

# PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PODCASTER PADA PODCAST RINTIK SENDU TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR DI APLIKASI SPOTIFY

Anggun Sinta Dewi <sup>1</sup>, Diryo Suparto <sup>2</sup>, Annisa Adilla <sup>3</sup>

Universitas Pancasakti Tegal <sup>\*123</sup>

[anggunsintadewi8080@gmail.com](mailto:anggunsintadewi8080@gmail.com)

[suparto.diryo@gmail.com](mailto:suparto.diryo@gmail.com)

[annisaadilla@upstegal.ac.id](mailto:annisaadilla@upstegal.ac.id)

## Abstrak

Seperti halnya media digital yang memunculkan konten digital, *platform* Spotify menyediakan layanan podcast untuk mencari informasi dan hiburan bagi para pendengarnya. Podcaster pada suatu podcast harus menggunakan gaya komunikasi yang tepat agar pendengar merasa puas pada konten yang ditayangkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data regresi linear sederhana. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* podcast Rintik Sendu di Spotify. Penentuan sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin dan menggunakan teknik *non probability sampling* (100 responden). Jenis data yang digunakan adalah data primer (penyebaran kuesioner secara online) dan sekunder. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratifications* dari Katz, Blumer, dan Gurevitch. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendengar podcast Rintik Sendu didominasi oleh perempuan dengan rentang usia 15-25 tahun. Gaya komunikasi podcaster memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pendengar dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,749 atau berpengaruh sebesar 74,9%. Berdasarkan hasil tersebut, maka gaya komunikasi yang digunakan oleh podcaster pada podcast Rintik Sendu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pendengar podcast Rintik Sendu di aplikasi Spotify.

Kata Kunci: gaya komunikasi, podcast, spotify, kepuasan pendengar.

## Abstract

*Like digital media that produces digital content, the Spotify platform provides a podcast service to find information and entertainment for its listeners. Podcasters on a podcast must use the right communication style so that listeners feel satisfied with the broadcast content. This study uses a quantitative method with simple linear regression data analysis. The population used in this study were followers of the Rintik Sendu podcast on Spotify. The determination of the sample was calculated based on the Slovin formula, and the non-probability sampling technique (100 respondents) was used. The data types used are primary data (online questionnaire distribution) and secondary. The theoretical basis used in this study is Uses and Gratifications from Katz, Blumer, and Gurevitch. The results showed that listeners to the Rintik Sendu podcast were dominated by women aged 15-25 years. Communication style significantly influences the level of listener satisfaction with a coefficient of determination (*R Square*) of 0.749 or an influence of 74.9%. Based on these results, the communication style used by podcasters on the Rintik Sendu podcast significantly influences the satisfaction level of Rintik Sendu podcast listeners on the Spotify application.*

*Keywords: communication style, podcast, spotify, listener satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Era digital memegang peranan yang penting dalam keseharian manusia, dan hal ini tidak dapat terlepas dari proses komunikasi. Komunikasi menjadi bagian yang penting dalam kehidupan manusia untuk melakukan interaksi di kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan proses

penyampaian pesan atau informasi dari seseorang kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui komunikasi, manusia dapat berinteraksi dan membangun hubungan dengan orang lain. Komunikasi langsung berupa komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, sedangkan komunikasi tidak langsung dapat melalui media. Bentuk komunikasi yang dilakukan melalui media disebut juga dengan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah salah satu bentuk komunikasi yang diarahkan pada khalayak atau masyarakat umum dengan menggunakan media sebagai alat komunikasi, yang berfungsi sebagai pengantar pesan dan informasi, sehingga pesan dan informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat sampai ke komunikan. Beberapa contoh media yang digunakan dalam komunikasi massa adalah televisi, telepon, internet, dan radio. Komunikasi massa memiliki peranan penting dalam masyarakat modern karena memungkinkan pesan atau informasi dapat disampaikan dan disebarluaskan kepada khalayak luas dalam waktu yang relatif singkat, dengan menggunakan berbagai macam media massa.

Media massa menjadi salah satu alat perantara atau saluran komunikasi yang menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens yang luas dan heterogen, sehingga dapat membantu dan mempermudah berbagai macam kegiatan bagi khalayak yang semakin meningkat dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Khalayak sejatinya bergantung pada informasi yang dibutuhkan oleh manusia, yaitu informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Kebutuhan tersebut berkaitan erat dengan media massa baik cetak maupun elektronik yang dapat disimpan, diakses, dan dimanipulasi dengan menggunakan komputer (Bakhri, 2020:52).

Perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi tidak dapat dipisahkan dari berbagai aspek kehidupan manusia, baik dari aspek sosial, pendidikan, ekonomi, politik, dunia kerja, dan bahkan gaya hidup. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut sangat membantu kita dalam kehidupan sehari-hari untuk menjadi lebih efektif dan efisien. Industri media pun berkembang sangat pesat dan semakin meningkat, sehingga informasi atau berita yang tersebar sangat mudah untuk didapatkan dengan menggunakan media sebagai sarana komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan. Perkembangan tersebut juga memengaruhi pilihan media yang ada menjadi lebih bervariasi dan beragam, baik dalam format teks, audio, visual, maupun audio visual.

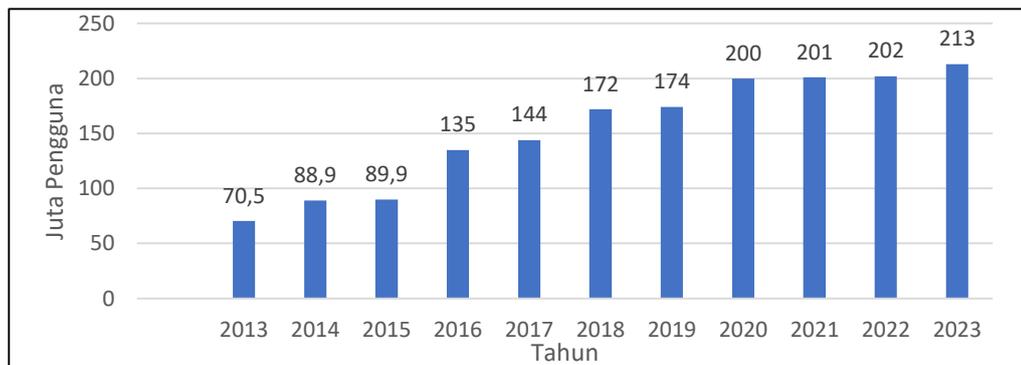
Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era digital ini ditandai dengan adanya media baru (*new media*). Media baru adalah perangkat teknologi komunikasi digital yang memiliki akses luas sebagai pengirim dan penerima pesan interaktif yang dapat dijangkau kapan saja dan di mana saja (Rizqy et al., 2022:47). Media baru memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan dan informasi melalui teknologi digital yang disalurkan dan dapat diakses melalui perangkat

komunikasi yang terhubung dengan internet. Salah satu bagian terpenting dari media baru adalah internet sebagai teknologi pendukung dalam industri media digital sekaligus sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara cepat dan luas (Imarshan, 2021:214). Media digital dapat berupa media *online*, media sosial, *website*, pemasaran digital, dan periklanan. Media digital tersebut dapat diakses melalui perangkat digital seperti komputer, tablet, dan *smartphone*. Selain itu, media digital juga lebih interaktif, lebih menarik, dan lebih mudah untuk diakses sehingga banyak pengguna yang menggunakan media digital untuk membuat, menyimpan, memperoleh, dan bertukar informasi.

Media digital membuat pola dan proses komunikasi seseorang dalam berkomunikasi mengalami perubahan, beralih ke komunikasi digital atau komunikasi *online*. Komunikasi digital merupakan bentuk komunikasi atau interaksi seseorang di mana pesan dan informasi ditukar melalui platform dan teknologi digital atau penggunaan perangkat seperti *smartphone* dan konvergensi telekomunikasi, internet, dan penyiaran yang berdampak langsung pada perubahan dari tatap muka ke virtual atau *online* melalui media sosial seperti email, Instagram, WhatsApp, Facebook, Line, *game online*, dan media pembelajaran *online*. Komunikasi digital ini mampu mencapai audiens secara luas dan *real-time* dengan biaya yang relatif murah. Komunikasi digital juga memungkinkan bagi organisasi atau individu untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, membangun merek, berinteraksi dengan audiens atau khalayak, memperluas jangkauan global, bahkan dapat memengaruhi opini publik (B Boestam & Des Derivanti, 2022:2830).

