

PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN APLIKASI RRI DIGITAL TERHADAP MINAT DENGAR DI RADIO REPUBLIK INDONESIA

Yulia Putri Sulistya

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
yuliaputri.20018@mhs.unesa.ac.id

Jauhar Wahyuni

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
jauharwahyuni@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Radio Republik Indonesia terus berupaya untuk tetap bertransformasi di era digital dengan terus mengembangkan aplikasi radio streaming RRI Digital yang menjadikan RRI berbeda dengan radio lainnya. Pada RRI Digital pengguna diberikan pilihan untuk mengakses konten yang sesuai dengan keinginan, kepentingan, dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu pengguna media memiliki motif-motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Motif penggunaan media perlu dipertanyakan apakah motif tersebut dapat terpenuhi setelah mengakses media tersebut. Hal ini sesuai dengan teori Uses and Gratifications, yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif memilih media yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Setelah dilakukan rebranding, program yang dahulu bernama RRI Play Go kini berganti nama menjadi RRI Digital. Pengguna program ini dapat dengan cepat mengakses berita, musik, podcast, dan siaran RRI di seluruh Indonesia kapan saja dan dari lokasi mana saja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah minat mendengarkan Radio Republik Indonesia dipengaruhi oleh alasan di balik penggunaan aplikasi RRI Digital. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan pendekatan sampel purposif dengan memilih 100 responden untuk survei dengan menggunakan teknik analisis regresi linier dasar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat mendengarkan Radio Republik Indonesia dipengaruhi oleh alasan yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi RRI Digital.

Kata Kunci: RRI Digital, Radio Republik Indonesia, Uses and Gratification.

Abstract

Radio Republik Indonesia continues to strive to continue transforming in the digital era by continuing to develop the RRI Digital streaming radio application which makes RRI different from other radio stations. At RRI Digital, users are given the choice to access content that suits their desires, interests and needs. Therefore, media users have certain motives to fulfill their needs. The motive for using media needs to be questioned whether this motive can be satisfied after accessing the media. This is in accordance with the Uses and Gratifications theory, which states that audiences actively choose media that best suits their needs. After rebranding, the program previously called RRI Play Go has now changed its name to RRI Digital. Users of this program can quickly access news, music, podcasts and RRI broadcasts throughout Indonesia at any time and from any location. The aim of this research is to find out whether interest in listening to Radio Republik Indonesia is influenced by the reasons behind using the RRI Digital application. This type of research is quantitative and uses a purposive sampling approach by selecting 100 respondents for the survey using basic linear regression analysis techniques. Research findings show that interest in listening to Radio Republik Indonesia is influenced by the reasons behind using the RRI Digital application.

Keywords: RRI Digital, Radio Republik Indonesia, Uses and Gratification.

PENDAHULUAN

Di era digital dan internet saat ini, kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi memengaruhi perkembangan teknologi media komunikasi. Perkembangan ini menyebabkan munculnya jenis media

baru. Ciri khas media baru adalah bahwa mereka bergantung pada jaringan internet sebagai media utama untuk menyebarkan pesan yang sudah ada di media tersebut (Tosepu & Yusrin, 2018).

Konvergensi media identik dengan media digital, bahwa konvergensi media adalah kombinasi industri

media dan telekomunikasi serta berbagai jenis media komunikasi digital (Burnett & Marshall, 2021:1). Sederhananya, konvergensi media adalah penggabungan berbagai bentuk media seperti komputer, radio, televisi, dan surat kabar ke dalam satu bentuk yang dulunya dianggap berbeda dan independen. Beralih dari mendengarkan radio tradisional ke *radio streaming* melalui situs web atau aplikasi seluler tertentu, radio merupakan salah satu media massa yang kini memasuki era konvergensi media.

Digitalisasi penyiaran radio di Indonesia bukan hanya modernisasi yang mengarah pada aktualisasi, tetapi juga mengarah pada revolusi penyiaran (Koyana & Rohmawati, 2023). Dengan kata lain, proses transformasinya sangat cepat dan akan menghasilkan konsepsi yang mengarah pada bagaimana menciptakan, meningkatkan, dan menjalankan. Digitalisasi penyiaran memiliki banyak keuntungan. Pertama, ia menggunakan frekuensi secara efektif, dan kedua, pendengar menerima audio berkualitas tinggi, sehingga cocok untuk transmisi musik, dan ketiga, dibandingkan dengan sistem analog, khalayak dapat dengan mudah diakses (Rohanudin, 2014).

