

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PENDENGAR RADIO PUBLIK MIMIKA DI KABUPATEN MIMIKA

Robertho Kailey*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan Timika, Indonesia
ricardho.rpm@gmail.com

Habel Taime

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan Timika, Indonesia
habeltaime4@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the factors that influence the loyalty of Mimika public radio listeners in Mimika Regency. The research method used in this research is descriptive method, namely a research method that describes or describes something, for example circumstances, conditions, situations, activities, and others. In this study the data collection techniques used were observation and questionnaires. the factors that influence the loyalty of Mimika public radio listeners in Mimika Regency, the analysis used in this research is Confirmatory Factor Analysis. The results of the study show that the Emphaty variable dominates or is very influential in this study, meaning that Mimika public radio listeners still show their loyalty because of their high sense of empathy for Mimika public radio in the current digitalization era.

Keywords: *Reliability, Responsibility, Assurance, Empathy, Loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik Mimika di Kabupten Mimika. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode penelitian yang memaparkan atau menggambarkan suatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, kegiatan, dan lain-lain. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik Mimika di Kabupten Mimika, maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Factor Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel *Emphaty* sangat mendominasi atau sangat berpengaruh dalam penelitian ini, artinya pendengar radio publik Mimika masih menunjukkan loyalitasnya karena rasa empati yang tinggi terhadap radio publik Mimika di era digitalisasi saat ini.

Kata kunci: *Reliability, Responsivines, Assurance, Emphaty, Loyalitas.*

PENDAHULUAN

Eskalasi atau peningkatan radio penyiaran di negara Indonesia masih tumbuh dengan pesat seiring dengan proses perkembangan IPTEK dan komunikasi, melalui personal komputer dan *smart phone*. Personal komputer dan telepon seluler memudahkan masyarakat dalam mencari sumber informasi hiburan, pendidikan, maupun periklanan melalui media internet.

Menurut Armawan (2010:2) *Interconnected Network* (Internet) yakni metode atau cara bagaimana jaringan itu dapat bekerja untuk mempertemukan atau mengonfrontasikan siapa saja yang menggunakan komputer yang ada di jagat raya atau alam semesta. *Interconnected Network* (Internet) inilah yang memudahkan kita untuk dapat merotasi data antar komputer walaupun terpisah atau terhalang oleh jarak dan waktu. Internet juga dapat difungsikan sebagai alat atau sarana untuk pertukaran informasi dari antar computer dengan waktu yang sangat cepat, tanpa harus dibatasi oleh jarak fisik kedua komputer tersebut.

Secara sederhana, internet dapat diartikan sebagai *Network Of Network* atau jaringan dari jaringan. Setiap komputer yang tersambung atau terhubung dengan jaringan dapat dioperasikan untuk pertukaran data dan informasi. Hal ini bisa juga dilakukan secara langsung dalam bentuk komunikasi dua arah pada saat itu juga atau *realtime*.

Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh *we are social* (Putri dan sri, 2021:102), menyatakan bahwa sekitar 55,5 persen masyarakat di daerah nusantara merupakan pengguna internet dan sosial media yang sangat aktif.

Menurut Media View Survei Nielsen Indonesia (Putri dan sri 2021:107) memaparkan bahwa pertumbuhan atau perkembangan radio menduduki peringkat keempat disandingkan dengan beragam medium atau sarana lain yang ada di Indonesia bahkan di dunia. Televisi sampai saat ini merupakan medium atau sarana utama untuk sebagian besar populasi di negara kita, yang mana intrusi atau penerobosannya memperoleh sekitar 92 persen, mengalami penurunan 1 persen pada tahun 2019 dan diperingkat kedua ada media yang bisanya kita lihat atau jumpai seperti reklame dan baliho *Out Of Home* (OOH). Media ini penetrasinya mencapai sekitar 46 persen. Kemudian di urutan ketiga ada internet dengan jumlah persentase mencapai 61 persen, mengalami peningkatan atau kenaikannya sekitar 2 persen, dan diposisi keempat ada radio dengan jumlah intrusi atau penerobosannya sekitar 43 persen, yang mana besaran atau jumlah ini mengalami perkembangan atau kenaikan 4 persen. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat di Indonesia yang mendengarkan radio.

Menurut Maryono dan Patmi (2008:11) radio adalah perangkat elektronik yang bisa digunakan untuk mendengarkan berita atau informasi, lagu-lagu kesukaan, sandiwara, dan lain sebagainya melalui siaran stasiun-stasiun radio. Radio juga dapat dikatakan atau termasuk alat komunikasi satu arah karena hanya berfungsi sebagai media penyaji berita atau informasi. Berita atau informasi yang diterima melalui radio (*radio receiver*) sebenarnya dikirimkan oleh sebuah pemancar stasiun radio (*radio transmitter*) atau radio siaran (*broadcasting system radio*).