*Smartphone* banyak digunakan dalam keperluan pribadi untuk memenuhi kebutuhan, mulai dari membaca koran, mendengarkan radio, dan menonton TV *online*. Perkembangan ini lambat-laun membuat internet menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang. Dengan adanya internet, hal ini memudahkan interaksi satu sama lain tanpa harus bertatap muka secara langsung atau yang disebut dengan komunikasi virtual secara *online* melalui media sosial, karena bersifat luas dan berperan dalam penerimaan pesan yang dikirim oleh internet (Radika & Setiawati, 2020: 97). Berikut ini data pengguna internet di Indonesia mulai dari Januari 2013 hingga Januari 2023:

Tabel 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



*Sumber: Radika & Setiawati (2020).*

Berdasarkan gambar diagram di atas, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya. Jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat bertambah 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya sebanyak 70,5 juta orang. Pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia bertambah menjadi 88,9 juta, tahun 2015 sejumlah 89,9 juta, pada tahun 2016 sejumlah 135 juta, tahun 2017 sebanyak 144 juta, tahun 2018 sejumlah 172 juta, tahun 2019 sejumlah 174 juta, tahun 2020 sejumlah 200 juta, tahun 2021 sejumlah 201 juta, tahun 2022 sejumlah 202 juta, kemudian pada tahun 2023 pengguna internet mencapai 213 juta. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun 2023. Menurut laporan *We Are Social*, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit dalam sehari, dan mayoritas 98,3% pengguna internet Indonesia menggunakan telepon genggam atau *handphone*.

Era digital dan perkembangan teknologi mendorong perubahan pada industri konten kreatif, salah satunya adalah podcast. Saat ini podcast telah menjadi salah satu bentuk media yang semakin populer. Podcast merupakan adaptasi dari radio yang berisi rekaman audio yang dapat didengarkan oleh khalayak umum melalui media dengan batuan jaringan internet. Podcast bersifat *on demand* yang dapat didengarkan secara fleksibel, kapan saja dan di mana saja sesuai dengan keinginan pendengar. Selain itu juga podcast dapat diunduh untuk didengarkan secara *offline*. Podcast merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi dan telah menjadi media komunikasi untuk menyampaikan pesan dan informasi dari komunikator kepada komunikan. Podcast menjadi salah satu bentuk dari media baru yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan internet. Ia telah mendapat perhatian dari masyarakat bahkan telah menjadi *trend* di Indonesia. Saat ini banyak pengguna internet yang mendengarkan podcast untuk menemani aktivitas sehari-hari mereka, baik pada saat mereka berada di jalan ataupun berkendara, berolahraga, bersantai, mengerjakan tugas, bahkan untuk hiburan. Selain itu, hadirnya podcast menjadikan seseorang atau konten kreator lebih kreatif seperti dapat didengarkan melalui Spotify, Ancor, Google Podcast, dan Apple Podcast.

Tersedianya *platform* tersebut memudahkan pendengar untuk mendengarkannya, sehingga saat ini podcast lebih banyak disenangi oleh masyarakat dibandingkan mendengarkan siaran dari radio yang memiliki keterbatasan dalam mengaksesnya. Podcast dapat diproduksi dalam bentuk yang inovatif seperti *talkshow*, monolog, *review*, hingga dokumenter. Selain itu, bentuk podcast juga dapat berupa audio dan audio video yang diunggah di sebuah platform dan dapat diakses di perangkat elektronik yang terhubung ke internet. Podcast digunakan oleh para pendengar untuk memperoleh informasi dan hiburan dengan warna tersendiri karena diproduksi

dengan gaya yang unik bertema berbagai macam genre seperti genre percintaan, horor, politik, pengetahuan, komedi, dan agama.

Dengan banyaknya pendengar podcast di dunia, termasuk di Indonesia, memunculkan banyak konten kreator hingga *influencer* dan *public figure* yang membuat dan menciptakan sebuah konten berbasis siaran radio yang dikenal dengan istilah podcast. Selain itu, tersedianya platform untuk mengunggah konten podcast, salah satunya Spotify, menghadirkan kesempatan bagi konten kreator atau *influencer* untuk membangun karier dan menyalurkan kreativitas serta menyediakan kesempatan bagi mereka untuk lebih banyak pendengar dan memanfaatkannya sebagai sarana informasi bahkan hiburan. Salah satu dari beberapa konten podcast yang ada di Spotify adalah podcast Rintik Sendu. Rintik Sendu merupakan sebuah nama pena dari novel yang diangkat secara audio. Podcast Rintik Sendu ini dibawakan oleh seorang penulis yang bernama Nadhifa Allya Tsana yang biasa dipanggil oleh para pendengar dan pengikutnya dengan sebutan Paus atau Kak Tsana.

