

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

PENGARUH PODCAST RINTIK SEDU TERHADAP PERILAKU *CELEBRITY WORSHIP K-POPER*

(EPISODE WHEN YOU FALL IN LOVE WITH YOUR IDOL)

Rafiqah Rizqy S. Ingratubun¹, Agus Aprianti²

¹Telkom University Bandung

rafiqahrizqy@gmail.com

² Telkom University Bandung

agusaprianti@telkomuniversity.ac.id

Article Info

ABSTRACT

Article history:

Received 08-02-2022

Revised 08-16-2022

Accepted 08-30-2022

Keywords: *celebrity
worship; k-poppers
podcast*

The rapid growth of communication and news technology at this time certainly has a major impact on all areas of life. Online media in Indonesia, this development has succeeded in combining several media platforms. Podcasts is an on-demand service, which means listeners can select, loop, and skip content which want to they hear. The purpose of this research is to get information and To do analysis about influence communication in Rintik podcast sad to behavior k-poppers . This research includes causal associative research with quantitative descriptive approach. The sample in this study has criteria, including male or female, aged 17-25 years, listening to the Rintik Sedu podcast and a K-poper so that 100 respondents were obtained. The analysis used multiple linear regression. The results of this study indicate that the Rintik Sedu podcast has a positive and significant influence on celebrity worship. This is because podcasts have a more efficient one-time production rate, podcasts must be able to upload at least daily, weekly or monthly to keep listeners loyal, podcasts can have a good impact because listeners can directly download podcasts they want to hear and podcasts that can be listened to. anywhere and anytime has succeeded in captivating the listener's desire because it can be listened to at will wherever and whenever.

This is an open access article under the CC BY-SA license



Corresponding Author:

Rafiqah Rizqy Salsabila Ingratubun

Faculty Communication and Business , University Telkom

Jln. Telekomunikasi No. , Terusan Buahbatu, Bojongsoang, Bandung, Kode Pos : 40257

Email : Rafiqahrizqy@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v10i2.268>

I. INTRODUCTION

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Pertumbuhan teknologi komunikasi serta berita pada saat ini yang sangat pesat akan berdampak dalam segala kehidupan masyarakat baik melalui media seperti format teks, audio, visual bahkan audio visual. Dalam media online di Indonesia perkembangannya telah berhasil menggabungkan beberapa platform mediannya. Hal ini mulai bermunculan dan memudahkan pengguna untuk memakai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, seperti contohnya media *online*, media sosial, *e-book* hingga radio digital. Media baru Media baru adalah perangkat teknologi komunikasi digital yang memiliki akses luas sebagai pengirim dan penerima pesan interaktif yang dapat dijangkau kapan saja, di mana saja. (McQuail, 2011 dalam Septarina, 2021).

Tidak hanya media tradisional yang satu arah, tetapi media baru adalah untuk mencegah audiens menerima berita atau pesan secara pasif, terhubung ke jaringan yang lebih luas, berinteraksi satu sama lain, dan membuat pesan bermakna. Dilansir dari (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021) bahwa industri radio mengalami masa keemasan pada tahun 1980-1990. Selama tahun-tahun ini, radio memiliki banyak acara yang sangat terkenal di kalangan pendengar, seperti drama radio. Namun, dengan kemajuan teknologi yang pesat, pendengar radio akhirnya mulai berpindah menuju penyiaran televisi visual.

Adaptasi terhadap radio adalah munculnya radio online atau podcast. Jika radio biasanya didengarkan pada waktu yang telah ditentukan, maka dengan hadirnya radio *online* (podcast), dengarkan kapan pun pendengar menginginkannya. Podcast itu direkam dan kemudian diproses atau digunakan dalam proses pasca produksi. Berbeda dengan podcast, radio disiarkan secara *live* (langsung). Banyak stasiun radio telah direkam sejak pandemi. Podcast adalah layanan sesuai permintaan, yang berarti pendengar dapat memilih, mengulang, dan melewatkan konten yang ingin mereka dengar. *Podcast* adalah sebuah teknologi yang dipergunakan sebagai media pendistribusian, menerima, dan menyimak konten sesuai *on-demand* yang produksinya dilakukan oleh ahlinya dan amatir.

