

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses pengujian hipotesis. Hal ini dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini, ditinjau dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap responden yang berjumlah 100 orang. Berikut Tabel deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki-laki	30	30,0%
2	Perempuan	70	70,0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Dari Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan, artinya pendengar Pro 2 RRI Bandar Lampung dari kalangan remaja akhir didominasi oleh jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 70 orang.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
1	17-25 tahun	100	100%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui terdapat 100 responden yang berasal dari remaja akhir berusia 17-25 tahun.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	75	75,0%
2	Karyawan Swasta	22	22,0%
3	Wiraswasta	2	2,0%
4	Profesional (guru, dosen, dokter, arsitek, dll)	1	1,0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui pelajar / mahasiswa menempati tingkat tertinggi artinya pendengar Pro 2 RRI Bandar Lampung dari kalangan remaja akhir didominasi oleh pendengar yang masih pelajar / mahasiswa sebanyak 75 orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban terhadap kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Lagu yang diputar terbaru	87	87,0%	13	13,0%
2	Lagu yang diputar populer	92	92,0%	8	8,0%
3	Lagu sesuai kondisi hati	74	74,0%	26	26,0%
4	Bisa mendengarkan streaming	90	90,0%	10	10,0%
5	Konten media sosial seru dan <i>up to date</i>	89	89,0%	11	11,0%
6	Materi siaran menarik	94	94,0%	6	6,0%
7	Program acara menarik	93	93,0%	7	7,0%
8	Kuis berhadiah	67	67,0%	33	33,0%
9	Informasi <i>up to date</i> dan terpercaya	95	95,0%	5	5,0%
10	Penyiar favorit	82	82,0%	18	18,0%
11	Selera humor penyiar baik	90	90,0%	10	10,0%
12	Durasi penyiar berbicara sebentar	63	63,0%	37	37,0%
13	Kirim salam	78	78,0%	22	22,0%
14	Request lagu	86	86,0%	14	14,0%
15	Hiburan di mobil	92	92,0%	8	8,0%

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, jawaban atas beberapa pertanyaan yang diajukan kepada 100 responden diketahui bahwa butir

pertanyaan ke-9 yaitu “informasi *up to date* dan terpercaya” mendapat respon tertinggi dengan jawaban iya sebanyak 95 orang atau 95,0% sedangkan butir pertanyaan ke-12 yaitu “durasi penyiar berbicara sebentar” mendapat respon tertinggi dengan jawaban tidak sebanyak 37 orang atau 37,0%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan korelasi antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Dasar pengambilan keputusannya adalah uji validitas koefisien korelasi antara pertanyaan dengan skor total nilai (*pearson correlation*) dibandingkan dengan *r* tabel *pearson product moment* dengan alpha 5% (0,05), jika lebih besar nilai *pearson correlation* (*r* hitung) daripada *r* tabel maka dinyatakan valid. Berikut adalah hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
Pertanyaan 1	0,425	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
Pertanyaan 2	0,399	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
Pertanyaan 3	0,483	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
Pertanyaan 4	0,576	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
Pertanyaan 5	0,547	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
Pertanyaan 6	0,573	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid

Pertanyaan 7	0,670	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 8	0,496	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 9	0,676	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 10	0,563	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 11	0,757	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 12	0,496	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 13	0,758	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 14	0,641	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 15	0,493	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai r hitung keseluruhan butir pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang diajukan untuk mengukur nilai variabel faktor daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung dalam penelitian ini dinyatakan valid, artinya semua butir pertanyaan layak untuk dijadikan kuesioner

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka dilakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrument menggunakan rumus *Cronbach's alpha* dengan bantuan program SPSS. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha (r)</i>	Kondisi	Keterangan
Faktor Daya Tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Mendengarkan Radio Generasi Z	0,74	0,6-0,79	Tinggi

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas Tabel 4.6 diatas nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,744 dalam penelitian analisis faktor daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z mempunyai tingkat reliabilitas diantara 0,6-0,79 yang berarti mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.3 Hasil Pengujian *Cochran Q Test*

Uji *Cochran Q Test* digunakan untuk mengukur/menilai apakah skor berpasangan satu sama lain bersifat nyata (signifikan) baik berada di satu area yang berlainan atau terpisah, jenis data dari uji berasal dari sampel yang pengukurannya bersifat dikotomi (berpisah dua), misal : sukses dan gagal, ya dan tidak, puas dan tidak puas, cepat dan lambat. Data uji *Cochran* dapat disebut sebagai data nominal.

