

MOTIF DAN KEPUASAN GENERASI MILENIAL KOTA DENPASAR MENDENGARKAN PODCAST MELALUI SPOTIFY

Ni Kadek Dilla Sugiantari¹⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: kadekdillas@gmail.com¹, ramaswati.purnawan@gmail.com²,
deviapradipta88@gmail.com³

ABSTRACT

Podcasts are on-demand audio files uploaded on the platform to be heard anytime and anywhere. Podcasts can currently be heard through the Spotify music streaming app with a wide variety of genres. The use of media by individuals is influenced by motives. This study aimed to find out what the motives and how the satisfaction of millennials in Denpasar in listening to podcasts through Spotify. The media consumption motives used in this study is Uses and Gratifications Theory forward by Papacharissi and Rubin. This study uses descriptive quantitative method with purposive sampling. Data were obtained by distributing questionnaires using Likert scale. The data analysis techniques used are descriptive statistics comparing the average score of motives and satisfaction. The results showed that there five motives that can be satisfied in listening podcast trough Spotify are information motive, utility motive, convenience motive, pass time motive, and entertainment motive.

Keyword: Podcast, Motive, Satisfaction, Denpasar

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet memudahkan masyarakat dalam menyampaikan dan menerima informasi secara lebih cepat. Berdasarkan Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 menyatakan bahwa dari total populasi ada sebanyak 171,1 juta jiwa yang sudah menggunakan ke internet (APJII, 2018). Seiring dengan tingginya pengguna internet, media konvensional seperti koran, televisi dan radio saat ini mengalami perkembangan dengan munculnya media baru (*new media*). Konten audio yang merupakan basis siaran radio memiliki potensi untuk dikembangkan di ranah internet (Fadilah, 2017). Saat ini, radio yang dikenal sebagai media berbasis audio juga

dapat didengarkan dengan teknologi *live streaming*. Hal ini memungkinkan siaran radio dapat didengar di mana saja. Akan tetapi, *live streaming* hanya dapat didengar saat itu saja dengan kata lain tidak fleksibel dari segi waktu. Sehingga, pendistribusian konten program radio diperluas melalui media sosial, youtube, dan podcast. Potensi podcast terletak pada keunggulannya yakni cara mengakses podcast dapat dilakukan secara *streaming* atau bisa diunduh dan dapat didengarkan kapanpun secara *offline*. Karena podcast adalah rekaman, jadi para pendengar tidak terikat dengan waktu penyiaran dan dapat mendengarkan di manapun dan kapanpun

Berdasarkan jejak pendapat DailySocial.id berjudul "*Podcast User*

Research in Indonesia 2018" mengatakan bahwa pada tahun 2018 sebanyak 80,82% atau sekitar 1.646 orang dari 2032 pengguna telepon pintar di Indonesia mendengarkan podcast selama enam bulan terakhir. Mayoritas pendengarnya berasal dari rentang usia 20 hingga 35 tahun. Konten podcast dalam negeri saat ini didominasi oleh tema komedi, keluarga, horror, hingga hubungan percintaan. Dalam hasil survei tersebut juga mengatakan bahwa aplikasi Spotify merupakan *platform* yang paling banyak digunakan untuk mendengarkan podcast yakni sebanyak 52.02%.

Dalam penelitian ini, subjek yang dipilih adalah generasi milenial dengan rentang usia 20 hingga 35 tahun. Rentang usia tersebut dipilih dikarenakan berdasarkan hasil jejak pendapat DailySosial.id (2018) menunjukkan bahwa pengguna podcast terbanyak berasal dari rentang usia 20 sampai dengan 35 tahun. Selain itu, generasi milenial dipilih karena memiliki ciri utama yaitu penggunaan dan kedekatan dengan media dan teknologi digital (Kemenpppa, 2018). Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar karena data Susenas BPS 2018, menunjukkan bahwa Kota Denpasar adalah kota dengan akses internet tertinggi yakni 68% masyarakatnya telah mengakses internet (Beritagar.id, 2019).