Podcast Rintik Sendu memberikan kesempatan bagi para pendengar yang ingin bercerita dan menceritakan kisahnya kepada sang podcaster untuk dijadikan podcast dengan mengirimkan kisahnya melalui email yang telah disediakan oleh Tsana, yakni [darisana@rintiksedu.com](mailto:darisana@rintiksedu.com) yang dicantumkan pada bio sosial media X @rintiksedupod dan Instagram @rintiksedupodcast. Cerita yang pendengar atau audiens kirim melalui email akan dipilih, kemudian di akhir cerita atau podcast tersebut, Tsana akan memberikan pesan melalui narasi-narasi yang sesuai dengan isi cerita yang dikemas secara apik dan *relate* dengan cerita kehidupan seseorang.

Belakangan ini, podcast Rintik Sendu tak hanya menampilkan audio saja, tetapi juga audio visual seperti podcast yang ada di YouTube di mana pendengar dapat melihat ekspresi sang podcaster, sehingga pesan yang disampaikan akan lebih terasa dan sampai kepada pendengar karena dapat melihat ekspresi podcaster dalam membawakan podcastnya. Selain itu, podcast Rintik Sendu menampilkan podcast audio drama yang merupakan acara Spotify Original hasil kolaborasi antara Podcast Rintik Sendu dan Spotify Studios. Podcast audio drama tersebut seperti Kuas, Kanvas, Bulan Kesepian, dan Bahasa Naya. Ada juga audio drama yang berkolaborasi dengan Instagram dengan nama program *Blue*.

Dalam sebuah podcast terdapat seorang podcaster yang harus memiliki *skill* dalam berkomunikasi. Keberhasilan podcast dapat dilihat dari segi podcasternya yang akan berusaha dengan segala kreativitasnya untuk menghidupkan suasana dengan kemampuan improvisasi yang menghibur dan sesuai pada podcast yang akan diproduksi dan ditayangkan. Keberhasilan suatu podcast tidak hanya ditentukan oleh kontennya, tetapi juga oleh kemampuan podcaster

dalam menyampaikan pesan konten podcastnya. Podcaster harus mampu menciptakan citra pada pendengar, sehingga podcaster perlu memiliki gaya komunikasi yang baik dan menarik untuk mencapai kesuksesan podcast yang diproduksinya dan untuk mempertahankan popularitas dari banyaknya para konten kreator atau *influencer* yang memproduksi podcast.

Gaya komunikasi merupakan ciri khas yang dimiliki oleh seseorang. Gaya komunikasi tidak hanya mencakup aspek verbal seperti bahasa dan intonasi saja, tetapi juga melibatkan aspek non-verbal seperti kecepatan berbicara, ekspresi wajah, dan tingkat emosional dari seorang podcaster dalam menyampaikan pesan pada konten podcast yang diproduksi untuk memperoleh reaksi atau tanggapan. Gaya komunikasi yang baik dalam suatu podcast dapat membantu podcaster untuk menarik minat dan perhatian pendengar (Yahya & Habibi, 2023:69). Gaya komunikasi yang baik juga dapat membantu podcaster untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif kepada pendengar, sehingga pendengar mampu memahami dan merasakan isi podcast yang didengar. Selain itu, gaya komunikasi pada podcast juga dapat meningkatkan popularitas suatu podcast, mempertahankan loyalitas pendengar, dan menciptakan identitas yang berbeda dengan podcast lainnya. Konten podcast di media digital seperti Spotify memang tidak pernah sepi pendengar, termasuk podcast Rintik Sendu yang memiliki 42.700 pengikut per 19 Januari 2024.

Gaya komunikasi dan isi konten yang *related* dengan para pendengar mampu mengubah pandangan pendengar dan menganggap podcast Rintik Sendu sebagai podcast dengan *image* galau berteman tentang percintaan, karena kebanyakan dari isi konten podcast tersebut membahas tentang sebuah *relationship*. Selain itu, kegemaran mendengarkan podcast Rintik Sendu, Teman Tidur, dan Podcast Suara Puan dengan isi kontennya membahas tentang keluarga dan *relationship*, membuat pendengar mampu mengembangkan bakat dan berkreasi dalam bentuk podcast maupun tulisan dengan bercerita mengenai pengalamannya sebagai isi kontennya (Syarafina et al., 2021:17). Selain podcast tersebut, kegemaran penikmat video Deddy Corbuzier dan konten kreator lain yang diminati oleh masyarakat, secara tidak sadar dapat meningkatkan keterampilan berbicara seseorang yang dapat diamati dari kemampuan berkomunikasi secara verbal baik dalam aspek formal, semiformal, maupun nonformal (Qura et al., 2022:358). Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa tertarik untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh gaya komunikasi yang dilakukan oleh podcaster pada Rintik Sendu terhadap tingkat kepuasan pendengar di era banyaknya podcast-podcast yang semakin berkembang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pada populasi atau sampel tertentu. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif berupa angka-angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2018: 8). Jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh

dari variable bebas (gaya komunikasi) serta pada variable terikat (tingkat kepuasan) akan dianalisis melalui data berupa angka dan kemudian menggunakan analisis statistik. Penelitian ini menggunakan sampel *non-probability sampling* yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Dalam pengambilan sampel ini terdapat beberapa macam teknik, salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel *purposive sampling* dengan menggunakan dua sampel, yaitu pendengar podcast Rintik Sendu di Spotify dan pengikut podcast Rintik Senduk di Spotify. *Purposive sampling* menggunakan rumus Slovin berikut:

$$\frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Toleransi kesalahan

Dari rumus di atas, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = 42.700$$

$$e = 0,1 \text{ (menggunakan toleransi kesalahan 10\%)}$$

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{42.700}{1 + 42.700 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{42.700}{42.701 (0,01)}$$

$$n = \frac{42.700}{427,01}$$

$$n = 99,997 \text{ sampel (dibulatkan menjadi 100).}$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas, maka sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan pendengar dan pengikut podcast Rintik Sendu di Spotify sebagai data primer, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuisioner dan wawancara. Data tersebut kemudian dianalisis melalui tahap editing, coding, dan tabulasi. Setelah data diproses dan diolah, penulis menguji instrumen untuk memastikan keabsahan data agar dapat dikatakan sebagai instrumen yang valid dan reliabel. Uji instrumen dalam penelitian ini antara lain dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, dan uji regresi linear sederhana.

## PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Reponden

Dalam penelitian ini, penulis mengklasifikasikan responden berdasarkan jenis kelamin, usia, status atau pekerjaan, dan alamat. Berikut rinciannya:

Tabel 2. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	7	7 %
Perempuan	93	97%
Total	100	100%

Sumber: *Distribusi Kuesioner Penelitian*

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 93 orang atau 93%, sisanya merupakan laki-laki dengan jumlah 7 orang atau 7%. Hal tersebut dikarenakan perempuan cenderung lebih tertarik pada konten ataupun cerita-cerita yang bergenre *romance* sebagai bentuk refleksi mereka dari pengalaman pribadi. Perempuan cenderung menggunakan perasaannya secara emosional, sehingga dengan mendengarkan podcast Rintik Sendu dianggap dapat memvalidasi perasaan-perasaan mereka, apalagi podcaster pada podcast Rintik Sendu seorang perempuan yang dapat dijadikan sebagai inspirasi atau *role model* bagi para pendengar. Dari konten podcast Rintik Sendu, perempuanlah yang sering mengirimkan cerita-ceritanya untuk dibacakan. Pendengar laki-laki jarang mendengarkan podcast yang bergenre *romance* karena mereka tidak terlalu tertarik dengan cerita-cerita yang dikemas dengan bahasa yang lembut, mendayu, dan dianggap terlalu feminin. Akan tetapi ada juga yang mendengarkan dan menyukai podcast dengan gaya bahasa dan topik *romance* sebagai hiburan dalam mengisi waktu luang.

Tabel 3. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15-25 Tahun	98 Orang	98%
26-35 Tahun	2 Orang	2%
36-45 Tahun	0 Orang	0%
Total	100	100%

Sumber: *Distribusi Kuesioner Penelitian*

Tabel di atas menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 15-25 tahun, yaitu sebanyak 98 orang atau 98%, sisanya merupakan responden berusia 26-35 tahun dengan jumlah 2 orang atau 2%. Pendengar podcast Rintik Sendu lebih banyak yang berusia 15-25 tahun karena topik yang ditayangkan pada tiap episode *relate* dengan kehidupan

pendengar dengan rentang usia 15-25 tahun. Selain itu karena usia 15-25 tahun lebih suka mengeksplor hal-hal yang berada di sosial media dan mereka mengikuti perkembangan teknologi seperti podcast yang sifatnya *on demand* dan menjadi *trend* untuk kalangan remaja. Untuk rentang usia 26-35 tahun dalam penelitian ini hanya ada 2 orang yang mendengarkan, dikarenakan mereka sudah mengikuti podcast Rintik Sendu dari sebelum berumur 26-35 tahun dan masih dapat mengikuti *trend* serta perkembangan teknologi.

