

Pengaruh Inovasi Radio Prambors 102.2 FM di Era Digital Terhadap Keputusan Mendengar

Mulya Arif Ibras Khasani*¹
Alain Rishi Zacharias²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM Interstudi, Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
*e-mail: ibras18.IK@gmail.com¹, pengusaha0501@gmail.com²

Abstrak

Upaya radio dalam mempertahankan eksistensi dan mengimbangi kemajuan teknologi di era digital salah satunya adalah dengan menerapkan konvergensi media yang melibatkan jaringan internet dengan media penyiaran sebagai inovasi dalam menjangkau khalayak secara luas dan menarik khalayak baru. Radio Prambors 102.2 FM menjadi salah satu radio di Indonesia yang telah menerapkan konvergensi media sebagai inovasi mendigitalisasi dan memperhatikan segmentasi serta kemajuan teknologi. Inovasi layanan yang diterapkan Radio Prambors dengan memanfaatkan website, serta beragam platform media sosial sebagai sarana dalam memperluas jangkauan siaran secara streaming. Fokus utama penelitian saat ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari inovasi Radio Prambors 102.2 FM terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta. Fakta ini berupaya untuk memberikan referensi dalam bidang akademis maupun praktisi dalam memaknai seberapa besar inovasi Radio Prambors di era digital terhadap keputusan mendengar. Pendekatan kuantitatif menggunakan metode deskriptif analitik dengan desain cross sectional digunakan pada studi saat ini dan teknik purposive sampling diterapkan sebagai cara menentukan responden penelitian pada Generasi Z kota Jakarta dengan kriteria range usia 18-25 tahun serta merupakan pendengar radio streaming Prambors minimal 6 kali dalam seminggu. Teknik pengumpulan data melalui Google form dengan tingkat pengukuran skala likert 4 poin dan teknik Uji Konfirmasi data menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Sementara teknik analisis olah data menggunakan Analisis Regresi linier sederhana dengan bantuan software IBM SPSS V.26 dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta.

Kata kunci: Generasi Z, Inovasi, Keputusan Mendengar, Prambors Radio

Abstract

Abstracts are written in Indonesian and English, limited to a maximum of 200 words and one paragraph. Abstract should describe the research problem empirically (one sentence if possible), describe the research objectives, research methods, findings, conclusions, and implications. The abstract of a case study must describe the characteristics of the subject and its relevance, the authenticity of the solution to a problem described from the case example, and the questions raised by theory or research (font size 10, right-left aligned, paragraphs entered right-left, 1 space). One of radio's efforts to maintain its existence and keep pace with technological advances in the digital era is implementing media convergence involving the internet network and media broadcasting as an innovation in reaching a wider audience and attracting new audiences. Radio Prambors 102.2 FM is one of the radios in Indonesia that has implemented media convergence as an innovation in digitizing and paying attention to segmentation and technological advances. Service innovation implemented by Prambors Radio by utilizing the website, as well as various social media platforms as a means of expanding its reach by streaming. The main focus of the current research aims to determine the effect of the Prambors 102.2 FM Radio innovation on the listening decision of the millennial generation in the Jakarta city area. This fact seeks to provide a reference in both the academic and practical fields in interpreting how big Prambors Radio's innovation in the digital era is towards listening decisions. A quantitative approach using a descriptive analytic method with a cross-sectional design was used in the current study and a purposive sampling technique was applied as a way of determining research respondents in Generation Z of Jakarta with criteria of an age range of 18-25 years and listening to Prambors radio streaming at least 6 times a week. The data collection technique is through the Google form with a scale measurement level such as 4 points and the data confirmation test technique uses the Validity Test and Reliability Test. While the data analysis technique uses simple linear regression analysis with the help of IBM SPSS V.26 software with the results of the research showing that the innovation of Prambors 102.2 FM Radio in the digital era has a significant influence on the listening decision of the millennial generation in the Jakarta city area.

Keywords: *Generation Z, Innovation, Listening Decisions, Prambors Radio*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengalami peningkatan pesat dan selaras dengan kebutuhan khalayak terhadap informasi serta hiburan yang tinggi. Pada ranah digital, teknologi dikaitkan dengan jaring internet, *website* serta beragam *platform* media guna memudahkan segala aktivitas maupun pekerjaan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Merespons perkembangan teknologi saat ini, media penyiaran secara tidak langsung diharuskan mampu membuat sebuah inovasi baru guna mengikuti perkembangan teknologi sebagai upaya dalam beradaptasi dan bersaing di era digital (Trinoviana, 2017)

Pada dasarnya, media penyiaran memiliki strategi untuk menuju pencapaian dalam target perusahaan, strategi tersebut dapat diartikan sebagai peranan aktif dan rasional agar tercapainya suatu tujuan organisasi (Hendrarto & Ruliana, 2019). Secara garis besar, fenomena pertumbuhan teknologi internet telah menghasilkan ekspansi konten *online* secara cepat dan hal tersebut mampu memicu media penyiaran konvensional seperti radio mengalami sebuah transisi serta regenerasi secara terus menerus.

Sebelum perkembangan teknologi internet yang semakin pesat, radio merupakan salah satu media penyiaran favorit bagi masyarakat Indonesia untuk memperoleh informasi dan hiburan. Karakteristik radio cukup istimewa, dimana komunikasi yang berlangsung antara penyiar serta pendengar terasa dekat yang mampu menciptakan imajinasi seseorang dan hal tersebut menjadikan radio akan terus mampu bersaing di era digital saat ini meskipun telah hadir beragam *platform* media baru (Ismandianto et al., 2022)

Tren pendengar radio di Indonesia sendiri menampilkan dampak yang positif dari pergerakannya selama Pandemi Covid-

19. Sekitar 50-53% atau beberapa orang masih mendengarkan radio. Mengutip dari data Nielsen *Streaming* Radio memberikan perkembangan yang signifikan, dengan wilayah Jakarta yang menjadi area *streaming* radio terbesar. Jika dibandingkan dengan Survey 2 (Apr 19 – Mar 2020), 17% total *audience* radio yang ada di Jakarta atau sekitar 2.7 juta orang lebih memilih mendengarkan radio melalui siaran *streaming* (Katherina, 2021)

Kompetisi di tengah era digital saat ini, menjadikan radio menjadi media elektronik dengan banyak peminat. Walaupun didominasi dengan adanya internet maupun televisi, radio masih menjadi media massa yang eksistensinya terus terjaga hingga saat ini. “Radio ga ada matinya” menjadi sebuah julukan bagi radio karna kehadirannya yang masih terus ada hingga saat ini. (Komisi Penyiaran Indonesia, 2022). Selain itu, Lembaga Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) mengungkapkan jumlah pendengar radio mengalami peningkatan sebesar 21% sejak tahun 2017 dengan jangkauan 22,759 juta orang dalam satu hari di 10 kota memiliki rata-rata durasi 120 menit atau 2 jam (PRSSNI, 2020)

