

MOTIF DAN PREFERENSI LOKASI DALAM KONSUMSI RADIO OLEH MASYARAKAT KOTA MAKASSAR

Riyadi^{1*}

Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

*Email: riyadi.simon@gmail.com

ABSTRAK

Radio tetap menjadi pilihan media bagi masyarakat urban di Kota Makassar di tengah perkembangan media digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi motif mendengarkan radio dan preferensi lokasi di kalangan masyarakat Kota Makassar, dengan fokus pada dua motif utama, yaitu informasi dan hiburan, serta lokasi mendengarkan, seperti rumah, kendaraan, dan tempat kerja. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 150 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif hiburan lebih dominan dibandingkan informasi, menunjukkan peran radio sebagai media relaksasi. Lokasi mendengarkan paling umum adalah rumah dan tempat kerja, sedangkan kendaraan menunjukkan preferensi yang lebih rendah. Analisis korelasi menunjukkan hubungan yang lemah antara motif dan lokasi, mengindikasikan bahwa kenyamanan lebih memengaruhi lokasi mendengarkan. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi industri radio untuk mengembangkan program hiburan yang relevan dengan lokasi pendengar.

Kata Kunci: Radio, Motif, Preferensi Lokasi, Hiburan, Informasi.

MOTIVES AND LOCATION PREFERENCES IN RADIO CONSUMPTION BY THE PEOPLE OF MAKASSAR CITY

ABSTRACT

Radio remains a media choice for urban residents in Makassar City amid the rise of digital media. This study aims to identify radio listening motives and location preferences among Makassar residents, focusing on two primary motives: information and entertainment, as well as listening locations, such as home, vehicles, and workplaces. This research used a quantitative approach with a survey of 150 respondents. The results show that entertainment is a more dominant motive than information, highlighting radio's role as a relaxation medium. The most common listening locations are home and workplace, while vehicles show a lower preference. Correlation analysis reveals a weak relationship between motive and location, indicating that comfort plays a greater role in location choice. These findings provide recommendations for the radio industry to develop entertainment programs that are relevant to listeners' locations.

Keywords: Radio, Motives, Location Preferences, Entertainment, Information

Korespondensi: Riyadi. Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan Km 10, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar. Kode Pos 90245. **No. HP/WhatsApp: 082349499998** Email: riyadi.simon@gmail.com.

PENDAHULUAN

Radio telah memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat sejak awal abad ke-20 sebagai media utama dalam penyebaran informasi, hiburan, dan edukasi. Radio menjadi media yang dapat diakses oleh berbagai kalangan tanpa mengenal batas usia, sosial, dan wilayah geografis. Di Indonesia, radio muncul pada masa kolonial dan terus berkembang hingga era kemerdekaan, di mana radio dimanfaatkan sebagai alat komunikasi utama untuk menyebarkan pesan nasionalisme dan membangun identitas bangsa (Kominfo, 2021). Meskipun berbagai media baru terus bermunculan dan menjadi populer, radio tetap mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu media tradisional yang kuat. Bahkan di tengah kemajuan teknologi digital dan munculnya platform-platform baru, radio tetap memiliki audiens setia di berbagai lapisan masyarakat.

Perubahan pola konsumsi media di era digital tidak bisa diabaikan. Saat ini, masyarakat memiliki beragam pilihan media untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan komunikasi, seperti media sosial, streaming video dan audio, serta podcast. Meskipun demikian, radio masih memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat, terutama karena kemudahan aksesnya, sifat portabelnya, dan kemampuannya untuk menyediakan konten yang relevan secara cepat dan tanpa biaya data internet (RRI, 2024). Dalam konteks masyarakat urban, seperti di Kota Makassar, radio menjadi salah satu media yang masih diminati meskipun akses terhadap media digital lebih mudah dan meluas.

