

Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v9i3.3656>

Pengaruh Motif Penggunaan Media terhadap Intensitas Mendengarkan Podcast (Survei Eksplanatori Motif Penggunaan Media terhadap Intensitas Mendengarkan Podcast pada Platform Noice)

Muhammad Irfan Maulana ^{1*}, Atwar Bajari ², Kunto Adi Wibowo ³

^{1*,2,3} Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

article info

Article history:

Received 10 January 2025

Received in revised form

10 February 2025

Accepted 10 March 2025

Available online July 2025.

Keywords:

Podcast; Survei Eksplanatori; Noice.

Kata Kunci:

Podcast; Survei Eksplanatori; Noice.


abstract

This research aims to determine the extent of the influence of media usage motives. This study employs a quantitative approach with an explanatory survey method aimed at obtaining explanations regarding the causal relationships between the research variables, conducted through inferential statistical testing using multiple linear regression. The sample was 162 samples. The results of the study indicate that the variables of entertainment motives, information-seeking motives, and platform superiority motives have a significant effect on the intensity of podcast usage on the Noice platform. Meanwhile, time-passing motives, affiliation motives, self-discovery motives, and social interaction motives do not have a significant effect but contribute positively to the intensity of podcast usage on the Noice platform. The conclusion of this study is that there is an influence of media usage motives on the intensity of podcast usage on the Noice platform.

abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh motif penggunaan media terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori yang bertujuan untuk memperoleh penjelasan mengenai hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian yang dilakukan melalui pengujian statistik inferensial regresi linear berganda. Kemudian sampel ditetapkan sebanyak 162 sampel. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motif mencari hiburan, motif mencari informasi dan motif keunggulan platform memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas menggunakan podcast pada platform Noice. Sedangkan, motif melewati waktu, motif untuk terafiliasi, motif penemuan jati diri dan motif interaksi sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan, namun memberikan kontribusi positif terhadap intensitas menggunakan podcast pada platform Noice. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari motif menggunakan media terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

Corresponding Author. Email: mirf.maulana@gmail.com ^{1}.

Copyright 2025 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 



ACM Computing Classification System (CCS)

EBSCOhost

Communication and Mass Media Complete (CMMC)

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi media digital telah memberikan berbagai pilihan bagi khalayak dalam mengakses informasi dan hiburan. Seiring dengan perkembangan media massa, kini informasi dan hiburan dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti media cetak, audio, visual, atau bahkan audio-visual. Perkembangan ini memungkinkan terciptanya karya-karya yang layak dipublikasikan dalam berbagai platform media, khususnya dalam bentuk audio-visual. Dalam kondisi ini, khalayak memiliki kebebasan untuk memilih jenis media yang dianggap mampu memberikan informasi dan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan serta preferensi mereka. Teknologi yang semakin canggih mempermudah akses ke berbagai aplikasi dan platform media sosial, yang semakin beragam. Khalayak, dengan akses internet melalui komputer, laptop, smartphone, atau perangkat lainnya, dapat dengan mudah menggunakannya. Fenomena ini dikenal sebagai "new wave technology," yang didorong oleh perangkat teknologi yang semakin maju, menghubungkan individu dengan kelompok dalam ruang virtual. Setiap individu memiliki motif yang berbeda dalam memanfaatkan media, sehingga tingkat kepuasan dan pemenuhan kebutuhan masing-masing juga berbeda. Motif ini berkaitan dengan cara setiap orang mengonsumsi media, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk terus menggunakan media tersebut (Setiawan, 2018).

Pemilihan media oleh khalayak sangat dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi mereka, baik yang bersifat sosial, psikologis, maupun yang berkaitan dengan kebutuhan spesifik dalam kehidupan sehari-hari. Pada awal tahun 2018, podcast sebagai media berbasis audio di internet mulai populer di Indonesia. Podcast merupakan rekaman audio atau video yang dapat berupa siaran radio, kuliah, pertunjukan, atau program lain, yang dapat diunduh dalam format file audio. Istilah "podcast" mulai dikenal sejak peluncuran iPod oleh Apple pada 2001, yang memungkinkan pengguna untuk mengakses siaran yang dikenal sebagai "iPod broadcasting." Berbeda dengan radio konvensional (FM atau AM), podcast disajikan secara non-linear, yang berarti pendengar dapat mengunduh dan mendengarkan konten kapan saja tanpa harus menunggu waktu

