

Cite this: *J.SST*, Vol 2 (2):  
87-93, 2023

Received Date:  
22 Agustus 2023  
Accepted Date:  
02 September 2023

**Keywords:**

*Quality, Announcer, Broadcast Program, Company Image, Listener Satisfaction and Loyalty*

**Kata kunci:**

Kualitas Penyiar, Program Siaran, Citra Perusahaan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

**DOI:**

<http://dx.doi.org/10.31960/tea.v5i1>  
(contoh)

## Pengaruh Kualitas Penyiar dan Program Siaran Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan dan Loyalitas Pendengar Radio di Kota Makassar

*The Effect of Announcer Quality and Broadcast Programs on Corporate Image, Satisfaction and Loyalty of Radio Listeners in Makassar City.*

Erwin A Sultan<sup>1\*</sup>; A. Nur Insan<sup>2</sup>; Abdul Samad A<sup>3</sup>

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

\*Email: [erwinoas@gmail.com](mailto:erwinoas@gmail.com); (Email institusi: [pascasarjana@unifa.ac.id](mailto:pascasarjana@unifa.ac.id))

**Abstract.** *Radio is still believed to be a popular information and communication media because it has an important role in the dissemination of balanced and equitable information in the community. Of course, in conveying information, skills are needed from an announcer. In addition to broadcasters, broadcast programs also play an important role. The show or program will also be decisive in supporting the financial success of a radio broadcasting station either through corporate image, listener satisfaction or loyalty. This study aims to determine the effect of the quality of broadcasters and broadcast programs on company image, listener satisfaction and loyalty. This study was conducted on RRI Pro 2, Venus and Madama radio listeners by collecting data through questionnaires, literature studies and interviews and analyzed using multiple regression and simple regression through SPSS test. The data test was conducted with six null hypotheses and six alternative hypotheses. The results showed that there was a strong influence on the quality of broadcasters on company image and listener satisfaction. There is a weak influence on the quality of broadcasters on listener loyalty. There is a strong influence on broadcast programs on the company's image and listener satisfaction. There is a weak influence of broadcast programs on listener loyalty*

**Keywords:** *Quality, Announcer, Broadcast Program, Company Image, Listener Satisfaction and Loyalty*

**Abstrak.** Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal di masyarakat. Tentu saja dalam menyampaikan informasi dibutuhkan kecakapan dari seorang penyiar. Selain penyiar, program siaran juga berperan penting. Acara atau program juga akan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran radio baik melalui citra perusahaan, kepuasan maupun loyalitas pendengar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas penyiar dan program siaran terhadap citra perusahaan, kepuasan dan loyalitas pendengar. Penelitian ini dilaksanakan pada pendengar radio RRI Pro 2, Venus dan Madama dengan pengumpulan data melalui kuesioner, studi pustaka dan wawancara dan dianalisis menggunakan regresi berganda dan regresi sederhana melalui uji SPSS. Uji data dilakukan dengan enam hipotesis nol dan enam hipotesis alternatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat pada kualitas penyiar terhadap citra perusahaan dan kepuasan pendengar. Terdapat pengaruh yang lemah pada kualitas penyiar terhadap loyalitas pendengar. Terdapat pengaruh yang kuat pada program siaran terhadap citra perusahaan dan kepuasan pendengar. Terdapat pengaruh yang lemah dari program siaran terhadap loyalitas pendengar

**Kata kunci:** Kualitas Penyiar, Program Siaran, Citra Perusahaan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

## PENDAHULUAN

Di era modern saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada komunikasi dan informasi, dan informasi yang sangat dibutuhkan adalah informasi yang cepat, aktual dan terpercaya maka dari itu hadirilah komunikasi massa.

Komunikasi massa merupakan sebuah wadah yang digunakan sebagai sarana dalam proses komunikasi massa terutama dalam penyampaian informasi, karena komunikasi massa dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, dan *relative* lebih banyak, heterogen, anonim, pesannya bersifat abstrak dan terpecah (Afdjani, 2013:125).