Semakin maju teknologi, podcast semakin dikenal di masyarakat global, khususnya di Indonesia. Jajak pendapat DailySocial 2018, dilansir idntimes.com, menemukan pendengar podcast paling banyak berusia 20-25 tahun dengan 42,12%, diikuti dengan mereka yang berusia 26-29 tahun dan 30-35 tahun. Podcast di Indonesia, yang didukung oleh 68% responden survei yang mengetahui podcast, dan meskipun beberapa dari mereka telah mendengarkan siaran ulang dalam enam bulan terakhir, orang-orang yang sangat tertarik juga diperbolehkan untuk berada di podcast di Indonesia.

Ada 3 jenis podcast yaitu podcast solo, podcast dengan wawancara dan podcast dengan banyak host. Mereka biasanya mempublikasikan episode podcast mereka di Google Podcast, SoundCloud Podcast, Anchor Podcast dan yang paling populer adalah Spotify, podcast dibuat dari genre atau tema yang berbeda, seperti; komedi, romansa, horor, bisnis dan pengembangan diri, olahraga, kesehatan, dan lainnya.

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

My-best.id telah merekomendasikan *podcast* terbaik Indonesia berdasarkan popularitasnya di Spotify yang tersedia dari berbagai genre, mengatakan bahwa posisi pertama ditempati oleh Rintik Sedu dengan genre asmara (Mybest.id, 2021). Rintik Sedu menyediakan konten yang layak untuk didengarkan saat Anda sedang sedih atau memiliki masalah hubungan. Setiap episode selalu memiliki tema yang berbeda, sehingga pendengar bebas memilih siapa yang ingin didengar. Ia berhasil menjadikan Rintik Sedu sebagai 3 besar *podcast* Indonesia tahun lalu.

Rintik Sedu memiliki sepuluh atau bahkan hampir ratusan episode *podcast* di Spotify, yang semuanya tentu saja berhubungan dengan emosi. Dari kesedihan hingga pop. Tsana harus bisa mengikuti tren saat ini agar tetap memiliki penonton setia, termasuk keinginan untuk memasuki dunia yang belum pernah ia kenal sebelumnya. Dalam salah satu episode Rintik Sedu, "When You Fall in Love with Your Idol," ia menceritakan bagaimana temannya memuja artis boy band Korea. Melihat hal ini akhirnya membuat penulis tertarik melakukan penelitian, apakah hanya teman Tsana atau memang kebanyakan *K-popers* memiliki sifat atau perilaku seperti itu dan Tsana sebagai *podcaster* memiliki pengaruh dalam berkomunikasi melalui *podcast* yang ia miliki.

II. LITERATURE REVIEW

Buku Media Now menyebutkan bahwa fitur yang tersedia di Internet adalah penerbitan elektronik, hiburan, komunitas, blog, mesin pencari, dan berbagai fitur lainnya termasuk download dan upload data yang meningkat. Internet dalam komunikasi mengalami perubahan karena dipandang sebagai bentuk atau pola komunikasi yang baru. Inilah jawaban dari keinginan dan impian manusia untuk bisa "menyentuh" orang lain secara lebih luas, lebih global, lebih cepat dan lebih murah. Dan ini akan menjadi bentuk media baru, bentuk komunikasi baru, media baru. (Zinaida, 2022).

Media baru adalah media berbasis internet yang menggunakan komputer dan telepon genggam yang canggih. Kekuatan asli memiliki dua perubahan: komunikasi satelit dan penggunaan komputer. Kekuatan dan kunci komputer sebagai komunikator terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan transfer dan pencampuran semua bentuk informasi secara efisien. (Denis McQuail, 2011:43 dalam Meynalti Handhayani et al., 2020).

Podcast adalah singkatan dari iPod Broadcasting dan mengacu pada Apple iPod sebagai platform distribusi *podcast* pertama yang diperkenalkan pada tahun 2001 oleh Steve Jobs. Dia terlibat dalam pengembangan produk perangkat lunak iPodder, yang akan berhasil mempercepat aliran audio. pemutar musik digital. Tentu saja, tidak seperti radio tradisional, *podcast* tidak disiarkan secara linier karena *podcast* adalah platform untuk siaran suara berdasarkan permintaan. (Kencana, 2020 dalam Zellatifanny, 2020 :118). *Podcasting* telah berkembang pesat sejak diluncurkan di penghujung tahun 2004.