Dengan menggunakan rumus analisis data *Cochran Q Test* melalui program SPSS. Analisis jawaban yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu pengambilan keputusan pendengar dalam mendengarkan Pro 2 RRI Bandar Lampung dilihat dari 15 jawaban responden yang memengaruhinya. Pengujian dengan

Cochran Q Test melalui beberapa tahap karena 15 item tersebut semuanya valid sehingga 15 item akan dilakukan uji *Cochran Q Test*. Hasil analisisnya antara lain sebagai berikut:

1. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Pengujian Tahap Pertama

Langkah pertama yaitu melakukan pengujian terhadap 15 faktor. Dari ke 15 faktor dan proporsinya jawaban “Ya” diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Hasil Uji *Cochran Q Test* (Tahap Pertama)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	131.170 ^a
Df	14
Asymp. Sig.	.000

a. 0 is treated as a success.

Sumber : data diolah tahun 2023

Kriteria :

Jika $Q \text{ hitung} > \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / \text{Sig.} < \alpha (0,05)$, maka H_0 : ditolak

Jika $Q \text{ hitung} < \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / \text{Sig.} > \alpha (0,05)$, maka H_0 : diterima

Analisis :

Hasil analisis terhadap 15 faktor dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*, menghasilkan nilai statistik Q hitung yaitu 131,170 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 14$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 23,685. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 131,170 lebih besar dari X^2 tabel 23,685, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan

membuang pernyataan yang memiliki proporsi jawaban YA paling kecil yaitu pernyataan nomor 12.

2. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Pengujian Tahap Dua

Tabel 4. 8 Hasil Uji Cochran Q Test (Tahap Dua)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	92.317 ^a
Df	13
Asymp. Sig.	.000

a. 0 is treated as a success.

Sumber : data diolah tahun 2023

Kriteria :

Jika Q hitung > dari pada X^2 tabel / Sig. < alpha (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X^2 tabel / Sig.> alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Analisis :

Hasil analisis terhadap 14 faktor dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*, menghasilkan nilai statistik Q hitung yaitu 92,317 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 13$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 22,362. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 92,317 lebih besar dari X^2 tabel 22,362, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pernyataan yang memiliki proporsi jawaban “YA” paling kecil yaitu pernyataan nomor 8.

3. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Pengujian Tahap Tiga

Tabel 4. 9 Hasil Uji Cochran Q Test (Tahap Tiga)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	57.812 ^a
Df	12
Asymp. Sig.	.000

a. 0 is treated as a success.

Sumber : data diolah tahun 2023

Kriteria :

Jika $Q_{hitung} > \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / Sig. < \alpha (0,05)$, maka H_0 : ditolak

Jika $Q_{hitung} < \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / Sig. > \alpha (0,05)$, maka H_0 : diterima

Analisis :

Hasil analisis terhadap 13 faktor dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*, menghasilkan nilai statistik Q_{hitung} yaitu 57,812 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 12$, maka diperoleh hasil $X^2 \text{ tabel} = 21,026$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q_{hitung} 57,812 lebih besar dari $X^2 \text{ tabel}$ 21,026, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pernyataan yang memiliki proporsi jawaban YA paling kecil yaitu pernyataan nomor 3.

4. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Pengujian Tahap Empat

Tabel 4. 10 Hasil Uji Cochran Q Test (Tahap Empat)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	36.886 ^a
Df	11
Asymp. Sig.	.000

a. 0 is treated as a success.

