

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM” JEJE RADIO DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENDENGAR

Hikmatul Maani

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
hikmatulmaani@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Radio adalah sarana alat pemancar siaran atau sebagai media penyampai komunikasi secara audio. Seiring perkembangan teknologi yang sangat cepat, radio yang awalnya merupakan media penyampai informasi yang efektif bagi masyarakat perlahan-lahan mulai bergeser perannya dengan hadirnya jaringan internet yaitu layanan media sosial. Pesatnya penggunaan internet membuat Jeje Radio yang bersegmen remaja atau anak muda harus beradaptasi dan mulai memanfaatkan media sosial instagram untuk selalu update memenuhi kebutuhan anak muda sekarang serta mendukung keberhasilan program siaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan instagram Jeje Radio dalam meningkatkan kepuasan pendengar. Rancangan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan tipe penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan secara online dengan berupa kuisioner yang bisa diisi melalui link yang akan dibagikan melalui direct message (DM) ke masing-masing akun instagram aktif Jeje Radio yang terpilih dengan beberapa kriteria sampel sebagai responden penelitian yang berjumlah 105 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa Penggunaan Media Sosial Instagram Jeje Radio mampu meningkatkan kepuasan pendengar.

Kata kunci: Radio, Jeje Radio Surabaya, Media Sosial Instagram, kepuasan pendengar.

Abstract

Radio is a means of broadcasting transmitters or as a medium for delivering audio communication. Along with the rapid development of technology, the radio which was originally an effective information delivery media for the people gradually began to shift its role to the presence of the internet network, the call social media services. The rapid internet users make Jeje Radio, a segment of teenagers or young people, have to adapt and start using Instagram social media to keep up to date to meet the needs of young people now and to support the success of broadcast programs. This study aims to determine the effect of using Jeje Radio instagram in increasing listeners satisfaction. The design in this study uses a quantitative approach which is analyzed using descriptive research types. Data collection is done online in the form of questionnaires that can be filled through links that will be shared through direct message (DM) to each active Jeje radio Instagram account that is selected with several sample criteria as 105 research respondents. The data analysis technique used in this study is Descriptive Analysis and Multiple Linear Regression. Based on the results of data analysis, it can be seen that the use of social media Jeje Radio's Usage can increase audience satisfaction.

Keyword: Radio, Jeje Radio Surabaya, Instagram Sosial Media, Satisfaction.

PENDAHULUAN

Radio adalah salah satu media massa yang secara umum memiliki fungsi yang sama dengan semua media massa, sebagai wadah untuk memberikan informasi. Pada mulanya radio berperan penting untuk menyampaikan informasi dan berita atau kepentingan negara secara umum kepada masyarakat. Radio yang mulai berkembang semakin maju dan pesat dapat menyajikan berbagai macam informasi dari fungsi tradisional, perkembangan ekonomi, informasi kesehatan, informasi penyanyi dan lagu, bahkan gosip artis yang bisa didengar selama 24 jam.

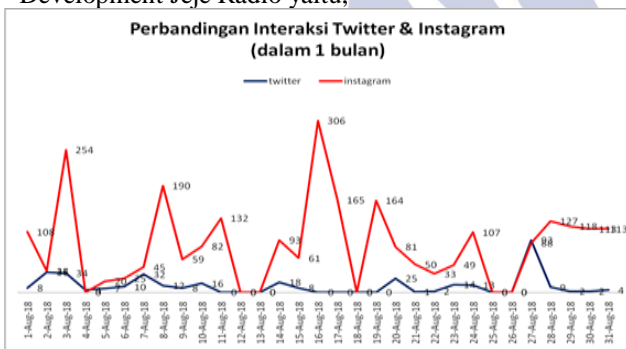
Seiring perkembangan teknologi yang sangat cepat, radio yang awalnya merupakan media penyampai informasi yang digandrungi oleh masyarakat perlahan-lahan mulai bergeser perannya dengan media yang jauh lebih menarik dengan konsep audio visual yaitu televisi. Sementara itu, perkembangan teknologi dan informasi

yang semakin maju juga menghadirkan jaringan internet yang pada akhirnya tercipta suatu layanan media sosial.