Konsep penggunaan media menurut Rosengreen (Imran, 2013) menyatakan terdapat faktor individual pada penggunaan suatu media yaitu motif. Papacharissi dan Rubin (2000:186) membagi motif

penggunaan media menjadi lima yaitu: motif informasi (*Information Seeking*), motif kegunaan (*Utility*), motif kenyamanan (*Convenience*), motif melewatkan waktu (*Pass Time*), dan motif hiburan (*Entertainment*). Teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa khalayak mempunyai peran aktif dalam menentukan dan mengkonsumsi media (Darma, 2019). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang diharapkan seseorang saat menggunakan suatu media. Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang didapatkan individu setelah menggunakan suatu media (Kriyantono, 2009). Berdasarkan data di atas penulis akan meneliti apa motif dan bagaimana kepuasan generasi milenial Kota Denpasar mendengarkan podcast melalui Spotify.

2. KAJIAN PUSTAKA

Teori *Uses and Gratifications*

Menurut McQuail (2010:572) Teori *Uses and Gratifications* menyatakan khalayak dianggap sebagai individu yang aktif dalam menggunakan media yang diinginkan untuk mendapatkan kepuasan. Khalayak dipandang mampu menentukan keputusan tersendiri dalam memilih suatu media. Teori ini juga melihat khalayak sebagai audiens yang sangat selektif. Media tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Pada dasarnya khalayak menggunakan suatu media karena adanya suatu motif. (Kriyantono, 2009).

Motif Penggunaan Media

Penggunaan media komunikasi merupakan aktivitas yang dilakukan

individu dalam mengonsumsi media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam penggunaan media, khalayak dilandasi oleh motif dalam menentukan media ataupun memilih konten (McQuail dalam Wahyuni, 2019). Papacharissi dan Rubin (2000:186), mengelompokkan motif ke dalam lima jenis yakni, motif informasi (*seeking information*), motif melewatkan waktu (*pass time*), motif kenyamanan (*convenience*), motif kegunaan (*utility*), dan motif hiburan (*entertainment*).

New Media dan Podcast

Istilah *new media* digunakan untuk mendefinisikan munculnya media yang berbasis digital. Adanya *new media* memudahkan masyarakat dalam mengakses beragam isi media kapan saja dan di mana saja menggunakan benda elektronik. (Sahar, 2014). Dalam penelitian ini *new media* yang dimaksud adalah podcast. Podcast merupakan suatu media berisi konten audio yang terkonvergensi sehingga dapat didistribusikan melalui *website* ataupun aplikasi *streaming* (Berry, 2006; dalam Allifiansyah, 2017).

Generasi Milenial

Sebutan generasi milenial disematkan kepada seseorang yang lahir pada tahun 1980-2000. Generasi ini ditandai dengan keakraban dan pesatnya penggunaan teknologi digital, media, dan komunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan ponsel pintar dalam segala lini kehidupan (Kemenpppa, 2018:16-17).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kejadian, perilaku atau objek tertentu lainnya (Kriyantono, 2006:169). Responden dalam penelitian ini merupakan generasi milenial dengan rentang usia 20-35 tahun yang berdomisili di Kota Denpasar dan aktif mendengarkan podcast melalui Spotify berjumlah 140 orang. Penyajian data menggunakan tabel dan narasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebutan istilah podcast berasal dari akronim *iPod Broadcasting* pada perangkat Apple iPod yang merupakan *platform* pendistribusi podcast pertama pada 2001 yang diperkenalkan oleh Steve Jobs (Kencana, 2020). Di Indonesia, podcast mulai dikenal sejak tahun 2018 ketika *platform* Anchor menyediakan layanan *hosting* tanpa bayar bagi creator podcast untuk mendistribusikan podcast ke berbagai *platform* (Billboardid.com, 2019). Podcast memiliki variasi genre yang beragam seperti: komedi, misteri, edukasi, politik, dan lain-lain. Podcast juga dikemas dengan berbagai bentuk yaitu monolog, dialog, *talkshow*, ulasan, *feature*, serta documenter (Fadilah dkk, 2017).

