

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori *Uses and Gratification*, yang termasuk dalam teori yang banyak dikenal yang telah diasumsikan oleh Elihu Katz dkk pada tahun 1959 kemudian diformalkan pada tahun 1970. Teori ini mengasumsikan bahwa ada alternatif bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan dalam mencari informasi. Berdasarkan asumsi dari Elihu Katz dkk mengetahui anggapan mereka terhadap Teori *Uses and Gratification* adalah sebagai *media viewer oriented*. Khalayak dalam menggunakan media berperan penuh untuk memutuskan apakah akan menggunakan media tersebut atau tidak (Humaizi 2018:4).

Ada lima asumsi dasar yang telah dikemukakan dalam teori ini yaitu khalayak sungguh dapat memilih media tertentu untuk dikonsumsi. Kedua, khalayak bebas memilih media yang terbaik agar dapat mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Ketiga, berbagai media saling berlomba-lomba untuk menarik perhatian khalayak. Keempat, elemen kontekstual membentuk aktivitas khalayak yaitu apa yang terjadi disekitar ini dapat memengaruhi konsumsi media yang akan dipilih. Kelima, secara garis besar khalayak di asumsikan bahwa mereka tahu apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara mereka untuk memenuhi kebutuhannya (Littlejohn, Foss, and Oetzel 2017:174).

Teori *uses and gratification* ini, terdapat gratifikasi yang dicari dan yang diperoleh yaitu *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Gratifikasi atau kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dalam memilih media yang dikonsumsi yaitu kepuasan yang didapatkan oleh khalayak setelah memilih dan memakai sebuah media tertentu. Menurut Palmgreen kepuasan yang didapatkan adalah kepuasan khalayak atas terpenuhinya kebutuhan media yang dipilih dan digunakan. Kepuasan penggunaan media terdapat perbedaan kepuasan yang akan dicapai dinyatakan apabila *Gratification Sought* (GS) mempunyai skor lebih besar dari *Gratification Obtained* maka media tidak dapat memuaskan khalayak. Jika *Gratification sought* mempunyai skor sama besar dengan *gratification obtained* maka media dapat memenuhi kepuasan khalayak dan jika *gratification sought* memiliki skor yang lebih kecil dari *gratification obtained* maka media sangat memuaskan khalayaknya (Kriyantono 2014:210).

Teori ini menjelaskan bahwa, khalayak berperan aktif, dan khalayak berfokus pada tujuan serta mempunyai tanggung jawab dalam pemilihan media yang akan memuaskan kebutuhannya. Teori *uses and gratification* memberikan pemahaman ketika penggunaan media dimotivasi supaya khalayak menggunakan media massa untuk mewujudkan kepentingannya. Media berlomba-lomba dengan sumber kebutuhan kepuasan lain yang juga menjadi kebutuhan khalayak. Hal ini membuktikan bahwa khalayak setiap khalayak memiliki kesadaran sepenuhnya untuk memilih media dan tidak secara langsung memilih media tanpa adanya minat

tertentu. Berdasarkan teori ini dapat dibuktikan bahwa dapat menggunakan pendekatan teori untuk memverifikasi kepuasan individu dengan media massa yang dipilih (Nasrullah 2015:90).

Terdapat empat tipologi kepuasan audiens dalam menggunakan media menurut MCQuail yaitu (1) Pengalihan atau hiburan : alasan seseorang memilih sebuah media juga terdapat faktor pengalihan yang mendorong seseorang untuk isitrah sejenak dari rutinitas dan kejenuhan sehari-hari, relaksasi, dan pelepas emosi dari masalah (2) Hubungan personal : berupa interaksi sosial, memperoleh empati atau pengetahuan mengenai orang lain, dan untuk mendukung interaksi sosial, menjalin pertemanan dan mewujudkan fungsi sosial yang memungkinkan orang terhubung dengan kerabat, teman dan masyarakat. (3) Identitas pribadi : seseorang mengonsusmsi sebuah media bertujuan untuk mengeksplorasi realitas dan penguatan nilai, yang dimaksud adalah ketika seseorang tidak dapat menemukan program acara yang cocok maka seseorang tersebut akan mencari media yang lain. (4) Pencarian Informasi : media mampu untuk memberikan informasi – informasi yang bertujuan memenuhi kebutuhannya baik itu menggunakan radio konvensional dan radio *streaming* seperti pencarian berita mengenai kejadian dan situasi yang bersangkutan oleh kegunaan sosial (McQuail 2011:174–175).