tertentu. Keunggulan ini menjadikan podcast lebih fleksibel, memungkinkan pendengar untuk mengakses dan mengulang siaran sesuka hati mereka (Zaenudin, 2017). Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pendengar podcast terbesar, dengan 32% pengguna internet di Indonesia mengaku mendengarkan podcast dalam minggu terakhir. Hal ini menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap podcast di Indonesia. Melihat perkembangan ini, banyak perusahaan yang mulai memanfaatkan podcast sebagai platform untuk menjangkau audiens. Podcast sebagai platform siaran audio digital memberikan kesempatan untuk memperkenalkan berbagai jenis konten, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan atau minat masing-masing pendengar. PT Mahaka Radio Integra, sebagai perusahaan media di Indonesia, berinovasi untuk mempertahankan eksistensinya di era digital dengan menciptakan platform streaming audio bernama Noice. Noice menyediakan berbagai konten audio, termasuk podcast, radio streaming, audiobook, serta live streaming, yang memungkinkan kreator untuk berinteraksi langsung dengan pendengarnya. Saat ini, Noice telah memiliki hampir satu juta pengguna aktif, dengan rata-rata durasi mendengarkan mencapai 60 menit per hari. Sejak diluncurkan, Noice telah bersaing dengan platform multinasional seperti Spotify, serta platform lokal lainnya yang berfokus pada podcast, seperti ROOV dari MNC Group, Podme dari Media Group, dan Inspigo. Hingga kini, Noice tetap menjadi salah satu platform yang populer di Indonesia untuk mendengarkan podcast.

Popularitas Noice dapat dilihat dari jumlah pengikut di media sosial, dengan 416 ribu pengikut aktif di Instagram dan 784 ribu subscriber di YouTube. Selain itu, Medika (2020) mencatat bahwa kemunculan konten podcast dapat membuka peluang baru dalam hal informasi, memperluas wawasan, dan membangkitkan pemikiran baru. Podcast menjadi alternatif yang efektif untuk mendiseminasikan konten audio dengan cara yang lebih ringan dan menarik bagi pendengar. Ke depan, Noice memiliki potensi untuk terus berkembang, terutama karena podcast memungkinkan pembahasan topik secara lebih panjang dan mendalam. Hal ini memberikan keleluasaan bagi pendengar untuk memilih topik yang sesuai dengan minat atau motif mereka. Menurut Rosengreen (Imran, 2013), motif merupakan faktor

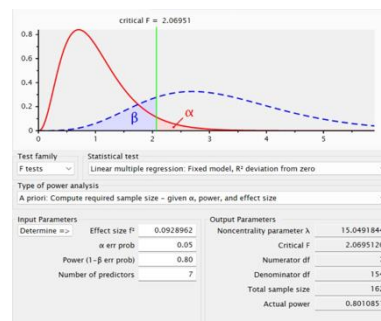
penting dalam penggunaan media, yang mencerminkan alasan individu dalam mengonsumsi media. Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk menyelidiki lebih lanjut sejauh mana motif penggunaan media pada platform Noice mempengaruhi intensitas mendengarkan podcast.

2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode kuantitatif digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji sebuah hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang didapat penelitian metode kuantitatif berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian survei eksplanatori, yang merupakan upaya penelitian yang menjelaskan hubungan antara satu fenomena dan fenomena yang lain dengan terlebih dahulu memanfaatkan teori untuk menyusun hipotesis penelitian dalam menguji hubungan antar fenomena tersebut (Bajari, 2015). Metode penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan pengumpulan data di lapangan lebih mudah karena sumber informasi ditentukan dengan pasti sebelum terjun ke lapangan sesuai dengan sampel yang ditetapkan.

Operasionalnya, pendekatan survei eksplanatori menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data utama mengingat kedalaman variabel penelitian kuantitatif dengan skala pengukuran yang bersifat ordinal, yang ditunjukkan oleh tingkatan-tingkatan yang ditunjukkan oleh bobot angka atau skor tertentu. Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi, jika pada kenyataan populasi yang digunakan peneliti terlalu besar maka populasi bisa diwakili dengan jumlah sampel dimana apa yang dipelajari dari sampel maka hasilnya akan diberlakukan untuk populasi, oleh karena itu sampel yang digunakan harus benar-benar merepresentasikan populasi itu sendiri. Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan pengambilan non probability sampling. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Purposive

Sampling dengan rumus G Power. Dari data olahan menggunakan soft ware G powrs maka menghasilkan sampel minimal sebanyak 162 Responden. Adapun kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu: 1. Warga Indonesia 2. Memiliki aplikasi Noice 3.