Dari penjelasan serta hasil survei pada paragraf sebelumnya, menunjukkan bahwa radio masih dapat bersaing dengan media baru meskipun perkembangan teknologi internet di Indonesia terus meningkat. Dalam beradaptasi di era digital, radio perlu menyesuaikan posisinya terhadap keberadaan media maupun *platform* baru yang cenderung memanfaatkan jaringan internet guna memudahkan khalayak untuk mengakses tanpa keterbatasan jarak dan waktu. Upaya radio dalam mempertahankan eksistensi dan mengimbangi kemajuan teknologi di era digital saat ini adalah menerapkan inovasi baru seperti melakukan konvergensi media yang melibatkan jaringan internet dengan media penyiaran sebagai cara menjangkau khalayak secara luas dan menarik khalayak baru dengan cara mendigitalisasi media penyiaran yang memiliki beragam fitur dan kemudahan akses secara *streaming* (Ismandianto et al., 2022)

Radio Prambors 102.2 FM menjadi salah satu radio di Indonesia yang telah menerapkan konvergensi media sebagai inovasi layanan dalam menciptakan peluang dari perkembangan teknologi internet saat ini guna menjangkau serta menarik perhatian khalayak secara luas. Prambors Radio melakukan inovasi mendigitalisasi untuk memudahkan khalayak khususnya anak muda dengan memperhatikan segmentasi dan kemajuan teknologi dengan cara melebarkan siarannya dengan jangkauan internet, dengan begitu para pendengar dapat lebih fleksibel dalam

mengaksesnya secara *streaming*. Selain itu, terdapat beberapa radio di jakarta yang telah melakukan digitalisasi, sebagaimana berikut :

Gambar 1. Rating radio di jakarta

Radio Station	Radio Logo	Rating	Information
i-Radio FM		★★★★★	Pop, Top 40
Hard Rock FM Jakarta		★★★★★	Rock, Top 40
Prambors FM		★★★★★	Pop, Top 40
Delta FM		★★★★	Pop
Kiss FM		★★★★	Pop, Top 40
98.7 Gen FM		★★★★	Pop, Top 40
Musang 88 FM		★★★★	Pop, Top 40

Sumber : (Xiyu & Baoxin, 2020)

Banyak radio di jakarta yang masih menjadi favorit pendengar dan telah menerapkan digitalisasi radio melalui berbagai *platform* digital, beberapa diantaranya seperti Gen 987 FM Jakarta, Hard Rock 87.6 FM Jakarta dan Prambors

102.2 FM Jakarta disukai oleh anak muda. Dari jumlah rating radio di Jakarta, dari ketiga radio yang disebut Hard Rock 87.6 FM berada diatas Prambors 102.2 FM, sedangkan Gen 987 FM berada di bawah 2 radio setelah Prambors. Namun jika dilihat Prambors radio berada di posisi ke 3 dari 7 radio di jakarta.

Menurut survei Nielsen Radio Audience Measurement pada kuartal ketiga 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau bisa dikatan konsumen dari masa depan. Dengan durasi antara *Millenias* (15-34 tahun) dan generasi Z (10-14 tahun) yang tidak jauh berdeda, *Millenials* 15 jam 37 menit sedangkan generasi Z ada diangka 13 jam di setiap minggunya. Dengan didominasi oleh pendengar muda membuat radio dengan sajian anak muda lebih diminati (Baktiar & Airlangga, 2022)

Jika bicara mengenai segmentasi anak muda, Prambors radio menjadi salah satu diantaranya. Pasalnya Prambors 102.2 FM menjadi salah satu radio yang telah menjalankan siarannya sejak 1971 hingga sekarang mendominasi dan konsisten menjadi radio untuk anak muda sebagai pendengarnya (Pramborsfm, 2021). Maka dari itu dengan sebutannya sebagai “radionya anak muda”

Digitalisasi yang dilakukan Prambors sebagai inovasi di era digital saat ini dapat diakses secara *streaming* melalui aplikasi Prambors yang dapat diinstal di *smartphone*, situs resmi www.pramborsfm.com dan sosial media seperti *Instagram*, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok serta melalui Prambors TV di Indihome channel (Pramborsfm, n.d.).

Prambors Radio berusaha memperhatikan kemajuan tren dengan kemasan dan sajian yang semakin bervariasi serta memperhatikan regenerasi pendengar menjadi hal penting dan sangat perlu diperhatikan. Faktor inilah yang menjadi pemicu inovasi yang dilakukan Prambors dalam mempertahankan kualitas, pendengar serta mengundang pemasangan iklan di era digital saat ini (Fachreza & Dewi, 2021).

Inovasi layanan yang diterapkan Radio Prambors dalam hal ini menitikberatkan jaringan internet dengan memanfaatkan website, serta beragam *platform* media sosial sebagai sarana dalam memperluas jangkauan siaran secara *streaming*. Dengan begitu arah komunikasi yang dilakukan Prambors juga akan mengalami perbedaan, seperti dari melakukan panggilan telepon interaktif dapat berubah menjadi interaksi melalui *platform* media sosial. Selain arah komunikasi yang akan mengalami perubahan, ide konten juga akan menyesuaikan agar dapat disiarkan dalam dua bentuk media yakni konvensional dan daring.

Efektivitas yang dihasilkan dari inovasi Prambors saat ini cukup menarik untuk diketahui sebab hal tersebut juga akan mempengaruhi keputusan pendengar pada ranah perluasan *audience* di era digital saat ini. Maka dari itu keputusan dalam mendengar memiliki pengaruh dalam keberhasilan suatu inovasi yang tengah dilakukan oleh Prambors FM di era digital seperti sekarang. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Pengaruh Inovasi Prambors 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar.

Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang yang telah dijabarkan, permasalahan yang telah dirumuskan yaitu Apakah terdapat pengaruh inovasi Radio Prambors FM 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar?

Tujuan Penelitian

Rumusan masalah telah membantu menentukan tujuan dibuatnya penelitian ini untuk mengetahui seberapa berpengaruh inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar.

Manfaat Penelitian**1. Aspek Teoritis**

Penelitian ini hadir dengan harapan dapat bermanfaat menunjang ilmu komunikasi *broadcasting*, dan juga dapat menjadi sumbangsih bagi pemikiran dan gambaran mengenai inovasi media massa di era digital yang mempengaruhi keputusan mendengar.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi atau contoh dalam mengembangkan penelitian di bidang penyiaran dan menambah pengetahuan terkait pentingnya inovasi media massa di era digital yang mempengaruhi keputusan mendengar.