Profil Responden

Responden berjumlah 140 orang yaitu generasi milenial dengan rentang usia 20 sampai dengan 35 tahun dan berdomisili di Kota Denpasar. Berdasarkan usia, responden terbanyak adalah responden berusia 20-25 tahun yakni sebanyak 82,1%. Selanjutnya, usia 26-30 tahun sebanyak

9,3%. Sedangkan usia 31-35 tahun sebanyak 8,6%. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas merupakan responden perempuan sebanyak 55,7%. Responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 44,3%. Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden adalah Diploma/Sarjana/Pascasarjana sebesar 52,9%. Kemudian responden SMA/Sederajat sebesar 47,1%. Berdasarkan pekerjaan, responden yang paling banyak adalah responden pada kategori mahasiswa dengan sebesar 62,1%. Selanjutnya di urutan kedua adalah responden dengan pekerjaan karyawan swasta yaitu sebanyak 22,9%. Kemudian sebagai wiraswasta sebanyak 10,0%. Selanjutnya responden dengan pekerjaan lainnya sebesar 5,0%.

Deskripsi Hasil Uji Motif dan Kepuasan Mendengarkan Podcast Melalui Spotify

Tabel 1
Akumulasi Skor rata-rata Motif dan Kepuasan Mendengarkan Podcast Melalui Spotify

Jenis Motif	<i>Gratifications Sought (GS)</i>	<i>Gratifications Obtained (GO)</i>
Informasi (<i>information seeking</i>)	4,08	4,15
Kegunaan (<i>utility</i>)	3,86	3,86
Kenyamanan (<i>convenience</i>)	4,09	4,16
Melewatkan Waktu (<i>pass time</i>)	4,20	4,21
Hiburan	4,38	4,42

(<i>entertainment</i>)		
Rata-rata	4,12	4,16

Berdasarkan tabel dapat dijelaskan bahwa, aspek informasi (*seeking information*) terjadi kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Sebab nilai rata-rata *gratification sought* (GS) yakni 4,08 lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata *gratification obtained* (GO) yakni 4,15.

Aspek kegunaan (*utility*) terjadi kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata *gratification sought* (GS) atau motif sama besarnya dengan skor rata-rata *gratification obtained* (GO) atau kepuasan yakni 3,86.

Pada aspek kenyamanan (*convenience*), menunjukkan adanya kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Karena skor rata-rata *gratification sought* (GS) lebih kecil yaitu 4,09 dibandingkan dengan skor rata-rata *gratification obtained* (GO) 4,16.

Dalam aspek melewati waktu (*pass time*) terjadi kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Sebab skor rata-rata *gratifications sought* (GS) atau motif lebih kecil yakni 4,20, daripada skor rata-rata *gratifications obtained* (GO) atau kepuasan yakni 4,21.

Pada tabel menunjukkan terjadi kepuasan pada aspek hiburan. Karena skor rata-rata *gratifications sought* (GS) atau motif lebih kecil yakni 4,38, daripada skor rata-rata *gratifications obtained* (GO) yaitu 4,42.

Analisis Data

Pada tabel menunjukkan bahwa motif mendengarkan podcast melalui Spotify tertinggi adalah motif hiburan (*entertainment*) yaitu 4,38, kemudian kepuasan mendengarkan podcast melalui Spotify tertinggi adalah kepuasan hiburan yaitu 4,42. Sehingga, motif terbesar responden mendengarkan podcast melalui Spotify adalah keinginan mencari melepaskan diri dari ketegangan dan mencari kesenangan atau hiburan. Pada tabel di atas juga menjelaskan bahwa terdapat lima motif yang terpuaskan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify, yakni motif informasi (*information seeking*), motif kegunaan (*utility*), motif kenyamanan (*convenience*), motif melewatkan waktu (*pass time*) dan motif hiburan (*entertainment*). Hal ini dapat dilihat dari nilai dari tiap *Gratifications Sought* (GS) lebih kecil atau sama dengan nilai tiap *Gratifications Obtained* (GO), maka kepuasan yang diperoleh responden pada aspek informasi, kegunaan, kenyamanan, melewatkan waktu, dan hiburan melebihi atau sama dengan yang diinginkan oleh responden.