Gambar 1. Grafik

Pernah mendengarkan podcast pada platform Noice terlihat bahwa penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan G Power dengan effect size sebesar 0,09, alpha error probability sebesar 0,05 dengan power sebesar 0,80 dan number of predictors sebanyak 7 sehingga menghasilkan sampel minimal sebanyak 162 Responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh motif penggunaan media yang terdiri dari (1) motif mencari hiburan (2) motif untuk melewati waktu (3) motif untuk terafiliasi (4) motif mencari informasi (5) motif penemuan jati diri (6) motif interaksi sosial, dan (7) motif keunggulan platform terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Analisis Data Responden

Gambaran karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, rentang usia dan asal domisili dari responden.

Tabel 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki-laki	113	69,7 %
2	Perempuan	49	30,2 %
Total		162	100%

Terdapat 113 responden dengan jenis kelamin dan 49 responden dengan jenis kelamin Perempuan. Adapun persentase dari 162 responden tersebut adalah 69,7 % responden laki-laki dan 30,2 % responden Perempuan.

Tabel 2. Responden berdasarkan usia

Usia	f	%
10-20	22	13,6
21-30	126	77,8
31-40	14	13,6
Total	162	100

Responden dengan rentang umur 21-30 tahun dengan jumlah 126 responden atau 77,8 % lebih banyak dari responden dengan kategori usia lainnya, responden dengan usia tersebut merupakan mayoritas responden pada penelitian. Variabel motif hiburan memiliki 3 pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. nilai untuk kategori rendah ada pada rentang 3-7,9, kategori sedang dengan rentang 8-12,9, dan kategori tinggi dengan rentang 13-18. Hasil jawaban responden mengenai motif hiburan untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Analisis deskriptif variable motif hiburan

No	Motif Hiburan	f	%
1	Tinggi	123	75,9%
2	Sedang	39	24,1%
3	Rendah	0	0%
	Jumlah	162	100%

Sebagian besar responden, yaitu 123 responden (75,9%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 39 responden (24,1%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, sedangkan tidak ada sama sekali yang menyatakan dalam kategori rendah. Variabel motif melewati waktu memiliki 3 pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Setelah diperoleh nilai interval untuk menentukan setiap kategori, maka nilai untuk kategori rendah ada pada rentang 3-7,9, kategori sedang dengan rentang 8-12,9, dan kategori tinggi

dengan rentang 13-18. Hasil jawaban responden mengenai motif hiburan untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Analisis deskriptif variable motif melewati waktu

No	Motif Melewatkan Waktu	f	%
1	Tinggi	144	88,8%
2	Sedang	18	11,2%
3	Rendah	0	0%
	Jumlah	162	100%

Diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu 144 responden (88,8%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 18 responden (11,2%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, sedangkan tidak ada sama sekali yang menyatakan dalam kategori rendah. Variabel motif afiliasi memiliki 3 pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Setelah diperoleh nilai interval untuk menentukan setiap kategori, maka nilai untuk kategori rendah ada pada rentang 3-7,9, kategori sedang dengan rentang 8-12,9, dan kategori tinggi dengan rentang 13-18. Hasil jawaban responden mengenai motif hiburan untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Analisis deskriptif variable motif afiliasi

No	Motif Afiliasi	f	%
1	Tinggi	125	77,1%
2	Sedang	36	22,2%
3	Rendah	1	0,7%
	Jumlah	162	100%