KAJIAN LITERATUR

Peneliti telah melakukan riset dari beberapa referensi yang berkaitan dengan judul yang sedang diteliti. Berikut beberapa referensi dari berbagai sumber:

Penelitian I – Devi Magdalena Romauli dan Anindita Lintangdesi Afriani (2022). Penelitian terdahulu pertama dilakukan pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Program DGITM di Radio Prambors terhadap Minat Pendengar” Dengan pembahasan yang sama mengenai Prambors radio, penelitian yang berfokus kepada program DGITM menghasilkan nilai signifikan dari tabel *coefficients* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 tabel 1,987. Kesimpulannya adalah elemen-elemen dalam program DGITM di radio Prambors berpengaruh positif terhadap minat pendengar, dengan variabel X yang memberikan berpengaruh terhadap variabel Y. Hasil tersebut tentunya berpengaruh terhadap eksistensi dari Prambors itu sendiri.

Penelitian II – Azis Fuadhi dan Novalia Agung Wardjito Ardooyo (2018) Referensi selanjutnya merupakan penelitian dengan judul “Pengaruh Program *Sunset trip* di Radio Prambors Terhadap Minat Mendengar Program Program Tersebut”. Pada hasil penelitian tersebut juga memiliki pembahasan mengenai sajian program Prambors terhadap minat pendengar memiliki dampak terhadap eksistensi dari Prambors radio. Perolehan hasil penelitian menunjukan program *Sunset Trip* di Radio Prambors berdampak pada minat menyimak Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur angkatan 2015 menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara pengaruh *Sunset Trip* Program (X) dengan minat menyimak (P value = 0,000 < 01) dengan nilai R = 0,607 (memiliki hubungan yang kuat).

Penelitian III – Dadan Iskandar dan Dirgahayu Maha Restu (2019) Penelitian ini dijadikan sebagai acuan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh inovasi media massa terhadap masyarakat Jakarta dengan judul “Difusi Inovasi Siaran Televisi Digital Pada Masyarakat Jakarta”. Penelitian ini menghasilkan 54% responden menyaksikannya sosialisasinya di internet. Meski masih ada responden yang mempersepsi tv digital sama dengan TV analog, tetapi dari sisi implementasi, dari 2016- 2019, sebagian besar responden menggunakan TV digital (tergolong late majority). Responden umum cenderung setuju dengan langkah pemerintah memigrasikan tv analog ke tv digital, terutama di era televisi digital bisa ditonton di mobile television. Pemerintah harus melakukan sosialisasi yang lebih giat dan memberikan subsidi set top box.

Berdasarkan ketiga penelitian yang dijadikan sebagai acuan atau referensi memiliki persamaan yang berhubungan dengan Pengaruh Inovasi Prambors 102.2 FM di Era Digital Terhadap Keputusan Mendengar. Namun, di dalam ketiga penelitian terdahulu tersebut memiliki perbedaan dalam menentukan metode yang digunakan. Sehingga hasil kesimpulan dari ketiga

penelitian diatas juga memiliki kesamaan maupun perbedaan yang dampak terhadap pengaruh inovasi media massa di era digital terhadap keputusan mendengar.

Inovasi Prambors 102.2 FM

Inovasi merupakan suatu gagasan, ide, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut (Ismed, 2020)

Pada konteks penelitian saat ini, inovasi yang dimaksud mengarah pada Prambors 102.2 FM. Prambors Radio melakukan sebuah inovasi layanan *streaming* sebagai adaptasi dari perkembangan teknologi internet di era digital saat ini guna memudahkan pendengar khususnya anak muda sebagai sarana dalam memperhatikan segmentasi dan perkembangan saat ini. Prambors telah menjangkau luas para pendengar dengan melebarkan siarannya melalui jaringan internet dengan berbagai cara seperti melalui Website (www.pramborsfm.com), dan sosial medianya seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan juga dapat diakses melalui Prambors TV di Indihome channel 453 dan Prambors Radio *Apps*. (Pramborsfm, n.d.)

Mengingat akan kebutuhan informasi, media massa terutama radio terus berinovasi dalam penyajian informasi serta mengimbangi arus digital yang ada. Undang-undang Republik Indonesia No 31 Tahun 2002 yang membahas mengenai penyiaran, (Pasal 1) menjelaskan yang mana penyiaran radio merupakan media komunikasi massa dengar di mana penyampaiannya dalam bentuk audio yang umum dan dapat didengar banyak orang serta adanya program di dalamnya yang secara teratur dikemas dengan kesinambungan (Komisi Penyiaran Indonesia, 2002)

Inovasi layanan *streaming* yang telah dilakukan Prambors Radio dapat dikatakan sebagai cara untuk mempertahankan serta mengembangkan segmentasi keputusan pendengar pada sektor publik di era digital. Sejatinya, tujuan dari inovasi merupakan langkah yang akan dilakukan guna membawa sebuah perubahan kecil terhadap suatu proses maupun layanan yang telah ada sebelumnya (Demirkan et al., 2016)

Dalam konteks penelitian saat ini, atribut inovasi layanan yang dikemukakan oleh (Rogers & Everett, 1983) dapat digunakan sebagai indikator pengukuran dalam mengetahui pengaruh inovasi *streaming* radio Prambors 102.2 FM terhadap keputusan mendengar, di antaranya :

- 1) *Relative Advantages* (Keunggulan Relatif), berfokus pada faktor-faktor alasan keunggulan secara relatif dalam menilai seberapa baik proses inovasi yang dilakukan, apakah lebih baik dari sebelumnya atau sebaliknya. Sebagai indikator pengukuran inovasi, poin keunggulan relatif dapat digunakan sebagai acuan keputusan pendengar radio Prambors dalam sudut pandang yang berfokus pada perbandingan mendengarkan radio secara konvensional dan secara *streaming*.
- 2) *Complexity* (Solusi Masalah), menitikberatkan perbandingan tingkat kerumitan yang boleh jadi akan lebih rumit atau sebaliknya dari inovasi sebelumnya. Dalam konteks fokus penelitian saat ini, kerumitan dapat menjadi tolak ukur dalam membandingkan akses maupun kesulitan yang ada kepada pendengar ketika mendengarkan radio secara *streaming*.
- 3) *Observability* (Mudah didapat), merupakan acuan dalam mengetahui kemudahan yang didapatkan dari manfaat dalam inovasi layanan yang diberikan. Pada konteks penelitian saat ini, mengetahui kemudahan yang di dapatkan, manfaat serta kesan pendengar perlu dilakukan sebagai sarana dalam mengetahui efektivitas inovasi layanan Prambors Radio.

