



Minat Mendengarkan Radio Dipengaruhi oleh Penggunaan Aplikasi Noice Dan Popularitas Penyiar

Henilia Yulita^{1*}, Lim Yudhi², Sabrina Wisari³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

*Email:henilia.yulita@gmail.com¹, zsubandi@bundamulia.ac.id², s14190032@student.ubm.ac.id³

Doi:<https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1267>

Diterbitkan oleh Politeknik Piki Ganesha Indonesia

Info Artikel

Diterima :
2023-07-18

Diperbaiki :
2023-08-02

Disetujui :
2023-08-04

ABSTRAK

Aplikasi Noice merupakan produk besutan PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) yang menyediakan platform konten audio terlengkap di Indonesia, sebagai salah satu perusahaan rintisan teknologi asal Indonesia. Pertumbuhan basis pengguna Noice terus meningkat signifikan dan kini telah mencapai hampir 1 juta pengguna di seluruh Indonesia. Penyiar radio juga mengambil peran yang sangat penting dalam kemajuan radio. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan alat analisis SPSS26. Populasi dalam penelitian adalah generasi milenial yang tinggal di Jakarta dengan sampel sebanyak 112 responden. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan aplikasi Noice terhadap minat mendengarkan radio dan popularitas penyiar terhadap minat mendengarkan radio secara parsial. Minat mendengarkan radio juga dipengaruhi signifikan oleh penggunaan aplikasi Noice dan popularitas penyiar secara simultan.

Kata Kunci : Minat Mendengarkan; Penyiar; Penggunaan Noice

ABSTRACT

The Noice application is a product made by PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) which provides the most complete audio content platform in Indonesia, as a technology startup company from Indonesia. The growth of the Noice user base continues to increase significantly and has now reached nearly 1 million users throughout Indonesia. Radio broadcasters also play a very important role in the progress of radio. The method used is a quantitative method with the SPSS26 analysis tool. The population in this study is the millennial generation who live in Jakarta with a sample of 112 respondents. Based on the research results, it proves that there is a positive and significant influence between the use of the Noice application on interest in listening to the radio and the popularity of broadcasters on interest in listening to the radio partially. Interest in listening to radio is also significantly influenced by the simultaneous use of the Noice application and the popularity of broadcasters.

Keywords: Broadcaster; Listening Intention; Noice Application

Alamat Korespondensi

: Jl. Letnan Jenderal Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 54316

PENDAHULUAN

Noice adalah perusahaan teknologi asal Indonesia yang fokus menyediakan platform konten audio terlengkap, disponsori oleh PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) yang memiliki Layanan Konsultasi, Media Digital dan anak perusahaan yang terkait dengan industri radio. Layanan ini tersedia untuk semua pengguna PlaySfree di Google Store, App Store (Sukma, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sarinah, 2021) menyatakan bahwa minat mendengarkan radio merupakan suatu minat yang dimiliki seseorang sebelum keputusan diambil (Nadia Triana Siradj, 2018). Jika kebutuhan pendengar akan hiburan atau informasi terpenuhi, maka radio masih tetap menjadi pilihan untuk mendengarkan musik terutama dalam perjalanan.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wicaksono Tri Kurniawan, 2022) membuktikan bahwa minat seseorang dalam mendengarkan radio dipengaruhi oleh beberapa motif seperti motif informasi, identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, maupun hiburan. Motif inilah yang mendorong pendengar untuk tetap mendengarkan radio sebagai siaran yang menghibur terutama bagi mereka yang berada dalam perjalanan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dhamayanti, 2019) menyatakan bahwa saat bepergian, pendengar radio akan menjadikan penyiar radio sebagai teman dalam perjalanan yang dapat menginformasikan keadaan jalan ataupun memutar lagu kesukaan pendengar. Pendengar merasa ditemani dan dihibur dengan mendengarkan radio sepanjang perjalanan. Setiap stasiun memiliki keunikan tersendiri yang tidak terdapat pada stasiun lain.