Motif informasi diharapkan memberikan informasi tentang pengetahuan, fenomena sekitar, serta hal lainnya. Dari hasil penelitian ini, dalam aspek informasi terjadi kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Sebab nilai rata-rata *gratification sought* (GS) yaitu 4,08 lebih kecil daripada nilai rata-rata *gratification obtained* (GO) yaitu 4,15. Hal tersebut berarti kepuasan yang didapatkan melebihi kepuasan yang diharapkan. Adapun bahwa motif informasi yang tidak terpuaskan

dalam mendengarkan podcast melalui Spotify adalah dalam hal mendapat informasi dengan mendengarkan podcast melalui Spotify. Pada motif informasi, responden mendapatkan kepuasan dalam hal memperoleh informasi dengan cara baru dengan mendengarkan podcast melalui Spotify dan mendengarkan podcast melalui Spotify dianggap memberikan referensi dalam mengambil keputusan oleh responden.

Dalam motif kegunaan (*utility*) diharapkan mampu memberi kegunaan mengenai hal-hal yang berguna bagi diri sendiri, misalnya sosialisasi, eksistensi diri, serta berbagai gagasan dengan orang lain. Berdasarkan hasil penelitian ini, motif kegunaan adalah motif yang paling rendah yang dimiliki responden dalam mendengarkan podcast melalui Spotify, dengan kata lain responden memiliki harapan yang kecil dalam mendengarkan podcast melalui Spotify jika dilihat dari aspek kegunaan. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek kegunaan terjadi kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata *gratification sought* (GS) atau motif sama besarnya dengan skor rata-rata *gratification obtained* (GO) atau kepuasan yakni 3,86. Hal ini berarti kepuasan yang diharapkan sesuai dengan kepuasan yang diperoleh. Adapun motif kegunaan yang mampu terpuaskan adalah mengenal orang baru dalam kelompok penggemar dengan mendengarkan podcast melalui Spotify. Sedangkan motif kegunaan dalam hal menjadi bagian dari kelompok diskusi mengenai tayangan podcast,

mengekspresikan diri secara bebas dengan mendengarkan podcast melalui Spotify, mendapat lebih banyak sudut pandang dari tayangan podcast, dan mengetahui pendapat kreator podcast dari tayangan podcast, belum dapat terpuaskan.

Pada motif kenyamanan (*convenience*) berbicara mengenai motivasi seseorang mengkonsumsi *new media* yang tujuan penggunaannya karena mudah dan nyaman. Berdasarkan hasil penelitian ini, aspek kenyamanan menunjukkan adanya kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Sebab skor rata-rata *gratification sought* (GS) lebih kecil yakni 4,09 daripada skor rata-rata *gratification obtained* (GO) yaitu 4,16. Hal tersebut berarti kepuasan yang diperoleh melampaui kepuasan yang diharapkan. Adapun motif kenyamanan yang belum terpuaskan adalah memilih tayangan podcast sesuai keinginan dengan mendengarkan podcast melalui Spotify. Sedangkan motif kenyamanan yang terpuaskan adalah menemukan media mendengarkan podcast yang lebih murah, menemukan media mendengarkan podcast yang lebih mudah digunakan, dan dapat mengunduh tayangan podcast melalui Spotify untuk didengar kapan saja dan di mana saja.

Selanjutnya pada motif melewati waktu (*pass time*) diharapkan mampu untuk mengatasi kebosanan dan mengisi waktu senggang. Berdasarkan hasil penelitian ini, aspek melewati waktu terjadi kepuasan dalam mendengarkan podcast melalui Spotify. Hal tersebut dapat dijelaskan dari skor rata-rata *gratifications sought* (GS) atau motif lebih kecil yakni 4,20, daripada

skor rata-rata *gratifications obtained* (GO) atau kepuasan yakni 4,21. Maka dari itu, kepuasan yang diperoleh melebihi kepuasan yang diinginkan. Pada penelitian ini juga menunjukkan motif meluangkan waktu yang terpuaskan adalah dalam hal menghilangkan kesepian dan kebosanan dengan mendengarkan podcast melalui Spotify. Sedangkan dalam hal mengisi waktu luang dengan mendengarkan podcast melalui Spotify belum dapat terpuaskan.