Informasi sangat penting untuk menunjang kebutuhan hidup masyarakat, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya. Banyak jenis media penyiaran yang menyediakan berbagai informasi seperti surat

kabar, televisi maupun radio. Media penyiaran berperan penting dalam ilmu komunikasi yang menitikberatkan pada komunikasi massa. Salah satu kajian komunikasi massa adalah mengkaji hubungan antara media dengan khalayaknya, baik secara kelompok ataupun secara perseorangan. Karakteristik media massa yaitu jangkauan massanya luas dan besar yang bisa membagikan keleluasan kepada siapa pun yang berperan aktif dalam media massa dan terus mengalami kemajuan di bidangnya salah satunya adalah radio (Pasaribu 2018).

Perkembangan teknologi informasi menyediakan beragam pilihan media penyampaian pesan, salah satunya adalah komunikasi berdasarkan pada suara (Elisabeth and Panjaitan 2021). Media massa juga disebut dengan *message multiplier* karena kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara cepat kepada pendengar dengan waktu yang bersamaan sehingga peneliti memilih media radio untuk diteliti (Moerdijati 2016:185).

Menurut (Firmansyah, 2020, p. 124) Radio adalah media komunikasi dan informasi yang mampu memberikan rangsangan audio atau pendengaran saja. Adanya radio, seseorang dapat mendengar siaran mengenai peristiwa yang sedang terjadi, masalah – masalah dalam kehidupan serta untuk keperluan hiburan. Mulai dari bentuk siaran tunggal, siaran radio telah mengalami berbagai perubahan, yaitu pemilik radio swasta yang bergabung dalam sebuah jaringan, kemudian sebagian besar program dipilih akan didukung oleh iklan komersial. Munculnya teknologi FM, seiring dengan semakin ketatnya persaingan, radio berkembang

dengan menyajikan efek suara yang lebih baik dan secara teknis menjangkau lebih banyak pendengar. Radio dapat menjadi media yang mengontrol ruang tetapi tidak menjadi media yang mengontrol waktu. Menguasai ruang berarti dapat menerima siaran radio dimana saja dengan jangkauan pemancarnya, tidak menguasai waktu artinya tidak dapat dilihat kembali.

Radio masih termasuk media massa yang masih efektif untuk digunakan masyarakat dalam memperoleh informasi, meskipun harus terus berkompetitif dengan media lain (Tamtelahitu n.d.). Radio memiliki karakteristik selalu memberikan informasi terbaru kepada masyarakat dan membuat radio sebagai media pilihan pendengar jika ingin mendapatkan kebutuhan informasi meskipun sedang melakukan sesuatu seperti memberikan informasi di sela kegiatan yang pendengar lakukan. Dalam proses perkembangannya, radio telah berkembang menjadi media alternatif dengan sesuai target segmentasinya (Septiana Tunjung, Kriyantono, and Sujoko 2019).

Seorang pendengar setia radio dapat terus mendengarkan dan menikmati siaran radio pilihannya. TV dan radio Indonesia tahun 2020/2021 mencatat pertumbuhan besar yang kuat sebesar 10,42% pada tahun 2020, menurut data Outlook Pariwisata dan ekonomi kreatif. Data ini dapat memberikan harapan bagi masa depan radio Indonesia.

Gambar 1.1 Data Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia



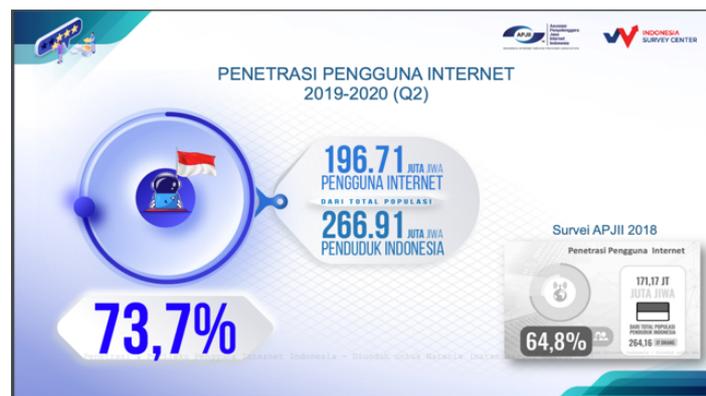
(Sumber : Data Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