Salah satu media massa yang menyajikan Informasi dan hiburan dengan cepat dan ditunjang dengan teknologi tinggi adalah radio (Masduki, 2006). Radio adalah media komunikasi tertua dan paling familiar di seluruh dunia di tengah banyaknya media-media baru seperti internet, media komunikasi radio masih terus bertahan, bahkan berkembang dengan sangat pesat. Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal di masyarakat, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media yaitu: informasi, Pendidikan, hiburan, control serta perekat sosial yang mengakibatkan radio mendapatkan julukan kekuatan kelima atau the fifth estate (Elvinaro, Ardianto dan Lukiat, 2007)

Berdasarkan hasil survey JAKPAT pada 26 Januari 2019, ada sebanyak 59% responden yang masih jadi pendengar radio itu artinya, radio masih memiliki tempat di hati masyarakat. (<https://jakpat.net/info/data-pendengar-radio-di-indonesia-tinggi-apa-alasannya/>).

Radio adalah salah satu media konvensional yang masih bertahan hingga saat ini. Radio bersifat auditif (hanya bisa didengar), murah, merakyat, dan dapat dibawa atau didengarkan di mana saja. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Percampuran antara kata, musik dan efek suara lainnya akan mempengaruhi emosi pendengar serta mengajak mereka berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan, dan semuanya itu dikenal dengan konsep the theatre of mind (Masduki, 2006:16).

Radio juga sudah mengikuti perkembangan zaman, dengan memanfaatkan sosial media, hingga youtube sebagai alternatif untuk menarik perhatian dari pendengarnya. bahkan saat ini beberapa stasiun radio sudah memiliki TV untuk memanjakan pendengarnya dan tidak sedikit pula radio yang beralih dari analog ke digital demi memenuhi keinginan pendengar.

Ujung tombak dari keberhasilan suatu radio adalah para penyiar. Penyiar mempunyai peran dan pengaruh yang cukup besar bagi eksistensi sebuah radio. Penyiar yang profesional akan mampu membawa suatu program siaran dengan baik sehingga akan menarik banyak pendengar (Fanani, 2013: 99). Dengan segala kemampuan dan kecakapan yang mereka miliki, para penyiar terus berusaha menghidupkan radio di antara para pendengarnya. Sosoknya menjadi salah satu kunci inti yang mengarahkan pada posisi atau rating sebuah radio, juga menjadi brand image dan citra perusahaan dengan kata lain mereka adalah gardu depan bagi stasiun radio maka dari itu kualitas penyiar adalah point penting yang selalu diperhatikan oleh stasiun radio,

Kualitas dari seorang penyiar adalah personalitas stasiun penyiaran yang diwakilinya. Kemampuan atau kegagalannya dapat mempengaruhi citra khalayak terhadap stasiun dimana ia bertugas. Penyiar harus dapat menyampaikan pesan secara efektif agar pendengar mengerti dan mampu membuat pendengar merasakan kepuasan akan informasi yang didapatkan.

Acara yang pesannya dapat dikomunikasi secara efektif akan menarik lebih banyak pendengar dan secara langsung dapat menguntungkan stasiun yang menyajikan acara yang dibawakan oleh penyiar tersebut. Selain penyiar, program siaran juga berperan penting. Acara atau program juga akan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran radio.

Program jugalah yang membawa pendengar mengenal suatu stasiun penyiaran. (Morrison, 2008:209) Program atau acara yang disajikan bisa menjadi faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh stasiun radio.

Di industri radio sampai saat ini juga masih berkonsentrasi pada rating. Artinya hanya mengejar dan menyajikan acara yang banyak didengar sehingga mendapatkan nilai positif di benak pendengar yang merupakan dari bagian citra perusahaan. Sedangkan untuk membuat program acara radio yang berkualitas dan menarik dibutuhkan para pekerja media yang

profesional, memiliki tingkat kreativitas yang memadai audiens bahkan penempatan jam siar yang sesuai dengan acara tersebut. Dengan demikian acara tersebut bisa dikatakan program berkualitas dan para pendengar merasa yakin dengan citra perusahaan radio itu sendiri serta puas dengan program acara radio.

Kepuasan pendengar sangat penting untuk menjaga loyalitas mereka pada program acara radio. Jika pendengar radio mendapatkan kepuasan maka kebutuhan mereka akan informasi dan hiburan juga terpenuhi. Dari penjelasan tersebut jelas bahwa seorang penyiar juga menentukan sukses tidaknya program acara di radio. Sehingga berdampak pada puas atau tidaknya pendengar radio tersebut.

Stasiun radio harus selalu memberikan kualitas penyiaran yang baik kepada pendengar untuk menjaga citra yang baik pada perusahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Nguyen dan LeBlanch (2005) bahwa citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya kualitas siaran dan kualitas Program.