Media sosial adalah salah satu *new media* yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini khususnya remaja (Generasi Z & Millenials). Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persen menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Menurut temuan yang dilakukan oleh *Taylor Nelson Sofres (TNS)*, sebuah lembaga riset di Inggris, mengenai studi “Penggunaan Instagram di Indonesia”, Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial instagram terbanyak dengan 59 persen adalah anak muda usia 18-24 tahun. Pesatnya penggunaan Internet di media sosial, mengakibatkan jumlah pendengar radio menurun. Berdasarkan data *suvey nielsen 2014*, pendengar radio turun hingga 3% per tahun. Untuk sebagai media promosi atau iklan radio

memiliki porsi penetrasi 30% dibanding televisi.

Perkembangan teknologi yang pesat membuat seluruh stasiun penyiaran radio saling bersaing ketat dan sehat untuk mencapai target pendengar. Begitu juga yang dilakukan oleh salah satu radio swasta di Kota Surabaya yaitu Jeje Radio dengan frekuensi 105.1 FM. Radio Jeje 105.1 FM telah berdiri selama 17 tahun dengan melakukan pergantian segmen dari radio bisnis menjadi radio bergenre anak muda (remaja) pada tahun 2012. Transformasi radio ini diutamakan karena mengikuti perkembangan selera pendengar yang sudah mulai bergeser seiring perkembangan musik. Upaya mempertahankan posisinya saat ini sebagai radio anak muda di Surabaya, maka harus memuaskan pendengar dengan mengikuti *lifestyle* anak muda (remaja) sekarang. Pesatnya penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja membuat Jeje Radio memanfaatkan media sosial Instagram untuk mendukung keberhasilan dan interaksi program siaran. Hal ini juga didukung oleh data yang diperoleh dari Tim Research and Development Jeje Radio yaitu,



Gambar 1. Perbandingan Interaksi Twitter dan Instagram (Sumber : R&D Jeje Radio, 2018)

Dari Grafik tersebut menunjukkan perbandingan interaksi twitter dengan instagram Jeje Radio Surabaya selama 1 bulan di bulan Agustus 2018. Diketahui bahwa interaksi instagram lebih tinggi daripada twitter. Instagram memiliki kekuatan di bidang visual. Kelebihan instagram dapat menyampaikan pesan melalui foto atau gambar atau video yang diunggah. Instagram memiliki berbagai aktivitas seperti komentar yang bisa dijadikan ajang interaksi suatu program antara penyiar dan pendengar. Ada aktivitas *like* yang bisa digunakan *followers* sebagai bentuk apresiasi suka kepada unggahan foto yang sudah diunggah dan juga ada *follow* yang di mana aktivitas ini membuat mudah para *followers* untuk bisa selalu *update*. Di dalam unggahan bisa bermacam-macam mulai dari informasi hari penting, berita terkini, video atau foto dari penyiar berbagai program Jeje Radio, dengan konten dan jam siaran yang berbeda tiap harinya untuk menyampaikan informasi atau poster kuis untuk pendengar.

Dari pemaparan latar belakang di atas peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial “Instagram” Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram Jeje Radio dalam meningkatkan kepuasan pendengar. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh penggunaan media sosial

instagram Jeje Radio dalam meningkatkan kepuasan pendengar.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat membuat peran radio melemah dengan hadirnya jaringan Internet. Pesatnya penggunaan media sosial membuat radio harus mulai beradaptasi untuk memanfaatkan media yang berbasis internet untuk mendukung program siaran di radio.

Menurut penelitian dari Chris Heuer pendiri Social Media Club dan innovator media baru, terdapat 4C dalam penggunaan sosial media (Solis, 2010: 263)

- **Context:** bagaimana cara membuat sebuah pesan atau informasi menjadi menarik
- **Communication:** bagaimana menyalurkan pesan (informasi) dengan berbagai macam cara agar pengguna merasa pesan tersampaikan dengan baik.
- **Collaboration:** bagaimana kedua belah pihak bekerja sama atau saling berinteraksi.
- **Connection:** bagaimana memelihara suatu hubungan yang sudah terbina atau tercipta.

Penggunaan 4C sosial media menurut Chris Heuer didukung dengan penelitian terdahulu oleh Kinanti, SP dan Putri, PS (2017) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic” yang menggunakan tinjauan teori 4C sosial media yaitu *Context, Communication, Collaboration, dan Connection* sebagai dimensi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Media sosial.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh media termasuk dalam model *Uses and Gratifications*. Khalayak menggunakan media memiliki berbagai dorongan dan alasan tertentu yang dikategorikan ke dalam beberapa tipe kepuasan penggunaan media yang diklasifikasi kebutuhan dan kepuasan khalayak menurut McQuail, Blumler, & Brown (1972) antara lain yaitu:

- a) Pengalihan (*diversion*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media untuk pengalihan dari rutinitas atau masalah sehari-hari.
- b) Hubungan personal (*personal relationship*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media untuk menjalin pertemanan.
- c) Identitas personal (*Personal Identity*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang dapat menekankan nilai individu.
- d) Pengawasan (*surveillance*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang dimana melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi objek dan hasil penelitian. Pengertian deskriptif menurut sugiyono (2012:29) adalah penggambaran objek penelitian yang dilakukan melalui data. Metode survei digunakan dalam penelitian ini, di mana survei merupakan salah satu metode riset yang menggunakan kuisioner/angket sebagai instrumen dalam pengambilan data. Fokus yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah penggunaan instagram Jeje Radio dalam

meningkatkan kepuasan pendengar. Peneliti memilih Jeje Radio sebagai objek penelitian karena Jeje Radio merupakan radio peralihan segmen dari bisnis ke anak muda yang di mana harus bisa bersaing dengan radio anak muda lainnya di Surabaya. Upaya untuk mempertahankan posisi sebagai radio anak muda tentunya harus memuaskan pendengar dengan mengikuti *lifestyle* anak muda saat ini. Hal ini dibuktikan dengan Jeje Radio yang aktif memanfaatkan instagram sebagai wujud dari konvergensi media.

Dalam penelitian ini menggunakan *follower* aktif untuk mengetahui peningkatan kepuasan pendengar karena follower aktif Jeje Radio mewakili pendengar radio. Hal ini dibuktikan dengan hasil survey tim Research & Development Jeje Radio yang menunjukkan bahwa 80% dari follower aktif mendengarkan radio, sedangkan sisanya 20% hanya aktif di sosial media (instagram) tanpa mendengarkan radio.



Gambar 2. Pola Pendengar Aktif Sosial Media (sumber : R&D Jeje Radio, 2018)

Sampel dalam penelitian ini terpilih secara acak dari follower aktif instagram Jeje Radio selama Januari hingga Agustus 2018 sebanyak 105 akun. Terdapat 2 kriteria utama yang menjadi pertimbangan terpilihnya jumlah sampel tersebut, yaitu

1. Responden aktif memberikan *feedback* comment lebih dari 1 kali diunggah Instagram Jeje Radio.
2. Responden yang aktif diunggah Instagram Jeje Radio Surabaya selama Januari hingga Agustus 2018

Sebelumnya, dilakukan uji pendahuluan terhadap 30 akun sesuai 2 kriteria tersebut untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuisisioner. Hasilnya menunjukkan bahwa dari total 51 item pertanyaan variabel Penggunaan Media Sosial Instagram Jeje Radio, 37 di antaranya terbukti valid namun 14 lainnya dinyatakan tidak valid. Sedangkan untuk variabel Kepuasan Pendengar, dari total 29 item pertanyaan sebanyak 24 item terbukti valid dan 5 lainnya tidak valid. Item-item pertanyaan yang terbukti tidak valid harus dihapus dari kuisisioner agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil reliabilitas, item-item pertanyaan baik dari variabel Penggunaan Media Sosial Instagram Jeje Radio maupun Kepuasan Pendengar terbukti reliabel. Secara keseluruhan dinyatakan bahwa item-item yang terbukti valid dan reliabel dapat digunakan untuk penelitian lanjutan menggunakan analisis inti yaitu deskriptif dan

regresi linier.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 105 orang yang merupakan follower aktif instagram Jeje Radio Surabaya, telah disurvei secara online (link google doc) melalui direct message instagram masing-masing akun. Follower aktif instagram Jeje Radio Surabaya yang diwakili oleh 105 responden dalam penelitian ini mayoritas berusia antara 15 – 25 tahun (77.1%), sedangkan lainnya berusia antara 26 – 36 tahun (22.9%). Porsi follower yang aktif tidak berbeda jauh antara follower aktif laki-laki (52.4%) dan perempuan (47.6%). Jenjang pendidikan terakhir yang dimiliki mulai dari SLTP, SLTA, hingga Sarjana Strata 1 (S1), namun mayoritas berjenjang pendidikan terakhir SLTA & S1. Proporsi masing-masing follower aktif untuk jenjang pendidikan terakhir SLTA sebesar 64.8% dan 33.3% untuk Sarjana Strata 1 (S1), sedangkan sisanya sebesar 1.9% merupakan follower aktif dengan jenjang pendidikan terakhir SLTP. Hal ini menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk mengetahui tingkat pemahaman responden dalam menjawab item pernyataan sesuai kuisisioner yang disurveikan secara online.