Radio dianggap menjadi salah satu media komunikasi dengan keunikan karakteristiknya yaitu dengan sistem real time yang menggantikan internet dan sistem akses fleksibel yang memungkinkan akses informasi kapan saja, dimana saja. Media internet merupakan pilihan radio yang memudahkan pendengar untuk memilih media radio mana yang akan digunakan, karena radio tidak kehilangan pendengarnya. (Elisabeth and Panjaitan 2021).

Hal inilah yang membuat media konvensional bertransformasi atau berubah sehingga masih dapat diminati masyarakat. Teknologi media telah berkembang sangat pesat dan berubah dari generasi ke generasi. Radio yang kini menjadi salah satu media lama juga berkembang dengan media baru yang memanfaatkan teknologi digital. Konvergensi media melibatkan banyak faktor dalam perkembangan media massa. Berdasarkan data APJII

atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia penembusan pengguna internet tahun 2019-2020 kuartal II sebanyak 196.71 juta dari total populasi 266.91 juta jiwa penduduk Indonesia yaitu sebesar 73,7 % penduduk Indonesia menggunakan internet. Internet termasuk dalam interaksi sosial yang berlangsung lama karena pengguna internet dikelilingi oleh komunikasi virtual, saling menyapa, bertemu, dan terlibat dalam interaksi sosial jangka panjang bahkan untuk tujuan bisnis (Riyanto 2017).

Gambar 1. 2 Data pengguna internet berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia



(Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Awal pandemi tahun 2020 memberikan dampak positif bagi industri radio. Berdasarkan survey Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional tahun 2020, platform untuk mendengarkan radio paling banyak menggunakan *smartphone* adalah berusia 25-34 Tahun. Sepuluh kota di Indonesia mengalami kenaikan jumlah pendengar sebanyak lebih dari satu juta pendengar dibandingkan sebelum adanya pandemi (PRSSNI 2020).

Teknologi berkembang dengan pesat yang artinya industri dibidang media juga ikut berkembang. Media massa baru atau *new media* telah

menjadi salah satu media penghubung komunikasi yang diakses oleh berbagai macam pengguna (Khasna,Lathifah 2021). Pengaruh *new media* saat ini menguasai segala aspek khususnya dalam bidang komunikasi. Manfaat *new media* terasa dari berbagai sektor mulai dari Pendidikan, sosial, bisnis, informasi dan lain sebagainya (Fathoni, 2018).

Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konvergensi media yang semula surat kabar berbentuk fisik kemudian menjadi digital seperti *e-news*, *e-paper*, *e-book*, dan begitu juga radio yang awalnya menggunakan radio konvensional sebagai mana yang dimaksud adalah siaran radio yang menggunakan saluran konvensional spek-trum frekuensi elektromagnetik yang berupa AM/FM juga mulai berkembang menjadi siaran radio berbasis internet menggunakan perangkat komputer atau *gadget* yang dinamakan radio *streaming* (Prasetyo, Rocky & Herlina, 2013)

Istilah ini dimanfaatkan radio untuk mendengarkan siaran secara *live* melalui internet tanpa perlu mengunduhnya terlebih dahulu. Radio *streaming* umumnya serbaguna. (1) Pesan dapat diterima secara jelas. (2) Melalui batas ruang dan waktu. (3) Membangunkan motivasi belajar dan berinteraksi dengan sumber belajar. (4) Individu dapat belajar mandiri sesuai dengan bakat dan kemampuannya. (5) karena rangsangannya sama, pengalaman dan persepsi yang sama dapat dihasilkan (Firmansyah 2020:125).