### **Deskripsi Kebiasaan Penggunaan Media**

Dalam penelitian ini diketahui bagaimana kebiasaan responden dalam mendengarkan podcast Rintik Sendu dan penggunaan media untuk mengakses podcast Rintik Sendu. Berikut merupakan penjabaran dari butir-butir pertanyaan melalui kuesioner yang telah dijawab oleh responden yang berjumlah 100 orang. Data yang diperoleh dari responden akan diklasifikasikan ke dalam dua macam jawaban, yaitu “Ya” dan “Tidak” dari 7 pertanyaan. Dari total responden sebanyak 100 orang, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengetahuan Mengenai Podcast Rintik Sendu  
Semua responden (100%) mengetahui podcast Rintik Sendu yang populer di *platform* Spotify dan aktif di media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Tiktok.
2. Pernah Mendengarkan Podcast Rintik Sendu di Spotify  
Seluruhnya 100% responden mengaku pernah mendengarkan podcast ini di Spotify, baik untuk hiburan maupun mengisi waktu luang.
3. Sering Mendengarkan Podcast Rintik Sendu.  
Sebanyak 79% responden mengaku sering mendengarkan podcast ini, biasanya karena memiliki lebih banyak waktu luang dan banyak episode yang relevan. Sementara 21% lainnya mendengarkan hanya saat ada waktu luang atau jika topiknya sesuai dengan keadaan atau perasaan mereka.
4. Durasi Mendengarkan Podcast (5-6 Kali/Bulan)  
Sebanyak 63% responden mendengarkan podcast ini sebanyak 5-6 kali dalam sebulan, sedangkan 37% mendengarkan lebih jarang karena keterbatasan waktu.
5. Penggunaan Spotify.  
Semua responden (100%) menggunakan Spotify, yang memudahkan mereka mendengarkan musik dan podcast.
6. Mengikuti Podcast Rintik Sendu di Spotify  
Seluruh responden (100%) mengikuti podcast Rintik Sendu di Spotify untuk tidak ketinggalan episode baru dan mendapatkan notifikasi.
7. Mengikuti Sosial Media Podcast Rintik Sendu

Sebagian besar (80%) responden mengikuti sosial media (Instagram dan X) untuk mendapatkan informasi terbaru, sementara 20% responden tidak mengikutinya namun tetap mendapatkan informasi melalui Spotify.

### **Analisis**

Analisis hubungan antara pengaruh gaya komunikasi podcaster pada podcast Rintik Sendu terhadap tingkat kepuasan pendengar di aplikasi Spotify adalah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antarvariabel. Pengujian dan analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS Versi 25.0 dan lima metode pengujian, yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, dan Uji Regresi Linear Sederhana untuk melihat ada atau tidak adanya pengaruh diantara kedua variabel tersebut. Hasil penelitian ini dengan berdasarkan pada distribusi kuesioner menunjukkan mayoritas pendengar podcast Rintik Sendu berjenis kelamin perempuan sebanyak 93 orang, dengan rentang usia antara 15-25 tahun sebanyak 98 orang, dan pendengar tersebut lebih didominasi oleh para pelajar atau mahasiswa. Mayoritas responden mengetahui podcast Rintik Sendu dan mendengarkannya dengan menggunakan aplikasi Spotify.

Pengolahan data dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 25.0 melalui 10 indikator pada variabel gaya komunikasi Robert W. Norton ,yakni dominan, dramatis, animasi, terbuka, kontroversial, santai, bersahabat, atentif, tepat, dan berkesan. Pada indikator variabel gaya komunikasi, penulis mengidentifikasi bahwa dari 100 responden, sebanyak 95 orang setuju dengan gaya komunikasi yang digunakan pada podcast Rintik Sendu masuk ke dalam kategori tinggi, 4 orang ke dalam kategori sedang, dan 1 orang masuk ke dalam kategori rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan indikator pernyataan yang telah direspons oleh responden pada kuesioner penelitian ini terkait dengan gaya komunikasi yang digunakan oleh podcaster pada podcast Rintik Sendu.