Keseluruhan sarana yang dipergunakan untuk bagi transmisi sinyal adalah menggunakan metode dan pancaran gelombang elektromagnetik. Aliran atau arus ini melewati dan merambat atau menjalar melalui udara, serta dapat juga menjalar melalui ruang antariksa yang hampa udara, sebab aliran ini tidak mengharapakan atau menginginkan sarana pengangkut misalkan unsur udara.

Sedangkan KBBI, menjelaskan bahwa Radio yaitu siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara dengan gelombang elektromagnetik, dan siaran sendiri memiliki pengertian yaitu proses penyampaian pesan (komunikasi) yang bersifat satu arah maupun dua arah antara penyiar dengan pendengar. Saat ini radio juga dapat didengar melalui *smart phone*, berbeda halnya sebelum abad kedua puluh, ketika konsep nirkabel masih dianggap kisah fiksi semata.

Disamping itu, radio juga memiliki kegunaan selaku medium atau sarana *intermezzo* atau pertunjukan, penyampaian pesan, ekspresi, penyampampaian berita, penyampaian edukasi. Selain itu Radio

juga mempunyai kemampuan (*Power*) besar sebagai medium atau sarana untuk membuat pendengarnya berimajinasi, oleh karena medium atau sarana ini keandalannya adalah suara maka, radio meningkatkan dan mengembangkan beragam macam jenis suara serta berusaha untuk memvisualisasikan ruang penyiar melintasi atau melewati telinga penikmat radio. Keandalan lainnya dari radio yaitu mempunyai kemampuan untuk menstimulasi imajinasi penggemarnya dan elastisitas atau kelentukannya untuk menghadirkan berita atau informasi dengan beragam jenis penyajiannya. Contohnya; ceramah, dramatis, dan diskusi atau acara bincang-bincang (*talkshow*) yang disirkulan oleh radio.

Media radio memiliki kelebihan dibandingkan dengan medium atau sarana lain yaitu memiliki jangkauan yang sangat luas dan mudah untuk diakses tanpa mengeluarkan biaya yang mahal, dan ini tidak dimiliki oleh media atau sarana lainnya, misalkan koran dan tv. Hal ini yang membuat sarana atau media radio sangat diminati oleh semua kalangan. Di era sekarang sarana atau media radio dapat dijabarkan selaku sarana atau medium yang merupakan kegemaran atau kesukaan masyarakat untuk dapat menikmati berita, musik ataupun hiburan lainnya. Media atau sarana ini juga merupakan sarana informasi, musik dan hiburan yang bisa dijangkau dimana saja dan Sampai saat ini media radio masih diminati semua orang. Di era digitalisasi sekarang media atau sarana radio tampil pula lewat Hp (*hand-phone*), jaringan *internet* atau jejaring sosial, lewat radio mobil dan lain-lain. Media radio juga saat ini gampang untuk diakses serta didengar kapanpun dan dimana saja.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dalam jurnal meraih Loyalitas pelanggan pada tahun 2005 (Alfazriani 2011:16) unsur-unsur yang berpengaruh terhadap loyalitas yaitu, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, citra dan rintangan untuk berpindah. Dimensi loyalitas seseorang yang disederhanakan oleh zeithaml, dan Berry (Alfazriani, 2011:31) membentuk lima aspek atau perspektif pokok yaitu kompetensi, tata krama atau keteraturan dan jaminan dipadukan atau dileburkan sehingga menjadi (*assurance*). Sementara itu akses, komunikasi dan kemampuan memahami konsumen diintegrasikan sebagai *emphaty* (empati). Sehingga ada lima aspek utama dalam menimbulkan loyalitas seseorang yang diurutkan berdasarkan dengan urutan kepentingannya adalah sebagai berikut; *reliability* (keandalan), *responsiviness* (ketanggapan), *assurance* (Jaminan), *tangibels* (bukti fisik) dan *empathy* (empati).

Dari dasar niat atau empati seseorang untuk mendengarkan radio, orang tersebut memiliki sikap simpati untuk suatu objek yang sangat berkesan hingga menimbulkan rasa suka dan minat seseorang untuk menikmati sebuah acara yang disiarkan oleh radio. Penggemar atau pelanggan radio ada karena rasa simpati dan empati mereka terhadap setiap acara yang disiarkan. Rasa Simpati dan empati ini mendasari sejumlah faktor yaitu dorongan kegemaran atau kesukaan penggemar atau pelanggan radio terhadap makna atau pesan dari sebuah program siarannya. Biasanya dalam genre lagu, *voice* atau suara penyiar, etika atau *attitude* penyiarnya atau telah menjadi kebutuhan untuk mendengarkan radio.

Berbagai stasiun radiopun muncul di Indonesia termasuk di Provinsi Papua. jumlah stasiun radio di provinsi papua sekitar 27 stasiun radio, Kabupaten Biak 1 stasiun radio, ibu kota Jayapura 9 stasiun radio, Kabupaten Manokwari 3 stasiun radio, Kabupaten Sorong 3 stasiun radio, Kabupaten Wamena 2 stasiun radio, Kabupaten Mimika 9 stasiun radio.