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Kota Makassar memiliki dinamika konsumsi radio yang cukup tinggi. Hal ini tercermin dari masih eksistensinya puluhan stasiun radio yang beroperasi di kota ini, masing-masing dengan segmen pendengar tersendiri. Dan, perkembangan infrastruktur dan teknologi yang pesat di Makassar memungkinkan masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih media yang mereka konsumsi. Dalam konteks ini, pola konsumsi radio oleh masyarakat perkotaan di Makassar menjadi topik menarik untuk dieksplorasi lebih dalam. Meskipun di tengah arus media digital, radio sebagai media tradisional tetap relevan (Fadila, et.al. 2024), namun alasan di balik preferensi masyarakat untuk mendengarkan radio dan lokasi yang dipilih untuk aktivitas ini masih belum sepenuhnya dipahami. Apakah masyarakat Makassar mendengarkan radio untuk memperoleh informasi terkini, atau lebih sebagai media hiburan dalam mengisi waktu luang?. Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar untuk memahami lebih lanjut pola konsumsi radio di tengah perubahan zaman.

Sejauh ini, banyak penelitian yang menggunakan pendekatan teori Uses and Gratification untuk menganalisis perilaku konsumsi media. Menurut teori ini, audiens adalah entitas aktif yang memilih media sesuai dengan kebutuhan tertentu, seperti informasi, hiburan, penguatan identitas, dan interaksi sosial (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974 dalam Hadi, et.al., 2020). Penelitian sebelumnya tentang konsumsi radio di berbagai kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa informasi dan hiburan adalah dua motif utama dalam

mendengarkan radio (Yuniati dan Puspitasari, 2019; Putri dan Yudiningrum, 2024). Selain itu, faktor-faktor seperti tempat dan suasana mendengarkan juga memengaruhi pengalaman konsumsi media. Misalnya, masyarakat perkotaan cenderung mendengarkan radio di kendaraan selama perjalanan, baik untuk mengisi waktu luang maupun mendapatkan informasi terkini yang relevan. Di tempat kerja, radio sering menjadi sarana yang menemani aktivitas, sehingga mendukung produktivitas tanpa mengalihkan fokus yang terlalu besar.

Namun, kajian tentang bagaimana preferensi lokasi dan motif konsumsi media radio di masyarakat perkotaan, khususnya di Kota Makassar, masih terbatas. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motif informasi dan hiburan memiliki tingkat kepentingan yang berbeda di kalangan masyarakat urban (Chan-Olmsted dan Wang 2022), tetapi belum banyak yang mengintegrasikan kajian ini dengan preferensi lokasi. Studi yang lebih mendalam mengenai peran lokasi mendengarkan, seperti rumah, kendaraan, atau tempat kerja, akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami perilaku audiens dalam konsumsi radio. Dengan demikian, penelitian ini ingin menjawab dua hal utama: apa yang mendorong masyarakat Makassar mendengarkan radio, dan di mana mereka cenderung melakukannya.

Kebaruan ilmiah dari artikel ini terletak pada pendekatannya yang mengintegrasikan motif mendengarkan dengan preferensi lokasi mendengarkan. Dengan melihat secara spesifik pada dua motif utama, yaitu informasi dan hiburan, serta menghubungkannya dengan preferensi lokasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang lebih mendalam mengenai pola konsumsi radio di kalangan masyarakat urban. Studi ini tidak hanya menyoroti motif mendengarkan, tetapi juga mengeksplorasi tempat-tempat di mana masyarakat merasa paling nyaman dan tepat untuk menikmati siaran radio. Analisis preferensi lokasi ini penting karena lokasi mendengarkan sering kali berkaitan dengan kebutuhan dan konteks situasi, seperti relaksasi di rumah atau kebutuhan informasi saat di perjalanan. Dengan mengintegrasikan kedua aspek ini, artikel ini menawarkan pendekatan baru dalam studi konsumsi media radio yang belum banyak dieksplorasi.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur di atas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa permasalahan utama, antara lain:

1. Apakah motif utama masyarakat Kota Makassar dalam mendengarkan radio adalah untuk informasi atau hiburan?.
2. Di lokasi mana masyarakat Makassar cenderung lebih memilih mendengarkan radio?.
3. Apakah ada korelasi antara motif mendengarkan radio dan preferensi lokasi mendengarkan radio?