Ujung tombak dari keberhasilan suatu radio adalah para penyiar. Penyiar mempunyai peran dan pengaruh yang cukup besar bagi eksistensi sebuah radio. Penyiar yang profesional akan mampu membawa suatu program siaran dengan baik sehingga akan menarik banyak pendengar (Fanani, 2013: 99). Dengan segala kemampuan dan kecakapan yang mereka miliki, para penyiar terus berusaha menghidupkan radio di antara para pendengarnya. Sosoknya menjadi salah satu kunci inti yang mengarahkan pada posisi atau rating sebuah radio, juga menjadi brand image dan citra perusahaan dengan kata lain mereka adalah gardu depan bagi stasiun radio maka dari itu kualitas penyiar adalah point penting yang selalu diperhatikan oleh stasiun radio,

Kualitas dari seorang penyiar adalah personalitas stasiun penyiaran yang diwakilinya. Kemampuan atau kegagalannya dapat mempengaruhi citra khalayak terhadap stasiun dimana ia bertugas. Penyiar harus dapat menyampaikan pesan secara efektif agar pendengar mengerti dan mampu membuat pendengar merasakan kepuasan akan informasi yang didapatkan.

Acara yang pesannya dapat dikomunikasi secara efektif akan menarik lebih banyak pendengar dan secara langsung dapat menguntungkan stasiun yang menyajikan acara yang dibawakan oleh penyiar tersebut. Selain penyiar, program siaran juga berperan penting. Acara atau program juga akan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran radio.

Program jugalah yang membawa pendengar mengenal suatu stasiun penyiaran. (Morrison, 2008:209) Program atau acara yang disajikan bisa menjadi faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh stasiun radio.

Di industri radio sampai saat ini juga masih berkonsentrasi pada rating. Artinya hanya mengejar dan menyajikan acara yang banyak didengar sehingga mendapatkan nilai positif di benak pendengar yang merupakan dari bagian citra perusahaan. Sedangkan untuk membuat program acara radio yang berkualitas dan menarik dibutuhkan para pekerja media yang profesional, memiliki tingkat kreativitas yang memadai audiens bahkan penempatan jam siar yang sesuai dengan acara tersebut. Dengan demikian acara tersebut bisa dikatakan program berkualitas dan para pendengar merasa yakin dengan citra perusahaan radio itu sendiri serta puas dengan program acara radio.

Kepuasan pendengar sangat penting untuk menjaga loyalitas mereka pada program acara radio. Jika pendengar radio mendapatkan kepuasan maka kebutuhan mereka akan informasi dan hiburan juga terpenuhi. Dari penjelasan tersebut jelas bahwa seorang penyiar juga menentukan sukses tidaknya program acara di radio. Sehingga berdampak pada puas atau tidaknya pendengar radio tersebut.

Stasiun radio harus selalu memberikan kualitas penyiaran yang baik kepada pendengar untuk menjaga citra yang baik pada perusahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Nguyen dan LeBlanch (2005) bahwa citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya kualitas siaran dan kualitas Program.

Sebagai stasiun radio, tentunya tidak mudah untuk mempopulerkan nama mereka di kalangan anak muda karena mengingat banyaknya hiburan melalui social media, internet dan platform yang dapat diakses melalui gadget. Butuh sebuah konsep yang mantap baik dari

penyiar maupun program siaran yang berbeda dan unik sehingga apa yang disajikan mampu memukau perhatian pendengar radio,

Di sinilah peneliti sangat tertarik untuk meneliti dunia radio saat ini yang dimana fenomenanya sangat kuat yaitu di tengah kencangnya media sosial dan juga beberapa platform seperti youtube, joox, spotify dll dalam memudahkan masyarakat radio masih menjadi salah satu alternatif yang diminati masyarakat kota Makassar, bahkan saat ini sudah banyak radio anak muda yang mampu bertahan lebih dari 30 tahun mengudara.

Citra perusahaan, kepuasan pendengar, dan loyalitas pendengar dianggap sebagai poin penting yang membuat stasiun radio masih mampu berdiri. Serta bagaimana radio itu sendiri mengemas penyiar dan program siaran dengan baik sehingga layak untuk mengudara dan mampu mempertahankan pendengar. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Penyiar dan Program Siaran Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pendengar Radio Muda di Kota Makassar”

## METODOLOGI

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan maka penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas penyiar dan program siaran terhadap citra perusahaan, kepuasan dan loyalitas pendengar radio di Kota Makassar. Lokasi penelitian ini dilakukan di Makassar pada pendengar radio yang berdomisili di kota Makassar. Penelitian ini akan dilaksanakan pada tiga Perusahaan/Stasiun Radio Yaitu RRI Pro2, Venus dan Madama.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling karena jumlah dan identitas anggota populasi tidak diketahui. Selain itu, juga dilakukan metode pengambilan sampel secara Accidental Sampling yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, maka dapat digunakan sebagai responden dengan kriteria utamanya adalah mereka pernah mendengarkan radio satu tahun terakhir. Adapun jumlah penelitian sampel penelitian ditetapkan berdasarkan rumus Lemeshow 195, yang akan dibulatkan peneliti menjadi 200 dengan tingkat kepercayaan 95%.