Era Digital

Era digital menjadi era yang memberikan banyak dampak bagi keberlangsungan manusia. Interkoneksi yang terjalin dalam pertukaran sebuah informasi semakin dipermudah dengan adanya jejaring internet seperti sekarang. Kehadiran internet diantisipasi oleh pihak lembaga penyiaran radio dengan melakukan sebuah transformasi media untuk mempertahankan dan juga menumbuhkan minat khalayak dalam mendengarkan radio dua media yang berbeda, baik melalui konvensional maupun internet (RG, 2021)

Transisi media yang terjadi membuat suatu pola komunikasi berubah. Media *online* dapat menciptakan suatu *experience* baru dengan mendekatkan yang jauh serta tidak terhalang oleh waktu karna sifatnya yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Namun menurut Dr. Harliantara di dalam bukunya yang berjudul “Radio Indonesia Dulu, Kini, dan Nanti” menjelaskan bahwa di Indonesia sendiri minat untuk mendengarkan siaran radio melalui internet/*streaming* masih terbilang cukup rendah disbanding mendengarkan secara konvensional. (Dr. harliantara, 2022)

Pengaruh era digitalisasi justru memberikan suatu tantangan sendiri bagi lembaga penyiaran radio untuk dapat menggiring pendengarnya untuk bisa bertransisi dan terbiasa dengan mendengarkan radio melalui internet. Hal ini bukan semata-mata menghilangkan karakteristik suatu media massa secara konvensional, namun seiring perkembangan jaman tidak hanya medianya saja yang berkembang namun dari segi pendengarnya pun juga dapat mengikuti perkembangan yang ada. (Dr. harliantara, 2022)

Keputusan Mendengar

G.R Terry (1972) dalam (Hayati et al., 2019) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan yang didasarkan oleh salah satu alternatif perilaku dari dua atau lebih variasi alternatif yang ada. Secara umum, pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang terjadi dalam menentukan pilihan yang ada dari beberapa alternatif guna mencapai hasil yang diinginkan.

Pada konteks penelitian saat ini, pengambilan keputusan menitikberatkan bagaimana cara khalayak ketika mendengarkan radio Prambors secara *streaming* sebagaimana inovasi yang telah dilakukan di era digital saat ini. Pada dasarnya, memahami berbagai aspek faktual dalam ranah proses pengambilan keputusan mendengar sangat penting untuk dilakukan guna memahami sebab dan akibat keputusan yang dibuat oleh para pendengar.

Pada konteks penelitian saat ini, konsep-konsep yang dikemukakan oleh (Jervis et al., 1978) dapat digunakan sebagai indikator pengukuran guna mengetahui inovasi *streaming* radio Prambors 102.2 FM terhadap keputusan mendengar. Adapun konsep-konsep tersebut dapat diuraikan sebagaimana berikut :

- 1) *Appraising the Challenge* (Menilai informasi baru), pada konsep ini menekankan sudut pandang dalam memilih serta menilai sebuah informasi baru ketika terdapat kesempatan atau peluang lebih baik dari sebelumnya yang mampu merubah kebiasaan maupun sudut pandang seseorang sebelumnya dan hal tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan, perorangan hingga psikologis.
- 2) *Weighing Alternatives* (Mempertimbangkan alternatif), pada konsep ini berhubungan dengan beberapa pertimbangan yang akan muncul ketika seseorang telah yakni terhadap keputusannya yang secara tidak langsung juga akan mempengaruhi fokus perhatiannya dengan beragam hal. Dalam mengambil keputusan, seseorang akan memiliki beberapa alternatif lain guna mempertimbangkan keuntungan serta kerugian yang akan diterima.
- 3) *Adhering Despite Negative Feedback* (Bertahan meski terdapat *feedback* negatif), berkaitan dengan sikap seseorang setelah mengambil keputusan yang dipilih. Ketika seseorang mengambil keputusan, tentunya akan dihadapi dengan berbagai keuntungan serta risiko. Risiko inilah yang akan menjadi tolak ukur krusial dalam menilai seseorang ketika mengambil keputusan, apakah orang tersebut akan terus bertahan dengan segala risiko negatif yang ada atau sebaliknya.

Teori Uses and Gratifications

Uses and gratification menjelaskan sikap dan perilaku khalayak tidak dipengaruhi oleh media. Namun, media akan berusaha memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan khalayak. Dalam konteks ini, media digunakan khalayak agar keinginannya tercapai. Model *uses and gratification* tidak berfokus dengan kegiatan dari media untuk khalayak, tapi sesuatu yang diusahakan khalayak untuk media. Asumsinya, khalayak menjadikan media sebagai pemenuhan kebutuhan mereka.

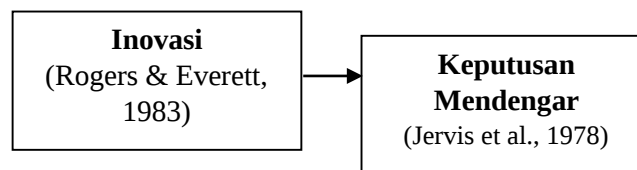
Pada pendekatan teori *Uses and gratification* dalam perkembangannya, Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) menekankan sebuah klasifikasi kebutuhan dari hubungan yang dihasilkan khalayak dalam menggunakan media sosial di antaranya : 1) Kebutuhan kognitif yakni sebuah kebutuhan yang berhubungan dengan motif pemahaman dari lingkungan sekitar, informasi yang dibutuhkan hingga pemahaman yang didapatkan dalam menggunakan sebuah media. 2) Integratif pribadi yakni sebuah kebutuhan yang berhubungan dengan motif peningkatan diri seseorang, kepercayaan serta status seseorang. 3) kebutuhan afektif dan melarikan diri yakni sebuah kebutuhan terkait motif upaya memperkuat serta memperdalam pengalaman estetis untuk melepas masalah, menyenangkan serta emosional dalam menggunakan sebuah media dan kebutuhan akan hiburan.

Uses and gratification atau teori kegunaan dan kepuasan dapat digunakan sebagai pendekatan yang digunakan dalam penelitian saat ini. Klasifikasi kebutuhan dari hubungan yang dihasilkan dari teori tersebut memiliki pola ciri kesamaan dari konsep literatur yang digunakan, sehingga mampu menjadi pendekatan dalam mengetahui pengaruh inovasi *streaming* radio Prambors 102.2 FM terhadap keputusan mendengar.