Radio yang didirikan oleh YPMAK sejak tahun 2010 bersama dengan beberapa pemangku kepentingan lainnya seperti PT. Freeport Indonesia dan pemerintah Kabupaten Mimika yakni LPPL radio publik Mimika dengan slogan “ kitong semua punya”, yang mengudara dengan gelombang atau frekuensi Fm 102 Mhz, radio ini mengudara mulai dari pukul 05.00 – 24.00 waktu Indonesia bagian timur, dengan

jumlah karyawannya sekitar 11 orang, 3 orang dibagian penyiaran, 3 orang dibagian pemberitaan atau sebagai reporter, 2 orang dibagian teknisi, 1 orang kepala stasiun yang juga merupakan kepala divisi HUMAS YPMAK dan dibantu oleh 1 orang konsultan yang juga merupakan pendiri radio publik Mimika.

Stasiun radio ini berlokasi di jalan Cendrawasih gang Agape, kompleks *Multy Porpuse Community Center* (MPCC) YPMAK, dan masih menunjukkan eksistensinya. Hal yang menjadi fenomena adalah mengapa ditengah era digitalisasi yang berkembang dengan pesat saat ini tetapi pendengar atau pelanggan radio publik Mimika masih tetap loyal atau setia mendengarkan siaran radio publik Mimika, walaupun sebagian besar masyarakat Mimika terpengaruh dengan dunia televisi, internet, *Handphone*, *youtube*, *game Online* dan lain sebagainya.

Berdasarkan fenomena yang diuraikan. peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pendengar Radio Publik Mimika di Kabupaten Mimika”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan tentang sesuatu konsep atau gejala, juga jawaban pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status subjek mengenai penelitian yang dilakukan, misalnya sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi dan lain sebagainya (Munandar, 2021:5).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif untuk berusaha menjelaskan tentang data dan informasi yang telah penulis kumpulkan secara sistematis sehingga diperoleh data yang faktual maupun akurat mengenai fenomena yang diselidiki demi mencapai tujuan penelitian yaitu tentang “Faktor-Faktor yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik Mimika di kabupaten Mimika.

Subjek penelitian adalah sesuatu baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaannya akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian. Populasi subjek dalam penelitian ini adalah pada LPPL radio publik Mimika di jalan cendrawasih gang Agape, Kompleks Multy Porpuse Community Center (MPCC) YPMAK. Objek penelitian adalah sesuatu yang bersifat keadaan (attributes) dari suatu benda, orang atau keadaan yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian Populasi objek. Populas Objek penelitian pada penelitian ini adalah pendengar aktif radio publik Mimika.

Populasi responden adalah seseorang (karena lazimnya berupa orang) yang diminta untuk memberikan respon (jawaban) terhadap pertanyaan-pertanyaan (langsung atau tidak langsung, lisan atau tertulis ataupun berupa perbuatan) yang diajukan oleh peneliti. Dalam hal penelitian dilakukan dengan menggunakan tes, maka “responden” peneliti ini menjadi “testee” (yang dites). Responden penelitian bisa subjek penelitian, bisa orang lain. Adapun yang menjadi populasi responden dalam penelitian ini adalah seluruh Pendengar aktif dan Pasif serta Crew LPPL Radio Publik Mimika.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling.

Purposive sampling adalah salah satu jenis teknik pengambilan sampel yang biasa digunakan dalam penelitian ilmiah. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria

tertentu (Sugiyono, 2008). Kriteria – kriteria yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendengar yang mendengarkan radio secara terus-menerus atau berulang kali, pendengar yang merefrensikan atau merekomendasikan kepada orang lain serta pendengar yang menggunakan jasa atau layanan radio publik Mimika.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dapat diukur atau dapat dihitung secara langsung, berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari LPPL radio publik Mimika yang dapat di hitung, seperti jumlah karyawan, jumlah Pendengar, indentitas pendengar, status pendidika, status pekerjaan, usia serta data-data lainnya yang menunjang penelitian ini. Kemudian, data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data yang di peroleh dari LPPL radio publik Mimika yang tidak berbentuk angka, seperti gambaran umum perusahaan, hasil kuesioner, dan informasi-informasi yang di peroleh dari pihak lain yang menunjang penelitian.

Sumber data terdiri dari sumber primer dan sumber sekunder. Sementara, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara melakukan observasi dan pengisian kuisisioner serta dokumentasi.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, pengisian daftar kuisisioner dan dokumentasi penelitian kepada pendengar radio serta pihak radio publik Mimika.