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Pertama, bahwa motif hiburan lebih dominan dibandingkan motif informasi, terutama mengingat gaya hidup perkotaan yang dinamis dan kecenderungan masyarakat untuk mencari konten ringan dan santai saat melakukan aktivitas sehari-hari. Hipotesis kedua adalah bahwa kendaraan merupakan lokasi yang paling sering dipilih untuk mendengarkan radio, mengingat mobilitas masyarakat perkotaan yang tinggi. Melalui pemahaman ini, industri radio dapat lebih adaptif dalam

mengembangkan strategi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar perkotaan. Ketiga, ada korelasi antara motif mendengarkan radio dan preferensi lokasi mendengarkan radio.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk meresensi dan memberikan pandangan baru mengenai motif dan preferensi lokasi dalam konsumsi radio oleh masyarakat Kota Makassar. Artikel ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat literatur terkait konsumsi media tradisional di tengah era digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran empiris mengenai preferensi mendengarkan radio, tetapi juga menawarkan implikasi bagi pengembangan strategi konten dan program radio yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat urban.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengukur dan menganalisis motif dan preferensi lokasi dalam konsumsi radio oleh masyarakat Kota Makassar. Desain survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dalam skala besar, serta memberikan hasil yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik (Morissan, 2017). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang alasan (motif) pendengar radio serta preferensi lokasi mendengarkan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Makassar yang aktif mendengarkan radio. Untuk mewakili populasi yang besar dan heterogen ini, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 responden yang memiliki pengalaman mendengarkan radio, baik sebagai sumber informasi maupun hiburan. Sampel sebanyak 150 orang dipilih untuk menghasilkan data yang cukup representatif dan memungkinkan analisis statistik yang valid.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada selama dua bulan, Juli hingga Agustus 2024. Teknik Pengumpulan Sampel dan Pengembangan Instrumen

1. Teknik Pengumpulan Sampel: Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil adalah mereka yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu masyarakat Kota Makassar yang rutin mendengarkan radio, baik di rumah, kendaraan, tempat kerja, atau lokasi lainnya. *Purposive sampling* membantu penelitian ini dalam menjangkau responden yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Pengembangan Instrumen: Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari dua bagian utama:
 - a. Bagian Demografis: Bagian ini mencakup data usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan pekerjaan responden untuk memperoleh gambaran umum karakteristik sampel.
 - b. Bagian Motif dan Preferensi Lokasi dalam Mendengarkan Radio: Instrumen ini disusun berdasarkan teori *Uses and Gratification* yang berfokus pada motif konsumsi media. Setiap pertanyaan diukur

menggunakan skala Likert 1-5, di mana 1 berarti "Sangat Tidak Setuju" dan 5 berarti "Sangat Setuju".

Pertanyaan dirancang untuk mengukur:

- a) Motif Informasi: Menggali kebutuhan pendengar dalam memperoleh informasi terkini dan berita penting melalui radio.
- b) Motif Hiburan: Mengukur seberapa besar radio dimanfaatkan untuk relaksasi dan mengisi waktu luang.
- c) Preferensi Lokasi: Melibatkan pertanyaan mengenai lokasi pendengar lebih sering menikmati siaran radio, seperti di rumah, kendaraan, atau tempat kerja, serta kenyamanan mendengarkan di lokasi tersebut.

Distribusi Kuesioner

Kuesioner disebarakan melalui dua metode, yaitu daring dan luring, untuk menjangkau target responden yang lebih luas. Bagi responden yang memiliki akses internet, kuesioner disebarakan menggunakan platform survei daring, yakni Google Forms. Sementara untuk responden tanpa akses internet, kuesioner dibagikan secara langsung dalam bentuk cetak di lokasi-lokasi strategis di Makassar.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai motif mendengarkan radio dan preferensi lokasi pendengar. Analisis dilakukan dalam beberapa langkah berikut:

- a Penghitungan Frekuensi dan Persentase: Untuk mengetahui sebaran data dari setiap variabel demografis serta skala Likert yang dipilih responden untuk masing-masing pertanyaan terkait motif dan lokasi. Hasilnya disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan grafik untuk memberikan gambaran yang mudah dipahami.
- b Rata-Rata dan Standar Deviasi: Digunakan untuk mengukur intensitas atau kekuatan motif informasi dan hiburan, serta kenyamanan lokasi pilihan pendengar. Rata-rata yang tinggi menunjukkan motif atau preferensi yang kuat pada suatu variabel, sedangkan standar deviasi membantu mengukur seberapa beragam jawaban responden.
- c Analisis Korelasi: Untuk melihat hubungan antara motif mendengarkan (informasi atau hiburan) dengan preferensi lokasi (rumah, kendaraan, atau tempat kerja). Analisis korelasi membantu dalam memahami apakah preferensi lokasi berhubungan dengan motif tertentu, misalnya apakah pendengar yang lebih memilih informasi lebih sering mendengarkan radio di kendaraan dibandingkan dengan di rumah.

Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pola konsumsi radio masyarakat Kota Makassar dan menyajikan temuan-temuan empiris mengenai motif dan lokasi preferensi dalam mendengarkan radio.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Demografis Responden

Berikut hasil demografis dari 150 responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

Tabel 1. Demografis Responden

Demografis	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	77	51,33%
Perempuan	73	48,67%
Total	150	100%
Usia		
<18 tahun	25	16,67%
18–25 tahun	28	18,67%
26–35 tahun	27	18,00%
36–45 tahun	40	26,67%
>45 tahun	30	20,00%
Total	150	100%
Pendidikan		
SD/Sederajat	27	18,00%
SMP/Sederajat	22	14,67%
SMA/Sederajat	23	15,33%
D3	26	17,33%
S1	21	14,00%
S2/S3	31	20,67%
Total	150	100%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	31	20,67%
PNS	31	20,67%
Karyawan Swasta	22	14,67%
Wiraswasta	31	20,67%
Lainnya	35	23,33%
Total	150	100%

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden terdiri dari 51,33% laki-laki (77 orang) dan 48,67% perempuan (73 orang). Persentase yang hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil mencakup kedua jenis kelamin secara proporsional, sehingga diharapkan hasilnya dapat mewakili pandangan dari kedua kelompok ini secara lebih merata.

Untuk usia, responden memiliki sebaran usia yang cukup beragam, dengan proporsi terbesar berasal dari kelompok usia 36–45 tahun (26,67%, atau 40 orang). Kelompok usia >45 tahun juga cukup signifikan, yaitu sebesar 20,00% (30 orang), diikuti oleh kelompok usia 18–25 tahun (18,67%, atau 28 orang) dan 26–35 tahun (18,00%, atau 27 orang). Kelompok usia termuda, yaitu <18 tahun, merupakan yang paling sedikit, yaitu 16,67% (25 orang). Sebaran usia ini menunjukkan bahwa radio masih diminati oleh masyarakat dari berbagai rentang usia, dengan kecenderungan lebih tinggi di kalangan usia dewasa dan setengah baya.

Responden menunjukkan variasi tingkat pendidikan, dengan persentase terbesar pada kelompok pendidikan S2/S3, yaitu 20,67% (31 orang). Kelompok pendidikan SD/Sederajat mencakup 18,00% (27 orang), diikuti oleh D3 sebesar 17,33% (26 orang), SMA/Sederajat sebesar 15,33% (23 orang), SMP/Sederajat sebesar 14,67% (22 orang), dan S1 sebesar 14,00% (21 orang). Variasi ini mencerminkan bahwa radio diakses oleh masyarakat dengan latar belakang pendidikan yang berbeda, dari pendidikan dasar hingga pascasarjana.

Dalam hal pekerjaan, responden sebagian besar berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (20,67%, atau 31 orang), PNS (20,67%, atau 31 orang), dan wiraswasta (20,67%, atau 31 orang). Karyawan swasta mencakup 14,67% (22 orang), sementara 23,33% (35 orang) responden berada di kategori "Lainnya," yang mencakup pekerjaan yang tidak termasuk dalam kategori utama. Keberagaman jenis pekerjaan ini mengindikasikan bahwa radio menarik pendengar dari berbagai bidang pekerjaan, baik di sektor publik, swasta, maupun pendidikan.

b. Motif Mendengarkan Radio

Berikut adalah hasil ringkasan dari motif mendengarkan radio berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 150 responden. Motif mendengarkan radio ini mencakup dua aspek utama, yaitu Informasi dan Hiburan.