Radio memiliki banyak kelebihan, salah satunya adalah mudah dibawa dan dapat didengarkan saat melakukan berbagai kegiatan. Dengan *smartphone*, setiap orang dapat dengan mudah mengakses radio di era modern seperti saat ini. Teknologi penyiaran radio berbasis internet dikenal dengan istilah *web casting* atau internet penyiaran, radio streaming, atau e-radio. Teknologi ini didasarkan pada pengkodean dan pengiriman *audio streaming internet*, dan sering kali mencakup *video streaming internet* melalui situs web stasiun radio terkait (Syafi'i, 2018)

Hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan peningkatan dalam jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023, sebesar 1.17% dari 77.2% pada tahun sebelumnya dan naik menjadi 78,19% pada tahun berikutnya. Jumlah total penduduk Indonesia yang terkoneksi ke internet pada tahun 2022-2023 adalah 215.526.156 orang. Persentase pengguna internet di Indonesia menunjukkan tren penggunaan media berbasis internet saat ini.

Dengan munculnya internet, media massa baru menggabungkan sistem pengiriman tradisional untuk media cetak, audio, dan video (Shirley dalam Annisa, 2022). Teknologi berkembang begitu pesat sehingga akses internet semakin mudah dan cepat. Di era digital saat ini, jaringan internet memegang peranan besar dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu keuntungannya adalah dapat digunakan untuk tujuan penyiaran. Banyak media membuat aplikasi untuk mempermudah penggunaannya di era digital sekarang ini. Media penyiaran merupakan salah

satu jenis media yang paling banyak digunakan saat membuat aplikasi. Aplikasi di media penyiaran dirancang untuk membuat pendengarnya lebih mudah mengakses program, sehingga menjadi efektif dan efisien.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan semakin banyaknya media massa menjadikan dunia penyiaran Indonesia mengalami perubahan yang cukup besar. Kebijakan digitalisasi penyiaran kini memiliki peluang yang luas untuk mengembangkan jangkauan pendengar. Dibandingkan dengan siaran analog, teknologi penyiaran digital diharapkan dapat meningkatkan efisiensi penggunaan spektrum frekuensi dan mendukung lebih banyak program siaran. Dengan demikian, lebih banyak ruang tersedia untuk penyiaran berkat perkembangan media penyiaran tradisional dan baru serta kemajuan teknologi digital untuk transmisi TV dan radio (Abdullah, 2020).

Menurut survei yang dilakukan oleh Nielsen, 4 dari 10 pendengar radio sekarang menggunakan telepon pintar untuk mendengarkan radio. Artinya, kemajuan internet dan teknologi membawa transformasi baru ke dunia penyiaran (Survei Nielsen, 2017). Perkembangan dalam industri radio dapat dilihat dengan munculnya radio digital. Sebagai radio tertua di Indonesia, RRI menjadi salah satu dari sejumlah radio yang telah beroperasi dan mengudara di Indonesia yang mulai optimis untuk melakukan Konvergensi Media Digital. Saat ini, RRI telah beralih ke digital. Dahulu program siaran masih disimpan pada piringan hitam atau kaset. Sekarang semua orang dapat mengunduh, menyimpan, dan memutar semua file. Dengan teknologi DAB (*Digital Audio Broadcasting*), masyarakat dapat menikmati siaran RRI.

Sejak akhir 2013, RRI telah melakukan berbagai transformasi media, RRI bertransformasi dengan diperkenalkannya website rri.co.id, aplikasi RRI Digital yang menawarkan siaran podcast RRI untuk didengarkan di *website* dan aplikasi, serta interaksi media sosial dengan pendengar. Aplikasi RRI Digital yang sebelumnya bernama RRI Play Go mengalami *re-branding* pada Oktober 2023 dan kini memberikan pengguna akses kapan saja dan di mana saja ke layanan seperti berita, musik, podcast, dan siaran RRI di seluruh Indonesia.