Pada penelitian ini analisis faktor konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis) digunakan untuk mengkonfirmasi hubungan peubah indikator dengan peubah laten yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik Mimika menggunakan software SPSS versi 25.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Langkah pertama: Pengumpulan data untuk mengidentifikasi loyalitas dan untuk menguji faktor loyalitas pelanggan radio publik Mimika. 2) Langkah kedua : Identifikasi pelanggan yang loyalitas. 3) Langkah ketiga : Melakukan tabulasi data. 4) Langkah keempat : Melakukan uji faliditas dan reabilitas. 5) Langkah kelima : Melakukan uji faktor loyalitas pelanggan yang terdiri dari; Analisis, Uji KMO dan Pembahasan Faktor loyalitas pendengar/pelanggan radio publik Mimika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan kuesioner yang telah dibagikan kepada seratus responden dan telah diisi sesuai dengan pilih jawaban pernyataan dari setiap responden untuk menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik Mimika di Kabupaten Mimika.

Analisis Faktor Loyalitas Pendengar Radio Publik Mimika

Untuk melakukan pengujian terhadap analisis faktor maka, terlebih dahulu dilakukan uji **Anti-image Matrices**. hal ini dilakukan untuk memastikan apakah data yang digunakan dalam analisis ini layak atau tidak.

Tabel 5.1.
Anti-image Matrices

| Anti-image Matrices | | | | | |
|---------------------------------------|----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | | Relia- bility | Respon- siviness | Assurance | Emphaty |
| Anti-image Covariance | Reliability | ,211 | -,086 | -,010 | -,112 |
| | Responsiviness | -,086 | ,291 | -,067 | -,059 |
| | Assurance | -,010 | -,067 | ,397 | -,098 |
| | Emphaty | -,112 | -,059 | -,098 | ,183 |
| Anti-image Correlation | Reliability | ,809^a | -,346 | -,036 | -,572 |
| | Responsiviness | -,346 | ,889^a | -,196 | -,257 |
| | Assurance | -,036 | -,196 | ,901^a | -,364 |
| | Emphaty | -,572 | -,257 | -,364 | ,791^a |
| a. Measures of Sampling Adequacy(MSA) | | | | | |

Sumber : Data Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, hasil output Statistical Program Social Scene (SPSS) versi 25 untuk uji *Anti-image Matrices*. *Anti-image Correlation* pada variabel-variabel yang dianggap layak untuk digunakan dalam analisis faktor. Dalam uji *Anti-image Matrices* untuk variabel *assurance* sebesar 0,901, variabel *resvonsiviness* sebesar 0,889, variabel *reliability* memiliki nilai sebesar 0,809 dan variabel *emphaty* sebesar 0,791. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Measures of Sampling Adequacy (MSA)* sudah terpenuhi karena setiap nilai variabel pada *Anti-image Correlation* lebih besar (>) dari 0,50.

Tabel 5.2
KMO and Bartlett's Test

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | ,841 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 342,437 |
| | df | 6 |
| | Sig. | ,000 |

Sumber : Data Output SPSS 25, 2022

Uji asumsi analisis faktor yaitu uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* dan Uji *Bartlett's Test*. Uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* bermaksud untuk mengetahui apakah data digunakan untuk analisis ini telah sesuai untuk difaktorkan atau tidak. Bisa diamati dalam hasil uji KMO dan *Bartlett's Test*.

Berdasarkan table 5.1, *output KMO and Bartlett's Test* dibawah ini menunjukan bahwa nilai KMO MSA sebesar 0,814 lebih besar (>) dai 0,50 dan nilai *Bartlett's Test of Sphericity (Sig.)* 0,000 lebih kecil (<) dari 0.50. Apabila nilai KMO MSA lebih besar (>) dari 0.50, maka Analisis Faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah sesuai atau memenuhi persyaratan atau asumsi dari analisis faktor dan dinyatakan valid.

Sedangkan nilai *Bartlett's Test of Sphericity (Sig.)* 0,000 lebih kecil (<) dari 0.50. hal ini menunjukan bahwa matriks korelasinya signifikan dengan variabel yang digunakan karena niali signifikannya lebih kecil (<) dari 0,50.

Tabel 5.3
Measures of Sampling Adequacy(MSA)

| Faktor | Nilai MSA | Keputusan |
|----------------|--------------|---------------------------------|
| Reliability | 0,809 > 0,50 | Layak digunakan analisis faktor |
| Resvonsiviness | 0,889 > 0,50 | Layak digunakan analisis faktor |
| Assurance | 0,901 > 0,50 | Layak digunakan analisis faktor |
| Emphaty | 0,791 > 0,50 | Layak digunakan analisis faktor |

Sumber : Data diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 5.3 maka indikator-indikator yang digunakan dalam analisis faktor yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik mimika adalah sebagai berikut (1) *reliability* (2) *responsiviness* (3) *assurance* (4) *emphaty* dari hasil output menggunakan SPSS versi 25 telah menunjukkan presentase masing-masing faktor pada tabel diatas.