Sumber : data diolah tahun 2023

Kriteria :

Jika $Q_{hitung} > \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / Sig. < \alpha (0,05)$, maka H_0 : ditolak

Jika $Q_{hitung} < \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / Sig. > \alpha (0,05)$, maka H_0 : diterima

Analisis :

Hasil analisis terhadap 12 faktor dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*, menghasilkan nilai statistik Q_{hitung} yaitu 36,886 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 11$, maka diperoleh hasil $X^2 \text{ tabel} = 19,675$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q_{hitung} 36,886 lebih besar dari $X^2 \text{ tabel}$ 19,675, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pernyataan yang memiliki proporsi jawaban YA paling kecil yaitu pernyataan nomor 13.

5. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Pengujian Tahap Lima

Tabel 4. 11 Hasil Uji Cochran Q Test (Tahap Lima)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	21.309 ^a
Df	10
Asymp. Sig.	.019

a. 0 is treated as a success.

Sumber : Data diolah tahun 2023

Kriteria :

Jika $Q_{hitung} > \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / \text{Sig.} < \alpha (0,05)$, maka H_0 : ditolak

Jika $Q_{hitung} < \text{dari pada } X^2 \text{ tabel} / \text{Sig.} > \alpha (0,05)$, maka H_0 : diterima

Analisis :

Hasil analisis terhadap 11 faktor dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*, menghasilkan nilai statistik Q hitung yaitu 21,309 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 10$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 18,307. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 21,309 lebih besar dari X^2 tabel 18,307, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pernyataan yang memiliki proporsi jawaban YA paling kecil yaitu pernyataan nomor 10.

6. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Pengujian Tahap Enam

Tabel 4. 12 Hasil Uji Cochran Q Test (Tahap Enam)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	12.083 ^a
Df	9
Asymp. Sig.	.209

a. 0 is treated as a success.

Sumber : Data diolah tahun 2023

Kriteria :

Jika Q hitung $>$ dari pada X^2 tabel / Sig. $<$ alpha (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung $<$ dari pada X^2 tabel / Sig. $>$ alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Analisis :

Hasil analisis terhadap 10 faktor dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*, menghasilkan nilai statistik Q hitung yaitu 12,083 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 9$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 16,919. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 12,083 lebih kecil dari X^2 tabel 16,919, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 diterima**, artinya terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian ada kemungkinan jawaban Ya adalah sama untuk setiap faktor tersebut.

Secara ringkas hasil uji *Cochran QTest* dapat dilihat pada Tabel 4.13 rekapitulasi hasil tahapan uji *Cochran Q Test* terhadap faktor daya Tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z, sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Cochran Q Test Faktor Daya Tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Mendengarkan Radio Generasi Z

Tahapan Penelitian	Q Hitung	X2 Tabel	Uji Hipotesis	Jawaban (Ya) Terendah
1	131,170	23,685	Ditolak	Durasi penyiar berbicara sebentar (F12)
2	92,317	22,362	Ditolak	Kuis berhadiah (F8)
3	57,812	21,026	Ditolak	Lagu sesuai kondisi hati (F3)
4	36,886	19,675	Ditolak	Kirim salam (F13)
5	21,309	18,307	Ditolak	Penyiar favorit (F10)
6	12,083	16,919	Diterima	Semua jawaban memiliki jawaban Ya sama (terdapat 10 faktor)

Sumber : Data diolah tahun 2023

Tabel 4.14 Hasil Faktor Daya Tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung Terhadap Minat Mendengarkan Radio Generasi Z

Ranking	Faktor	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Informasi <i>up to date</i> dan terpercaya	95	5
2	Materi siaran menarik	94	6
3	Program acara menarik	93	7
4	Hiburan di mobil	92	8
5	Lagu yang diputar populer	92	8

6	Bisa didengarkan <i>streaming</i>	90	10
7	Selera humor penyiar baik	90	10
8	Konten media sosial seru dan <i>up to date</i>	89	11
9	Request lagu	86	14

Sumber : data diolah tahun 2023

4.4 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode *Cochran Q Test* dan mengeluarkan faktor-faktor daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung yang mempunyai jawaban “Ya” paling kecil, diperoleh hasil pada pengujian keenam yaitu nilai Q hitung yaitu 12,083 lebih kecil dari X^2 tabel 16,919 maka keputusan pengujian keempat H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antar indikator variabel. Dengan kata lain kemungkinan besar jawaban “Ya” adalah sama untuk setiap indikator pertanyaan. Dapat diartikan terdapat 9 atribut daya Tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung yang mempengaruhi minat mendengarkan radio Generasi Z.

