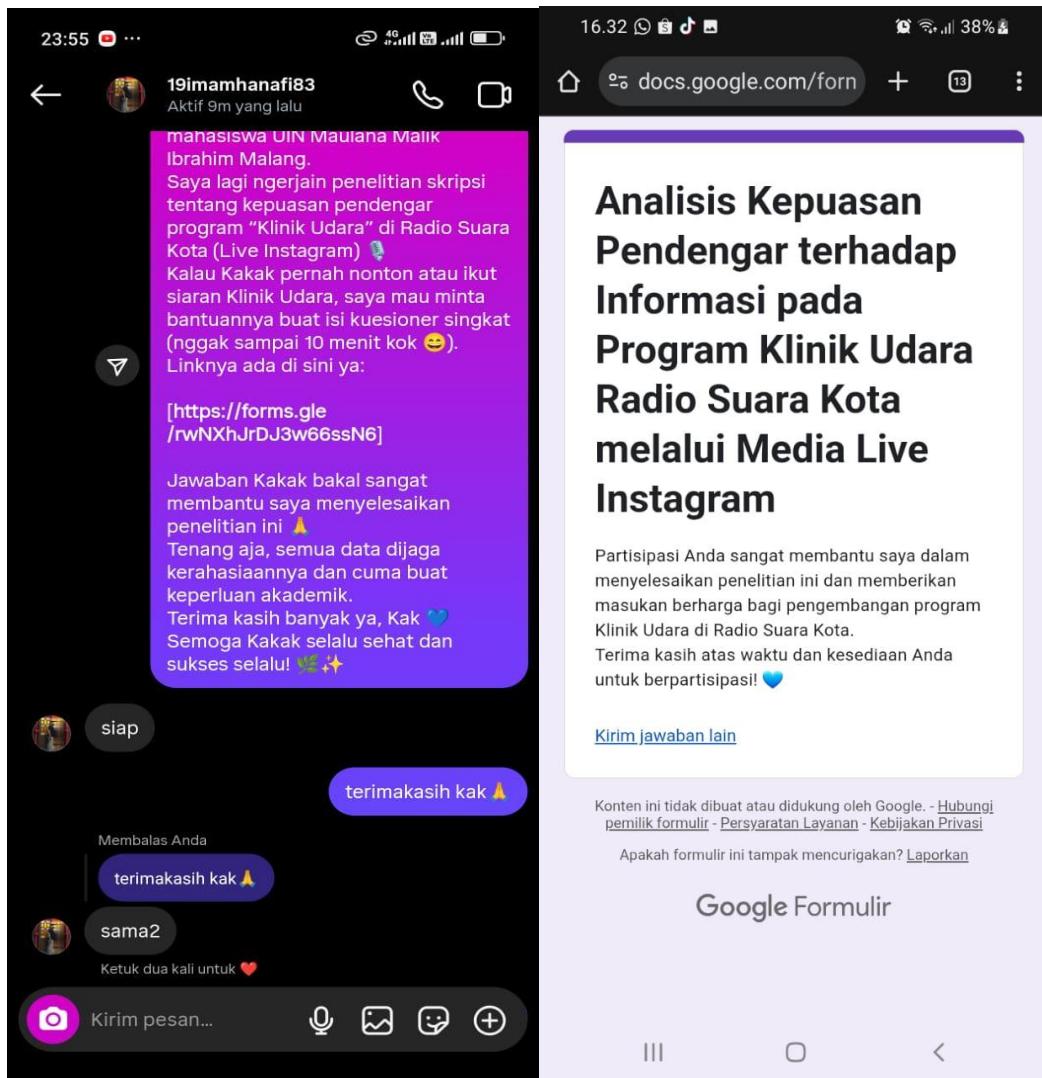
kalau menurutku sih lebih puas di live Ig kak, dikarenakan di era sekarang juga untuk melalui radio itu jarang ya kak, adapun rata" itu saya dengernya juga di mobil setau saya kak, dan terkait informasi yang di berikan oleh program klinik udara saya merasa puas kak, apalagi kalau informasi mengenai kesehatan kak

soalnya saya juga sering update live radio itu seringnya di Ig kak dan secara langsung

kurang lebih gitu kak

Kirim pesan...

## Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran dan Pengisian Kuisioner



## Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### a) Validitas Harapan

		Correlations																	
		H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	Total_H	
H1	Pearson Correlation	1	,457**	,518**	,372**	,604**	,527**	,343**	,324**	,396**	,327**	,381**	,517**	,444**	,441**	,588**	,395**	,714**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.003	0.005	0.000	0.004	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H2	Pearson Correlation	,457**	1	,550**	,412**	,608**	,664**	,552**	,349**	,461**	,531**	,0.157	,256*	,486**	,332**	,444**	,266*	,736**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.180	0.027	0.000	0.004	0.000	0.022	0.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H3	Pearson Correlation	,518**	,550**	1	,642**	,567**	,459**	,493**	,386**	,331**	0.221	,295**	,530**	,423**	0.218	,390**	,360*	,702**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.001	0.004	0.058	0.011	0.000	0.000	0.063	0.001	0.002	0.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H4	Pearson Correlation	,372**	,412**	,642**	1	,560**	,346**	,393**	,307**	,293**	,296**	,0.144	,464**	,336**	,264*	,258*	,231*	,592**	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.000	0.000		0.000	0.003	0.001	0.008	0.011	0.010	0.023	0.000	0.003	0.023	0.026	0.047	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H5	Pearson Correlation	,604**	,608**	,567**	,560**	1	,731**	,353**	,329**	,494**	,388**	,0.181	,398**	,380**	,283*	,559**	,339**	,746**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.002	0.004	0.000	0.001	0.122	0.000	0.001	0.014	0.000	0.003	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H6	Pearson Correlation	,527**	,664**	,459**	,346**	,731**	1	,424**	,359**	,486**	,533**	,380**	,264*	,430**	0.213	,422**	,417**	,734**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.003	0.000		0.000	0.002	0.000	0.000	0.001	0.023	0.000	0.068	0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H7	Pearson Correlation	,343**	,552**	,493**	,393**	,353**	,424**	1	,530**	,285**	,452**	,288*	,372**	,268*	,0.185	,258*	,418**	,622**	
	Sig. (2-tailed)		0.003	0.000	0.000	0.001	0.002	0.000		0.000	0.022	0.000	0.013	0.001	0.021	0.114	0.027	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H8	Pearson Correlation	,324**	,349**	,386**	,307**	,329**	,359**	,530**	1	,489**	,312**	,388**	,435**	,358**	0.220	,502*	,423**	,628**	
	Sig. (2-tailed)		0.005	0.002	0.001	0.008	0.004	0.002	0.000		0.000	0.007	0.001	0.000	0.002	0.059	0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H9	Pearson Correlation	,396**	,461**	,331**	,293**	,494**	,486**	,265*	,489**	1	,499**	,580**	,473**	,537**	,390**	,631**	,405**	,713**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.004	0.011	0.000	0.000	0.022	0.000		0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H10	Pearson Correlation	,327**	,531**	,221	,298**	,388**	,533**	,452**	,312**	,499**	1	,421**	,298**	,339**	,365*	,285*	,287*	,606**	
	Sig. (2-tailed)		0.004	0.000	0.058	0.010	0.001	0.000	0.000	0.007	0.000		0.000	0.010	0.003	0.001	0.023	0.013	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H11	Pearson Correlation	,381**	,0.157	,295*	0.144	,0.181	,380**	,288*	,388**	,580**	,421**	1	,511**	,568**	,427**	,527*	,560**	,604**	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.180	0.011	0.223	0.122	0.001	0.013	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H12	Pearson Correlation	,517**	,256*	,530**	,464**	,398**	,264*	,372**	,435**	,473**	,298**	,511**	1	,417**	,488**	,614**	,590**	,687**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.027	0.000	0.000	0.000	0.023	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H13	Pearson Correlation	,444**	,486**	,423**	,336**	,380**	,430**	,268*	,358*	,537**	,339**	,568**	,417**	1	,372**	,427**	,382**	,672**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.003	0.001	0.000	0.021	0.002	0.000	0.003	0.000	0.000		0.001	0.000	0.001	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H14	Pearson Correlation	,441**	,332**	,218	,264*	,283*	0.213	,185	,0.220	,390**	,365**	,427**	,488**	,372**	1	,580**	,512**	,562**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.004	0.063	0.023	0.014	0.068	0.114	0.059	0.001	0.001	0.000	0.000	0.001		0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H15	Pearson Correlation	,588**	,444**	,390**	,258*	,559**	,422**	,258*	,502*	,631**	,265*	,527**	,614**	,427**	,580**	1	,562**	,741**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.001	0.026	0.000	0.000	0.027	0.000	0.000	0.023	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
H16	Pearson Correlation	,395**	,266*	,360**	,231*	,339**	,417**	,418**	,423**	,405**	,287*	,560**	,590**	,382**	,512**	,562**	1	,642**	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.022	0.002	0.047	0.003	0.000	0.000	0.000	0.013	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000		0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
Total	Pearson Correlation	,714**	,736**	,702**	,592**	,746**	,734**	,622*	,628*	,713**	,606**	,604**	,687**	,672**	,562**	,741**	,642**	1	
	-H	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	