Tampilan baru RRI Digital yang lebih optimal memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi dalam aktivitas, seperti membuat dan mengunggah konten. *Playlist, podcast*, seri, video, artikel, dan dokumen adalah beberapa contoh konten yang ada di aplikasi RRI Digital. Pengguna tidak perlu bingung untuk memulai, karena ada instruksi untuk mengunggah. Komunitas yang dapat diakses di aplikasi RRI Digital antara lain terkait perempuan dan anak, pasar dan UMKM, pariwisata dan kuliner, perubahan iklim, dan diaspora. Elemen komunitas memfasilitasi berbagi pengetahuan, bantuan sejawat, dan

pengembangan koneksi baru. Selain itu, pengguna dapat menghindari kemacetan lalu lintas, mengetahui kondisi jalan, dan menghindari tempat-tempat yang memerlukan perbaikan di Indonesia berkat pengawasan lalu lintas CCTV secara *real-time*.

Rebranding menjadi RRI Digital bertujuan untuk menjangkau lebih banyak pendengar melalui platform digital yang dapat diakses melalui berbagai *gadget*, seperti PC, tablet, dan *smartphone*. RRI berupaya untuk terus berkembang dan berinovasi dalam menyajikan konten radio. Melalui *rebranding* sebagai RRI Digital, mereka dapat menunjukkan komitmen mereka untuk terus beradaptasi dengan perubahan tren dan teknologi dalam industri penyiaran.

Rebranding ke RRI Digital juga dapat berkontribusi pada peningkatan citra merek RRI sebagai penyedia konten radio yang modern, inovatif, dan relevan dengan zaman. Ini dapat membantu meningkatkan daya tarik mereka terhadap target pasar yang lebih luas, terutama kalangan muda yang lebih cenderung menggunakan *platform digital*.

Radio Republik Indonesia terus berupaya untuk tetap bertransformasi di era digital dengan terus mengembangkan aplikasi *radio streaming* yang memudahkan para pendengar dapat menikmati siaran dan konten RRI secara mudah. Tujuan RRI adalah untuk membedakan dirinya dari media lain dan mewujudkan revolusi teknologi melalui pengembangan aplikasi RRI Digital. Karena jangkauannya di seluruh saluran siaran, baik media sosial, audio, dan visual, aplikasi RRI Digital memudahkan akses masyarakat terhadap informasi, edukasi, dan hiburan. Baik RRI Digital maupun Radio Visual RRI Net menawarkan *live streaming* untuk total 188 program radio dari seluruh RRI di Indonesia.

Dibandingkan dengan situs musik lainnya, RRI Digital juga memiliki koleksi lagu daerah yang paling banyak. Program RRI Digital menawarkan akses 500.000 lagu dalam berbagai *genre*, seperti lagu anak-anak, Pop Barat, Pop Indonesia, dan Pop daerah. Selain itu, pengguna memiliki akses dan dapat menyimpan berbagai hal menarik dan pilihan orang lain.

Dalam hal ini peneliti ingin mengembangkan penelitian tersebut dengan menggunakan RRI Digital sebagai objek penelitian karena RRI Play Go yang baru saja di *rebranding*, maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh motif penggunaan aplikasi RRI Digital terhadap minat dengar di Radio Republik Indonesia.

METODE

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian kuantitatif, keluasaan data lebih penting daripada kedalaman analisis agar temuan dapat dianggap

mewakili keseluruhan populasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat dengar Radio Republik Indonesia. Untuk mendapatkan data penelitian, penelitian ini menggunakan metode survei yaitu dengan cara kuesioner yang dibagikan kepada responden. Karena jangkauan populasi penelitian ini mencakup seluruh wilayah regional yaitu Indonesia, survei *online* digunakan untuk mengumpulkan data.

Dalam penelitian ini, populasi yang disurvei oleh Peneliti menggunakan populasi Indonesia karena RRI Digital adalah aplikasi *radio streaming online* yang setiap orang dapat mengaksesnya melalui ponsel pintar. Rumus Lemeshow digunakan oleh para peneliti untuk menentukan ukuran sampel untuk penyelidikan ini. Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan Rumus Lemeshow, ditemukan bahwa 100 sampel adalah jumlah sampel dengan kesalahan sampel 10%, yang berarti kemungkinankesalahan 10% dari hasil penelitian.

Peneliti menggabungkan strategi sampel purposif dengan pendekatan *nonprobability sampling*. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa terdapat pertimbangan yang signifikan dengan strategi sampel ini, yaitu mengunduh aplikasi RRI Digital di *smartphone* dan menggunakan aplikasi RRI Digital.