Selanjutnya, indikator pada variabel tingkat kepuasan yang meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan kemudahan, diketahui dari 100 responden sebanyak 99 orang merasa puas dengan kualitas, fitur, serta layanan yang diberikan oleh Spotify dan podcaster podcast Rintik Sendu, masuk ke dalam kategori tinggi dan 1 orang dengan masuk ke dalam kategori sedang. Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam merasa puas dengan gaya komunikasi yang digunakan podcaster pada podcast Rintik Sendu dan puas terhadap kualitas, fitur, serta layanan yang diberikan oleh Spotify dan podcaster.

Pada uji validitas menggunakan instrumen Korelasi Pearson Product Momen dengan sebanyak 37 pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar

daripada r-tabel 0,195 dengan signifikansi 5% pada masing-masing pernyataan dalam kuesioner. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan masing-masing variabel mendapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,890 untuk variabel X dan 0,967 untuk variabel Y. Dari nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh maka masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dengan kategori sangat tinggi. Selanjutnya dilakukan uji prasyarat dalam analisis Regresi Linear Sederhana, yakni uji normalitas dan uji linearitas. Pada uji normalitas, penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogrov-Smirnov dan berdistribusi normal dengan mendapatkan nilai signifikansi  $0,090 > 0,05$ . Pada uji linearitas memperoleh nilai Sig. Deviation From Linearity adalah  $0,332 > 0,05$  yang artinya nilai 0,332 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel gaya komunikasi dengan variabel tingkat kepuasan.

Setelah memperoleh data dan melakukan analisis, data dari uji-uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa data dapat dianalisis dan dihitung lebih lanjut dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana untuk diuji hipotesis dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linear Sederhana, dapat diperoleh persamaan  $Y = 3,233 + 2,569X$ . Dari persamaan regresi tersebut dapat dinyatakan bahwa konstanta sebesar 3,233, yang mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel tingkat kepuasan adalah sebesar 3,233. Sedangkan nilai koefisien regresi X sebesar 2,569, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai gaya komunikasi maka nilai tingkat kepuasan bertambah sebesar 2,569. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Hal tersebut menunjukkan jika variabel gaya komunikasi meningkat maka tingkat kepuasan pendengar podcast Rintik Sendu juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila gaya komunikasi menurun maka tingkat kepuasan pendengar podcast Rintik Sendu juga akan menurun.

Nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel Coefficients adalah sebesar 0,000. Artinya, nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa variabel gaya komunikasi berpengaruh terhadap variabel tingkat kepuasan. Sedangkan berdasarkan nilai t, diketahui nilai t-hitung sebesar 17,086 dan nilai t-tabel sebesar 1,987. Maka nilai t tersebut adalah  $17,086 > 1,987$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_1$ ) diterima karena variabel gaya komunikasi berpengaruh terhadap variabel tingkat kepuasan. Hasil uji Analisis Regresi Linear Sederhana tersebut menunjukkan bahwa antara variabel gaya komunikasi dengan tingkat kepuasan terdapat hubungan (R) dengan nilai sebesar 0,865. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil tersebut bernilai positif dan berada pada tingkat pengaruh yang sangat kuat karena berada pada interval koefisien 0,80-1,00. Selain itu, diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R Square)

sebesar 0,749, yang berarti pengaruh gaya komunikasi terhadap tingkat kepuasan sebesar 74,9%.

Teori *Uses and Gratification* (teori penggunaan dan kepuasan) menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh dan hubungan yang signifikan dari pengaruh gaya komunikasi podcaster pada media podcast Rintik Sendu terhadap tingkat kepuasan pendengar di aplikasi Spotify. Seluruh 100 responden menggunakan *handphone* dan aplikasi Spotify sebagai media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengguna dalam mencari, mengakses, dan mendengarkan podcast. Mendengarkan podcast Rintik Sendu dapat mengisi waktu luang, menghibur, membangun semangat, memotivasi, dan memberikan pengaruh yang positif dengan gaya bahasa yang digunakan. Hal tersebut merupakan bentuk kepuasan pendengar terhadap konten podcast Rintik Sendu.