Tabel 5.4
Total Variance Explained

| Total Variance Explained | | | | | | |
|--------------------------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|
| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 3,328 | 83,199 | 83,199 | 3,328 | 83,199 | 83,199 |
| 2 | ,337 | 8,435 | 91,634 | | | |
| 3 | ,213 | 5,319 | 96,953 | | | |
| 4 | ,122 | 3,047 | 100,000 | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Data Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 5.5, *output Total Variance Explained*, menunjukkan bahwa hanya ada satu (1) faktor yang terbentuk, hal ini dapat dilihat dari faktor yang memiliki nilai *eigen values* lebih dari 1 akan dipertahankan dan faktor yang memiliki *eigen values* kurang dari 1 akan dikeluarkan. Oleh sebab itu hanya satu faktor yang mempunyai *point eigen values* lebih dari satu (1), sedangkan untuk 3 faktor lainnya yang memiliki nilai *eigen values* sudah dibawah 1 yaitu 0,337, 0,213 dan 0,122.

Tabel 5.5
Component Matrix^a

| Component Matrix ^a | |
|-------------------------------|-----------|
| | Component |
| | 1 |
| Reliability | ,928 |
| Responsiviness | ,910 |
| Assurance | ,863 |
| Emphaty | ,945 |

| |
|--|
| Extraction Method: Principal Component Analysis. |
| a. 1 components extracted. |

Sumber : Data Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 5.5, pada *component matrix* yang dihasilkan dalam distribusi faktor yang telah diekstrak kedalam faktor yang terbentuk sesuai faktor *loadingnya*, keempat faktor diatas mendominasi pengaruh loyalitas pendengar untuk mendengarkan radio publik mimika, keempat faktor tersebut memiliki pengaruh terbesar sehingga pendengar atau pelanggan radio publik Mimika tetap setia untuk mendengarkan radio. Akan tetapi dalam tabel diatas terlihat bahwa ada satu faktor yang sangat mendominasi pengaruh loyalitas terhadap pendengar radio publik Mimika untuk mendengarkan radio yaitu faktor empati dengan nilai *component matrix* 0,945.

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

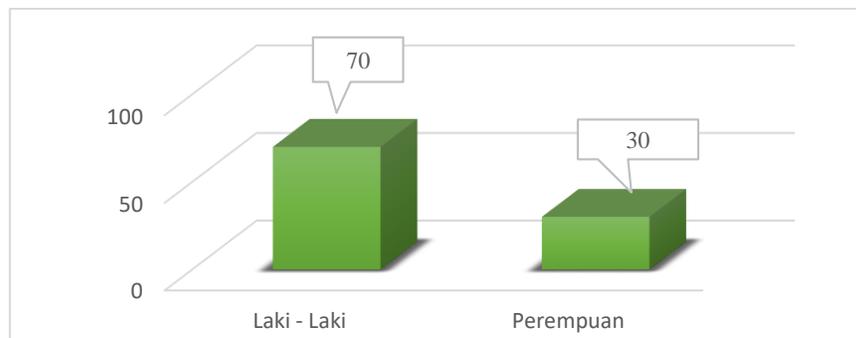
Berdasarkan karakteristik responden pada jenis kelamin jumlah responden laki-laki sebanyak 70 orang dan jumlah responden perempuan sebanyak 30 orang. Sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dari pada perempuan yang mendengarkan radio publik mimika karena kebanyakan dari mereka adalah penikmat radio yang sering mendengarkan radio saat sedang bekerja atau pada saat mereka mengendarai mobil.

Tabel 5.6
Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

| Kode | Jenis Kelamin | Frekuensi |
|-------|---------------|-----------|
| 1 | Laki - Laki | 70 |
| 2 | Perempuan | 30 |
| Total | | 100 |

Sumber : Data diolah, 2022

Gambar 5.1 Grafik Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



Sumber : Data diolah, 2022

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

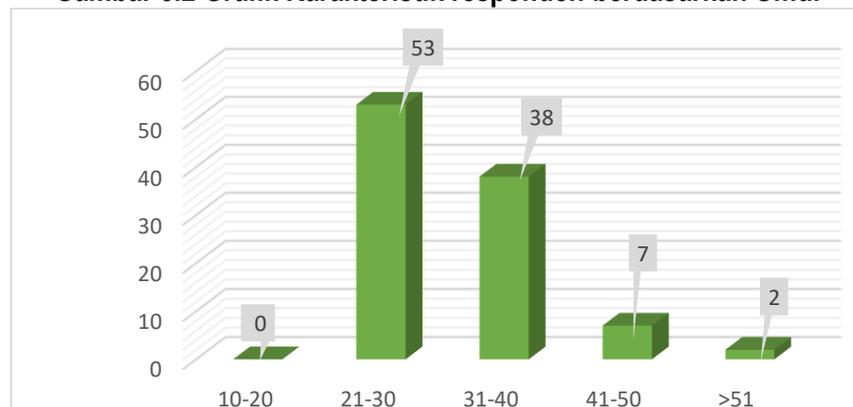
Karakteristik responden pada kelompok usia, jumlah responden pada usia 10-20 sebanyak 0, usia 21-30 sebanyak 53, usia 31-40 sebanyak 38, usia 41-50 sebanyak 7, usia >51 sebanyak 2. Sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah kelompok usia 20-30 Tahun banyak yang mendengarkan radio publik mimika karena diusia ini banyak diantara mereka yang telah bekerja dan rata-rata mereka mendengarkan radio untuk mendapatkan informasi atau sekedar mendengarkan radio untuk menikmati lagu kesukaan mereka atau untuk berinteraksi dengan penyiar atau dengan sesama pendengar lainnya, Begitu juga dengan pendengar dengan kelompok usia 31- 40.