Radio *streaming* atau yang juga dikenal sebagai web radio, net radio, atau e-radio ialah layanan penyiaran audio yang disalurkan melalui internet. Radio *streaming* mempunyai sebuah media *streaming* yang menyediakan saluran audio secara menerus dan tidak ada control operasional penyiaran seperti media penyiaran konvensional pada umumnya. Adanya radio *streaming* membuat pendengar yang daerahnya kurang menjangkau atau bahkan tidak menjangkau frekuensi dari radio untuk tetap bisa mendengarkan radio dengan mengakses radio *streaming* menggunakan perangkat gadget yang telah tersambung dengan internet. Selain itu, radio *streaming* juga memberikan kemudahan kepada pendengar yaitu dapat mendengarkan siaran radio dimanapun dan kapanpun tanpa memakan banyak tempat untuk mendengarkan radio. Keberadaan radio *streaming* ini diharapkan tidak ada lagi masalah mengenai jarak dan waktu guna mendengarkan siaran radio kapanpun dan dimanapun yang diinginkan. Tentunya, hal ini dilakukan untuk tetap menjaga eksistensi radio ditengah kemajuan teknologi yang semakin maju. Kemajuan teknologi tidak terlepas dari audiens yang konsumtif, banyak dari audiens yang mengandalkan gadgetnya seperti *handphone*, laptop atau tablet untuk sekedar mendengarkan music, browsing dan mengakses media sosial. Bahkan mereka menggunakan gadgetnya untuk mendengarkan radio atau menggunakan layanan internet untuk mengakses radio *streaming* di perangkat gadget mereka.

Penggunaan radio *streaming* dapat juga diakses melalui *website* dari stasiun-stasiun radio yang menyediakan layanan *streaming*. Terdapat beberapa cara mendengarkan radio *streaming* ini diantaranya melalui *gadget* atau *handphone* dapat menggunakan aplikasi dari stasiun radio yang tersedia di *Appstore* atau *playstore* dapat secara gratis untuk unduh, selain itu dapat diakses juga melalui *website* radio *online* dan juga *website* dari stasiun radio. Dengan adanya radio *streaming* ini audiens dapat mendengarkan radio dimanapun ia berada bahkan diseluru penjuru negeri akan tetap dapat didengarkan dengan mudah jika audiens terhubung dengan koneksi internet. Audiens radio *streaming* tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian besar audiens radio konvensional sebelumnya, karena kemajuan teknologi digital maka audiens menggunakan teknologi *streaming*.

Radio dalam era digital ini dapat dikatakan lebih profilik, terfragmentasi, dan bersifat *mobile*. Kurang tepat jika radio dikatakan sebagai pesaing media karena radio menggunakan internet sebagai layanan tambahan dari media konvensional untuk memperluas jangkauan siaran dari lokal menjadi global dan pendengar dapat mendengarkan program siaran radio dalam jaringan, serta memanfaatkan jejaring sosial sehingga terjalin interaktif antara khalayak dengan media massa. Jangkauan radio *streaming* yang bersifat global merupakan usaha stasiun radio untuk dapat menjangkau audiens secara luas tanpa batas ruang dan waktu (Loviglio and Hilmes 2013:9).

Banyaknya stasiun radio sebagai media massa maka peran radio semakin meluas dan mulai mengerahkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat. (Morissan 2018:3). Hal ini mengharuskan pengelola radio swasta untuk semakin mengincar target audiensnya, karena setiap stasiun radio yang muncul akan memiliki segmentasi pasar yang beragam seperti radio yang ditujukan untuk anak muda, radio dewasa muda, radio multi segmen, dan radio perempuan. Kemudian dikelompokkan juga berdasarkan genre yaitu radio pop Indonesia, radio pop barat, radio pop Indonesia dan barat, radio dangdut, radio *news*, radio keluarga, radio etnik dan radio religi (PRSSNI 2020).

Peneliti memilih stasiun radio Hard Rock FM Surabaya yang mempunyai segmentasi yaitu sebagai radio anak muda dengan jargonnya yaitu “*Lifestyle dan Entertainment Station*” yang berarti bahwa stasiun radio Hard Rock FM Surabaya mampu mengikuti perkembangan jaman. Stasiun radio pembanding yang juga termasuk stasiun radio teratas yaitu Suara Surabaya dan Prambors memiliki perbedaan segmentasi serta konten yang dibawakan. Stasiun Radio Suara Surabaya lebih menyajikan konten informasi mengenai *traffic report* sehingga format dari stasiun radio Suara Surabaya ini menjadi dua arah karena terdapat interaktivitas yang terjadi antara penyiar dan pendengar melalui telepon, media online dan media sosial. Sedangkan radio Prambors menjadi radio pesaing Hard Rock FM karena memiliki target segmentasi sebagai radio anak muda. Namun, Radio Hard Rock FM memiliki fokus konten yaitu pada topik-topik seputar

lifestyle antara lain seperti topik *fashion, music, relationship, movie, technology* serta *playlist* yang dibawakan kebanyakan merupakan lagu barat serta informasi yang disajikan juga merupakan informasi mancanegara.