Menurut data Badan Pusat Statistik (2019), tingkat perhatian masyarakat saat mendengarkan radio pada tahun 2018 sebesar 13%. Angka ini turun signifikan dari 50,29% pada tahun 2003. Selain itu, jumlah masyarakat yang membaca majalah atau surat kabar menurun menjadi 14,92% dan 302% pada tahun 2018. Dalam sepekan terakhir, kepemirsaaan TV meningkat dari 84,94% pada tahun 2003 menjadi 93,02% pada tahun 2018 (Azis, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Azis, 2021) menyatakan bahwa emosi penyiar dapat dirasakan oleh pendengar melalui pilihan kata-kata yang diucapkan dan intonasi suara dalam siaran. Kedekatan penyiar dengan pendengar terjalin secara hangat saat penyiar mampu membangun interaksi yang akrab sekalipun hanya melalui suara. Popularitas penyiar mampu menimbulkan minat pendengar untuk mendengarkan radio (Kasim, 2020).

Sejalan dengan penelitian mengenai popularitas, penelitian terdahulu oleh (Kasim, 2020) juga menyatakan bahwa popularitas digital seorang penyiar radio turut menentukan kualitas dari konten siarannya. Seorang penyiar radio yang memiliki popularitas digital yang baik, akan turut meningkatkan citra baik dari stasiun radionya. Sebaliknya, kualitas siaran radio akan ikut menurun, jika penyiar tidak menjaga popularitas digitalnya. Instagram dipilih sebagai media sosial yang digunakan para penyiar untuk memberikan citra positif keseharian mereka (Windhy Rahmi, 2021).

Radio merupakan media massa yang memiliki karakter tersendiri karena hanya menyiarkan suara. Radio menerima simbol-simbol komunikasi yang bersifat *audible* dan hanya dapat didengar oleh telinga (bersifat bunyi), sehingga radio termasuk dalam kategori media berupa ujaran atau suara (Pritta Miranda, 2020). Radio merupakan media audio yang berguna bagi kebutuhan pendengarnya secara umum, baik untuk informasi maupun hiburan. Radio

menawarkan berbagai konten informasi dan genre musik (*the spoken words*) (Puspa Nirwana, 2020).

Perkembangan Radio Streaming Indonesia yang berkembang dengan menggunakan platform digital disebut juga dengan radio internet. Masyarakat Indonesia kini semakin dimudahkan dalam mengkonsumsi konten audio baik berupa siaran radio, konten audio on-demand ataupun bentuk konten audio lainnya. Radio online memiliki jangkauan terluas karena bersifat global dibandingkan radio tradisional yang jangkauannya terbatas karena menggunakan antena untuk mencapai jangkauan sinyal. Hadirnya aplikasi platform digital yang mewadahi konten audio seperti Noice membuat jarak dan waktu tidak menjadi halangan dalam mendengarkan siaran radio (Unkris.ac.id).

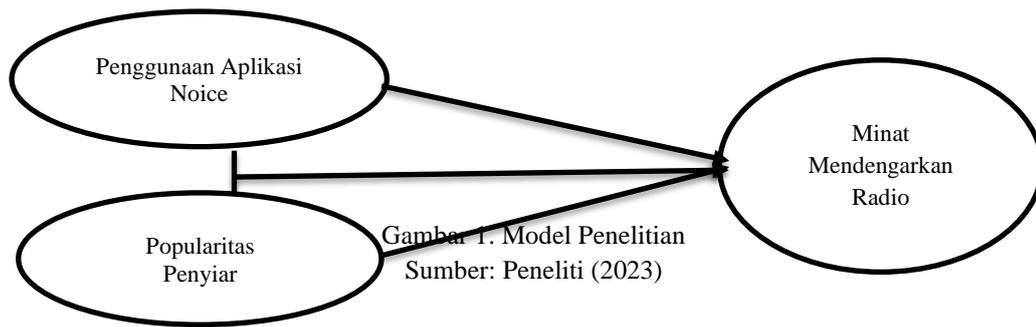
Dalam dunia radio, penyiar memegang peranan yang sangat penting dalam perkembangan radio, karakternya bisa berupa citra suatu brand atau pimpinan stasiun yang berkomunikasi dan berinteraksi dengan audiens. Noice baru-baru ini bermitra dengan komunitas penulis lokal Indonesia untuk meluncurkan konten baru berupa audio serial drama. Noice juga terus mengedit berbagai konten podcast bekerja sama dengan sejumlah selebriti dan influencer seperti Raffi Ahmad, Arief Muhammad, Jerome Polin, Vincent, Desta, Andre Taulany, dan lainnya. Pencipta populer ini memiliki total lebih dari 130 juta pengikut media sosial (Dinda Helsa Novia, 2019).