Tabel 5.7
Karakteristik berdasarkan umur

| Kode | Umur | Frekuensi |
|-------|-------|-----------|
| 1 | 10-20 | 0 |
| 2 | 21-30 | 53 |
| 3 | 31-40 | 38 |
| 4 | 41-50 | 7 |
| 5 | >51 | 2 |
| Total | | 100 |

Sumber : Data diolah, 2022

Gambar 5.2 Grafik Karakteristik responden berdasarkan Umur



Sumber : Data diolah, 2022

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan latar belakang pendidikan jumlah responden pada tingkat pendidikan SD sebanyak 0, SMP sebanyak 0, SMA/SMK sebanyak 55, Diploma sebanyak 4, tingkat pendidikan sarjana sebanyak 41. oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa jumlah kelompok tingkat pendidikan SMA/SMK banyak yang mendengarkan radio, tetapi ada juga yang tingkan pendidikan sarjana. Mengapa demikian karena pendengar radio ini mereka rata-rata telah bekerja baik itu sebagai karyawan swasta maupun juga sebagai PNS, tetapi ada juga pendengarnya yang sementara melanjutkan pendidikannya di kota Timika. Sehingga hal ini

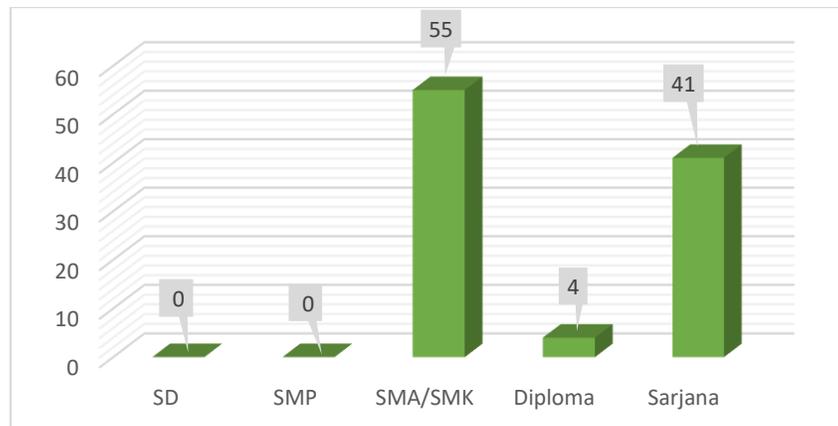
menunjukkan bahwa pendengar radio publik mimika sendiri didominasi oleh kalangan pendengar yang berpendidikan dari tingkat SMA/SMK – sampai kepada tingkat sarjana/ perguruan tinggi.

Tabel 5. 8
Karateristik berdasarkan pendidikan

| Kode | Pendidikan | Frekuensi |
|-------|------------|-----------|
| 1 | SD | 0 |
| 2 | SMP | 0 |
| 3 | SMA/SMK | 55 |
| 4 | Diploma | 4 |
| 5 | Sarjana | 41 |
| Total | | 100 |

Sumber : Data diolah, 2022

Gambar 5.3 Grafik Karakteristik responden berdasarkan pendidikan



Sumber : Data diolah, 2022

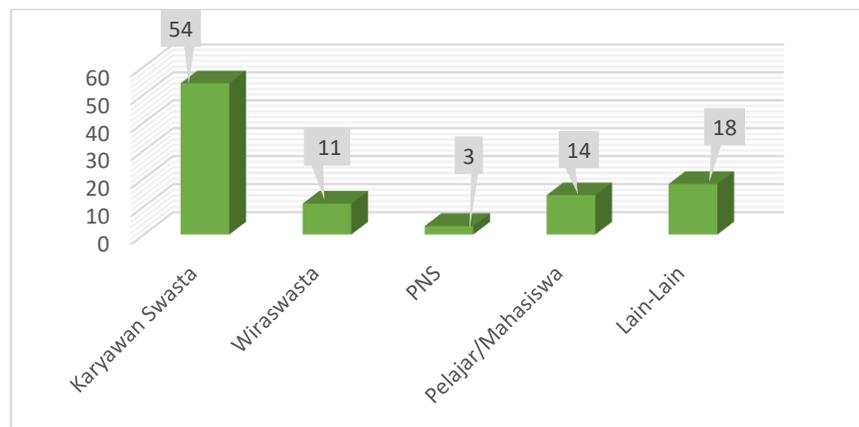
Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan latar belakang pekerjaan jumlah responden yang ada merupakan karyawan swasta sebanyak 54, wiraswasta sebanyak 11, PNS sebanyak 3, pelajar/mahasiswa sebanyak 14, lain-lain sebanyak 18. Sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah responden yang merupakan karyawan swasta adalah yang paling banyak mendengarkan radio publik Mimika. Penyebabnya telah dijabarkan pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur atau usia serta tingkat pendidikan responden.