Penelitian ini menggunakan hipotesis atau teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan mereka, konsumen media harus mencari sumber media yang paling relevan. Artinya konsumen secara aktif memilih dan menggunakan media sebagai penyalur kebutuhan penyampaian informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas diuji dengan IBM SPSS statistic 23. Taraf signifikansi 48 adalah 5%, dan nilai *r* tabel $N=30$ adalah 0,361. Penelitian ini menguji validitas instrumen Pengaruh Motif Penggunaan dan Minat Dengar kepada 30 pengguna aplikasi RRI Digital. Penelitian ini menggunakan rumus *Correlations pearson product moment* untuk menguji validitas instrumen. Item pernyataan dinyatakan valid apabila *r* hitung > 0.361 . Selain itu, *alpha Cronbach* digunakan untuk menilai uji reliabilitas. Jika nilai *Cronbach's alpha* suatu variabel lebih dari 0,6 maka dapat dianggap dapat diandalkan.

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Motif Penggunaan

No	Indikator	<i>R</i> hitung	<i>cronbach's alpha</i>
1.	Saya dapat mengetahui informasi berita dan lagu terbaru melalui aplikasi RRI	0.423	0.745

No	Indikator	R hitung	cronbach's alpha
	Digital.		
2.	Saya dapat mengetahui informasi kebudayaan melalui aplikasi RRI Digital.	0.364	0.750
3.	Saya menggunakan RRI Digital karena dorongan untuk menambah wawasan.	0.531	0.728
4.	Saya mengakses RRI Digital karena sesuai dengan kepribadian saya.	0.680	0.698
5.	Saya menggunakan RRI Digital karena dapat menjadi bahan berdiskusi dengan teman dan keluarga mengenai berita dan lagu terbaru.	0.778	0.677
6.	Saya ingin mengetahui kondisi yang terjadi di sekitar saya.	0.702	0.692
7.	Saya ingin melepaskan penat di tengah kesibukan saya.	0.723	0.687
8.	Saya saat mendengarkan RRI Digital merasa lebih rileks.	0.484	0.737
9.	Saya mendengarkan RRI Digital karena program-programnya menyenangkan.	0.421	0.746

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Dengar

No	Indikator	R hitung	cronbach's alpha
1.	Saya ingin mendengar lagu dan berita terbaru melalui RRI Digital.	0.469	0.693
2.	Saya ingin mendengarkan siaran radio melalui RRI Digital.	0.627	0.665
3.	Saya ingin mencari hiburan melalui RRI Digital.	0.422	0.696
4.	Saya percaya RRI Digital dapat memberikan saya informasi terkait lagu dan berita terbaru.	0.389	0.709
5.	Saya percaya RRI Digital dapat memberikan informasi yang terkini dan aktual.	0.439	0.701
6.	Saya percaya RRI Digital dapat memberikan informasi yang bermanfaat.	0.368	0.712
7.	Saya mengakses RRI Digital ketika mencari lagu dan berita terbaru.	0.467	0.696
8.	Saya mengakses RRI Digital saat mendengarkan siaran radio.	0.596	0.672
9.	Saya mengakses RRI Digital di saat senggang.	0.691	0.652
10.	Saya menyadari bahwa RRI Digital dapat memenuhi kebutuhan informasi seputar lagu dan berita terbaru.	0.617	0.667

No	Indikator	R hitung	cronbach's alpha
11.	Saya menyadari bahwa RRI Digital menjadi media radio streaming yang bermanfaat.	0.454	0.697

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Gambaran Umum Responden

Sampel penelitian dari populasi peneliti berjumlah seratus responden. Peneliti sendiri memerlukan kriteria peserta yang telah menggunakan aplikasi RRI Digital untuk mendownload aplikasi kedua. Kuesioner penelitian ini didistribusikan melalui link melalui media online atau Google Formulir. Tiga kelompok diciptakan oleh peneliti berdasarkan atribut peserta penelitian: usia, jenis kelamin, dan lama penggunaan RRI Digital. Berikut penjabaran karakteristik responden:

1. Jenis Kelamin

Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

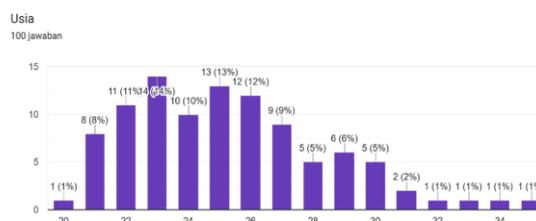
No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Penelitian ini memiliki 100 responden, dengan 43 laki-laki (43%) dan 57 perempuan (57%). Tabel di atas menunjukkan bahwa lebih banyak perempuan yang menjawab daripada laki-laki, Dari survei ini dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih cenderung memanfaatkan aplikasi RRI Digital dibandingkan laki-laki.