Berkembangnya digitalisasi broadcasting mengakibatkan berkembang pula industri penyiaran radio melalui platform digital. Penelitian ini akan mengukur apakah minat masyarakat Indonesia dalam mendengarkan radio dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi platform digital (Noice) dan popularitas Penyiar yang memiliki banyak pengikut di media sosial (Saputro, 2020).

Broadcaster atau penyiar merupakan cerminan kepribadian dari stasiun televisi yang diwakilinya. Kemampuannya untuk membangun citra positif stasiun radio dapat memengaruhi persepsi publik tentang stasiun tempat dia ditugaskan. Pengirim harus dapat menyampaikan pesan secara efektif. Program dengan pesan yang dikomunikasikan secara efektif akan menarik lebih banyak pendengar dan dapat secara langsung menguntungkan penyiar yang melaksanakan jadwal siaran (Maharani, 2021).

Kemampuan penyiar untuk memilih kata-kata yang akan diucapkan, diharapkan dapat menghindarkan penyiar dari kesalahan bicara yang dapat terjadi selama siaran. Sedikit kesalahan pengucapan akan terdengar selama siaran. Kemampuan pemilihan kata sangat erat hubungannya dengan pengalaman yang dimiliki oleh seorang penyiar. Semakin penyiar berpengalaman, maka semakin kecil pula kemungkinan membuat kesalahan dalam berkata-kata (Windhy Rahmi, 2021).

State of the art dari penelitian ini yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah subyek penelitian dengan menggunakan aplikasi Noice yang memudahkan pendengar untuk mendengarkan radio secara online. Selain itu, penelitian yang berfokus pada generasi milenial belum dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Berdasarkan fenomena dan penelitian sebelumnya maka penelitian ini mengangkat judul “Minat Mendengarkan Radio Dipengaruhi oleh Penggunaan Aplikasi Noice Dan Popularitas Penyiar.”



Hipotesis:

H1: Minat mendengarkan radio dipengaruhi oleh Penggunaan Aplikasi Noice

H2: Minat mendengarkan radio dipengaruhi oleh Popularitas Penyiar

H3: Minat mendengarkan radio dipengaruhi oleh Penggunaan Aplikasi dan Popularitas Penyiar

METODE PENELITIAN

Metode survey digunakan dalam penelitian ini untuk mengambil data responden yang dikembangkan dengan angket berupa kuesioner berdasarkan literatur dan item pernyataan disebarikan sebagai data primer kepada generasi milenial di Jakarta (Brendi Wijaya H. Y., 2020). Jenis penelitian adalah metode kuantitatif (Henilia Yulita K. H., 2022). Penelitian menggunakan *puposive sampling* dengan mempertimbangkan sumber data tertentu (Graciela Putri Wijaya, 2022). Tehnik Pengumpulan Data dilakukan penyebaran kuesioner atau angket (google form) dengan skala likert mulai dari bobot 1=Sangat Tidak Setuju sampai bobot 5=Sangat Setuju (Henilia Yulita M. C., 2016).

Generasi milenial digunakan sebagai populasi pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Hair et al (Hair, 2021) dalam menentukan jumlah sampel. Sampel ditentukan berdasarkan pada jumlah indikator yaitu 15 dikali 5 sampai 10.

a. Ukuran sampel minimum = $15 \times 5 = 45$

b. Ukuran sampel maksimum = $15 \times 10 = 150$

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 112 responden.

Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan software SPSS v26 dalam menganalisis variabel penelitian X1= Penggunaan Aplikasi Noice, X2= Popularitas Penyiar, Y= Minat Mendengarkan Radio. Analisis data dilakukan setelah data kuesioner terkumpul sebanyak 112 responden melalui google form yang disebarikan secara online (Graciela Putri Wijaya, 2022). Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSSversi 26 (Brendi Wijaya H. Y., 2020). Setelah lolos uji r uji validitas dan reliabilitas, maka dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas. Setelah lolos uji asumsi klasik, barulah dilakukan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F dilanjutkan dengan uji Regresi Linier Berganda (Henilia Yulita K. H., 2022).

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebar kepada 112 orang, data diatas menunjukkan bahwa sebanyak 60,2% berjenis kelamin perempuan, sebanyak 82,2% berada di usia 17-26 tahun, dan 70,8% memiliki profesi sebagai pelajar/mahasiswa.

Uji Validitas

Penggunaan Aplikasi Noice

Tabel 1. Uji Validitas Penggunaan Aplikasi Noice

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.937**	.911**	.814**	.809**	.946**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.937**	1	.922**	.842**	.837**	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.911**	.922**	1	.853**	.859**	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	.814**	.842**	.853**	1	.905**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.5	Pearson Correlation	.809**	.837**	.859**	.905**	1	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1	Pearson Correlation	.946**	.960**	.961**	.932**	.931**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa semua indikator pada variabel Penggunaan Aplikasi Noice dinyatakan valid, karena nilai total seluruh indikator Penggunaan Aplikasi Noice menunjukkan angka >0.1946 (r-tabel).

Popularitas Penyiar

Tabel 2. Uji Validitas Popularitas Penyiar

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.780**	.744**	.769**	.784**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.780**	1	.837**	.845**	.837**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.744**	.837**	1	.878**	.877**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.769**	.845**	.878**	1	.834**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000

	N	112	112	112	112	112	112
X2.5	Pearson Correlation	.784**	.837**	.877**	.834**	1	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2	Pearson Correlation	.883**	.929**	.938**	.935**	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa semua indikator pada variabel Popularitas Penyiar dinyatakan valid, karena nilai total seluruh indikator Popularitas Penyiar menunjukkan angka lebih besar dari 0.1946 (r-tabel).

Minat Mendengarkan Radio

Tabel 3. Uji Validitas Minat Mendengarkan Radio

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.809**	.780**	.816**	.765**	.808**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y2	Pearson Correlation	.809**	1	.904**	.844**	.822**	.884**	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y3	Pearson Correlation	.780**	.904**	1	.825**	.766**	.852**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y4	Pearson Correlation	.816**	.844**	.825**	1	.839**	.837**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y5	Pearson Correlation	.765**	.822**	.766**	.839**	1	.809**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y6	Pearson Correlation	.808**	.884**	.852**	.837**	.809**	1	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y	Pearson Correlation	.900**	.950**	.924**	.931**	.901**	.936**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112

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

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa semua indicator pada variabel Minat Mendengarkan Radio dinyatakan valid, karena nilai total seluruh indikator Minat Mendengarkan Radio menunjukkan angka lebih besar dari 0.1946 (r-tabel).

Uji Reliabilitas

Penggunaan Aplikasi Noice

Tabel 4. Uji Reliabilitas Penggunaan Aplikasi Noice

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas terkait uji reliabilitas untuk variabel Penggunaan Aplikasi Noice (X1), diperoleh koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.971. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel Penggunaan Aplikasi Noice dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Popularitas Penyiar

Tabel 5. Uji Reliabilitas Popularitas Penyiar
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	4

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas terkait uji reliabilitas untuk variabel Popularitas Penyiar (X2), diperoleh koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.957. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel Popularitas Penyiar dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Minat Mendengarkan Radio

Tabel 6. Uji Reliabilitas Minat Mendengarkan Radio

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	6

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas terkait uji reliabilitas untuk variabel Minat Mendengarkan Radio (Y), diperoleh koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.910. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel Minat Mendengarkan Radio dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