Hard Rock FM Surabaya merupakan radio hiburan yang bertemakan gaya hidup yang menyajikan trend dan informasi kepada audiensnya. Menyimpang dari sebutannya, radio Hard Rock FM bukan hanya menyajikan aliran musik bergenre hard rock saja melainkan beberapa genre musik *jazz, pop, techno, alternatif*, dan beberapa genre yang sedang populer. Hard Rock FM Surabaya memiliki frekuensi 89,7 FM yang ditujukan pada anak muda yaitu berusia 20-35 tahun. Hard Rock FM mempunyai dua program unggulan yaitu *Good Morning Hard Rockers* yang disiarkan pada pagi hari pukul 06.00 – 10.00. Program *Good Morning Hard Rockers* (GMHR) memiliki tujuan yaitu memberikan semangat bagi pendengar untuk memulai menjalankan aktivitas di pagi hari dengan pembawaan penyiarnya yang all out, kocak, dan pastinya bersemangat sehingga pendengar juga bersemangat dalam memulai hari. kemudian *Drive 'N Jive* pada pukul 16.00 – 20.00. Program Drive n' Jive ini topik yang dibawakan cenderung ringan dan lebih santai tetapi seru dengan lagu-lagu menyenangkan yang akan menemani pendengar menuju rumah atau aktivitas lainnya sepulang dari kampus atau kantor dan tentunya kedua program tersebut sama-sama menyajikan berbagai informasi seperti *traffic report, current issue, fashion, lifestyle*, kabar terbaru seputar artis dalam dan luar negeri (Hard Rock FM 2019).

Stasiun Radio Hard Rock FM Surabaya juga menyediakan layanan radio *streaming*. Radio Hard Rock FM Surabaya menyediakan platform *streaming* sejak tahun 2012. Radio Hard Rock FM Surabaya dapat diakses oleh internet dengan mengunjungi dan mengakses *website* Hard Rock FM tanpa harus mendownload Aplikasi *Streaming* Hard Rock FM Surabaya. Tidak hanya pada *website* saja, siaran *streaming* radio Hard Rock FM juga dapat diakses melalui *mobile app IOS*, dan *mobile app Android*, *joox*, *vidio* beberapa *website* radio *streaming* yang lain seperti *radioonline.id*. Menurut data dari *website* Radio Online, tercatat bahwa Radio Hard Rock FM termasuk kedalam lima stasiun radio dengan pendengar paling banyak serta dikunjungi oleh pendengarnya sebanyak 2217 pendengar secara online atau *streaming* (Radioonline, 2022).

Gambar 1.3 Program Acara Stasiun Radio Hard Rock FM Surabaya



(Sumber : Website Hard Rock FM)

Program – program siaran pada stasiun radio Hard Rock FM dibuat untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya baik kebutuhan informasi atau sekedar untuk hiburan. Kepuasan pendengar sangat penting untuk

kemajuan stasiun radio supaya stasiun radio terutama swasta dapat berkembang dan memenuhi segmentasinya. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui perbedaan kepuasan pendengar radio radio *streaming* pada stasiun radio Hard Rock FM Surabaya.

Radio siaran *streaming* ini dapat didengar dimana saja audiens berada dan tentunya para pendengarnya pun tidak ketinggalan informasi sehingga melahirkan kepuasan audiens mengenai radio *streaming*. Radio Hard Rock FM Surabaya dengan adanya radio *streaming* diharapkan dapat memberikan hal yang menarik kepada masyarakat kota Surabaya supaya Radio Hard Rock FM Surabaya tetap menjadi pilihan utama masyarakat untuk mencari informasi ataupun hiburan. Berkaitan mengenai kepuasan, dalam mengonsumsi media apakah khalayak akan puas atau tidak.