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa Uji *Cochran Q Test* diadakan adalah sebanyak enam tahap untuk mencari faktor mana yang paling dominan dari 15 butir pertanyaan, ada 5 butir pertanyaan yang tidak mempengaruhi daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z yang dikeluarkan selama uji *Cochran Q Test* yang dilakukan secara bertahap yaitu lagu sesuai kondisi hati (F3), kuis hadiah (F8), penyiar favorit (F10), durasi penyiar berbicara sebentar (F12) dan kirim salam (F13).

Setelah mengeluarkan 5 butir pertanyaan, akhirnya diperoleh 10 butir pertanyaan yang mempengaruhi minat mendengarkan radio Generasi Z yaitu Lagu yang diputar terbaru (F1), Lagu yang diputar populer (F2), Bisa didengarkan streaming (F4), Konten media sosial seru dan *up to date* (F5), Materi siaran menarik (F6), Program acara menarik (F7), Informasi *up to date* dan terpercaya (F9), Selera humor penyiar baik (F11), Request lagu (F14) dan Hiburan di mobil (F15).

Berdasarkan tabel 4.14, diketahui bahwa terdapat tiga faktor yang paling menjadi daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z. Faktor dengan jawaban “Ya” terbanyak pertama adalah Informasi *up to date* dan terpercaya dengan 95 responden menjawab “Ya”. Selanjutnya adalah Materi siaran menarik yang mendapatkan jawaban “Ya” sebanyak 94 responden dan yang berada di posisi ketiga adalah faktor Program acara yang menarik dengan jawaban “Ya” sebanyak 93 responden. Ketiga faktor dengan jawaban “Ya” terbanyak ini sejalan dengan pernyataan Naiza Rosalia (2012) bahwa faktor materi siaran yang meliputi informasi, materi siaran dan program acara menjadi salah satu faktor terpenting daya tarik stasiun radio.

Ketiga faktor teratas ini juga sejalan dengan teori penggunaan dan kepuasan (*use and gratification theory*) yaitu penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiens sendiri (Littlejohn 2005:286). Ada pendengar yang memutuskan mendengarkan radio karna ingin mendapatkan informasi yang *up to date*, materi siaran yang menarik ataupun hanya sekedar mendengarkan lagu. Faktor-faktor yang mendominasi ini juga dapat dijadikan sebagai *tagline* atau semboyan Pro 2 RRI Bandar Lampung dalam

mempromosikan perusahaannya. Salah satu tujuan perusahaan melakukan promosi adalah mengingat, dimana strategi mengingat dalam promosi ini lebih mengutamakan masyarakat untuk mengingat produk dan jasa secara terus-menerus (Rohmaniah, 2019). *Tagline* dalam dunia radio memiliki peranan yang sangat penting karna akan terus menerus diucapkan dan diulang selama siaran berlangsung. Hal ini tentunya dapat meningkatkan *brand awareness* dari Pro 2 RRI Bandar Lampung sendiri dimana saat disebutkan radio maka yang diingat pendengar adalah Pro 2 RRI Bandar Lampung.