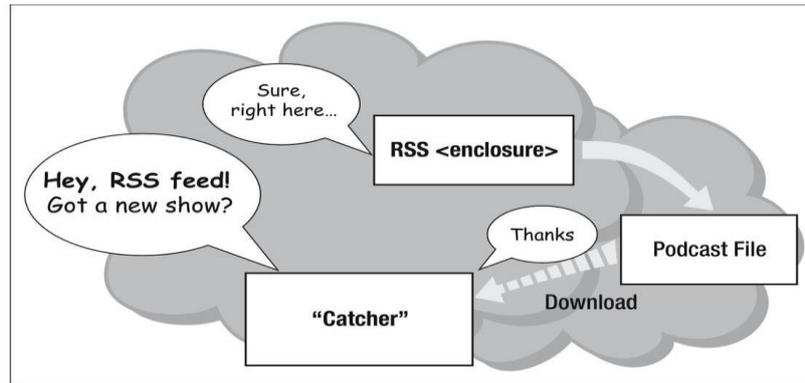
Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Menurut data yang dirilis pada November 2006 oleh PEW *Research Center*, terdapat lebih dari 17 juta podcast di-*download*. (Madden, 2006 dalam Zellatiffany, 2020 :118).

Memproduksi serta mendistribusikan podcast relatif mudah. Ada 3 elemen yang dibutuhkan, yakni (1) materi podcast, (2) pihak yang menyediakan RSS (*Really Simple Syndication*) juga (3) podcatcher. dibawah ini ialah pihak yang menyediakan RSS atau cloud host misalnya www.soundcloud.com.



Gambar 2 Mekanisme Distribusi Podcast

(Sumber: Geoghegan dan Klass, 2007 dalam (Fadilah et al., 2017 :96))

Rintik sedu pasti sudah tidak asing lagi jika sering mendengarkan *podcast* di platform *spotify*. Hal ini dikarenakan kepopuleran dari *podcaster* tersebut. Dikenal sebagai Rintik Sedu, sebenarnya mempunyai nama Nadhifa Allya Tsana. Tsana juga aktif di platform *Youtube*, *Instagram* hingga *twitter*. Meskipun masih berumur 23 tahun, karier ia dalam dunia kreatif sangatlah cemerlang sejak ia menjadi penulis. Tsana berhasil membuat 7 buku, bahkan ada salah satu buku yang berkolaborasi dengan penyair papan atas Indonesia, Sapardi Djoko Damono dan salah satu buku yang ia buat sudah ada yang dijadikan film.



Gambar 2 Podcast Rintik Sedu

(Sumber: *Podcast Rintik Sedu di Spotify*)

Spotify ialah layanan musik, podcast, serta video digital yg memberi pengguna akses menuju jutaan lagu dan konten lainnya dari pembuat konten pada seluruh dunia. menjadi platform streaming musik, Spotify dapat berjalan pada aneka macam perangkat digital, misalnya smartphone, desktop, tablet, playstation, xbox, smart TV, perangkat

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

audio Bluetooth. Guna mengoperasikan *Spotify*, pengguna diharuskan men- *download* *Spotify* terlebih dahulu ke perangkat yang dimiliki pengguna.



Gambar 1 Logo Spotify

(Sumber: Google, 2022)

Platform streaming musik ini mempunyai model bisnis campuran yang didukung oleh layanan *freemium* dan berbayar. Saat menerapkan model bisnis, komponen biaya terpenting adalah biaya barang yang dijual, termasuk biaya lisensi musik. (Gobry, 2011 dalam Netti & Irwansyah, 2018 :5).

Perkembangan zaman yang semakin modern ini tentu diikuti oleh perkembangan zaman yang semakin pesat. persoalan ini dapat dicontohkan melalui berkembangnya media sosial dan internet dimana bisa mempermudah masyarakat mendapatkan informasi. Penyebaran informasi ini seperti berita yang sedang terjadi atau mengenai budaya pop. Budaya pop ialah budaya yang memperjuangkan makna, yang mana semua macam makna memperjuangkan hati manusia (Tanudjaja, 2009:96).

Sikap konsumtif yang dilakukan penggemar K-Pop tidak hanya menjadi pemenuhan keinginan atau harapan, tetapi sebagai sebuah konsumsi pertanda yang berkembang seiring dengan semakin banyak kegiatan yang dilakukan sebagai penggemar K-Pop (Wulandari, 2017 dalam Khairil et al., 2019 :15).

Celebrity worship ialah sindrom perilaku obsesif membuat kecanduan artis dan semua hal tentang artis. Semakin banyak penggemar mencari informasi tentang idola mereka, semakin banyak penggemar yang percaya bahwa dia dan idolanya memiliki hubungan khusus (Sunarni, 2015 dalam Vinola, 2021 :11). Pemujaan selebriti atau *celebrity worship* diartikan sebagai relativitas guna membentuk hubungan dekat terhadap idola dimana condong pada perilaku disfungsi (Rojek, 2012 dalam Dewi & Indrawati, 2019 :291).