Pada jurnal penelitian yang pertama berjudul Hubungan Antara Radio *Streaming* dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di PT. MNC Skyvision Jakarta yang telah dilakukan oleh (Prasetyo, Rocky & Herlina, 2013). Hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan teori *uses and gratification* adanya yang diperoleh setelah mendengarkan radio *streaming* didukung oleh kepuasan dalam menerima informasi, identitas pribadi, interaksi dan integrasi serta pengalihan atau hiburan dengan didukung oleh persepsi yang ada dalam benak audiens mulai dari rangsangan, serta interpretasi radio *streaming* sehingga melahirkan *feedback* yang menyatakan bahwa audiens mendapatkan kepuasan dalam mendengarkan radio *streaming*.

Penelitian terdahulu kedua yang telah diteliti oleh (Pasaribu, 2018). Adanya kepuasannya nyata yang diperoleh pada pendengar radio program “Pagi Kanca Muda” di EBS FM Surabaya setelah khalayak mendengarkan program tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah ketika khalayak merasa kebutuhannya sudah terpenuhi setelah mendengarkan program “Pagi Kanca Muda” maka muncul kepuasan yang didapatkan khalayak setelah mendengarkan program tersebut.

Penelitian terdahulu ketiga dengan judul Kepuasan Pendengar terhadap Program *Sonora News* di Radio Sonora Surabaya oleh (Laura C.S, 2013). Hasil yang diperoleh adalah tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *gratification sought* dengan *gratification obtained* di setiap indikator dengan kesimpulan pendengar tidak puas akan program Sonora News di Surabaya. Hal tersebut dapat membuat Radio Sonora Surabaya melakukan perbaikan. Dapat disimpulkan bahwa program *Sonora News* kurang efektif bila disajikan secara intensif setiap hari.

Penelitian terdahulu keempat berjudul Kepuasan Khalayak dalam Mendengarkan Insert Berita *The Highlights* Radio Prambors Jakarta oleh (Kurniawan et al., 2022). Hasil dari penelitian tersebut adalah dalam mendengarkan *The Highlights* khalayak merasa tidak terpenuhi adanya kepuasan dari motif hiburan karena rata-rata skor kepuasannya lebih sedikit daripada skor motifnya. Dari kesimpulan tersebut Radio Prambors Jakarta lebih dipertimbangkan mengenai pemilihan berita karena mayoritas yang

mendengarkan adalah Wanita dimana mereka kurang paham dan tidak terlalu suka bidang olahraga.

Penelitian terdahulu kelima oleh (Septiana Tunjung et al., 2019) dengan menggunakan teori *uses and gratification* dan dimodifikasi menggunakan responden. Hasil menyatakan bahwa kepuasan yang tidak signifikan antara pendengar radio konvensional dan radio *streaming* pada radio Elfara FM. Radio *streaming* memiliki nilai kepuasan sedikit lebih tinggi (93.65) dibandingkan dengan pendengar radio konvensional (86.90). Dengan menggunakan hasil penelitian ini, peneliti menjelaskan pentingnya peran khalayak sebagai salah satu pihak yang harus dipuaskan oleh stasiun radio Elfara FM agar dapat bertahan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengangkat tema fenomena radio *streaming* terhadap kepuasan pendengar radio karena merupakan konvergensi dua media. Oleh karena itu, dalam penelitian mengenai kepuasan pendengar radio *streaming* pada pendengar Hard Rock FM Surabaya dapat diketahui bahwa kepuasan pendengar radio *streaming* sehingga stasiun radio juga dapat terus mengembangkan inovasinya agar tetap didengar oleh pendengarnya.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibuat oleh peneliti yaitu Bagaimana kepuasan pendengar radio *streaming* pada pendengar radio Hard Rock FM Surabaya.

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pendengar *streaming* pada pendengar stasiun radio Hard Rock FM Surabaya.

I.4 Batasan Masalah

Subjek Penelitian : Pendengar radio Hard Rock FM Surabaya

Objek Penelitian : Kepuasan pendengar radio *streaming*

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis

Bermanfaat untuk memperkaya penelitian kajian komunikasi massa dan sebagai bahan masukan dan informasi untuk mengembangkan penelitian terkait kepuasan.

I.5.2 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap, dengan penelitian ini dapat memberi masukan kepada stasiun radio swasta terutama Hard Rock FM Surabaya untuk meningkatkan kepuasan pendengarnya.