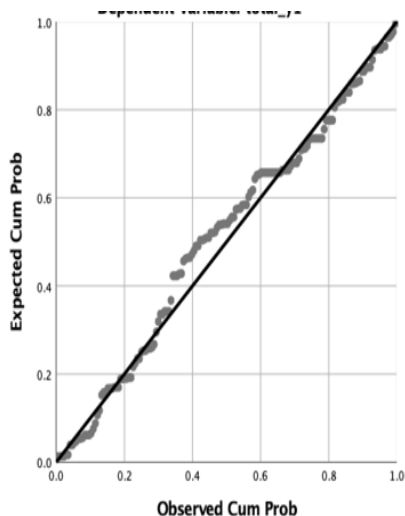
Diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu 125 responden (77,1%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 36 responden (22,2%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, dan 1 responden (0,7%) menyatakan dalam kategori rendah. Variabel motif informasi memiliki 3 pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Setelah diperoleh nilai interval untuk menentukan setiap kategori, maka nilai untuk kategori rendah ada

pada rentang 3-7,9, kategori sedang dengan rentang 8-12,9, dan kategori tinggi dengan rentang 13-18. Hasil jawaban responden mengenai motif hiburan untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Analisis deskriptif variable motif informasi

No	Motif Informasi	f	%
1	Tinggi	130	80,2%
2	Sedang	28	17,3%
3	Rendah	4	2,5%
	Jumlah	162	100%

Diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu 130 responden (80,2%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 28 responden (17,3%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, dan 4 responden (2,5%) menyatakan dalam kategori rendah.



Gambar 2. Grafik kategori Responden

Variabel motif personal identification memiliki 3 pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Setelah diperoleh nilai interval untuk menentukan setiap kategori, maka nilai untuk kategori rendah ada pada rentang 3-7,9, kategori sedang dengan rentang 8-12,9, dan kategori tinggi dengan rentang 13-18. Hasil jawaban responden mengenai motif hiburan untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Analisis deskriptif variable motif personal identification

No	Motif Personal Identification	f	%
1	Tinggi	84	51,8%
2	Sedang	51	31,5%
3	Rendah	27	16,7%
	Jumlah	162	100%

Diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu 84 responden (51,8%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 51 responden (31,5%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, dan 27 responden (16,7%) menyatakan dalam kategori rendah. Variabel motif interaksi sosial memiliki 4 pernyataan. Setelah diperoleh nilai interval untuk menentukan setiap kategori, maka nilai untuk kategori rendah ada pada rentang 4 - 10,66, kategori sedang dengan rentang 10,67 - 17,33 dan kategori tinggi dengan rentang 17,34 - 24. Hasil jawaban responden mengenai motif interaksi sosial untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Analisis deskriptif variable motif interaksi sosial identification

No	Motif Personal Identification	f	%
1	Tinggi	71	43,9%
2	Sedang	62	38,2%
3	Rendah	29	17,9%
	Jumlah	162	100%

Diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu 71 responden (43,9%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 62 responden (38,2%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, dan 29 responden (17,9%) menyatakan dalam kategori rendah. Setelah diperoleh nilai interval untuk menentukan setiap kategori, maka nilai untuk kategori rendah ada pada rentang 5 - 13,2, kategori sedang dengan rentang 13,3 - 21,5 dan kategori tinggi dengan rentang 21,6 - 30. Hasil jawaban responden mengenai motif keunggulan platform untuk mendengarkan podcast pada platform Noice dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Analisis deskriptif variable motif keunggulan platform

No	Motif Personal Identification	f	%
1	Tinggi	71	43,9%
2	Sedang	62	38,2%
3	Rendah	29	17,9%
	Jumlah	162	100%

Diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu 102 responden (62,9%) menyatakan bahwa motif hiburan berada dalam kategori yang tinggi, sedangkan 42 responden (26,6%) menyatakan bahwa motif hiburan dalam kategori sedang, dan 17 responden (10,5%) menyatakan dalam kategori rendah.

Uji Asumsi Klasik

Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menentukan tingkat kecermatan suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu software komputer program SPSS versi 25 terhadap 162 orang dalam populasi di luar responden yang telah ditentukan menjadi sampel. Teknik pengujian validitas item angket dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dengan skor total item variabel. Uji validitas variabel X dilakukan berdasarkan 24 item pernyataan. Uji validitas kuesioner dilakukan menggunakan metode Pearson Moment Correlation dengan dasar pengambilan keputusan: Jika nilai Pearson Correlation r hitung $> r$ tabel, atau jika nilai Sig. (p-value) $< \alpha = 5\%$, maka item tersebut dinyatakan valid. Uji Validitas bisa dilihat dari gambar berikut.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas

Variabel X	Nomor Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Motif Hiburan	1	0,845	> 0,149	Valid
	2	0,912	> 0,149	Valid
	3	0,918	> 0,149	Valid
Motif Melewatkan Waktu	4	0,816	> 0,149	Valid
	5	0,813	> 0,149	Valid
	6	0,775	> 0,149	Valid
Motif Companions/Alfiah	7	0,778	> 0,149	Valid
	8	0,788	> 0,149	Valid
	9	0,673	> 0,149	Valid
Motif Informasi	10	0,899	> 0,149	Valid
	11	0,864	> 0,149	Valid
	12	0,928	> 0,149	Valid
Motif Personal Identity	13	0,897	> 0,149	Valid
	14	0,943	> 0,149	Valid
	15	0,950	> 0,149	Valid
Motif Interaksi Sosial	16	0,931	> 0,149	Valid
	17	0,761	> 0,149	Valid
	18	0,891	> 0,149	Valid
Motif Audio Platform Superiority	19	0,871	> 0,149	Valid
	20	0,936	> 0,149	Valid
	21	0,919	> 0,149	Valid
	22	0,926	> 0,149	Valid
	23	0,927	> 0,149	Valid
	24	0,877	> 0,149	Valid

Dapat diketahui dari gambar di atas bahwa semua item pernyataan dalam variabel X bernilai valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kuesioner yang dimiliki dapat diandalkan untuk melakukan penelitian tersebut. Uji reliabilitas dilakukan pada kuesioner dengan item pertanyaan yang telah terbukti valid menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan dasar pengambilan keputusan pada umumnya adalah:

Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,6$ (Sujarweni, 2014). Hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 11. Hasil uji reliabilitas variable X

Variabel X	Cronbach's Alpha	N of Items
Motif Entertainment	0,868	3
Motif Past Time	0,688	3
Motif Afiliasi	0,601	3
Motif Informasi	0,852	3
Motif Personal Identify	0,920	3
Motif Interaksi Sosial	0,884	4
Motif Audio Platform Superiority	0,952	5

Dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha X lebih besar dari 0,6, maka hasil dari uji reliabilitas pada item-item 1053variable1053t pada 1053variable X dinyatakan reliabel.

Tabel 12. Hasil uji reliabilitas variable Y

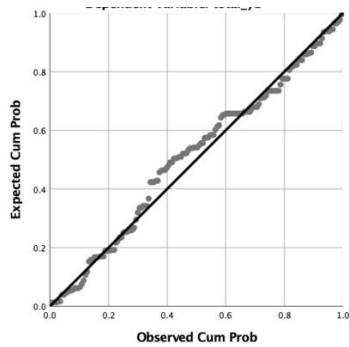
Variabel Y	Cronbach's Alpha	N of Items
Intensitas Penggunaan Media	0,784	2

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Y sebesar 0,947, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,6, ($0,947 > 0,6$), maka hasil uji reliabilitas pada item-item instrumen variabel Y dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dependent variable dan independent variabel atau kedua nya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini digunakan alat uji normalitas gambar kurva, yakni

sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil uji normalitas

Dalam gambar di atas, dapat diketahui bahwa nilai residual membentuk curva bel dan mengikuti garis sumbu X, maka dengan hal tersebut dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas dan persyaratan yang diharuskan dalam model regresi ini layak atau benar.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi multikolinearitas pada model regresi dengan nilai tolerancedan varianceinflation factor (VIF). Terjadi multikolinearitas pada variabel-variabel independen jika nilai toleransi lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari ($>10,00$) atau tidak terjadi multikolinearitas jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari ($<10,00$).

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	total_x1	.361	2.773
	total_x2	.530	1.887
	total_x3	.574	1.742
	total_x4	.470	2.129
	total_x5	.274	3.648
	total_x6	.357	2.799
	total_x7	.392	2.550