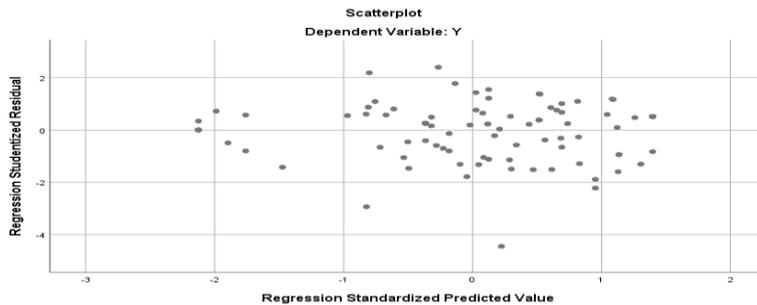
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.379	.937		.405	.686		
	X1	.831	.088	.695	9.432	.000	.304	3.285
	X2	.292	.090	.240	3.257	.001	.304	3.285

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dikatakan terbebas dari asumsi multikolinearitas karena VIF menunjukkan <10 dan nilai tolerance >0.10.

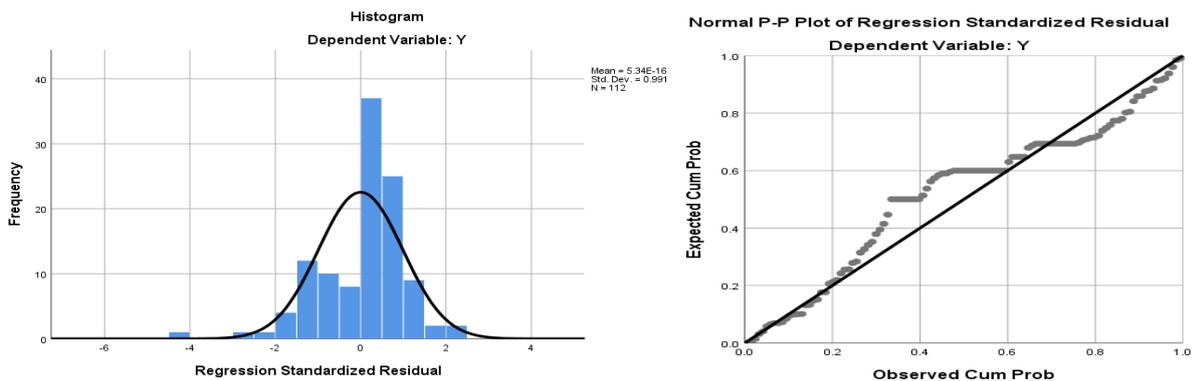
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Uji Heterokedastisitas
Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data Gambar 4 dapat dikatakan bahwa data yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sebab titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu.

Uji Normalitas



Gambar 5. Uji Normalitas
Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan hasil data uji normalitas diatas didapatkan data yang bersifat normal, melihat diagram yang membentuk pola lonceng dan juga Normal P-P plot dengan data memencar mengikuti fungsi distribusi normal yaitu menyebar seiring garis z diagonal

Uji t (Parsial)

Tabel 8. Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.379	.937		.405	.686		
	X1	.831	.088	.695	9.432	.000	.304	3.285
	X2	.292	.090	.240	3.257	.001	.304	3.285

a. Dependent Variable: Y

$t_{\text{tabel}} = t_{\alpha/2 : n-k-1} = 0,05/2 ; 109 = 0,025 ; 109 = 1.981$

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan data pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel X1, Penggunaan Aplikasi Noice memiliki nilai sebesar 9,432 lebih besar dari t-tabel yakni 1.981 dan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti dapat disimpulkan variabel independen Penggunaan Aplikasi Noice mempengaruhi variabel dependen Minat Mendengarkan Radio secara signifikan dan parsial.

Demikian pula pada hitung variabel X2, Popularitas Penyiar memiliki nilai sebesar 3,257 lebih kecil dari t-tabel yakni 1.981 dan nilai sig. 0,001 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel independen Penggunaan Aplikasi Noice memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Minat Mendengarkan Radio secara parsial.