III. RESEARCH METHODS

Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dalam memenuhi tujuan yang akan dicapai peneliti. Dengan demikian, untuk mendapatkannya diperlukan suatu metode ilmiah atau metode penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017 dalam Annisa, 2021:41) Metode penelitian merupakan metode ilmiah untuk mencapai tujuan tertentu sehingga penelitian itu didasarkan pada penalaran ilmiah, eksperimental, dan sistematis.

Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi masalah yang terdapat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

(*independent variabel*) dan terikat (*dependent variabel*). Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data numerik dan dianalisis dengan metode statistik.

Skala pengukuran adalah sesuatu yang telah disepakati sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya jangka waktu yang terdapat pada suatu alat ukur, dan apabila alat ukur tersebut digunakan sebagai alat pengukur, maka menghasilkan data kuantitatif. (Sugiyono 2018 Annisa, 2021:45).

Penelitian ini akan menggunakan skala Likert. Skala likert adalah suatu skala yang bisa digunakan buat mengukur sikap, pendapat, & persepsi seorang atau sekelompok orang mengenai suatu tanda-tanda atau kenyataan sosial (Sinambela & Sinambela, 2021 :234). Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur variabel efektivitas komunikasi terhadap perilaku *k-popers*.

Populasi mengandung semua ciri/atribut subjek atau objek tersebut sehingga bukan hanya jumlah subjek atau objek yang diselidiki. Menurut (Sugiyono 2003 dalam Sinambela & Sinambela, 2021 :158) Populasi adalah suatu bidang umum yang berisi objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah pendengar *podcast* Rintik Sedu di Platform Spotify. Sampel adalah subkelompok anggota populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian (Sinambela & Sinambela, 2021 :160). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *Nonprobability Sampling* dengan jenis *purposive sampling*, sebab teknik penentuan sampel tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang membutuhkan karakteristik responden tertentu (Sinambela & Sinambela, 2021 :173).

Teknik pengumpulan data digunakan sebagai pendukung terhadap penelitian, maka peneliti akan menggunakan dua jenis data, yaitu: Data Primer dan data sekunder.

Analisis regresi merupakan analisis untuk mendapatkan hubungan dan model matematis dibanding variabel dependen (Y) dengan satu atau lebih variabel independen (X). Regresi sederhana memiliki dasar hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2019).

Koefisien determinasi (nilai R^2) memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dihasilkan melalui rumus (Gujarati, 2006:161 dalam C. Nova, 2020:62).

Hipotesis adalah sebuah pernyataan tentang satu atau lebih populasi, dan validitasnya harus dibuktikan dengan prosedur pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis adalah proses membandingkan nilai sampel dari data penelitian dengan nilai hipotesis dari data populasi yang tersedia (Sutopo & Slamet, 2017 dalam Mufarrikoh, 2019 :71). Setelah

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

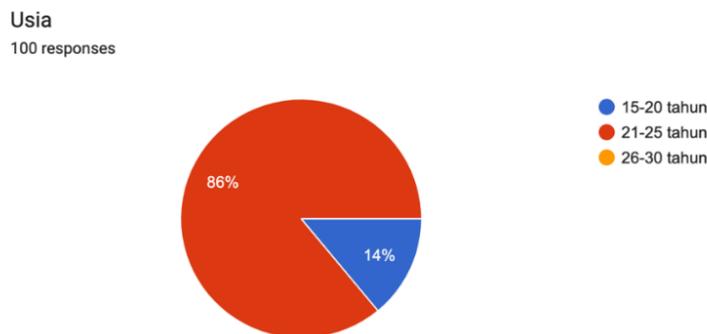
Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

dilakukan prosedur pengujian hipotesis, hanya ada dua pilihan. Artinya, penerimaan dan penolakan hipotesis yang ditetapkan.

IV. RESULT AND DISCUSSION

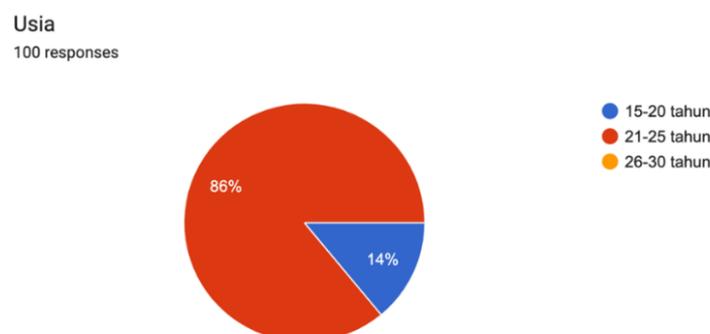
Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data untuk mengetahui pengaruh *podcast* Rintik Sedu terhadap perilaku *Celebrity Worship* k-popers di media sosial Twitter. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 responden, yang sering mendengarkan *podcast* Rintik Sedu di Spotify dan juga seorang k-popers untuk dijadikan sampel pada penelitian. Data responden dalam penelitian ini dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden. Berikut ialah penjelasan mengenai karakteristik responden yang telah dikumpulkan oleh penulis:



Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini 86% atau 86 orang berjenis kelamin perempuan dan 14% atau 14 orang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini membuktikan bahwa responden yang diteliti telah termasuk kedalam kriteria yang diperlukan peneliti untuk mengetahui pengaruh *podcast* Rintik Sedu terhadap perilaku *Celebrity Worship* k-popers. Dapat disimpulkan bahwa, menurut kuesioner yang telah peneliti sebarakan, kebanyakan pendengar *podcast* Rintik Sedu ialah perempuan.



Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

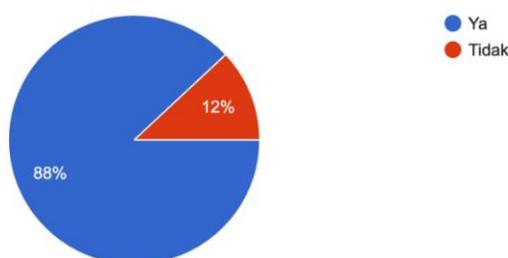
Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2022)

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini terdiri dari umur yang beragam, dimulai dari 15 tahun sehingga 25 tahun. Hal ini membuktikan bahwa responden yang diteliti telah termasuk kedalam kriteria yang diperlukan peneliti untuk mengetahui pengaruh podcast Rintik Sedu terhadap perilaku Celebrity Worship k-popers. Dapat disimpulkan bahwa, menurut kuesioner yang telah peneliti sebar, kebanyakan pendengar *podcast* Rintik Sedu ialah remaja hingga dewasa awal.

Apakah kamu familiar dengan podcast?
100 responses

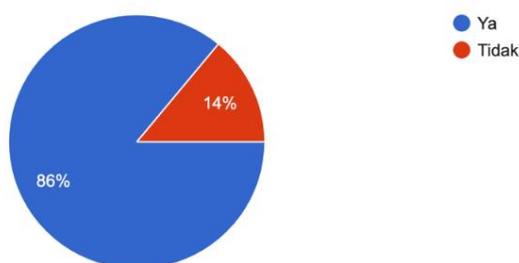


Karakteristik Responden Berdasarkan familiar dengan podcast

Sumber : Hasil Olahan Peniliti (2022)

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini 88% atau 88 orang menggunakan Spotify. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang diteliti termasuk kedalam kriteria yang diperlukan peneliti untuk mengetahui pengaruh podcast Rintik Sedu terhadap perilaku Celebrity Worship k-popers.

Apakah kamu pengguna Spotify?
100 responses



Karakteristik Responden Berdasarkan pengguna Spotify

Sumber : Hasil Olahan Peniliti (2022)

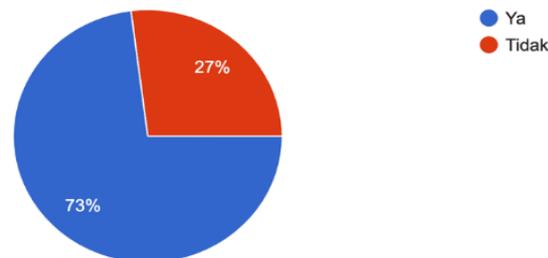
Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa responden 86% atau 86 orang yang menggunakan spotify. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang telah diteliti termasuk kedalam kriteria yang diperlukan oleh penulis untuk mengetahui podcast Rintik Sedu terhadap perilaku Celebrity Worship k-popers.

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Apakah kamu biasa mendengarkan podcast di Spotify?