Tabel 2. Motif Mendengarkan Radio

Motif	Rata-rata Skor
Informasi	2.98
Hiburan	3.00

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa motif informasi memiliki rata-rata skor sebesar 2.98, menunjukkan bahwa alasan mendengarkan radio untuk mendapatkan informasi berada pada tingkat yang cukup tinggi di antara responden. Sedangkan motif hiburan memiliki rata-rata skor sebesar 3.00, sedikit lebih tinggi daripada informasi, mengindikasikan bahwa hiburan merupakan motivasi utama bagi banyak pendengar radio.

c. Preferensi Lokasi dalam Konsumsi Radio

Tabel 3. Preferensi Lokasi dalam Konsumsi Radio

Lokasi Mendengarkan	Rata-rata Skor
Rumah	3.15
Kendaraan	2.76
Tempat Kerja	3.02
Lainnya	3.15

Sumber: Data Primer 2024

Data dari 150 responden di atas menunjukkan bahwa rumah memiliki rata-rata skor sebesar 3.15, menunjukkan bahwa banyak responden merasa nyaman mendengarkan radio di rumah. Kendaraan memiliki rata-rata skor 2.76, yang relatif lebih rendah, tetapi tetap menunjukkan bahwa kendaraan adalah lokasi penting untuk mendengarkan radio, terutama mungkin untuk mendengarkan berita atau hiburan saat bepergian. Tempat Kerja memiliki rata-rata skor 3.02, menunjukkan bahwa radio juga digunakan oleh sebagian

pendengar saat bekerja. Lainnya memiliki rata-rata skor 3.15, menunjukkan adanya lokasi-lokasi lain yang cukup signifikan sebagai tempat mendengarkan radio.

d. Korelasi antara Motif Mendengarkan Radio dan Preferensi Lokasi dalam Mengonsumsinya

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan korelasi antara motif mendengarkan radio (informasi dan hiburan) dengan preferensi lokasi mendengarkan radio (rumah, kendaraan, tempat kerja, dan lainnya). Nilai korelasi berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, sementara nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat.

Tabel 4. Korelasi antara Motif dan Preferensi Lokasi Mendengarkan Radio

Motif	Rumah	Kendaraan	Tempat Kerja	Lainnya
Motif Informasi	-0.03	0.09	-0.00	0.01
Motif Hiburan	-0.12	0.12	-0.12	-0.09

Sumber: Data Primer 2024

Korelasi antara Motif Informasi dan Preferensi Lokasi

- Rumah: Korelasi antara motif informasi dan lokasi rumah adalah -0.03, yang menunjukkan hampir tidak ada hubungan antara mendengarkan radio untuk tujuan informasi dan preferensi mendengarkan di rumah.
- Kendaraan: Korelasi positif sebesar 0.09 menunjukkan adanya hubungan lemah dan positif antara mendengarkan radio untuk informasi dan mendengarkan di kendaraan. Ini mungkin menunjukkan bahwa beberapa pendengar yang membutuhkan informasi cenderung mendengarkan radio di kendaraan, meskipun hubungannya sangat lemah.
- Tempat Kerja: Korelasi sebesar -0.00 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara motif informasi dan mendengarkan radio di tempat kerja.
- Lainnya: Korelasi sebesar 0.01 menunjukkan hubungan yang sangat lemah dan hampir tidak ada antara motif informasi dan mendengarkan di lokasi lainnya.

Korelasi antara Motif Hiburan dan Preferensi Lokasi

- Rumah: Korelasi antara motif hiburan dan lokasi rumah adalah -0.12, yang menunjukkan hubungan negatif lemah. Ini menunjukkan bahwa pendengar yang cenderung mendengarkan radio untuk hiburan sedikit kurang memilih rumah sebagai lokasi utama.
- Kendaraan: Korelasi sebesar 0.12 menunjukkan hubungan lemah dan positif antara motif hiburan dan mendengarkan di kendaraan. Ini bisa menunjukkan bahwa ada beberapa pendengar yang menggunakan radio sebagai hiburan saat berada di kendaraan, meskipun hubungannya lemah.
- Tempat Kerja: Korelasi -0.12 menunjukkan hubungan negatif yang lemah antara mendengarkan untuk hiburan dan mendengarkan di tempat kerja. Ini bisa berarti bahwa pendengar yang mencari hiburan tidak memilih tempat kerja sebagai lokasi utama untuk mendengarkan radio.
- Lainnya: Korelasi -0.09 juga menunjukkan hubungan negatif lemah antara motif hiburan dan mendengarkan di lokasi lainnya.