Kerangka Pemikiran

Penelitian kuantitatif membutuhkan basis yang mampu mendasari dan mengarahkan penelitian. Maka dari itu, kerangka pemikiran hadir untuk pengembangan konteks serta konsep penelitian agar lebih jelas dan terarah baik dari segi konteks, metodologi, dan penggunaan teori di penelitian (Bonnett, 1999). Berbagai paparan di atas selanjutnya dapat disusun dalam kerangka pemikiran yang utuh, yang secara grafis dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

Dengan begitu hipotesis yang dihasilkan berdasarkan penelitian ini adalah

Ha: Diduga terdapat pengaruh inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar.

H0: Diduga tidak terdapat pengaruh inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar

Hipotesis dari penelitian ini akan diformulasikan dalam bentuk statistik sebagai berikut:

Ha = $R^2XY < 0$

Ho = $R^2XY > 0$ atau $R^2XY = 0$

Independent Variable (Variabel Bebas) adalah variabel yang dapat mempengaruhi dan faktor yang dapat diukur oleh peneliti untuk mengetahui hubungan antar fenomena yang diamati. Variabel bebas biasa disebut dengan variabel X, variabel bebas yang digunakan sesuai dengan penelitian ini adalah Inovasi yang terdiri dari *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*.

Sedangkan *Depent Variabel* (Variabel Terikat) adalah faktor yang sedang diamati dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel terikat, yaitu faktor yang berubah seperti yang diperkenalkan oleh peneliti. Variabel terikat ini biasa disebut dengan variabel Y, variabel terikat yang digunakan sesuai dengan penelitian ini adalah perilaku yang terdiri dari faktor inovasi dan keputusan mendengar. Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi (Rogers, 2010: 20). Variabel terikat yang digunakan sesuai dengan penelitian ini adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode deskriptif analitik dengan desain cross sectional. Menurut Sugiyono, (2010) penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan untuk membuat gambaran atau mendeskripsikan suatu keadaan secara obyektif

Sedangkan penelitian cross- sectional menurut Soekidjo Notoatmodjo, (2010) adalah suatu penelitian untuk mempelajari dinamika korelasi antara faktor-faktor risiko dengan efek, dengan cara pendekatan, observasional, atau pengumpulan data. Penelitian cross- sectional hanya mengobservasi sekali saja dan pengukuran dilakukan terhadap variabel subjek pada saat penelitian

Sampel

Sampel merupakan suatu unsur yang diambil dari populasi yang dapat mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti memakai rumus pengambilan sampel oleh Taro Yamane atau yang diketahui dengan istilah Rumus Slovin sebagai cara menentukan jumlah sampel (Sugiyono, 2019).

Berikut adalah rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2,700,000}{1 + 2,700,000(0,10)^2} = \frac{2,700,000}{27.001} = 99$$

Keterangan:

N = Populasi keseluruhan sampel

n = Sampel minimal

e = Toleransi kesalahan (*Margin of error*)

Populasi dan Sample

Populasi dan Sampel Penelitian Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016). Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki kualitas dan ciri-ciri sama yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Kualitas atau ciri tersebut dinamakan variabel dalam sebuah penelitian (Nazir, 2011).

Dalam hal ini sebanyak 2,7 juta pendengar radio streaming di wilayah Jakarta menjadi populasi untuk penelitian saat ini. Data tersebut, diketahui dari hasil survei Nielsen pada bulan April hingga juni 2020 yang menyatakan bahwa wilayah Jakarta merupakan area dengan jumlah pertumbuhan pendengar radio streaming tertinggi sebesar 17% dengan total lebih dari 2,7 juta pendengar dibandingkan kota-kota lain di Indonesia (Radioindonesia.co.id)

Dari penarikan sampel menggunakan rumus Slovin menghasilkan sebanyak 99 dan akan dibulatkan menjadi 100 sampel. Perolehan sampel tersebut akan ditetapkan sebagai responden dengan teknik purposive sampling yang berguna untuk menetapkan sampel berdasarkan kriteria subyektif (Saputra, 2017). Kriteria yang akan ditetapkan sebagai keputusan penarikan sampel merupakan pria dan wanita dengan range usia 18-25 tahun (Generasi Z) di wilayah Jakarta. Generasi Z dipilih sebab selaras dengan sebutan Radio Prambors yang identik dengan istilah "Radionya anak muda". Selain itu, akan dilakukan kriteria pengajuan pernyataan awal berupa : apakah responden setidaknya mendengarkan radio streaming Prambors minimal 6 kali dalam seminggu. Jawaban yang memenuhi kriteria tersebut, akan ditetapkan menjadi responden penelitian saat ini.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner menjadi teknik pengumpulan data pada penelitian saat ini. Di mana teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan cara tanya jawab dari sekumpulan pernyataan terstruktur yang akan diberikan kepada responden. Teknik ini diambil juga karena merupakan teknik pengumpulan data yang cukup efisien. Kuesioner sendiri dapat berupa pertanyaan terbuka

dan tertutup, pada penelitian ini kumpulan pertanyaan yang akan diberikan merupakan pertanyaan tertutup di mana responden tidak dapat memilih jawaban selain alternatif jawaban yang telah disediakan peneliti (Saris & Gallhofer, 2014)

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas identitas subjek seperti jenis kelamin, usia, dan juga keterangan semester ketika subjek mengisi data. Kuesioner selanjutnya terdiri atas skala dari variabel inovasi dan juga keputusan mendengar. Adapun skala likert sebagai berikut:

- Sangat Setuju (Skor 4)
- Setuju (Skor 3)
- Tidak Setuju (Skor 2)
- Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Skala Likert digunakan dalam kuesioner ini dimana skala ini mampu untuk mengukur pendapat, sikap, atau sifat individu maupun kelompok mengenai kejadian sosial yang ada (Sugiyono, 2015). Keempat kategori yang dipilih di atas sudah berdasarkan keinginan peneliti. Dimana peneliti menginginkan kategori jawaban Netral (N) dihilangkan dari list guna mempermudah hasil dari penelitian serta menghilangkan adanya kemungkinan jawaban ragu yang diberikan oleh responden.