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4519.264	2	2259.632	247.712	.000 ^b
	Residual	994.299	109	9.122		
	Total	5513.563	111			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

$F_{\text{tabel}} = k ; n-k = 2 ; 112-2 = 2 ; 110 = 3.08$

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan pada table 9, didapatkan Fhitung sebesar 247,712 lebih besar dibandingkan dengan F-tabel sebesar 3.08, maka dapat dikatakan X1 (Penggunaan Aplikasi Noice) dan X2 (Popularitas Penyiar) secara signifikan bersama-sama atau simultan mempengaruhi Y (Minat Mendengarkan Radio).

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode perhitungan SPSS yang sudah dilakukan peneliti melalui uji validitas dan reliabilitas, maka didapatkan hasilnya sebagai berikut.

X1 (Penggunaan Aplikasi Noice) terhadap Y (Minat Mendengarkan Radio).

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis pertama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara Penggunaan Aplikasi Noice terhadap Minat Mendengarkan Radio. Dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden menunjukkan bahwa Minat Mendengarkan Radio dipengaruhi secara signifikan oleh Penggunaan Aplikasi Noice.

Dari penyebaran kuisisioner kepada 112 responden yang terdiri dari kalangan yang berbeda baik dari gender laki-laki ataupun perempuan, hasil dari pengisian kuisisioner tersebut diuji melalui metode SPSS 26 untuk mengetahui validitas dan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk memastikan reliabilitasnya. Data yang terkumpul dilakukan pengujian hingga mendapatkan validitas yang terdiri dari 5 pertanyaan kepada responden. Semua hasil dari 5 pertanyaan tersebut mencapai angka lebih besar dari 0,1946 berdasarkan r tabel yang sudah

ditentukan. Dengan data yang didapatkan menyatakan validitas, begitupun dengan uji reliabilitas yang mendapatkan angka 0,971 diatas Cronbach's Alpha >0,60.

Hasil uji signifikansi membuktikan bahwa Minat Mendengarkan Radio (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh Penggunaan Aplikasi Noice (X1). Minat generasi milenial dalam mendengarkan radio sangat dipengaruhi dengan hadirnya aplikasi Noice yang mudah di download *Google Play Store* dan *Apple App Store*. Eksistensi radio di Indonesia dibuktikan masih tetap konsisten di tengah hadirnya platform media sosial lainnya. Aplikasi Noice menjadikan generasi milenial pada khususnya, dan masyarakat Indonesia pada umumnya turut melestarikan sarana komunikasi massa ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Azis, 2021) dan (Maharani, 2021) dimana audiens berminat untuk mendengarkan radio karena dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi Noice.

X2 (Popularitas Penyiar) terhadap Y (Minat Mendengarkan Radio).

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis kedua menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara Popularitas Penyiar dan Minat Mendengarkan Radio. Dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden menunjukkan Minat Mendengarkan Radio dipengaruhi secara signifikan oleh Popularitas Penyiar.

Dari penyebaran kuisisioner kepada 112 responden yang terdiri dari kalangan yang berbeda baik dari gender laki-laki ataupun perempuan, hasil dari pengisian kuisisioner tersebut diuji melalui metode SPSS 26 untuk mengetahui validitas dan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk memastikan reliabilitasnya. Data yang terkumpul dilakukan pengujian hingga mendapatkan validitas yang terdiri dari 5 pertanyaan kepada responden. Semua hasil dari 5 pertanyaan tersebut mencapai angka > 0,1946 berdasarkan r tabel yang sudah ditentukan.

Dengan data yang didapatkan menyatakan validitas, begitupun dengan uji reliabilitas yang mendapatkan angka 0,957 diatas Cronbach's Alpha >0,60. Hasil uji signifikansi membuktikan bahwa Minat Mendengarkan Radio (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh Popularitas Penyiar (X2). Generasi milenial menyukai seseorang yang sudah dikenal di masyarakat untuk menjadi penyiar. Popularitas penyiar dapat membangun kedekatan dengan masyarakat. Kedekatan masyarakat dengan penyiar tersebut yang memengaruhi mereka untuk tetap memiliki minat mendengarkan siaran radio. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kasim, 2020) mengenai terkaitan antara peopularitas penyiar dengan minat mendengarkan radio.