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil tanggapan 200 responden, radio yang paling banyak didengarkan adalah Radio Venus sebanyak 94 orang atau 47%, RRI PRO2 sebanyak 73 orang atau 36,5% dan Madama 33 orang atau 16.5%. Dalam sampel ini jenis kelamin pada Radio Venus yang terbesar adalah laki-laki yakni sebesar 58 orang atau 61,7%. Pada Radio RRI Pro 2 jenis kelamin yang terbesar adalah perempuan yakni sebesar 43 orang atau 58,9%. Pada Radio Madama jenis kelamin yang terbesar adalah perempuan yakni sebesar 21 orang atau 56,6%.

Karakteristik responden menurut usia, terlihat bahwa dalam sampel ini usia responden pada Radio Venus yang terbesar adalah antara 16-30 tahun yakni sebesar 82 orang atau 87,2%. Pada Radio RRI PRO 2 usia responden yang terbesar adalah antara 16-30 tahun yakni sebesar 67 orang atau 91,8%. Pada Radio Madama usia responden yang terbesar adalah antara 16-30 tahun yakni sebesar 26 orang atau 78,8%.

Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir responden, terlihat bahwa dalam sampel ini pendidikan terakhir responden pada Radio Venus yang terbesar adalah S1 yakni sebesar 40 orang atau 42,6.%. Pada Radio RRI Pro 2 yang terbesar adalah SMA yakni sebesar 35 orang atau 47,9%. Pada Radio Madama yang terbesar adalah S1 yakni sebesar 18 orang atau 54,5%.

Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir responden, terlihat bahwa dalam sampel ini pendidikan terakhir responden pada Radio Venus yang terbesar adalah S1 yakni sebesar 40 orang atau 42,6.%. Pada Radio RRI Pro 2 yang terbesar adalah SMA yakni sebesar 35 orang atau 47,9%. Pada Radio Madama yang terbesar adalah S1 yakni sebesar 18 orang atau 54,5%.

**Tabel 1.** Hasil Regresi Uji Hipotesis Variabel X1 dan X2 Terhadap Y1

Variabel	Sig.<	Ket.	R		
----------	-------	------	---	--	--

Independen	Dependen	0,05)			(R square)	t hitung
Kualitas Penyiar (X1)	Citra Perusahaan (Y1)	0,00	Signifikan	0,829	0,686	6,188
Program Siaran (X2)	Citra Perusahaan (Y1)					8,769

Nilai signifikan pada tabel 1 sebesar 0,000 lebih kecil dari standar signifikan 0,05, yang berarti variabel kualitas penyiar (X1) dan variabel program siaran (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel citra perusahaan(Y1).

Pada tabel 1 diperoleh Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.829. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas penyiar (X1) dan variabel program siaran (X2) memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel citra perusahaan (Y1).

Nilai R Square digunakan untuk menganalisa hasil koefisien determinasi (KD), dimana nilainya didapat dari rumus  $KD=R^2 \times 100\%$ . Dari nilai hasil analisis diperoleh nilai r square yang dimasukan maka diperoleh nilai 0.686. Setelah dimasukkan ke dalam rumus maka diperoleh hasil 68,6. Maka, variabel kualitas penyiar (X1) dan program siaran (X2) mempunyai pengaruh sebesar 68,6% terhadap variabel citra perusahaan (Y1).

Pada tabel 1 diperoleh nilai Thitung variabel kualitas penyiar (X1) sebesar 6,188 dan Thitung variabel program siaran (X2) sebesar 8,769. Sementara berdasarkan distribusi Ttabel dengan rumus  $Df = n - k$  ( $200 - 2 = 198$ ) diperoleh nilai 1,652. Maka diperoleh T hitung variabel kualitas penyiar (X1) maupun program siaran (X2) lebih besar dari Ttabel dengan taraf signifikan 0,05%. Maka dapat diartikan bahwa baik variabel kualitas penyiar (X1) maupun program siaran (X2) memiliki pengaruh nyata terhadap citra perusahaan (Y1).