Gaya komunikasi yang digunakan pada podcast Rintik Sendu dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pendengar karena mampu membuat pendengar merasa terhubung secara emosional dengan cerita dalam konten atau episode yang ditayangkan. Dalam hal ini, gaya komunikasi podcast Rintik Sendu memungkinkan pendengar untuk merasakan dan memiliki kesadaran yang lebih dalam terhadap tema yang dibahas. Selain itu, gaya komunikasi pada podcast Rintik Sendu mampu memberikan kesan, informasi, wawasan, *insight*, serta hiburan bagi para pendengar. Kesan yang diberikan pada gaya komunikasi podcast Rintik Sendu dapat berupa inspirasi, motivasi, atau perubahan pandangan terhadap sesuatu. Sedangkan informasi yang diberikan dapat berupa pengetahuan baru dan wawasan yang lebih luas serta pemahaman terhadap suatu hal dengan lebih jelas dan detail. Hiburan yang diberikan dapat berupa humor dan cerita yang disajikan pada setiap konten atau episodanya. Dengan demikian, gaya komunikasi pada podcast Rintik Sendu dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan kepuasan pendengar, sehingga mereka dapat menjadi pendengar dan pengikut yang loyal dan aktif.

Selain gaya komunikasi, pemilihan dan penggunaan media yang digunakan untuk mengunggah podcast Spotify adalah salah satu pengaruh yang penting, karena saat ini banyak orang yang menggunakan Spotify untuk mendengarkan podcast ataupun musik dengan layanan, fitur, dan kemudahan akses yang membuat pengguna puas dan memilih Spotify sebagai salah satu media yang digunakan sebagai hiburan bagi para pengguna. Dengan demikian, pemilihan dan penggunaan Spotify sebagai media untuk mengunggah konten podcastnya dapat memengaruhi kepuasan pendengar dan meningkatkan kesempatan untuk diterima dan didengarkan banyak orang. Selain itu, terdapat faktor lain seperti kualitas audio, konsistensi penayangan podcast, dan interaksi podcaster dengan pendengar di media sosial yang menjadi

kepuasan tersendiri bagi para pendengar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teori *Uses and Gratification* mendukung penelitian ini, karena terdapat pengaruh dari penggunaan gaya komunikasi dan pemilihan media yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pendengar.

### **KESIMPULAN**

Kepuasan pendengar terhadap gaya komunikasi yang digunakan podcast Rintik Sendu berada pada tingkatan yang tinggi. Pertama, hal tersebut berdasarkan skor rata-rata yang menunjukkan bahwa mayoritas responden (95 orang) menilai penggunaan gaya komunikasi podcast Rintik Sendu pada kategori setuju dan 99 orang menilai tingkat kepuasan pendengar podcast Rintik Sendu pada kategori setuju atau puas. Kedua, besaran nilai signifikansi pada analisis Regresi Linear Sederhana sebesar 0,000, artinya signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan berdasarkan nilai  $t$ , diketahui nilai  $t$ -hitung sebesar 17,086 dan nilai  $t$ -tabel sebesar 1,987, yang berarti nilai  $t$  tersebut adalah  $17,086 > 1,987$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Ketiga, besar pengaruh berdasarkan Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,749, yang berarti pengaruh gaya komunikasi terhadap tingkat kepuasan pendengar adalah sebesar 74,9%. Sedangkan pada hubungan (R) atau korelasi diperoleh nilai sebesar 0,865 dan bernilai positif serta berada pada tingkat pengaruh yang sangat kuat. Dengan kata lain, pengaruh gaya komunikasi podcaster pada podcast Rintik Sendu dapat meningkatkan kepuasan pendengar di aplikasi Spotify. Keempat, terdapat faktor lain yang memengaruhi tingkat kepuasan pendengar, yakni pemilihan dan penggunaan media Spotify untuk mengunggah podcast. Hal ini karena Spotify menyediakan berbagai macam fitur, layanan, dan kemudahan akses bagi pengguna serta kepercayaan terhadap kualitas audio dan konsistensi penayangan podcast.

### **Daftar Pustaka**

- Anggriana, E. (2017). Implementasi Model Komunikasi “Shannon And Weaver” Melalui Penyebaran Informasi Kartu Indonesia Sehat – Penerima Bantuan Iuran (Kis-Pbi) di Kabupaten Donggala. *Social Humanity: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, Vol 1 (No 1).
- Efendi, E., Ayubi, M., & Aulia, N. (2023). Model-Model Komunikasi Linear. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol 5 (No 1).
- Farihah, I. (2013). Media Dakwah Pop. *AT-TABSYYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol 1 (No 2), 29–29.
- Hidayat, M. (2016). Model Komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren. *Jurnal Komunikasi Aspikom*, Vol 2 (No 5).
- Irawan, D., & Suriadi. (2019). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millennial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 18 (No. 1, 86-96).

Karman. (2014). Media Sosial: Antara Kebebasan dan Eksploitasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol 18 (No 1).