X1 (Penggunaan Aplikasi Noice) dan X2 (Popularitas Penyiar) terhadap Y (Minat Mendengarkan Radio).

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis kedua menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara pemasaran Penggunaan Aplikasi Noice, Popularitas Penyiar dan Minat Mendengarkan Radio. Dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden menunjukkan bahwa Minat Mendengarkan Radio dipengaruhi secara bersama-sama atau simultan oleh Penggunaan Aplikasi Noice dan Popularitas Penyiar.

Dari penyebaran kuisisioner kepada 112 responden yang terdiri dari kalangan yang berbeda baik dari gender laki-laki ataupun perempuan, hasil dari pengisian kuisisioner tersebut diuji melalui metode SPSS 26 untuk mengetahui validitas dan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk memastikan reliabilitasnya. Semua pertanyaan indicator mencapai

angka $> 0,1946$ berdasarkan r tabel yang sudah ditentukan. Dengan data yang didapatkan menyatakan validitas, begitupun dengan uji reliabilitas yang mendapatkan angka $0,965$ diatas Cronbach's Alpha $>0,60$.

Berdasarkan hasil uji signifikansi dibuktikan bahwa Minat Mendengarkan Radio (Y) dipengaruhi secara simultan dan signifikan oleh Penggunaan Aplikasi Noice (X1) dan Popularitas Penyiar (X2). Hal ini dapat menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk mendengarkan siaran radio sangat dipengaruhi oleh hadirnya aplikasi Noice yang mudah di *download*, dan juga dengan popularitas yang dimiliki oleh penyiar radio turut menarik minat generasi milenial.

Siaran radio yang mereka dengarkan melalui aplikasi Noice, ternyata dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan penggunaan maupun fitur yang tersedia dalam aplikasi Noice. Responden sangat terhibur saat mendengarkan siaran radio disebabkan juga karena para Penyiar dalam radio yang mereka dengarkan merupakan publik figur yang cukup terkenal dan familiar dengan pendengarnya.

Hal ini menyebabkan terjadinya kedekatan emosional antara penyiar (Penyiar) dengan para pendengarnya. Ketika penyiar merupakan seorang yang sudah dikenalnya, maka minat mendengarkan radio semakin meningkat, didukung oleh kemudahan dalam penggunaan Aplikasi Noice. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Puspa Nirwana, 2020), (Pritta Miranda, 2020) dan (Azis, 2021) yang menyatakan bahwa minat mendengarkan radio memang dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan yang ditawarkan aplikasi Noice dan popularitas penyiar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan dari data yang diperoleh mengenai Penggunaan Aplikasi Noice, Popularitas Announcer dan Penggunaan Aplikasi Noice terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa Minat Mendengarkan Radio dipengaruhi secara signifikan oleh Penggunaan Aplikasi Noice. Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa Minat Mendengarkan Radio dipengaruhi secara signifikan oleh Popularitas Announcer. Hasil penelitian ketiga menunjukkan bahwa Minat Mendengarkan Radio dipengaruhi secara bersama-sama atau simultan oleh Penggunaan Aplikasi Noice dan Popularitas Announcer.

Keterbatasan penelitian ini memiliki hanya meneliti variabel penggunaan aplikasi noice, popularitas penyiar, dan minat mendengarkan radio. Responden pada penelitian ini juga terbatas pada generasi milenial yang berjumlah 112 responden. Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah: Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat melibatkan lebih banyak responden sehingga data yang di dapatkan akan lebih akurat Pengumpulan data ada baiknya dilakukan secara langsung, sebab apabila dilakukan secara online terdapat beberapa data yang terisi dengan seadanya. Pengaruh yang cukup kuat ditunjukkan oleh faktor Minat Mendengarkan Radio yang dipengaruhi oleh Penggunaan Aplikasi Noice dan Popularitas Announcer. Stasiun radio dapat mempekerjakan para public figur sebagai announcer yang familiar di kalangan generasi milenial.