**Tabel 2.** Regresi Uji Hipotesis Variabel X1 dan X2 Terhadap Y2

Variabel		Sig.( 0,05)	Ket.	R	(R square)	t hitung
Independen	Dependen					
Kualitas Penyiar (X1)	Kepuasan Pendengar (Y2)	0,00	Signifikan	0,804	0,647	6,285
Program Siaran (X2)	Kepuasan Pendengar (Y2)					7,424

Nilai signifikan pada tabel 2 sebesar 0,000 lebih kecil dari standar signifikan 0,05, yang berarti variabel kualitas penyiar (X1) dan variabel program siaran (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pendengar (Y2).

Pada tabel 2, Diperoleh Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.804. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas penyiar (X1) dan variabel program siaran (X2) memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel kepuasan pendengar (Y2).

Nilai R Square digunakan untuk menganalisa hasil koefisien determinasi (KD), dimana nilainya didapat dari rumus  $KD=R^2 \times 100\%$ . Dari nilai hasil analisis diperoleh nilai r square yang dimasukan maka diperoleh nilai 0.647. Setelah dimasukkan ke dalam rumus maka diperoleh hasil 64,7. Maka, variabel kualitas penyiar (X1) dan program siaran (X2) mempunyai pengaruh sebesar 64,7% terhadap variabel kepuasan pendengar (Y2).

Pada tabel 2 diperoleh nilai Thitung variabel kualitas penyiar (X1) sebesar 6,285 dan Thitung variabel program siaran (X2) sebesar 7,424. Sementara berdasarkan distribusi Ttabel dengan rumus  $Df = n - k$  ( $200 - 2 = 198$ ) diperoleh nilai 1,652. Maka diperoleh T hitung variabel kualitas penyiar (X1) maupun program siaran (X2) lebih besar dari Ttabel dengan taraf signifikan 0,05%. Maka dapat diartikan bahwa baik variabel kualitas penyiar (X1) maupun program siaran (X2) memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan pendengar (Y2).

**Tabel 3.** Regresi Uji Hipotesis Variabel X1 dan X2 Terhadap Y3

Variabel	Sig.( 0,05)	Ket.	R		
----------	----------------	------	---	--	--

Independen	Dependen	0,05)			(R square)	t hitung
Kualitas Penyiar (X1)	Loyalitas Pendengar (Y3)	0,00	Signifikan	0,669	0,448	4,627
Program Siaran (X2)	Loyalitas Pendengar (Y3)					4,493

Nilai signifikan pada tabel 4.16 sebesar 0,000 lebih kecil dari standar signifikan 0,05, yang berarti variabel kualitas penyiar (X1) dan variabel program siaran (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas pendengar (Y3).

Pada tabel 4.16, Diperoleh Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.669. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas penyiar (X1) dan variabel program siaran (X2) memiliki pengaruh yang lemah terhadap variabel loyalitas pendengar (Y3).

Nilai R Square digunakan untuk menganalisa hasil koefisien determinasi (KD), dimana nilainya didapat dari rumus  $KD=R^2 \times 100\%$ . Dari nilai hasil analisis diperoleh nilai r square yang dimasukkan maka diperoleh nilai 0.448. Setelah dimasukkan ke dalam rumus maka diperoleh hasil 44,8. Maka, variabel kualitas penyiar (X1) dan program siaran (X2) hanya mempunyai pengaruh sebesar 44,8% terhadap variabel loyalitas pendengar (Y3).

Pada tabel Coefficients diperoleh nilai Thitung variabel kualitas penyiar (X1) sebesar 4,627 dan Thitung variabel program siaran (X2) sebesar 4,493. Sementara berdasarkan distribusi T tabel dengan rumus  $Df = n - k$  ( $200 - 2 = 198$ ) diperoleh nilai 1,652. Maka diperoleh T hitung variabel kualitas penyiar (X1) maupun program siaran (X2) lebih besar dari T Tabel dengan taraf signifikan 0,05%. Maka dapat diartikan bahwa baik variabel kualitas penyiar (X1) maupun program siaran (X2) memiliki pengaruh nyata terhadap loyalitas pendengar (Y3).