Sebelum melakukan analisis inti yaitu regresi linier, maka perlu dilakukan pengujian asumsi non-autokorelasi (menggunakan Durbin-Watson statistic) dan non-multikolinearitas (menggunakan nilai VIF). Pengujian asumsi non-autokorelasi menunjukkan hasil bahwa nilai Durbin-Watson *statistic* sebesar 1.885 berada pada rentang 1.7617 hingga 2.2383 ($1.7617 < 1.885 < 2.2383$). Dengan demikian, tidak terjadi autokorelasi pada error model regresi hubungan antara penggunaan media sosial instagram Jeje Radio (x) terhadap kepuasan pendengar (y) sehingga **asumsi non-autokorelasi terpenuhi**. Pengujian asumsi non-multikolinearitas menunjukkan hasil sebagaimana Tabel 1,

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas

Variabel independen	VIF	VIF criteria	Keterangan
context (x1)	1.858	< 10	non-multikolinearitas
communication (x2)	1.499		non-multikolinearitas
collaboration (x3)	1.587		non-multikolinearitas
Connection (x4)	1.217		non-multikolinearitas

sumber: Hasil Penelitian, 2019

Sesuai keterangan pada hasil pengujian asumsi non-multikolinearitas diketahui bahwa keempat variabel independen dalam penelitian ini terbukti memenuhi asumsi. Dengan demikian, kedua asumsi yang harus terpenuhi sebagai syarat untuk melakukan analisis regresi telah terpenuhi. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan menggunakan analisis regresi linier. Dalam analisis regresi terdapat 4 komponen penting yaitu:

1. Uji Serentak/Simultan (bersama-sama)

Analisa ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh context (x1), communication (x2), collaboration (x3), dan connection (x4) sebagai indikator dari variabel penggunaan media sosial instagram (X) secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pendengar (Y) menggunakan statistik uji F. Ketentuan pengujian F, variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen ketika nilai F hitung > F Tabel_(α;df1;df2).

Tabel 2. Hasil Uji Simultan

Variabel independen	F _{hitung}	F _{tabel(0.05;4;100)}	Keterangan
context (x1)	27.505	2.46	Berpengaruh signifikan secara simultan
communication (x2)			
collaboration (x3)			
Connection (x4)			

keterangan: Variabel dependen (Y) = Kepuasan Pendengar

sumber : Hasil Penelitian, 2019

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa context (x1), communication (x2), collaboration (x3), dan connection (x4) sebagai indikator dari variabel penggunaan media sosial instagram (X) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pendengar (Y).

2. Uji terpisah/parsial (masing-masing)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara terpisah (parsial) antara context, communication (x2), collaboration (x3), dan connection (x4) terhadap kepuasan pendengar (Y), menggunakan statistik uji t. Ketentuan pengujian t, masing-masing variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen ketika nilai t hitung > t Tabel_(α;df).

Tabel 3. Hasil Uji Parsial

Variabel independen	t _{hitung}	t _{tabel(0.05;100)}	Keterangan
context (x1)	2.033	1.66023	Berpengaruh signifikan
communication (x2)	5.169		Berpengaruh signifikan
collaboration (x3)	-0.294		Tidak Berpengaruh signifikan
Connection (x4)	4.354		Berpengaruh signifikan

keterangan: Variabel dependen (Y) = Kepuasan Pendengar

sumber : Hasil Penelitian, 2019

Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa context (x1) berpengaruh terhadap kepuasan pendengar (Y), communication (x2) berpengaruh terhadap kepuasan pendengar (Y), dan connection (x4) berpengaruh terhadap kepuasan pendengar (Y). Namun collaboration

(x3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pendengar (Y). Dengan demikian, secara parsial hanya context (x1), communication (x2), dan connection (x4) sebagai indikator dari variabel penggunaan media sosial instagram (X) yang berpengaruh terhadap kepuasan pendengar (Y).

3. Penentuan kelayakan model regresi

Analisa ini bertujuan untuk mengukur besarnya (dalam bentuk persentase) kelayakan model regresi yang telah terbentuk. Dengan kata lain, menunjukkan seberapa besar context (x1), communication (x2), dan connection (x4) dalam menjelaskan kondisi (peran) penggunaan media sosial instagram Jeje Radio (X) dan pengaruhnya terhadap kepuasan pendengar (Y) menggunakan koefisien determinasi R² (R-Square).