REFERENSI

- Azis, M. A. (2021). Minat Pendengar Radio Terhadap Karakter Suara Penyiar. *Commercium Volume 04 Nomer 01* , 111-121.
- Brendi Wijaya, H. Y. (2020). Effect of Emotional Experience, Electronic Word of Mouth, Reputation, Customer Satisfaction on Loyalty (Empirical Study: Lion Air). *Ilomata International Journal of Management Vol. 1 No. 4 October*, 215-227.
- Brendi Wijaya, H. Y. (2020). Pengaruh Pengalaman Emosional, Electronic Word Of Mouth, Reputasi, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen. *Management & Accounting Expose vol. 3, No. 2, Desember* , 71-81.
- Dhamayanti, M. (2019). PEMANFAATAN MEDIA RADIO di ERA DIGITAL . *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK) Vol 3 No. 2* , 82-89.
- Dinda Helsa Novia, B. R. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO SLA FM 105.6 MHZ TAKENGON KABUPATEN ACEH TENGAH DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1-13.
- Graciela Putri Wijaya, H. Y. (2022). The Influence of Content Marketing, E-WoM, and Brand Image on Purchase Intention Mother of Pearl Cosmetics. *Journal of Business & Applied Management, XV (No. 2)*(<https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/>), 133-142.
- Hair, J. H. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* . Switzerland: Classroom Companion: Business. Springer, Cham.
- Henilia Yulita, K. H. (2022). The Influence Of Millennial's Risk Perceptions On E-Commerce Shopee Purchase Decisions. *PROMEDIA, (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 8(1), 90 – 103.
- Henilia Yulita, M. C. (2016). Pengaruh indikator daring: Surel dan layanan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan (Studi empiris: Anggota Fitness First di Jakarta). *Jurnal Siasat Bisnis, 19 (1)*, 56–68.
- Kasim, M. (2020). PROFESIONALITAS PENYIAR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SIARAN PROGRAM ASPIRASI NKRI SUARA RAKYAT HULONTHALO 99,9MHZ. *ejournal.unsrat.ac.id*, 1-13.
- Maharani, D. (2021). STRATEGI RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) PALEMBANG MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR DI ERA DIGITALISASI PENYIARAN. *PPTK : Publikasi Penelitian Terapan dan Kebijakan Vol 4 No 1*, 1-11.
- Nadia Triana Siradj, R. H. (2018). PENGARUH KONTEN RADIO TERHADAP KEPUTUSAN MENDENGARKAN RADIO (Studi Kasus pada Radio Play99ers 100 FM Bandung). *e-Proceeding of Applied Science : Vol.4, No.3 Desember*, 1129.
- Pritta Miranda, R. Y. (2020). Keunikan karakteristik radio: Daya tarik bagi khalayak dalam mendengarkan radio . *JURNAL STUDI KOMUNIKASI Vol 4, Ed 3*, 735-748.
- Puspa Nirwana, O. P. (2020). KOMUNIKASI SIARAN RADIO DI ERA DIGITAL GUNA MEMPERTAHANKAN BUDAYA BETAWI. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis Vol. 4 No. 1 Juni* , 83-91.
- Saputro, D. R. (2020). Strategi Penyiaran Radio Komunitas di Era Internet (Studi pada Radio Komunitas di Purwokerto). *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 7(1)*, 160-181.

- Sarinah, M. H. (2021). Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *JCS: Journal of Communication Studies Vol. 1 No. 02 Juli-Desember*, 97-113.
- Sukma, P. B. (2020). Penggunaan Aplikasi Pada Smartphone Sebagai Media Pemasaran Startup Digital Pada Brand Noice. *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media Vol. 4 No. 2*, 1-10.
- Wicaksono Tri Kurniawan, H. S.-F. (2022). Kepuasan Khalayak dalam Mendengarkan Insert Berita The Highlights Radio Prambors Jakarta. *Kajian Jurnalisme Volume 05 Nomor 02*, 129-144.
- Windhy Rahmi, D. D. (2021). STRATEGI PENYIAR RADIO SUARA SAFASINDO 98.2 FM PAYAKUMBUH DALAM MEMPERTAHANKAN KUALITAS DAN EKSISTENSI SIARAN. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK) Vol. 3 No. 4, September*, 186-195.