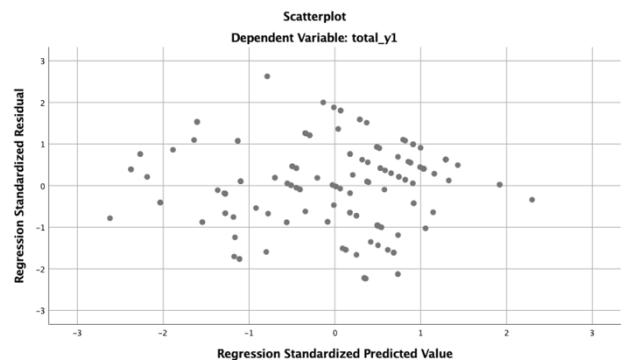
Gambar 4. Uji multikolinearitas

Seluruh nilai VIF yang diperoleh lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dari model regresi yaitu keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

varian dari residual pada saat pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Sementara itu, terjadinya gejala Heteroskedastisitas akan berakibat pada sebuah kegunaan (ketidak akuratan) pada sebuah hasil analisis regresi yang dilakukan, Dalam analisis statistik beberapa cara yang dilakukan sebagai upaya untuk mendeteksi gejala Heteroskedastisitas, antara lain dengan melakukan uji Glejser, uji koefisien korelasi Spearman, melihat pola gambar Scatterplots, dan uji Park. Deteksi tidak adanya gejala Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat titik-titik tidak mengumpul di salah satu bagian, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu.



gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk memproyeksikan perubahan variable dependen, ketika dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor dimanipulasi (dinaikkan atau diturunkan nilainya).

Tabel 13. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.325	1.558		2.776	.006
	Motif Hiburan	.537	.110	.466	4.867	.000
	Motif Pass Time	.113	.080	.112	1.418	.158
	Motif Afiliasi	.194	.102	.145	1.907	.058
	Motif Informasi	.311	.086	.302	3.601	.000
	Motif Personal Identification	.055	.074	.082	.745	.458
	Motif Interaksi Sosial	.051	0.52	.094	.977	.330
	Motif Platform Superiority	.098	.042	.213	2.318	.022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel dapat dikatakan signifikan apabila nilai signifikan $< 0,05$. Selanjutnya, secara lebih lanjut pengaruh pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif hiburan berpengaruh secara signifikan pada intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,537 dan signifikan 0,000. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif mencari hiburan maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.
- 2) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif pass time/melewatkan waktu berpengaruh secara signifikan pada intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,113 dan signifikan 0,158. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif pass time/melewatkan waktu maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.
- 3) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif afiliasi berpengaruh secara signifikan pada intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,194 dan signifikan 0,058. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif afiliasi maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.
- 4) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif informasi berpengaruh secara signifikan pada intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,311 dan signifikan 0,000. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif informasi maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.
- 5) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif personal identification berpengaruh secara signifikan pada intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,055 dan signifikan 0,458. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif personal identification maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.
- 6) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif interaksi sosial berpengaruh secara signifikan pada

intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,051 dan signifikan 0,330. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif personal identification maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.

- 7) Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel motif platform superiority berpengaruh secara signifikan pada intensitas mendengarkan podcast dengan nilai β sebesar 0,095 dan signifikan 0,022. Nilai β yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi motif platform superiority maka semakin meningkat pula intensitas mendengarkan podcast pada platform Noice.

Uji T Parsial

Uji t parsial dalam analisis linear berganda bertujuan untuk menguji apakah parameter yang berupa koefisien regresi dan konstanta sudah merupakan parameter yang tepat dalam hal menjelaskan perilaku variabel independen ketika mengikat variabel dependent. Adapun ketentuan yang digunakan dalam uji t ini adalah apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y, dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

Tabel 14. Hasil Uji T Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.325	1.558		2.776	.006
	Motif Hiburan	.537	.110	.466	4.867	.000
	Motif Pass Time	.113	.080	.112	1.418	.158
	Motif Afiliasi	.194	.102	.145	1.907	.058
	Motif Informasi	.311	.086	.302	3.601	.000
	Motif Personal Identification	.055	.074	.082	.745	.458
	Motif Interaksi Sosial	.051	0.52	.094	.977	.330
	Motif Platform Superiority	.098	.042	.213	2.318	.022

Variabel motif hiburan (X1) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar diatas, nilai koefisien regresi variabel motif hiburan (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2.776 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif hiburan (X1) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05.

Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur adalah berpengaruh signifikan.