Operasional Konsep

Menurut Willem dalam (Sujarweni, 2014) menjelaskan bahwa operasional konsep adalah variabel penelitian untuk memahami arti tiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Pada konteks menentukan pernyataan yang akan disusun kedalam kuesioner, operasionalisasi variabel dibutuhkan guna mengetahui serta menyusun pernyataan signifikan yang berhubungan dengan variabel terbentuk pada penelitian saat ini. Operasional Konsep penelitian dapat dilihat pada tabel 1 dibawah :

Tabel 1. Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator
Inovasi (Rogers & Everett, 1983)	Relative Advantages (Keunggulan Relatif)	1. Layanan digital memudahkan saya dalam mendengarkan radio Prambors dibandingkan konvensional 2. Digitalisasi radio Prambors memudahkan saya untuk mendapatkan informasi secara <i>up to date</i> 3. Lebih menyukai siaran radio <i>streaming</i> dibandingkan konvensional
	Complexity (Solusi masalah)	1. Dengan <i>smartphone</i> saya dapat mengakses radio Prambors dengan mudah 2. Mampu beradaptasi dengan mudah pada <i>platform</i> radio Prambors 3. Saya mengetahui digitalisasi radio Prambors dari kerabat terdekat 4. Saya mengetahui digitalisasi radio Prambors dari Internet
	Observability (Mudah didapat)	1. Radio digital lebih mudah diakses karena tersedia di internet secara <i>streaming</i> 2. Digitalisasi membuat siaran Radio Prambors mudah digunakan 3. Memutuskan mengikuti siaran radio Prambors secara <i>streaming</i>
	Appraising the Challenge (Menilai informasi baru)	1. Memilih radio Prambors sebagai siaran radio yang sering saya dengar 2. Saya mendengarkan siaran radio Prambors sebagai media informasi 3. Saya mendengarkan siaran radio sebagai

Keputusan Mendengar (Jervis et al., 1978)		hiburan ditengah kesibukan
	<i>Weighing Alternatives</i> (Mempertimbangkan alternatif)	1. Terbiasa mendengarkan <i>streaming</i> radioprambors dibandingkan media lainnya 2. Interaksi penyiar menjadi alasan utamasaya menggunakan radio <i>streaming</i> 3. Saya memilih siaran radio Prambors karna mudah didapat
	<i>Adhering Despite Negative Feedback</i> (Bertahan meski terdapat <i>feedback</i> negatif),	1. Tidak pernah kecewa ketika mendengarkan radio Prambors 2. Kecewa dengan fitur yang tidak tersedia pada <i>platform</i> Radio Prambors 3. Merasa kesal dengan keterbatasan akses

Dari kestrukturran rancangan penelitian, tahap awal dalam mengetahui hasil penelitian saat ini akan dilakukan Uji Intrumen sebagai tahap pengolahan data dengan teknik Uji Validitas sebagai cara untuk mengetahui kualitas signifikan pada tiap indikator apakah mampu mencerminkan variabel terbentuk atau sebaliknya. Adapun Teknik Uji Reliabilitas menjadi bagian dari Uji Instrumen sebagai acuan dalam menilai tingkat konsistensi serta kepercayaan pada alat pengumpulan data yang digunakan. Setelah mengetahui output dari Uji Instrumen akan dilakukan tahap analisis menggunakan Teknik Analisis Regresi linier sederhana melalui software IBM SPSS V.26 sebagai cara untuk mengetahui perolehan secara signifikan hasil penelitian dan hipotesis yang terbentuk antar variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal dalam memperoleh hasil penelitian saat ini akan dilakukan Uji Instrumen sebagai tahap pengolahan data yang dilakukan dengan Uji Validitas dengan metode Bivariate Correlations menggunakan software IBM SPSS versi 26. Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan serta karakteristik pada tiap butir pernyataan terbentuk dalam kuesioner. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila output analisis yang dilakukan memperoleh nilai Sig. lebih rendah dari 0.05 pada tiap pernyataan serta hasil nilai rhitung lebih besar dari rtabel (Malhotra & Birks, 2015)

Uji Instrumen juga akan diperkuat kembali dengan melakukan Uji Reliabilitas dengan output analisis berupa Cronbach's Alpha guna mengetahui tingkat konsistensi yang dihasilkan pada kuesioner yang terbentuk apakah mampu mencerminkan karakteristik tiap variabel atau sebaliknya. Dalam mengetahui hasil Uji Reliabilitas akan mengacu pada nilai Cronbach's Alpha yang diharuskan lebih besar dari 0,60 sebagai pengambilan keputusan reliabel pada Uji Reliabilitas (Janna, 2020). Adapun hasil Uji Instrumen penelitian saat ini, dapat diketahui sebagaimana berikut :

Tabel 2. Uji Instrumen Variabel Inovasi

Variabel	rhitung	rtabel	Sig.
x1	0,717	0,194	0,000
x2	0,796	0,194	0,000
x3	0,739	0,194	0,000
x4	0,780	0,194	0,000
x5	0,818	0,194	0,000
x6	0,889	0,194	0,000

x7	0,889	0,194	0,000
x8	0,771	0,194	0,000
x9	0,656	0,194	0,000
x10	0,668	0,194	0,000
Cronbach's Alpha = 0,923			

Dapat diketahui dari perolehan hasil Uji Instrumen variabel inovasi pada tabel 2 di atas menunjukkan hasil valid dari Uji Validitas dan reliabel pada Uji Reliabilitas. Hasil valid Uji Validitas, diketahui dari nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 pada tiap butir pernyataan variabel inovasi yang lebih rendah dari 0,05 sebagai asumsi keputusan valid. Adapun hasil valid Uji Validitas diperkuat dengan nilai tertinggi dari rhitung sebesar 0,889 dan 0,656 sebagai terendah yang masing-masing nilai tersebut lebih tinggi dari nilai rtabel sebesar 0,194. Sehingga dapat diasumsikan Uji Validitas dinyatakan valid dan memiliki keakuratan serta karakteristik yang sesuai dengan variabel inovasi pada tiap butir pernyataan terbentuk dalam kuesioner. Sedangkan perolehan Uji Reliabilitas pada tabel 2 di atas berfokus pada nilai hasil dari Cronbach's Alpha sebesar 0,923 yang lebih besar dari acuan keputusan yakni 0,60. Dengan demikian instrumen penelitian pada variabel inovasi yang digunakan saat ini dapat dinyatakan konsisten dan mampu mencerminkan karakteristik tiap variabel.