Dari hasil korelasi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara motif mendengarkan radio (baik informasi maupun hiburan) dengan preferensi lokasi mendengarkan. Korelasi yang sangat lemah ini menunjukkan bahwa motif mendengarkan (informasi atau hiburan) tidak secara signifikan memengaruhi lokasi di mana pendengar memilih untuk menikmati radio. Hal ini bisa disebabkan oleh beragamnya kebutuhan pendengar yang mungkin tidak tergantung pada lokasi tertentu, atau preferensi lokasi yang lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal lain, seperti kondisi lingkungan atau aktivitas yang sedang dilakukan.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa motif utama masyarakat Kota Makassar dalam mendengarkan radio adalah hiburan, meskipun informasi tetap menjadi alasan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa radio memiliki peran penting sebagai media relaksasi di tengah rutinitas masyarakat perkotaan. Selain itu, preferensi lokasi mendengarkan radio cenderung beragam, dengan rumah dan tempat kerja menjadi pilihan utama. Hal ini menegaskan bahwa radio masih relevan sebagai media pendamping dalam berbagai aktivitas sehari-hari, baik di ruang pribadi maupun profesional.

Korelasi yang lemah antara motif dan lokasi mendengarkan mengindikasikan bahwa faktor eksternal, seperti kenyamanan dan kondisi lingkungan, lebih berpengaruh dalam menentukan lokasi mendengarkan daripada alasan konsumsi media itu sendiri. Radio tetap berfungsi sebagai media fleksibel yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, memenuhi kebutuhan pendengar tanpa ketergantungan yang kuat pada jenis konten. Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi industri radio untuk fokus pada pengembangan program hiburan yang sesuai dengan konteks lokasi pendengar, terutama di rumah dan tempat kerja.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motif dan preferensi lokasi mendengarkan radio oleh masyarakat Kota Makassar, beberapa rekomendasi dapat disampaikan untuk penelitian lanjutan dan pengembangan industri radio Pertama, Pengembangan Program Hiburan yang Lebih Relevan. Mengingat bahwa motif hiburan lebih dominan dibandingkan dengan motif informasi, stasiun radio di Makassar disarankan untuk meningkatkan variasi program hiburan yang dapat dinikmati di rumah atau tempat kerja. Hal ini dapat mencakup program musik dengan genre yang beragam, acara interaktif, atau kolaborasi dengan influencer lokal. Dengan demikian, radio dapat tetap relevan bagi pendengar yang mencari hiburan ringan di tengah aktivitas sehari-hari.

Kedua, Peningkatan Program Informasi untuk Pengguna di Kendaraan. Meski kendaraan bukan lokasi utama untuk mendengarkan radio, beberapa pendengar tetap menggunakannya di perjalanan. Oleh karena itu, pengembangan program berita atau informasi singkat yang relevan dengan waktu perjalanan dapat menarik pendengar di kendaraan. Segmentasi waktu penyiaran dan penyesuaian konten informasi singkat dapat membantu radio tetap kompetitif dengan media lain seperti podcast dan layanan streaming.

Ketiga, Penelitian Lanjutan Mengenai Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Lokasi Mendengarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi antara motif dan preferensi lokasi mendengarkan sangat lemah, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor eksternal seperti kenyamanan dan suasana lebih memengaruhi pilihan lokasi mendengarkan. Penelitian lanjutan dapat lebih fokus pada faktor-faktor eksternal ini, misalnya dengan menggunakan metode observasi atau wawancara mendalam, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai aspek yang mempengaruhi perilaku mendengarkan radio di berbagai lokasi.

Keempat, Keterbatasan dan Hambatan dalam Penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel yang terbatas pada masyarakat Kota Makassar, sehingga generalisasi hasilnya mungkin terbatas pada konteks perkotaan tertentu. Selain itu, penggunaan skala Likert dan metode survei daring atau cetak bisa menyebabkan bias responden, terutama dalam hal persepsi pribadi terhadap motif dan lokasi mendengarkan. Faktor teknologi juga dapat memengaruhi preferensi mendengarkan, seperti ketersediaan perangkat radio di lokasi tertentu atau kebiasaan mendengarkan media digital lainnya yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Kelima, Pengembangan Instrumen Penelitian. Untuk penelitian di masa depan, pengembangan instrumen yang lebih beragam, seperti kombinasi antara survei kuantitatif dengan wawancara kualitatif, dapat memberikan wawasan lebih kaya mengenai preferensi mendengarkan. Selain itu, penggunaan analisis statistik yang lebih kompleks, seperti analisis faktor atau model persamaan struktural, dapat membantu mengidentifikasi hubungan mendalam antara variabel-variabel yang memengaruhi motif dan lokasi mendengarkan radio.