100 responses



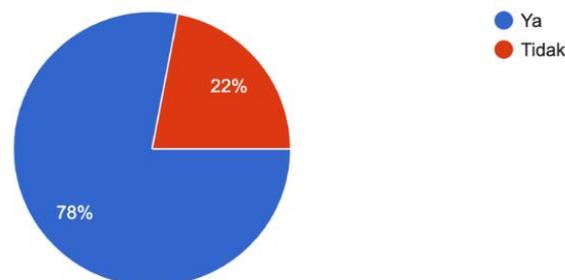
Karakteristik Responden Berdasarkan mendengarkan podcast di Spotify

Sumber : Hasil Olahan Peniliti (2022)

Berdasarkan gambar 4.5 dapat dilihat bahwa responden 73% atau 73 orang mendengarkan *podcast* di spotify. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang telah diteliti termasuk kedalam kriteria yang diperlukan oleh penulis untuk mengetahui *podcast* Rintik Sedu terhadap perilaku Celebrity Worship k-popers.

Apakah kamu mengetahui ada Podcast Rintik Sedu di Spotify?

100 responses



Karakteristik Responden Berdasarkan mengetahui adanya podcast Rintik Sedu di Spotify

Sumber : Hasil Olahan Peniliti (2022)

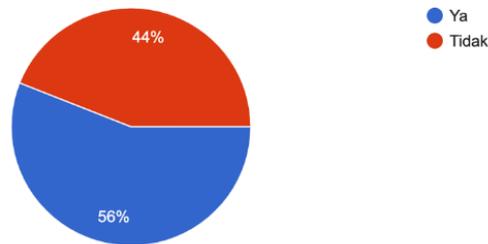
Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa responden 78% atau 78 orang mengetahui adanya *podcast* Rintik Sedu di spotify. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang telah diteliti termasuk kedalam kriteria yang diperlukan oleh penulis untuk mengetahui *podcast* Rintik Sedu terhadap perilaku Celebrity Worship k-popers.

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Apakah kamu sering mendengarkan Podcast Rintik Sedu di Spotify?
100 responses



Karakteristik Responden Berdasarkan mendengarkan podcast Rintik Sedu di Spotify

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa responden 56% atau 56 orang mengetahui adanya *podcast* Rintik Sedu di spotify. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang telah diteliti termasuk kedalam kriteria yang diperlukan oleh penulis untuk mengetahui *podcast* Rintik Sedu terhadap perilaku *Celebrity Worship* k-popers.

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel X (*podcast*) dan variabel Y (*celebrity worship*). Berikut ialah hasil perolehan data menggunakan SPSS 26

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2485.940	359.717		6.911	.000
	X1	.322	.095	.323	3.376	.001

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Pada tabel terlihat bahwa hasil konstanta (a) mendapatkan hasil sebesar 2485.940 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,322 sehingga dapat persamaan sebagai:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2485.940 + 0.322X$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel (X) bernilai positif dengan konstanta (b) sebesar 2485.940 artinya terjadi peningkatan dalam pendengar *podcast* sebesar satuan, maka *celebrity worship* akan meningkat sebesar 0,322 satu satuan. Tidak adanya tanda negative (-) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan berlawanan antara *podcast* dengan *celebrity worship*. Hal ini menunjukkan bahwa jika *podcast* meningkat maka *celebrity worship* akan meningkat

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

dan begitu pula sebaliknya, ketika *celebrity worship* menurun maka *podcast* akan semakin menurun

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan oleh peneliti untuk melihat besar atau kecilnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ialah hasil dari uji koefisien determinasi:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.394 ^a	.155	.060	871.46271

a. Predictors: (Constant), X10, X3, X6, X9, X4, X5, X7, X8, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data olahan SPSS 26

Berdasarkan data pada tabel 4.14 menunjukkan hasil nilai koefisien korelasi atau R sebesar 0,394 dan nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,115. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen sebesar 15,5% dan sisanya sebesar 39,4% variabel dependen dipengaruhi oleh faktor lain selain *podcast* yang tidak peneliti libatkan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengukur pengaruh yang muncul antara variabel independen yaitu *podcast* dan variabel dependen yaitu *Celebrity Worship*. Uji hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Ho: tidak terdapat pengaruh *podcast* Rintik Sedu terhadap memengaruhi perilaku *celebrity worship k-popers*.

H1: terdapat pengaruh terdapat pengaruh *podcast* Rintik Sedu terhadap memengaruhi perilaku *celebrity worship k-popers*.

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pendengar *podcast* rintik sedu terhadap *celebrity worship*.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pendengar *podcast* rintik sedu terhadap *celebrity worship*.