Tabel 3. Uji Instrumen Variabel Keputusan Mendengar

Variabel	rhitung	rtabel	Sig.
y1	0,856	0,194	0,000
y2	0,631	0,194	0,000
y3	0,813	0,194	0,000
y4	0,758	0,194	0,000
y5	0,773	0,194	0,000
y6	0,818	0,194	0,000
y7	0,753	0,194	0,000
y8	0,780	0,194	0,000
y9	0,765	0,194	0,000
Cronbach's Alpha = 0,908			

Perolehan hasil Uji Instrumen pada tabel 3 di atas merupakan output pengukuran dari variabel keputusan mendengar dan menunjukkan hasil valid dari Uji Validitas serta reliabel pada Uji Reliabilitas. Hasil valid Uji Validitas, diketahui dari nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 pada sembilan butir pernyataan dari variabel keputusan mendengar yang lebih rendah dari 0,05 sebagai asumsi keputusan valid. Adapun hasil valid Uji Validitas diperkuat dengan nilai tertinggi dari rhitung sebesar 0,865 dan 0,631 sebagai terendah yang masing-masing nilai tersebut lebih tinggi dari nilai rtabel sebesar 0,194. Sehingga dapat diasumsikan Uji Validitas dapat dinyatakan valid dan memiliki keakuratan serta karakteristik yang sesuai dengan variabel keputusan mendengar pada tiap butir pernyataan terbentuk dalam kuesioner. Sedangkan perolehan Uji Reliabilitas pada tabel 3 di atas berfokus pada nilai hasil dari Cronbach's Alpha sebesar 0,908 yang lebih besar dari acuan keputusan yakni 0,60. Dengan demikian instrumen penelitian pada variabel inovasi yang digunakan saat ini dapat dinyatakan konsisten dan mampu mencerminkan karakteristik tiap variabel.

Tahap selanjutnya setelah mengetahui hasil valid serta reliabel dari Uji Instrumen, teknik analisis regresi linier sederhana akan dilakukan dengan output awal berupa Uji F sebagai langkah dalam mengetahui apakah teknik regresi dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh pada variabel terbentuk dengan ketentuan apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih rendah dari 0,05. Hasil Uji F yang telah dianalisis pada penelitian saat ini, dapat diketahui sebagaimana berikut :

**Tabel 4. Uji F
ANOVAa**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	820,609	1	820,609	65,268	,000 ^b
Residual	1232,141	98	12,573		
Total	2052,750	99			

Dapat diketahui dari perolehan hasil Uji F pada tabel 4 di atas terdapat nilai Fhitung sebesar 65,268 dengan hasil nilai probabilitas Sig. sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05 sebagai asumsi keputusan valid Uji F. Sehingga dapat disimpulkan hasil Uji F valid dan teknik regresi dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar.

Setelah mengetahui bahwa teknik regresi dapat digunakan untuk menganalisis penelitian saat ini, Uji t sebagai bagian dari tahapan teknik analisis regresi linier sederhana akan dilakukan sebagai cara untuk mengetahui perolehan hasil hipotesis praduga dalam penelitian saat ini. Adapun asumsi keputusan dari Uji t apabila hasil thitung lebih tinggi dari ttabel dengan hasil nilai probabilitas Sig. lebih rendah dari 0,05 signifikansi (Sig.) lebih rendah dari 0,05 dapat dikatakan valid. Output Uji t dalam penelitian saat ini dapat diketahui sebagaimana hasil berikut :

**Tabel 5. Uji t
Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,899	3,072		2,246	0,001
Inovasi	0,668	0,083	0,632	8,079	0,000

Hasil Uji t pada perolehan tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa terdapat nilai thitung sebesar 2,246 yang lebih besar dari hasil ttabel yakni 1,983 yang diketahui dari titik persentase distribusi. Selain itu terdapat nilai probabilitas Sig. sebesar 0,001 yang lebih rendah dari 0,05 sebagai asumsi keputusan valid Uji t. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis Ha diterima dan H0 ditolak pada konteks penelitian saat ini dengan kata lain inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta.

Selain itu, perolehan hasil Uji t menunjukkan pengaruh hasil secara parsial pada hipotesis yang diterima dengan fokus nilai constant (a) sebesar 6,899 pada tabel 5 di atas. Dapat diuraikan secara signifikan dari nilai tersebut bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta sebesar 6,899 apabila dari kedua variabel terbentuk tidak mengalami perubahan baik penambahan maupun pengurangan di luar penelitian saat ini.

Adapun perolehan hasil secara simultan pada hipotesis yang diterima dengan melihat koefisien regresi (b) sebesar 0,668 pada tabel 5 Uji t yang mengasumsikan bahwa akan mengalami peningkatan sebesar 1% apabila inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital di luar penelitian saat ini mengalami peningkatan positif. Pada konteks tersebut, pengaruh peningkatan yang terjadi secara simultan juga akan mempengaruhi keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta sebesar 0,668.

Dapat disimpulkan dari hasil analisis Uji t pada penelitian saat ini inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital memiliki pengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta.

Tahapan akhir dari proses analisis penelitian saat ini akan dilakukan dengan Uji Koefisien Determinasi sebagai cara untuk mengetahui seberapa besar presentase hasil dari hipotesis yang

diterima dengan fokus utama pada output dari R Square. Adapun asumsi pengambilan keputusan dapat dilihat dari besar kecil presentase yang dihasilkan, apabila hasil semakin tinggi, maka besaran pengaruh pada variabel terbentuk juga akan meningkat begitu pula sebaliknya. Hasil Uji Koefisien Determinasi penelitian saat ini, dapat diketahui sebagaimana berikut :

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	,632 ^a	0,400	0,394	3,546

102.2 FM di era digital dipengaruhi oleh tingginya antusias pendengar dalam mendengarkan radio secara streaming dibandingkan radio konvensional pada umumnya. Secara tidak langsung hal tersebut menyatakan bahwa proses digitalisasi dari Prambors sebagai inovasi di era digital saat ini memperoleh dampak positif yang sesuai dengan keinginan pendengar. Selain itu, keputusan mendengar bagi generasi milenial di wilayah kota Jakarta ketika mendengarkan radio cenderung menitikberatkan ketertarikan Interaksi penyiar menjadi alasan utama menggunakan radio streaming Prambors.

Dapat diuraikan bahwa hasil Uji Koefisien Determinasi pada tabel 6 di atas menghasilkan nilai R Square sebesar 0,632 yang berarti inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta sebesar 63% dan hasil tersebut menyisakan 37% (100-63) sehingga masih ada faktor lain di luar penelitian yang dapat mempengaruhi variabel keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta.

KESIMPULAN

Dari serangkaian hasil analisis penelitian saat ini menyatakan bahwa inovasi Radio Prambors 102.2 FM di era digital memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan mendengar generasi milenial di wilayah kota Jakarta. Hasil tersebut dipengaruhi secara signifikan pada dari dimensi Relative Advantages (Keunggulan Relatif) pada variabel inovasi (X) dengan indikator pengukuran : Saya lebih menyukai radio streaming dibandingkan radio konvensional. Sedangkan faktor dominan yang dihasilkan pada variabel keputusan mendengar (Y) dipengaruhi secara dominan dari dimensi Weighing Alternatives (Mempertimbangkan alternatif) dengan indikator pengukuran : Interaksi penyiar menjadi alasan utama saya menggunakan radio streaming

Dapat ditarik kesimpulan bahwa perolehan hasil tertinggi pada tiap dimensi serta indikator variabel terbentuk memiliki keterkaitan cukup signifikan antara satu sama lain pada penelitian saat ini. Pada konteks tersebut, inovasi Radio Prambors

SARAN

Dari keseluruhan hasil dan kesimpulan penelitian saat ini, peneliti juga menyarankan beberapa poin penting yakni agar pihak Radio Prambors meningkatkan kembali user interface serta menambahkan beberapa fitur yang disertai riset khalayak agar memudahkan pendengar untuk beradaptasi serta menggunakan platform digital yang diluncurkan pihak Prambors.