2. Usia

Gambar 1. Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada pengguna aplikasi RRI Digital, tampak bahwa sebagian besar pengguna berusia antara 20 dan 30 tahun. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna RRI Digital merupakan usia remaja yang beranjak dewasa.

3. Lama Menggunakan RRI Digital

Tabel 4. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan RRI Digital

No	Waktu	Frekuensi	Persentase
1	1 – 6 Bulan	20	20%

2	7 – 12 Bulan	44	44%
3	1 Tahun	36	36%

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Data di atas menunjukkan bahwa pengguna responden banyak yang sudah menggunakan RRI Digital dalam kurun waktu 7 – 12 bulan.

Analisis Deskriptif

Tujuan penelitian deskriptif variabel adalah untuk menjelaskan pendapat responden mengenai apakah suatu variabel mempunyai rata-rata yang sangat tinggi, sangat tinggi, netral, rendah, atau sangat rendah. Dengan menggunakan skor rata-rata dari variabel penelitian, jawaban responden dikategorikan berdasarkan kriteria berikut:

Skor terendah = 1

Skor tertinggi = 5

Kategori persepsi = 5

Interval = $\frac{(5-1)}{5} = 0,80$

Teknik ini menghasilkan skala interval sebagai berikut:

Tabel 5. Interval Kategori Jawaban Responden

Rata-rata Skor	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Rendah
2,60 – 3,39	Netral
3,40 – 4,19	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

1. Variabel Motif Penggunaan Media

Pada variabel motif penggunaan, peneliti menyebarkan 9 item pernyataan dari 4 indikator yang terdapat di dalam motif penggunaan. Berikut adalah hasil perhitungan data dari variabel motif penggunaan:

Tabel 6. Rata-rata Jawaban Responden

Item Pernyataan	Rata-rata	Kategori
P1	3,52	Tinggi
P2	3,35	Netral
P3	3,38	Netral
P4	3,40	Tinggi
P5	3,33	Netral
P6	3,38	Netral
P7	3,43	Tinggi
P8	3,45	Tinggi
P9	3,38	Netral

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil data ini, alasan khalayak menggunakan RRI Digital untuk mendengarkan lagu dan berita terbaru sehingga kebutuhan informasi seputar lagu dan berita terbaru dapat terpenuhi. Dapat ditunjukkan pada hasil perhitungan di atas, dimana hasil rata-rata perhitungan variabel motif penggunaan media paling tinggi diperoleh pada indikator pernyataan pertama yaitu Saya dapat mengetahui informasi berita dan lagu terbaru melalui aplikasi RRI Digital sedangkan pada variabel minat dengar nilai

rata-rata indikator pernyataan paling tinggi yaitu Saya ingin mendengar lagu dan berita terbaru melalui RRI Digital.

2. Variabel Minat Dengar

Pada variabel minat dengar, peneliti menyebarkan 11 item pernyataan dari 4 indikator yang terdapat di dalam variabel minat dengar. Berikut adalah hasil perhitungan data dari variabel minat dengar:

Tabel 7. Rata-rata Jawaban Responden

Item Pernyataan	Rata-rata	Kategori
P1	3,66	Tinggi
P2	3,30	Netral
P3	3,37	Netral
P4	3,34	Netral
P5	3,38	Netral
P6	3,58	Tinggi
P7	3,48	Tinggi
P8	3,42	Tinggi
P9	3,38	Netral
P10	3,52	Tinggi
P11	3,42	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Uji Normalitas

Mengetahui apakah setiap variabel mempunyai distribusi normal merupakan tujuan dari uji normalitas. Data dikatakan normal jika nilai sig. > 0,05. Gambar berikut menunjukkan hasil uji normalitas:

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal	Mean		.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation		1.75188033
Most Extreme	Absolute		.109
Differences	Positive		.081
	Negative		-.109
Test Statistic			.109
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.169 ^c
	99% Confidence Interval	Lower	.159
		Upper	.179

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari α (0,05) atau setara dengan 0,169 menurut uji Kolmogorov-Smirnov. Asumsi kenormalan terpenuhi berdasarkan hasil pengujian tersebut.

Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk menentukan apakah hubungan kedua variabel adalah segaris. Data dikatakan linier apabila nilai sig. < 0,05. Gambar berikut menunjukkan hasil uji linieritas:

Gambar 3. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Dengar * Motif Penggunaan	Between Groups	115.699	9	12.855	4.117	.000
	Linearity	92.911	1	92.911	29.752	.000
	Deviation from Linearity	22.788	8	2.849	.912	.510
	Within Groups	281.051	90	3.123		
Total		396.750	99			

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai signifikansi linearitas yang didapat peneliti kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel motif penggunaan aplikasi RRI Digital dan variabel minat mendengar memiliki hubungan linier.

Uji Koefisien Korelasi

Hubungan antar variabel dapat diketahui dengan menggunakan koefisien korelasi. Jika nilai sig suatu variabel lebih dari 0,05 maka dikatakan ada korelasi. Hasil uji korelasi ditampilkan pada grafik di bawah ini:

Gambar 4. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Motif Penggunaan	Minat Dengar
Motif Penggunaan	Pearson Correlation	1	.484*
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Minat Dengar	Pearson Correlation	.484*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Variabel motif penggunaan dan variabel minat mendengar masing-masing memiliki nilai signifikansi 0,000. Pada bagian pearson corelation, variabel motif dan kepuasan masing-masing memiliki nilai 0,484. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel minat mendengar dan variabel motif penggunaan aplikasi RRI Digital memiliki hubungan positif dan berada dalam kategori korelasi sedang. Ini karena nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, tujuan dari pengujian analisis regresi linier sederhana adalah untuk membuktikan hipotesis bahwa variabel (X) motif penggunaan aplikasi RRI Digital mempengaruhi variabel (Y) minat mendengar di Radio Republik Indonesia. Gambar berikut menunjukkan hasil uji regresi:

Gambar 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.579	2.795		8.078	.000
	Motif Penggunaan	.499	.091	.484	5.474	.000

a. Dependent Variable: Minat Dengar

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka variabel (X) alasan menggunakan aplikasi RRI Digital berpengaruh terhadap variabel (Y) minat mendengarkan Radio Republik Indonesia. Hasilnya, persamaan berikut muncul dari analisis ini:

$$Y = a + Bx$$

$$22,579 + 0,499X$$

Uji Hipotesis (Uji T)

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh parsial suatu variabel independen (individu) terhadap variabel dependen, uji T digunakan. Hasil pengujian T adalah sebagai berikut:

Gambar 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.579	2.795		8.078	.000
	Motif Penggunaan	.499	.091	.484	5.474	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Peneliti melakukan uji t dengan $\alpha=0,05$ dan df residual=98. Mengingat nilai t hitung sebesar 5,474 dan nilai t tabel sebesar 1,660 maka H_a disetujui dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa minat mendengarkan Radio Republik Indonesia secara signifikan dipengaruhi oleh alasan penggunaan aplikasi RRI Digital.

Uji Koefisien Determinasi

Sejauh mana perubahan variabel terikat dapat dijelaskan oleh model ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R square yang disesuaikan digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi. Hasil R Square adalah sebagai berikut:

Gambar 7. Hasil R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.234	.226	1.761

a. Predictors: (Constant), Motif Penggunaan

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Hasil dari R square pada tabel 4.10 mendapatkan nilai sebesar 0,234. Nilai R square tersebut dapat dikalikan dengan 100%. Dapat disimpulkan bahwa nilai pengaruh variabel motif terhadap variabel minat mendengar sebesar 23,4% sedangkan sekitar 76,6% minat mendengar di Radio Republik Indonesia berasal dari variabel lain di luar penelitian

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif penggunaan mempengaruhi minat dengar secara parsial. Variabel X atau motif penggunaan memiliki pengaruh sebesar 23,4% terhadap variabel minat dengar, dengan koefisien determinasi 0,234. Lihat juga hasil perhitungan signifikansi penelitian, yang menunjukkan jika variable motif penggunaan memiliki hasil 0,000 daripada 0,05, atau taraf kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut aturan penelitian kuantitatif, penelitian dianggap berpengaruh positif dan signifikan jika nilai sig. taraf kesalahannya rendah. Selain itu, dengan menggunakan metode perhitungan ketiga, ditemukan bahwa t hitung 5,474 lebih besar dari 1,660, yang menunjukkan bahwa variabel motif penggunaan juga memengaruhi minat dengar.