Dengan rekomendasi ini, diharapkan bahwa penelitian di masa mendatang dapat lebih mendalam dalam mengeksplorasi motif dan preferensi pendengar radio di berbagai konteks, serta membantu industri radio untuk terus beradaptasi dalam memenuhi kebutuhan pendengar yang beragam di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Beachy, Lauren, (2024). A Uses and Gratifications Analysis of Traditional Radio Strategies to Engage Listeners. West Chester University Master's Theses. 314.
- Chan-Olmsted, S., & Wang, R. (2022). Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New media & society*, 24(3), 684-704.
- Dhamayanti, M. (2020). Pemanfaatan media radio di era digital. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82-89.
- Fadila, K., Al-mubarak, M., & Muji, A. (2024). Peran Radio Pro 4 Rri Yogyakarta Sebagai Media Pelestari Budaya Jawa. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(1), 270-276.
- Fina, A. R., Akbar, M., & Mau, M. (2024). Radio Prambors 105.1 FM Makassar: Menjaga Eksistensi di Era Media Konvergensi. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1), 28-40.
- Goodstats. (2024). Tempat Tinggal Jadi Tempat Favorit Masyarakat Indonesia untuk Mendengarkan Radio. <https://data.goodstats.id/statistic/tempat-tinggal-jadi-tempat-favorit-masyarakat-indonesia-untuk-mendengarkan-radio-bct3w>. Diakses 6 November 2024.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. *Komunikasi Massa*.
- Hayati, K., & Ariestanty, C. (2023). Konstruksi Pendengar Radio Pada Masyarakat Indonesia (Studi Kasus Pada Aplikasi Noice). *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1).
- Kominfo. 2021. Sejarah Penyiaran Radio di Indonesia. <https://mpn.kominfo.go.id/index.php/2021/03/22/sejarah-penyiaran-radio-di-indonesia/>. Diakses 15 Oktober 2024.
- Maharani, P., Lestaluhi, S., & Alfredo, R. (2022). Transformasi Radio Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 FM Ambon). *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 1(2), 214-231.

- Maytrisa, W., & Matondang, M. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Sergai FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1636-1644.
- Morissan. 2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Pratiwi, N. I., Sandhy, R. A. S., & Joniarta, I. W. (2022). Strategi Komunikasi Phoenix Radio Bali Pada Program Siaran Rising Phoenix Dalam Menarik Partisipasi Pendengar. *Jurnal Sinestesia*, 12(2), 372–383. Retrieved from <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/172>.
- Putri, W. P. N., & Yudiningrum, F. R. 2024. Motif, Intensitas Mendengarkan, dan Kepuasan Pendengar Kopi Pagi Radio Solopos. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(1).
- Romli, A. S. M. (2024). Broadcast journalism. *Nuansa Cendekia*.
- RRI. 2024. Hari Radio Sedunia, Ini Manfaat Mendengarkan Radio. <https://rri.co.id/index.php/nasional/555700/hari-radio-sedunia-ini-manfaat-mendengarkan-radio>. Diakses 15 Oktober 2024.
- Sampurna, A., Fathurrahman, A., Pohan, D. S., Zaki, M. F., Lubis, H. A., Wulandari, S., & Putri, S. S. (2024). Eksistensi Radio dalam Program Podcast di Era Digital Konten. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4815-4820.
- Sari, S. D. S. R., & Ismail, E. (2016). Survey Perilaku Mendengarkan Radio di Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15(1), 1-15.
- Wiradharma, G., Arisanty, M., & Budiman, R. (2023). Preferensi dan perilaku pemanfaatan media mahasiswa perguruan tinggi jarak jauh. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(2), 287-304.
- Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2019). Motif Pendengar Radio Di Era Perkembangan Teknologi Informasi (Studi Kepuasan Penggunaan Media Pada Generasi Z Di Bandung). *Jurnal Ilmu Komunikasi [JIKA]*, 6(2).