

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari teori *Uses and Gratification* yang mengasumsikan bahwa khalayak memiliki peran yang aktif dalam pemilihan media yang ingin dikonsumsi. Sama halnya dengan musik keroncong Larasati yang masih diminati oleh khalayak, walaupun fakta saat ini musik keroncong sedang meredup. Namun, dengan adanya penonton pada Larasati, peneliti tertarik untuk mengetahui latar belakang menonton tayangan Larasati. Penelitian ini membahas tentang motivasi menonton program musik keroncong Larasati. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motivasi penonton dalam motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan metode deskriptif. Pada penelitian ini, peneliti mengambil responden sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Persentase motif informasi sebesar 68% berada di titik sedang dengan rentang nilai $60 \leq 90$. Sama dengan motif informasi, motif identitas pribadi juga berada di titik sedang dengan persentase motif identitas pribadi sebesar 68% dengan rentang nilai $18 \leq 27$. Sedangkan motif integrasi dan interaksi sosial mendapatkan persentase sebesar 67% dengan rentang nilai $12 \leq 18$, dan berada di titik sedang. Motif hiburan dengan persentase sebesar 56% juga berada di titik sedang dengan rentang nilai $24 \leq 36$. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing motif berada di titik sedang, namun jika dilihat persentase banyaknya responden yang memiliki sebuah motif menonton tayangan, motif informasi dan motif identitas pribadi memiliki persentase yang tertinggi dengan 68% atau 68 responden.

Kata kunci : *Motif Menonton, Program Musik, Musik Keroncong*