Pada variabel motif penggunaan, hasil rata-rata indikator yang paling tinggi adalah indikator dalam motif informasi dengan item pernyataan “Saya dapat mengetahui informasi berita dan lagu terbaru melalui aplikasi RRI Digital” yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,52. Dalam istilah motif penggunaan media, motif informasi mengacu pada alasan atau dorongan seseorang untuk menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak. Dalam penelitian ini, pendengar Radio Republik Indonesia diminta untuk menggunakan aplikasi RRI Digital untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Sementara nilai indikator paling rendah yaitu indikator “Saya menggunakan RRI Digital karena dapat menjadi bahan berdiskusi dengan teman dan keluarga mengenai berita dan lagu terbaru” dengan nilai rata-rata sebesar 3,33.

Pada variabel minat dengar (Y) yang indikatornya terdiri dari *desire*, *belief*, *intention*, *awarness*. Ditemukan bahwa yang menghasilkan skor rata-rata tertinggi yaitu *desire* dengan item pernyataan “Saya ingin mendengar lagu dan berita terbaru melalui RRI Digital” yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,66. Dalam konteks ini pendengar memiliki keinginan mengakses RRI Digital untuk memenuhi kebutuhan informasi dan mendengar lagu dan berita terbaru.

Pada penelitian ini, menggunakan teori *uses and gratification*. Dalam teori *uses and gratification*, terdapat istilah *gratification sought* dan *gratification obtained*. *Gratification sought* (GS) berarti motif yang mendorong atau minat seseorang dalam mendengar atau mengonsumsi media, dalam penelitian ini GS disebut juga variabel X yaitu motif penggunaan aplikasi RRI Digital. Sedangkan *gratification obtained* berarti minat yang didapatkan setelah menggunakan media tertentu, dalam konteks penelitian ini GO disebut juga variabel Y yaitu minat dengar di Radio Republik Indonesia. Variabel motif

penggunaan media (X) memiliki hasil rata-rata yang lebih besar daripada variabel minat dengar (Y). Ini menandakan bahwa indikator-indikator yang terdapat dalam variabel motif penggunaan aplikasi RRI Digital mempengaruhi minat mendengarkan Radio Republik Indonesia. Seperti contoh yaitu informasi yang ada dalam RRI Digital.

Berdasarkan hasil penelitian ini, alasan khalayak menggunakan RRI Digital untuk mendengarkan lagu dan berita terbaru sehingga kebutuhan informasi seputar lagu dan berita terbaru dapat terpenuhi. Dapat ditunjukkan pada hasil perhitungan di atas, dimana hasil rata-rata perhitungan variabel motif penggunaan media paling tinggi diperoleh pada indikator pernyataan pertama yaitu Saya dapat mengetahui informasi berita dan lagu terbaru melalui aplikasi RRI Digital sedangkan pada variabel minat dengar nilai rata-rata indikator pernyataan paling tinggi yaitu Saya ingin mendengar lagu dan berita terbaru melalui RRI Digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa motif informasi pada variabel motif penggunaan berpengaruh paling besar terhadap motif *desire* (keinginan) pada variabel minat dengar, karena nilai rata-rata dari kedua motif tersebut menunjukkan angka paling tinggi di kedua variabel. Sehingga, pendengar Radio Republik Indonesia lebih sering menggunakan RRI Digital untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar lagu dan berita terbaru.

Selain itu, melalui RRI Digital, pendengar juga memiliki akses yang luas terhadap berbagai lagu terbaru dari berbagai *genre* musik. Mereka dapat menemukan dan mendengarkan lagu-lagu hits terbaru, menjelajahi variasi musik yang beragam, dan tetap terhubung dengan tren musik terkini. Dengan demikian, RRI Digital menjadi sumber terpercaya bagi mereka yang ingin tetap terkini dalam dunia musik.

Dengan berita terkini dan lagu-lagu terbaru yang tersedia di platform digital RRI, pendengar dapat memperoleh pengalaman yang lengkap dan memuaskan. Mereka tidak hanya diberi akses ke informasi aktual yang relevan, tetapi juga dapat menikmati hiburan musik yang menyegarkan. Inilah mengapa semakin banyak pendengar yang memilih untuk mengakses RRI Digital sebagai sumber utama mereka untuk mendapatkan informasi dan hiburan.