Variabel motif pass time (X2) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar diatas, nilai koefisien regresi variabel motif pass time (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 1.418 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif pass time (X1) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,158 atau lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $0,158 > 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya koefisien jalur adalah tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji menunjukkan motif hiburan tidak berpengaruh

Variabel motif afiliasi (X3) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar di atas, nilai koefisien regresi variabel motif afiliasi (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 1,907 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif afiliasi (X3) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,058 atau lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $0,158 > 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya koefisien jalur adalah tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji menunjukkan motif hiburan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

Variabel motif informasi (X4) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar di atas, nilai koefisien regresi variabel motif informasi (X4) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,601 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif informasi (X4) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur adalah berpengaruh signifikan. Hasil uji menunjukkan motif Informasi berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

Variabel motif personal identification (X5) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar di atas, nilai koefisien regresi variabel motif personal identification (X5) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,745 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif personal identification (X5) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,457 atau lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $0,457 > 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya koefisien jalur adalah tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji menunjukkan motif Afiliasi tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

Variabel motif interaksi sosial (X6) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar di atas, nilai koefisien regresi variabel motif interaksi sosial (X6) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,977 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif interaksi sosial (X6) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,330 atau lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $0,457 > 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya koefisien jalur adalah tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji menunjukkan motif Afiliasi tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

Variabel motif platform superiority (X7) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y)

Berdasarkan analisis pada gambar di atas, nilai koefisien regresi variabel motif platform superiority (X7) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,318 dan t_{tabel} sebesar 1,975, signifikansi variabel motif platform superiority (X7) terhadap variabel intensitas penggunaan podcast (Y) sebesar 0,022 atau lebih kecil dari 0,05. Kesimpulannya, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,457 < 0,050$. Dari hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur adalah berpengaruh signifikan. Hasil uji menunjukkan motif platform superiority berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice.

Uji F Simultan

Uji F ini akan mengidentifikasi model regresi yang diestimasi, apakah layak atau tidak untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan dari uji F ini adalah apabila nilai F_{hitung} (hasil yang ditunjukkan pada kolom Sig.) lebih kecil dari tingkat kesalahan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05, maka H_0 ditolak atau dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak. Sedangkan jika nilai F_{hitung} lebih besar dari tingkat kesalahan sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan H_0 diterima.

Tabel 15. Hasil Uji F Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	672.914	7	96.131	21.240	.000 ^b
	Residual	696.988	154	4.526		
	Total	1369.901	161			

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 21.240 > nilai F_{tabel} sebesar 2,07 dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ berpengaruh secara signifikan terhadap variabel intensitas menggunakan podcast (Y)

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, motif hiburan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 2,776, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Wang *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa peningkatan motif hiburan dalam penggunaan media dapat mendorong peningkatan intensitas seseorang dalam menggunakan media tersebut. Penelitian oleh Ardhiaputri (2021) juga sejalan dengan temuan ini, yang menyatakan bahwa motif hiburan memiliki pengaruh kuat terhadap intensitas penggunaan media. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kebutuhan hiburan yang terpenuhi, maka intensitas seseorang dalam menggunakan media, termasuk podcast, akan semakin tinggi. Untuk

motif melewati waktu, hasil penelitian menunjukkan bahwa motif ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 1,418, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,158, yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Chan & Wang (2020), yang menyatakan bahwa motif melewati waktu berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas mendengarkan podcast. Penelitian Hanifah (2019) juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa khalayak cenderung mengakses media untuk mengisi waktu luang, dan mereka lebih memilih konten yang bersifat menghibur, seperti gosip, ketika bersantai. Oleh karena itu, motif melewati waktu cenderung berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast jika kontennya bersifat menghibur atau berita ringan.

Berdasarkan hasil penelitian, motif afiliasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 1,907, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,058, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan oleh karakteristik podcast yang bersifat on-demand, sehingga khalayak tidak langsung terhubung dengan figur yang diikuti. Meskipun terdapat fitur komentar pada platform, tanggapan dari kreator atau figur yang diikuti tidak bersifat langsung atau interaktif. Oleh karena itu, motif afiliasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast. Motif mencari informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 3,601, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,00, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini didukung oleh karakteristik konten podcast pada platform Noice yang disajikan dengan cara yang ringan, sehingga khalayak lebih mudah menerima informasi. Penelitian Lee *et al.* (2012) juga menyatakan bahwa peningkatan motif pencarian informasi berpengaruh terhadap peningkatan intensitas perilaku. Penelitian Wang *et al.* (2020) mendukung