Pada motif hiburan (*entertainment*), berbicara mengenai motivasi seseorang mengkonsumsi media dengan tujuan untuk mencari kesenangan dan melepaskan ketegangan. Motif hiburan merupakan motif yang memiliki skor paling tinggi diantara motif-motif lainnya, hal ini berarti harapan responden mendapatkan hiburan dengan mendengarkan podcast melalui Spotify sangat besar. Berdasarkan hasil penelitian ini, responden mendapatkan kepuasan pada aspek hiburan. Karena nilai rata-rata *gratifications sought* (GS) atau motif lebih kecil yakni 4,38, daripada nilai rata-rata *gratifications obtained* (GO) atau kepuasan yakni 4,42. Hal tersebut berarti kepuasan yang didapatkan melampaui kepuasan yang diharapkan. Pada penelitian ini menunjukkan motif hiburan yang terpuaskan adalah dalam hal memperoleh rasa suka atau senang ketika mendengarkan podcast melalui Spotify.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa seluruh motif mampu terpuaskan dalam

mendengarkan podcast melalui Spotify, yaitu motif informasi (*information seeking*), motif kegunaan (*utility*), motif kenyamanan (*convenience*), motif melewatkan waktu (*Pass Time*), dan motif hiburan (*entertainment*). Responden memperoleh informasi dengan cara baru dengan mendengarkan podcast melalui Spotify dan mendengarkan podcast melalui Spotify dianggap memberikan referensi dalam mengambil keputusan oleh responden. Responden juga dapat mengenal orang baru dalam kelompok penggemar dengan mendengarkan podcast melalui Spotify. Responden juga menemukan media mendengarkan podcast yang lebih murah dan lebih mudah digunakan, serta dapat mengunduh tayangan podcast untuk didengar kapan saja dan di mana saja. Mendengarkan podcast melalui Spotify juga dianggap mampu menghilangkan kesepian dan kebosanan. Selain itu, responden juga memperoleh rasa suka atau senang ketika mendengarkan podcast melalui Spotify.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah bagi pendengar podcast melalui Spotify disarankan untuk dapat memilih tayangan podcast dengan baik agar dapat berperan sebagai khalayak yang aktif dalam menelaah pesan yang terkandung dalam podcast.

Bagi kreator podcast disarankan agar mampu meningkatkan kualitas tayangan podcast yang disiarkan, terutama pada genre komedi. Karena pada penelitian ini genre komedi sebagai genre yang paling banyak didengarkan namun belum dapat

memuaskan generasi milenial Kota Denpasar secara keseluruhan.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti atau meneruskan penelitian ini, supaya dapat meneliti variabel lainnya yang dapat mengoreksi dan memperkuat hasil penelitian terdahulu.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. (Online). (<https://apji.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018> diakses pada 21 Oktober 2020)
- Billboard Indonesia. 2019. *Kebangkitan Podcast di Indonesia dan Kurangnya Podcast Musik Lokal*. (Online) (<https://billboardid.com/kebangkitan-podcast-di-indonesia-dan-kurangnya-podcast-musik-lokal> diakses pada 22 Maret 2020).
- DailySocial.id. 2018. *Podcast User Research in Indonesia 2018*. (Online) (<https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018> diakses pada 5 Februari 2020).
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90-104. (Online) (<http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/download/10562/6395> diakses pada 8 Februari 2020).

McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi Ke 6*. Jakarta: Salemba Humanika.

Papacharissi, Zizi & Alan M. Rubin. (2000). *Predictors of Internet Use*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. London: Routledge Taylor & Francis Group. (Online) (<http://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/d/ata/citizenship-robson-papacharissi-2000.pdf> diakses pada 14 April 2020).

Wahyuni, P., Alit Suryawati, I., & Pradipta, A. (2019). Motif dan Kepuasan Membaca Novel pada Aplikasi Wattpad di Kalangan Pemuda Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(2). (Online) (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/53358> diakses pada 5 Februari 2020).