Untuk menentukan T_{tabel} , diperlukan adanya derajat kebebasan dengan rumus $Df=(n-k)$ dengan tingkat kesalahan (a) = 5%, dimana n = jumlah sampel, yaitu 100 dan k = jumlah variabel yang digunakan yaitu 2. Melalui rumus tersebut maka dapat hasil $Df=100 - 2 = 98$, dan diketahui hasil T_{tabel} yaitu 1,987

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Hasil uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2485.940	359.717		6.911	.000
	X1	.322	.095	.323	3.376	.001

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data olahan SPSS 26

Berikut data tabel tersebut dapat dilihat bahwa $t_{hitung} 359.717 < t_{tabel} 1,987$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pendengar *podcast* rintik sedu terhadap celebrity worship.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis deskriptif, variabel *podcast* (X) berada dalam kategori tinggi dengan skor total 1064 atau sebesar 70%. Hal ini menunjukkan bahwa *podcast* Rintik Sedu telah berhasil menggunakan *podcast* untuk meningkatkan celebrity worship.

Dimensi produksi satu kali mempunyai 3 item pernyataan dimana keseluruhan dimensi produksi satu kali berada dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan jumlah skor total yaitu sekitar 1108 atau sebanyak 74% yang berarti *podcast* merupakan platform yang sudah dikenal dan karena produksi satu kali maka banyak yang mendengarkan *podcast* karena lebih efisien. Dari 3 pernyataan yang mendapat nilai paling tinggi adalah pernyataan ketiga yaitu “*Podcast* Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol membuat saya semakin tertarik ketika mendengarkan *podcast*” dengan persentase 76%. Sedangkan pernyataan dengan nilai terendah adalah pernyataan kedua, yaitu “*Podcast* Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol membuat saya semakin menyukai mendengarkan *podcast*” dengan persentase 72%. Hasil dari penelitian dimensi produksi satu kali dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *podcast* memiliki tingkat produksi satu kali yang lebih efisien.

Dimensi Episode baru dalam serial *podcast* akan di unggah tiap harinya, mingguan, atau bulanan mempunyai 2 item pernyataan dimana keseluruhan dimensi Episode baru dalam serial *podcast* akan di unggah tiap harinya, mingguan, atau bulanan berada dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan jumlah skor total yaitu 737 atau 73% yang berarti *podcast* selalu mengunggah episode baru setiap harinya, mingguan atau bulanan. Dari dua pernyataan yang memiliki persentase tertinggi ialah pernyataan kedua yaitu “Saya menunggu *Podcast* Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol mengunggah episode terbaru setiap minggu” yang memperoleh 368 atau 74% dan yang terendah ialah pernyataan pertama yaitu “*Podcast* Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol membuat saya semakin tertarik ketika mendengarkan *podcast*” yang memperoleh 366 atau 73%. Dengan kata lain *podcast* harus bisa mengunggah setidaknya setiap hari, mingguan ataupun bulanan agar pendengar tetap setia pada channel tersebut.

Dimensi Pengunduhan bisa dilakukan secara otomatis ketika konten tersebut baru “*podcaster*” atau orang yang berbicara dalam *podcast* unggah memiliki kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan skor total yaitu 748 atau sebanyak 75% yang berarti *podcast* yang pengunduhan bisa dilakukan secara otomatis ketika konten tersebut baru

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

“podcaster” atau orang yang berbicara dalam podcast unggah berhasil dengan baik. Dari dua item pernyataan, yang paling tinggi ialah item pertama yaitu “Saya menunggu Podcast Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol mengunggah episode terbaru setiap minggu” yang mencapai skor 376 atau sebanyak 75% dan yang terendah ialah item pernyataan kedua yaitu “Saya selalu mendengarkan berulang kali Podcast Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol setiap harinya” yang mencapai 372 atau mencapai skor sebanyak 74%. Melihat hal ini maka podcast dapat memiliki pengaruh yang baik karena pendengar bisa langsung mengunduh podcast yang ingin didengar.

Dimensi Bisa didengarkan dimana saja dan kapan saja sesuka pendengar dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan skor total 1104 atau sebanyak 74%. Dimensi ini memiliki 3 item pernyataan dimana yang tertinggi ialah item pernyataan kedua yaitu “Mendengarkan Podcast Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol dapat mengalihkan saya dari dunia nyata sementara” yang mencapai skor total 407 atau sebanyak 81%. Lalu item pernyataan terendah ialah pernyataan pertama yaitu “Saya mendengarkan Podcast Rintik Sedu eps When You Fall In Love With Your Idol dimanapun dan kapanpun” yang mencapai skor total 340 atau sebanyak 68%. Melihat hal ini podcast yang bisa didengarkan dimana saja dan kapan saja telah berhasil memikat keinginan pendengar karena bisa didengarkan sesuka hati dimanapun dan kapanpun.