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

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

## b) Validitas Persepsi

		Correlations																
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	Total
P1	Pearson Correlation	1	,507**	,582**	0,207	,492**	,473**	,500**	0,167	,609**	,525**	,382**	,514**	,368**	,497**	,511**	,539**	,721**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,077	0,000	0,000	0,000	0,155	0,000	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P2	Pearson Correlation	,507**	1	,364**	,280**	,390**	,440**	,508**	0,203	,415**	,468**	,394**	,354**	0,211	,399**	,341**	,326**	,596**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001	0,016	0,001	0,000	0,000	0,083	0,000	0,000	0,001	0,002	0,071	0,000	0,003	0,005	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P3	Pearson Correlation	,582**	,364**	1	,449**	,284**	,542**	,595**	,342**	,412**	,510**	,407**	,708**	,435**	,478**	,520**	,504**	,738**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001		0,000	0,023	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P4	Pearson Correlation	0,207	,280**	,449**	1	,394**	,350**	,491**	,474**	,295**	,449**	,421**	,409**	,520**	,327**	,487**	,285**	,618**
	Sig. (2-tailed)		0,077	0,016	0,000		0,001	0,002	0,000	0,000	0,011	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,014	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P5	Pearson Correlation	,492**	,390**	,284**	,394**	1	,574**	,462**	,444**	,514**	,496**	,294**	,251**	,511**	,535**	,461**	,285**	,682**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001	0,023	0,001		0,000	0,000	0,000	0,000	0,011	0,031	0,000	0,000	0,000	0,014	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P6	Pearson Correlation	,473**	,440**	,542**	,350**	,574**	1	,465**	,418**	,643**	,650**	,440**	,368**	,336**	,442**	,390**	,429**	,734**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,002	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,003	0,000	0,001	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P7	Pearson Correlation	,500**	,508**	,595**	,491**	,462**	,465**	1	,457**	,366**	,408**	,413**	,587**	,402**	,357**	,413**	,384**	,712**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,001	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P8	Pearson Correlation	0,167	0,203	,342**	,474**	,444**	,418**	,457**	1	,255**	,321**	,230**	,311**	,306**	,224	,438**	,271**	,537**
	Sig. (2-tailed)		0,155	0,083	0,003	0,000	0,000	0,000		0,028	0,005	0,049	0,007	0,008	0,055	0,000	0,019	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P9	Pearson Correlation	,609**	,415**	,412**	,295	,514**	,643**	,366**	,255	1	,629**	,442**	,342**	,349**	,485**	,565**	,462**	,720**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,011	0,000	0,000	0,000		0,028	0,000	0,000	0,003	0,002	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P10	Pearson Correlation	,525**	,468**	,510**	,449**	,496**	,850**	,408**	,321**	,629**	1	,625**	,574**	,276**	,470**	,462**	,811**	,777**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000		0,000	0,000	0,017	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P11	Pearson Correlation	,382**	,394**	,407**	,421**	,294**	,440**	,413**	,230**	,442**	,625**	1	,633**	,325**	,286**	,427**	,463**	,660**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,001	0,000	0,000	0,011	0,000	0,000	0,049	0,000	0,000		0,000	0,005	0,014	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P12	Pearson Correlation	,514**	,354**	,708**	,409**	,251**	,368**	,587**	,311**	,342**	,574**	,633**	1	,313**	,434**	,521**	,621**	,725**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,002	0,000	0,000	0,031	0,001	0,000	0,007	0,003	0,000	0,000		0,007	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P13	Pearson Correlation	,368**	0,211	,435**	,520**	,511**	,336**	,402**	,306**	,349**	,276**	,325**	,313**	1	,508**	,543**	,330**	,618**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,071	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,008	0,002	0,017	0,005	0,007		0,000	0,000	0,004
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P14	Pearson Correlation	,497**	,399**	,478**	,327**	,535**	,442**	,357**	0,224	,485**	,470**	,286**	,434**	,508**	1	,622**	,367**	,681**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,014	0,000	0,000		0,000	0,001
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P15	Pearson Correlation	,511**	,341**	,520**	,487**	,461**	,390**	,413**	,438**	,565**	,462**	,427**	,521**	,543**	,622**	1	,355**	,735**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,002	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
P16	Pearson Correlation	,539**	,326**	,504**	,285**	,285**	,429**	,384**	,271**	,462**	,611**	,463**	,621**	,330**	,367**	,355**	1	,662**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,005	0,000	0,014	0,014	0,000	0,001	0,019	0,000	0,000	0,000	0,004	0,001	0,002		0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	
Total	Pearson Correlation	,721**	,596**	,738**	,618**	,682**	,734**	,712**	,537**	,720**	,777**	,660**	,725**	,618**	,681**	,735**	,662**	1
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	

\*\*. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

c) Reliabel Variabel Harapan dan Persepsi

**PERSEPSI**

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	74	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
Total	74	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
	0.923	16
	0.1901	
Reliabel		

**HARAPAN**

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	74	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
Total	74	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
	0.916	16
	0.1901	
Reliabel		

## Lampiran 9 Hasil Turnitin Penelitian

 turnitin Page 2 of 122 - Integrity Overview

### 28% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

#### Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

#### Top Sources

- 24%  Internet sources
- 10%  Publications
- 21%  Submitted works (Student Papers)

#### Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
	eprints.wallsongo.ac.id	3%
2	Internet	
	etheses.uln-malang.ac.id	3%
3	Internet	
	repository.uln-suska.ac.id	2%
4	Internet	
	etheses.iainponorogo.ac.id	<1%