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas penyiar memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan. Berdasarkan data menunjukkan bahwa variable kualitas penyiar (X1) memiliki pengaruh sebesar 68,6% terhadap variable citra perusahaan (Y1). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas penyiar memiliki pengaruh yang kuat terhadap citra perusahaan.
2. Kualitas penyiar memberikan pengaruh terhadap kepuasan pendengar. Berdasarkan data menunjukkan bahwa variable kualitas penyiar (X1) memiliki pengaruh sebesar 64,7% terhadap variable kepuasan pendengar (Y2). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas penyiar memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pendengar.
3. Kualitas penyiar memberikan pengaruh terhadap loyalitas pendengar. Berdasarkan data menunjukkan bahwa variable kualitas penyiar (X1) memiliki pengaruh sebesar 44,8% terhadap variable loyalitas pendengar (Y3). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas penyiar memiliki pengaruh yang lemah terhadap loyalitas pendengar.
4. Program siaran memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan. Berdasarkan data menunjukkan bahwa variable program siaran (X2) memiliki pengaruh sebesar 68,6% terhadap variable citra perusahaan (Y1). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial program siaran memiliki pengaruh yang kuat terhadap citra perusahaan.
5. Program siaran memberikan pengaruh terhadap kepuasan pendengar. Berdasarkan data menunjukkan bahwa variable program siaran (X2) memiliki pengaruh sebesar 64,7% terhadap variable kepuasan pendengar (Y2). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial program siaran memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pendengar.
6. Program siaran memberikan pengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan data menunjukkan bahwa variable program siaran (X2) memiliki pengaruh sebesar 44,8% terhadap variable loyalitas (Y3). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial program siaran memiliki pengaruh yang lemah terhadap citra perusahaan.

## REFERENSI

1. Danny Suhartono. 2013. Peran Penyiar Good Morning Hard Rockers Di Hard Rock FM Surabaya Dalam Menjaring Pendengar.

2. Joel D Abramson. 2014. Radio: *Reaching Young Adult Audiences, What Are The Challenges And Opportunities For Radio*
3. Dewi Debiatu Sholihah. 2016 Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran dan Format Siaran Serta Kualitas Penyiar Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pendengar Radio Kiss FM Jember
4. Rocky Prasetyo Jati/ Mira Herlina. 2013. Hubungan Antara Radio Streaming Dengan Persepsi Dan Kepuasan Audiens Di PT. MNC Skyvision Jakarta.
5. Wiratri Anindhita. 2013. Efektifitas Program Siaran Konseling Di Radio Trijaya Bagi Masyarakat Kota Yogyakarta.
6. fdjani, Hadiono. 2013. Ilmu Komunikasi Proses dan Strategi. Banten: Empat Pena Publishing
7. Alma, Buchari. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
8. Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama
9. Biagi, Shirley. 2010. Media/Impact : Pengantar Media Massa. Jakarta : Salemba Humanika
10. Burhan Fanani. 2013. Buku Pintar Menjadi MC, Pidato, Penyiar Radio Dan Televisi. Yogyakarta: Araska
11. Cangara, Hafied. 2012 Pengantar Ilmu Komunikasi edisi ke dus. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
12. Cutlip, Scott M. 2006. Effective Public relations Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana
13. Effendy, Onong Uchjana. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosda Karya
14. Ega Wardana. 2009. Sukses Menjadi Penyiar Radio Profesional. Yogyakarta : ANDI
15. Elvinaro, nArdianto, dkk. 2009. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
16. Eva Arifin. 2010. Broadcasting To Be Broadcaster. Yogyakarta : Graha Ilmu
17. Fandy, Tjiptono. 2004. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama, Yogyakarta : ANDI
18. Griffin, J 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga
19. Hall, Stuart. 1986 Encoding/decoding dalam culture media, Language, eds. stuart, et. Al(London: Center For Contemporary Culture Studies Hutchinson & Co. Ltd)
20. Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin. 2011. Dasar-Dasar Penyiaran. Jakarta :Kencana
21. Masduki. 2006. Menjadi Broadcaster Profesional . Yogyakarta : LKIS
22. Morissan. 2008. Menejemn Penyiaran Jakarta: Prenada Media Group
23. Morissan. 2013. Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa Jakarta: Kencana
24. Nurudin, M.Si. 2011. Pengantar Komunikasi Massa . Jakarta : Raja Grafindo Persada
25. Prayudha, Harlay. 2013. Radio Is Sound Only. Malang, Jawa Timur: Bayumedia
26. Yulia, Wanda. 2010. Andai Aku Jadi Penyiar. Yogyakarta: Andi Offset