Tabel 5.9
Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

| Kode | Pekerjaan | Frekuensi |
|------|-------------------|-----------|
| 1 | Karyawan Swasta | 54 |
| 2 | Wiraswasta | 11 |
| 3 | PNS | 3 |
| 4 | Pelajar/Mahasiswa | 14 |
| 5 | Lain-Lain | 18 |
| | Total | 100 |

Gambar 5.4 Grafik Karakteristik responden berdasarkan pendidikan



Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis faktor yang sudah dilakukan untuk menentukan faktor –faktor manakah yang mendominasi pengaruh loyalitas pendengar radio publik Mimika, berlandaskan empat faktor yang telah dianalisis maka, dalam pembahasan ini peneliti akan uraikan faktor manakah yang sangat mendominasi pengaruh loyalitas pendengar radio publik Mimika. Dari Keempat faktor yang telah telitih dan dianalisis semuanya memiliki pengaruh atau mendominasi loyalitas pendengar radio publik Mimika. Keempat faktor tersebut yakni (1) Faktor *reliability*, (2) faktor *responsiviness*, (3) faktor *assurance*, dan (4) faktor *Empathy*. Dimulai dari faktor yang sangat mendominasi pengaruh loyalitas pendengar radio publik Mimika yaitu sebagai berikut :

Faktor *Empathy* (empati),

Berdasarkan hasil analisis faktor pada faktor *emphaty* (empati) maka diuraikan sebagai berikut, Pendengar akan selalu mengikuti siaran radio jika radio selalu menyajikan berita-berita terkini dan berita-berita terbaru yang menjadi pusat perhatian masyarakat, dan juga radio publik Mimika selalu menghadirkan musik serta hiburan lainnya sesuai dengan keinginan pendengarnya.

Pendengar radio publik mimika juga akan menunjukkan loyalitasnya atau tetap setia untuk mendengarkan radio apabila setiap saran dan masukan dari pendengarnya mengenai setiap program-

program yang disajikan diterima secara baik dan dimasukkan dalam setiap program, dan juga apabila kru radio publik Mimika sangat menghargai setiap narasumber maupun pendengar yang terlibat dalam mengisi acara/program. Sehingga pada faktor empati dari radio publik Mimika membuat masyarakat di mimika masih sangat loyal untuk mendengarkan radio publik Mimika.

Faktor *Reliability* (keandalan)

Sesuai dengan hasil analisis faktor pada faktor *reliability* (keandalan), Pendengar akan tetap setia atau loyal untuk mendengarkan radio publik Mimika, apabila tetap konsisten dalam penyajian informasi secara cepat, menyajikan informasi terbaru yang menjadi pusat perhatian dari pada masyarakat, berita-berita atau informasi yang disiarkan dapat dipercaya, cermat dan sesuai dengan realita, dan program-program yang disiarkan sesuai dengan jadwal dan juga sesuai dengan kebutuhan pendengar.

Faktor *Responsiveness* (ketanggapan)

Pada hasil analisis faktor dalam faktor ketanggapan (*Responsiveness*) dapat dijelaskan bahwa pendengar radio publik Mimika akan selalu mengikuti siaran radio jika kru yang terlibat dalam penyiaran selalu merespon permintaan mereka secara baik, selalu membantu setiap pendengar yang ingin menyampaikan informasi baik berita kehilangan, kedukaan maupun informasi layanan masyarakat, serta selalu menginformasikan program-program yang akan disiarkan kepada pendengarnya, dan cepat dalam menyiarkan informasi sesuai keinginan pendengar dan juga tepat waktu dalam menghadirkan berita-berita atau informasi, pengumuman atau iklan yang telah disepakati secara bersama.

Faktor *Assurance* (jaminan).

Dalam analisis faktor untuk faktor *Assurance* (Jaminan) dapat juga dijelaskan bahwa Pendengar radio publik Mimika akan selalu mengikuti atau mendengarkan siaran apabila adanya jaminan bahwa informasi yang dihadirkan netral, independen dan terpercaya, serta adanya jaminan bahwa semua kru yang terlibat dalam penyiaran memiliki keahlian dan profesionalitas yang tinggi sesuai bidangnya masing-masing.

Pendengar radio publik Mimika juga akan selalu mengikuti siaran radio apabila adanya jaminan bahwa setiap penyiar yang terlibat dalam peyiaran memiliki tingkat pengetahuan yang memadai terkait topik yang dibahas atau disiarkan, serta adanya jaminan bahwa Setiap pendengar dan narasumber yang berkunjung atau terlibat dalam setiap program, akan selalu mendapatkan jaminan pelayanan yang terbaik dari seluruh karyawan radio publik Mimika adanya jaminan bahwa radio publik Mimika mudah diakses dan sangat terjangkau bagi seluruh pendengarnya yang ada di Kabupaten Mimika.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis faktor yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pendengar radio publik Mimika yaitu :

1. Faktor *reliability* (keandalan), faktor *responsiveness* (ketanggapan), faktor *assurance* (Jaminan) dan faktor *emphati* (empati).
2. Dari hasil analisis faktor, keempat faktor tersebut mendominasi atau memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas pendengar radio publik. Akan tetapi ada satu faktor yang sangat mendominasi pengaruh loyalitas pendengar radio publik Mimika yaitu faktor *emphati* (empati).