temuan ini dengan menyatakan bahwa motif pencarian informasi mendorong peningkatan intensitas penggunaan media, termasuk podcast. Motif personal identification tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 0,745, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,458, yang lebih besar dari 0,05. Penelitian oleh Ma *et al.* (2021) juga menunjukkan bahwa motif personal identification tidak memiliki pengaruh kuat terhadap intensitas perilaku atau penggunaan media. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kebutuhan pencarian status dapat terpenuhi, hal tersebut tidak meningkatkan intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Motif interaksi sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 0,977, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,330, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun khalayak menggunakan topik yang dibahas dalam podcast sebagai bahan untuk berinteraksi dengan orang lain, seperti mendiskusikan topik tersebut atau membagikan podcast kepada orang lain, motif interaksi sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast. Motif platform superiority berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 2,318, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,975, dengan nilai signifikansi/probabilitas sebesar 0,022, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini sejalan dengan penelitian Chan & Wang (2020), yang menyatakan bahwa motif audio platform superiority merupakan motif yang menonjol dalam penggunaan podcast. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas audio dan fitur-fitur unggulan pada platform dapat meningkatkan intensitas penggunaan podcast.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini yang berjudul

"Pengaruh Motif Penggunaan Media terhadap Intensitas Penggunaan Podcast pada Platform Noice," dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan motif penggunaan media berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice. Dari penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan utama. Pertama, motif pencarian hiburan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast pada platform Noice, yang menunjukkan bahwa pendengar cenderung menggunakan podcast sebagai sarana hiburan. Kedua, motif melewati waktu luang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast, meskipun banyak responden mengakses podcast saat memiliki waktu luang. Ketiga, motif afiliasi atau keinginan untuk terhubung dengan orang lain juga tidak memengaruhi secara signifikan intensitas penggunaan podcast, yang mungkin disebabkan oleh sifat podcast yang tidak memungkinkan interaksi langsung antara pendengar dan kreator. Keempat, motif mencari informasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast, karena podcast menjadi sumber informasi yang mudah diakses dan menarik. Kelima, motif personal identification tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast, yang menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan pencarian status diri tidak mendorong peningkatan penggunaan podcast. Keenam, motif interaksi sosial juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast, meskipun pendengar menggunakan podcast sebagai bahan untuk interaksi sosial. Terakhir, motif platform superiority memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan podcast, menunjukkan bahwa kualitas dan keunggulan fitur platform Noice memengaruhi keputusan pendengar untuk terus menggunakan platform ini.

5. Daftar Pustaka

- Ardianto, E. (2007). Komunikasi massa suatu pengantar.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. (*No Title*).

- Bajari, A. (2015). Metode penelitian komunikasi: prosedur, tren, dan etika.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication research*, 6(1), 9-36.
- Chan-Olmsted, S., & Wang, R. (2022). Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New media & society*, 24(3), 684-704.
- Geoghegan, M. W., & Klass, D. (2008). *Podcast solutions: The complete guide to audio and video podcasting*. Apress.
- Gerungan, W. A. (2002). Psikologi Sosial Edisi Kedua Cetakan Kelima Belas. *Bandung: Refika Aditama*.
- Indrawati, P. D. (2015). Metode penelitian manajemen dan bisnis konvergensi teknologi komunikasi dan informasi. *Bandung: PT Refika Aditama*.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Age International.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Kuncoro, E. A. (2019). Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur).
- McQuail, D. (1985). Sociology of mass communication. *Annual Review of Sociology*, 11(1), 93-111.
- Miller, K. (2005). Communication theories: Perspectives, processes, and contexts. (No Title).
- Priyatno, D. (5). jam belajar olah data dengan SPSS 17. *Yogyakarta: Andi*.
- Saifuddin, A. (2003). Reliabilitas dan Validitas. *Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar*. Salkind, NJ 1985. Theories of Human Development. New York. John Willey and Sons.
- Sunyoto, D. (2010). Uji Khi Kuadrat & Regresi.
- Suryabrata, S. (2003). Psikologi Pendidikan (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). *Syah, Mubibbin*.
- Yuliani, N. S. (2006). Metode pengembangan kognitif. *Jakarta: Universitas Terbuka*.