Berdasarkan pengolahan data di atas, menunjukkan bahwa tingkat pengaruh hubungan antara variabel Motif Penggunaan (X) terhadap variabel Minat Dengar (Y) berada di tingkat sedang. Ini menandakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel tersebut, tetapi tidak terlalu kuat. Meskipun tidak terlalu kuat, hubungan antara variabel masih signifikan secara statistik. Ini berarti perubahan dalam satu variabel cenderung diikuti oleh sebagian di dalam variabel lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Jauhar Wahyuni, M.I.Kom., Dosen Pembimbing Skripsi yang membantu proses penyusunan skripsi hingga selesai. Kepada kedua orang tua, Bapak Mustain dan Ibu Evi Ernawati yang selalu memberikan doa, dukungan moral maupun finansial, dan kasih sayang kepada penulis.

PENUTUP

Simpulan

Terdapat pengaruh penggunaan RRI Digital terhadap minat dengar Radio Republik Indonesia. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai dari hasil uji regresi linier sederhana sebesar 0,499 dengan nilai konstanta 22,579. Nilai koefisien regresi tersebut juga bernilai positif yang dapat diartikan jika variabel motif penggunaan RRI Digital meningkat maka minat dengar di Radio Republik Indonesia juga akan ikut meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika variabel motif penggunaan RRI Digital menurun maka minat dengar di Radio Republik Indonesia juga akan ikut menurun.

Kontribusi yang diberikan dua variabel motif penggunaan RRI Digital (X) terhadap minat dengar (Y) sebesar 23,4% yang diperoleh dari nilai *R-Square* pada uji koefisien determinasi. Sedangkan 76,6% sisanya berasal dari variabel diluar data penelitian. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel motif penggunaan RRI Digital memberikan kontribusi pengaruh yang sedang terhadap minat dengar di Radio Republik Indonesia.

Saran

Dari hasil penelitian di atas, bahwa tingkat pengaruh motif penggunaan RRI Digital terhadap minat dengar di Radio Republik Indonesia masih sedang, yang menandakan masih banyak faktor-faktor lain yang memengaruhi minat dengar di Radio Republik Indonesia. Oleh karena itu, diharapkan kepada penulis selanjutnya dapat menemukan faktor-faktor lain yang kemungkinan pengaruhnya lebih besar terhadap minat dengar di Radio Republik Indonesia.

Diharapkan pihak Radio Republik Indonesia (RRI) agar dapat lebih mengembangkan inovasi serta kreatifitas pada aplikasi RRI Digital dan dapat lebih sering memperkenalkan aplikasi RRI Digital sebagai aplikasi radio streaming yang tidak hanya untuk mendengarkan siaran radio saja, tapi juga sebagai aplikasi yang dapat memberikan informasi lagu dan berita terbaru melalui tayangan siaran, video berita, maupun artikel, sehingga dapat menarik minat para pendengar lebih banyak lagi.

Besar hubungan pada hasil uji korelasi *pearson product moment* sebesar 0,484 yang dapat diartikan bahwa hubungan antara motif penggunaan RRI Digital dengan minat dengar berada pada korelasi sedang.

DAFTAR PUSTAKA

- Tosepu, Yusrin Ahmad. (2018). Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual). Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Abdullah, A. (2020). Pola Kebijakan Digitalisasi Penyiaran di Indonesia. *ARISTO*, 8(1), 82-103.
- Annisa, T. (2022). Analisis Manajemen Produksi Program Siaran Pendidikan Kesehatan di Radio SAI 100 FM Lampung (Studi pada Program Siaran Streaming Acara Dokter Kita).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Burnett, R., & Marshall, P.D. (2021). *Web Theory: An Introduction*. London: Routledge.
- Koyana, D. Y., & Rohmawati, Y. I. (2023). Komunikasi Egaliter Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi RRI Jakarta Pro 4 di Era Penyiaran Digital. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 87-99.
- Rohanudin, M. (2014). *RRI Play Strategi Memenangkan Persaingan Global*. Yogyakarta: Diandra Pustaka Indonesia.
- Syafi'i, A., Marfiyanto, T., & Rodiyah, S. K. (2018). Studi tentang prestasi belajar siswa dalam berbagai aspek dan faktor yang mempengaruhi. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2), 115-123.