3. Faktor-faktor ini harus benar-benar dipertahankan atau bahkan ditingkatkan oleh radio publik Mimika Fm 102 Mhz, dari keempat faktor-faktor inilah yang membuat pendengar/penggemarnya masih tetap menunjukkan loyalitasnya atau memilih untuk tetap setia mendengarkan radio publik Mimika di era digitalisasi saat ini, terutama pendengar-pendengar yang sangat membutuhkan informasi, musik dan hiburan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka, ada beberapa saran atau masukan bagi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) radio publik Mimika agar dapat ditingkatkan supaya semakin banyak pendengar loyal atau setia untuk mendengarkan radio yaitu sebagai berikut :

1. Radio publik Mimika harus lebih meningkatkan jaminan kepada pendengarnya bahwa informasi yang dihadirkan benar-benar netral, independen dan terpercaya kepada pendengarnya dan juga harus memberikan jaminan bahwa semua kru yang terlibat dalam penyiaran memiliki keahlian dan profesionalitas yang tinggi sesuai bidangnya masing-masing.
2. Radio publik Mimika juga harus benar-benar memberikan jaminan secara penuh bahwa Setiap pendengar dan narasumber yang berkunjung atau terlibat dalam setiap program, akan mendapatkan jaminan pelayanan yang terbaik dari seluruh karyawan radio publik Mimika serta memberikan jaminan kepada narasumber dan pendengarnya bahwa setiap penyiar yang terlibat dalam penyiaran memiliki tingkat pengetahuan yang memadai.
3. Radio publik Mimika juga harus berkomitmen untuk menghadirkan berita atau informasi terkini secara cepat, tepat, cermat dan sesuai dengan realita serta meningkatkan kualitas siaran yang baik dan suara yang jelas sehingga jangkauan siaran dapat terjangkau dengan jelas dan dinikmati dengan baik oleh pendengarnya di Kabupaten Mimika.

DAFTAR PUSTAKA

- Armawan, Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta : Pusat pembukuan, Kementrian Pendidikan Nasional. 2010. Hal. 2
- Alfazriani Eretta "Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Sheba Fm" Skripsi Sarjana Psikologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011. Hal. 13-32
- Badan Pusat Statistik, Kabupaten Mimika, 2021
- Budiman Ahmad, Prospek Radio Televisi Republik Indonesia Sebagai Pengelola Multipleksing. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Gedung Nusantara I, Jakarta, 2019. Hal.10-11
- Wibowo Fred, Teknik Produksi Program Radio Siaran. Yogyakarta : Grasia Book Publisher, 2012. Hal. 1
- Harliantara, On Air to Online Pengantar Penyiaran Radio. Jakarta Selatan: Broadcastmagz Publisher, 2016. Hal. 2-3
- <https://pintarelektro.com/pengertian-radio> (akses, 12-2022)
- Maryono. Y, B. Patmi Istiana, Teknologi Informasi dan Komuniasi 1. Yudistira quadra, 2008. Hal. 11.
- Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta. Kencana (Divisi daru Prenadamedia Grup), 2018. Hal. 33
- Munandar, Riset Kualitatif dan Kuantitatif Dalam Bidang Kesehatan. Bandung Jawa Barat : CV. Media Sains Indonesia, 2021. Hal. 92-93

- Masduki, Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta : LkiS Yogyakarta, 2004. Hal. 32-35
- Kusuma, Amanda Aulia “Analisis pengaruh faktor-faktor pencegahan diabetes militus dengan metode second order confirmatory factor” Skripsi departemen matematika fakultas sains dan teknologi universitas Airlangga, 2012. Hal. 6
- Putri Aritya Gantini, Sri Dewi Setiawati “Jurnal Purnama Berazam, Loyalitas Pendengaran Radio Di Masa Pandemi Covid-19 Di Radio Dhalia 101.5 Fm Bandung”. Publik Relation, Ilmu Komunikasi, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya (ARS). Vol.2,No.2, 2021, Hal. 102-107
- Pratama Bayu Putra, “ Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Penggunaan Produk Outdoor” Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015. Hal. 6
- Sutopo dan Slamet, Statistika Inferensial. Yokyakarta : CV. Andi Offeset, 2017. Hal. 167-168, 190-191
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. ALFABETA, 2012
- Sukarwati, Radio Morfosis, Transformasi Radio Dalam Komunikasi dan Bisnis. Tangerang : Indigo Media, 2021. Hal. 16