Hasil pengujian kelayakan model menggunakan koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai kelayakan model sebesar 50.5% (Adjusted R² = 0.505). Berarti bahwa pengaruh **context (x1), communication (x2), dan connection (x4)** sebagai indikator dari variabel penggunaan media sosial instagram Jeje Radio (X) terhadap kepuasan pendengar (Y) sebesar 50.5%, sedangkan 49.5% sisanya merupakan kontribusi variabel yang tidak diteliti dan error.

4. Model Regresi Penelitian

Model regresi yang terbentuk berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut,

$$\text{Kepuasan Pendengar (Y)} = 15.527 + 0.252 \text{ Context (x1)} + 0.938 \text{ Communication (x2)} + 1.620 \text{ Connection (x4)} + 0.690 \text{ (error)}$$

Model regresi tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Pendengar dipengaruhi paling dominan oleh Connection karena memiliki koefisien pengaruh paling besar dibandingkan Context dan Communication yaitu sebesar 1.620. Jika kepuasan pendengar tidak dipengaruhi oleh context, communication, dan connection maka nilai pengaruhnya sebesar 15.527. Namun jika setiap variabel berpengaruh maka nilai pengaruh kepuasan pendengar mengalami peningkatan sebesar 15.527 ditambah 0.252 satuan variabel context, 0.938 satuan variabel communication, 1.620 satuan variabel connection, dan 0.690 error.

Signifikannya pengaruh hubungan penggunaan media sosial instagram Jeje Radio Surabaya terhadap kepuasan pendengar menunjukkan bahwa media sosial instagram mampu meningkatkan kepuasan pendengar khususnya Jeje Radio. Lebih detail diketahui bahwa terdapat 2 faktor utama yang menyebabkan context (x1) berpengaruh terhadap kepuasan pendengar yaitu:

1. Tampilan instagram jeje radio menarik karena memiliki bermacam-macam unggahan seperti foto dan video
2. Foto yang diunggah menarik karena terlihat dengan jelas dan pencahayaan yang pas.

Sedangkan untuk communication (x2), instagram yang uptodate karena mengikuti trend informasi di masyarakat merupakan faktor utama yang menyebabkan communication (x2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pendengar Jeje Radio. Connection (x4) memiliki faktor utama follower sering mencari kembali

informasi yang diunggah di instagram karena bermanfaat untuk jangka panjang. Ditinjau dari segi kepuasan pendengar (Y), diketahui bahwa Hubungan personal (Y2) yang terkait dengan kedekatan antara penyiar dengan pendengar setelah aktif mengakses instagram Jeje Radio merupakan poin penting yang sangat dominan dalam kepuasan pendengar.

Dengan demikian, Jeje Radio Surabaya dapat meningkatkan kepuasan pendengarnya dengan mengoptimalkan unggahan informasi di instagram Jeje Radio yang bermanfaat untuk jangka panjang. Hal ini dikarenakan setelah mengakses instagram Jeje Radio Surabaya, terbentuk kedekatan antara penyiar dengan pendengar yang merupakan bentuk dari kepuasan pendengar.

PENUTUP

Kesimpulan

Penggunaan Media Sosial Instagram Jeje Radio yang diindikasikan oleh context, communication, collaboration, dan connection berpengaruh secara signifikan dan bersama-sama terhadap Kepuasan Pendengar Jeje Radio. Namun secara terpisah (parsial), disimpulkan bahwa Collaboration tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pendengar.

Saran

Bagi Jeje Radio perlu adanya efektifitas dan efisiensi program dan info sehingga memudahkan dalam berinteraksi terutama dalam respon admin membalas komen dan juga interaksi yang dapat memberikan informasi tambahan

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini bersifat

cross section sehingga diperlukan penelitian berkelanjutan untuk mengetahui kondisi dan perkembangan penggunaan media sosial instagram Jeje Radio terhadap kepuasan pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

Kinanti, S.P. dan Putri, P.S. 2017. Pengaruh Media Sosial Instagram @Zzapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 9. No. 1, Pp: 53-64.

Mcquail, D., J.G. Blumler and J. Brown. 1972. *The Television Audience: A Revised Perspective dalam D. Mcquail (Ed.1), Sociology Of Mass Communication*. Penguin Books.

Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide For Brands And Business To Build Cultivate And Measure Success On The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabet.

West, R., Turner, and Lynn, H. 2008. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, Third Edition. Asia: Mc Graw-Hill Education.