Pada penekanan saran ini, dipengaruhi asumsi pernyataan terendah dari variabel inovasi (X) pada dimensi Complexity (Solusi Masalah) dengan indikator : Mampu beradaptasi dengan mudah pada platform radio Prambors. Selain itu, pernyataan terendah dari variabel keputusan mendengar (Y) memiliki keterkaitan cukup signifikan memperkuat saran peneliti dari faktor sebelumnya yang diketahui pada dimensi Adhering Despite Negative Feedback (Bertahan meski terdapat feedback negatif) dengan indikator : Kecewa dengan fitur yang tidak tersedia pada platform Radio Prambors.

DAFTAR PUSTAKA

- Fuadhi, A., & Ardoyo, N. A. W. (2018). Pengaruh program Sunset Trip di radio Prambors terhadap minat mendengar program tersebut.
- Pantarei. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/116%0Ahttps://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/116/81>
- Iskandar, D., & Restu, D. M. (2019). Difusi Inovasi Siaran Televisi Digital pada Masyarakat Jakarta. Prosiding Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi, indicator 4, 143–151. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/snpmp/article/download/7954/3226>
- Magdalena Romauli, D., Lintangdesi Afriani Prodi Ilmu Komunikasi, A., & Ilmu Komunikasi, F. (2022). Prosiding Jurnalistik Pengaruh Program DGITM di Radio Prambors terhadap Minat Pendengar. 246–252.
- Book Bonnett, M. (1999). Education for sustainable development: A coherent philosophy for environmental education? Cambridge Journal of Education, 29(3), 313–324. <https://doi.org/10.1080/0305764990290302>
- Dr. harliantara, M. S. (2022). Radio Indonesia Dulu, Kini, Dan Nanti (A. Setiadi (ed.)). Bayu Mandiri.
- Rogers, E. M., & Everett, M. (1983). DIFFUSION OF Fifth Edition. Social Networks.
- Soekidjo, N. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D.
- Sujarweni, V. W. (2014). METODOLOGI PENELITIAN Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. In PT.PUSTAKA BARU.
- Journal article
- Baktiar, M. S., & Airlangga, U. (2022). Eksistensi Radio Maja FM Mojokerto Melalui Konvergensi Media dan Participatory Media Culture. Medkom, 3(1), 49–59.
- Demirkan, H., Spohrer, J. C., & Welser, J. J. (2016). Digital Innovation and Strategic Transformation. IT Professional, 18(6), 14–18. <https://doi.org/10.1109/MITP.2016.115>
- Fachreza, F., & Dewi, R. L. (2021). STRATEGI MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS RADIO PRAMBORS 102,2 FM DALAM MEMPERTAHKAN LOYALITAS PENDENGAR. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Fuadhi, A., & Ardoyo, N. A. W. (2018). Pengaruh program Sunset Trip di radio Prambors terhadap minat mendengar program tersebut. Pantarei. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/116%0Ahttps://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/116/81>
- Hayati, Z., Keputusan, A. P. P., Terry, R., & Terry, R. (2019). Teori-Teori Pengambilan Keputusan. 1–2.
- Hendrarto, D., & Ruliana, P. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta FM Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Media Sosial.
- Jurnal Komunikasi, 4(2), 166–178. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/337>
- Iskandar, D., & Restu, D. M. (2019). Difusi Inovasi Siaran Televisi Digital pada Masyarakat Jakarta. Prosiding Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi, indicator 4, 143–151. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/snpmp/article/download/7954/3226>
- Ismandianto, I., Suyanto, S., Latifah, K., & Muchid, M. (2022). Transformation of Radio Technology in The Digital Age. Nyimak: Journal of Communication, 6(1), 115. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v6i1.5547>
- Ismed, M. (2020). Perubahan Dan Inovasi Media Radio Di Era Digital. Mediasi, 1(2), 92–102. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v1i2.37>

- Janna, N. M. (2020). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss. *Osf*, 2(1), 1–13.
- Jervis, R. L., Janis, I., & Mann, L. (1978). Decision Making: A Psychological Analysis of Conflict, Choice, and Commitment. *Political Science Quarterly*, 93(1).
<https://doi.org/10.2307/2149070>
- Magdalena Romauli, D., Lintangdesi Afriani Prodi Ilmu Komunikasi, A., & Ilmu Komunikasi, F. (2022).
- Prosiding Jurnalistik Pengaruh Program DGITM di Radio Prambors terhadap Minat Pendengar. 246–252.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2015). *Marketing Approach: An Applied Approach*.
- Saputra, E. D. (2017). Motif Broadcaster Terhadap Penyebaran Informasi di Dunia Maya Melalui Bigo Live.
- Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya, 5(2), 1–12.
- Saris, W. E., & Gallhofer, I. N. (2014). Mode of Data Collection and Other Choices. In *Design, Evaluation, and Analysis of Questionnaires for Survey Research*.
<https://doi.org/10.1002/9781118634646.ch8>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, 12(1).
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art3>
- Xiyu, Z., & Baixin, Z. (2020). 张曦予 1邹宝新 2 (1. 1(6), 78–80.
<https://doi.org/10.31933/DIJDBM> Website
- Katherina. (2021). Radio Bicara Fakta? *Radioindonesia*.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2002).
- Undang - undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang penyiaran Dengan Rahmat tuhan Yang Maha Esa Presiden Republik Indonesia,.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2022). World Radio Day 2022: “Radio Nggak Ada Matinya.” *Kpi.Go.Id*.
- Pramborsfm. (n.d.). about us.
- Pramborsfm.Com.
- Pramborsfm. (2021). 50 Tahun Berdiri, Simak Kisah Berdirinya Prambors! *Pramborsfm.Com*.
- PRSSNI. (2020). Jumlah pendengar Radio mengalami peningkatan. *Radioindonesia*.
- Radioindonesia.co.id. (2021). Radio Bicara Fakta? <https://Radioindonesia.Co.Id/>.
<https://radioindonesia.co.id/news-detail/radio-bicara-fakta>
- RG. (2021). Transformasi Lembaga Penyiaran Menyikapi Perubahan Zaman. *Komisi Penyiaran Indonesia*.