Faktor keempat yang menjadi daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z adalah hiburan di mobil dan lagu yang diputar populer. Kedua faktor ini sama-sama mendapatkan jawaban “Ya” dari 92 responden, sedangkan 8 responden lainnya menjawab “Tidak”. Faktor hiburan di mobil menjadi daya tarik dalam mendengarkan radio berkaitan dengan teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratifications theory*). Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan. Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. (Morissan, 2013). Mendengarkan radio di mobil dapat dipandang sebagai bentuk hiburan dan pengisi waktu dalam rutinitas sehari-hari generasi Z. Hiburan termasuk dalam kebutuhan sekunder manusia, maka kebutuhan tersebut dipenuhi dengan mendengarkan radio. Sementara itu, faktor lagu yang diputar populer juga dapat dijelaskan dengan teori eksposur media (*media exposure theory*). *Exposure* merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan pada media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap

pesan tersebut (Kriyantono, 2008). Pendengar cenderung menyukai lagu-lagu yang sering mereka dengar. Radio sering kali menjadi saluran utama untuk mengekspos lagu-lagu baru kepada pendengar, dan hal ini dapat mempengaruhi preferensi musik generasi Z.

Faktor selanjutnya yang menjadi daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z adalah bisa didengar *streaming* dan selera humor penyiar baik. Kedua faktor ini sama-sama memperoleh jawaban “Ya” dari 90 responden, sedangkan 10 responden lainnya menjawab “Tidak”. Faktor lainnya yang menjadi daya tarik Pro 2 RRI Bandar Lampung terhadap minat mendengarkan radio Generasi Z adalah konten media sosial seru dan *up to date*, serta faktor *request* lagu. Faktor konten media sosial seru dan *up to date* memperoleh jawaban “Ya” dari 89 responden, sedangkan 11 responden lainnya menjawab “Tidak”. Sementara itu, faktor *request* lagu mendapatkan jawaban “Ya” dari 86 responden, sedangkan 14 responden lainnya menjawab “Tidak”.

Serupa dengan beberap faktor sebelumnya, faktor bisa didengar *streaming*, selera humor penyiar baik, konten media sosial seru dan *up to date*, serta faktor *request* lagu berkaitan dengan teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratifications theory*). Teori ini dapat menjelaskan keempat faktor ini sebagai daya tarik karena bahwa pengguna media atau dalam penelitian ini adalah pendengar radio, mencari sumber media yang paling memenuhi kebutuhan mereka. Teori kegunaan dan kepuasan berasumsi bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Jika pendengar memilih Pro

2 RRI Bandar Lampung sebagai kanal favorit mereka, artinya Pro 2 RRI Bandar Lampung telah menyediakan apa yang generasi Z butuhkan.

Pemasaran Pro 2 RRI Bandar Lampung kepada generasi Z harus mempertimbangkan preferensi dan kebiasaan mendengar radio yang telah dijelaskan sebelumnya. Pertama, pemasaran harus menekankan komitmen pada menyediakan informasi terkini dan terpercaya dan menciptakan citra stasiun sebagai sumber berita yang dapat diandalkan. Selanjutnya, kreativitas dalam materi siaran dan program acara menjadi kunci untuk menarik perhatian generasi Z yang cenderung mencari konten yang inovatif dan menarik.

Promosi pemutaran lagu-lagu populer dan terkini yang bersamaan dengan partisipasi pendengar melalui *voting* atau *polling*, dapat memberikan perasaan kepemilikan dan keterlibatan yang lebih besar. Integrasi dengan *platform streaming* menjadi strategi penting karena hal ini dapat menjadi akses yang mudah dan fleksibel bagi generasi Z yang terbiasa mengonsumsi konten digital. Selain itu, pemilihan penyiar dengan selera humor yang relevan dengan segmen pasar dapat meningkatkan daya tarik stasiun radio. Mengoptimalkan interaksi dengan pendengar di media sosial juga menjadi kunci untuk menjangkau dan mempertahankan audiens generasi Z yang aktif di *platform* media sosial tersebut. Pemasaran yang mengutamakan personalisasi pengalaman pendengar dengan teknologi modern akan memberikan nilai tambah bagi Pro 2 RRI Bandar Lampung dalam menarik dan mempertahankan minat generasi Z. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, maka Pro 2 RRI Bandar Lampung dapat membentuk strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mendengarkan generasi Z.