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini peneliti melakukan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui adanya pengaruh *podcast* rintik sedu (X) terhadap *celebrity worship* (Y). dari hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel *podcast* (X) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *celebrity worship* (Y), Dimana ketika terjadi peningkatan variabel *podcast* sebesar satu satuan, maka *celebrity worship* akan meningkat sebesar 0,322.

Berdasarkan nilai signifikansi melalui tabel diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *podcast* (X) berpengaruh terhadap variabel *celebrity worship* (Y).

Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besar kecilnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Silalahi, 2018). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.12 menghasilkan nilai R square sebesar 0.115 yang menunjukkan adanya pengaruh antara variabel *podcast* terhadap *celebrity worship*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel *podcast* terhadap *celebrity worship* sebesar 39,4%, sedangkan sebesar 60,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian hipotesis uji T dilakukan untuk mengukur pengaruh yang timbul antara variabel *podcast* dan variabel *celebrity worship*. Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.18, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ sehingga variabel *podcast* berpengaruh terhadap *celebrity worship*. bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ 359.717 > 1,987 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. bahwa artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pendengar podcast rintik sedu terhadap *celebrity worship*.

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

V. CONCLUSION

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian yang diharapkan, yaitu mengetahui apakah ada pengaruh komunikasi dalam *podcast* Rintik Sedu terhadap Perilaku *k-popers*. Sehingga peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut *podcast* Rintik Sedu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *celebrity worship*. Dari hasil analisis regresi sederhana yaitu setiap terjadi peningkatan *podcast* sebesar satu satuan, maka *celebrity worship* akan meningkat sebesar 0.115 Satu satuan. Selain itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel *podcast* terhadap *celebrity worship* sebesar 39,4%, sedangkan sebesar 60,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Penelitian ini hanya meneliti mengenai pengaruh komunikasi dalam *podcast* Rintik Sedu terhadap Perilaku *k-popers*, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilanjutkan dengan menggunakan variabel lain, karena masih terdapat 60,6% variabel independen lain yang dapat memengaruhi *celebrity worship*.

Dengan adanya pengaruh positif *podcast* Rintik Sedu terhadap perilaku *k-popers*, diharapkan pendengar *podcast* dapat terus mendengar *podcast* rintik sedu melalui *spotify* serta memaksimalkan perilaku *k-popers* yang dirasakan

VI. REFERENCE

- Annisa, D. (2021). *Pengaruh Efektivitas Komunikasi Melalui Learning Management System Celoe Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Telkom University*
- Caropeboka, M. R., & Bina Darma Palembang, U. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*.
- Darmawan, D. B. (2019). *Pengaruh Karakteristik Podcast terhadap Perilaku Pengguna Podcast*.
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran *celebrity worship* pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 291. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08>
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90–104. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA)
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT Grasindo.
- K.Y.S. Putri, W. H. (2020). Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 24–35. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.639>
- Kemendikbud/Baparekraf RI. (2021). *Peran Radio dari Masa ke Masa*. <https://kemendikbud.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Peran-Radio-dari-Masa-ke-Masa>

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

- Khairil, M., Yusaputra, M. I., & . N. (2019). Efek Ketergantungan Remaja K-Popers Terhadap Media Sosial di Kota Palu. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.484>
- Luthfi, A. (2019). Peran New Media Podcast Duo Budjang di dalam Menyosialisasikan RUU Permusikan. *Skripsi Ilmu Komunikasi*.
- Mufarrikhoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing, 2019.
- Mulyono, H. (2021). *Profil Rintik Sedu atau Nadhifa Allya Tsana*. <https://hits.zigi.id/profil-nbsp-rintik-sedu-atau-nadhifa-allya-tsana-560>
- Mybest.id. (2021). *10 Rekomendasi Podcast Indonesia Terbaik (Terbaru Tahun 2021)*.
- Netti, M. Y. S., & Irwansyah. (2018). *Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial*.
- Nova, C. (2020). Pengaruh Ekspor Impor Terhadap Cadangan Devisa Di Indonesia. *At-Tasyri'*: *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 08(01), 165. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v12i2.384>
- Nova, P. S. (2018). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI APLIKASI TELEGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEGAWAI PT.POS INDONESIA (PERSERO)*. <https://media.neliti.com/media/publications/200459-efektivitas-komunikasi-aplikasi-telegram.pdf>
- Purba, B., Banjarnahor, A. R., Kurniullah, A. Z., Handiman, U. T., Setiawan, Y. B., Hastuti, P., Ismail, M., Tanjung, R., Hana, K. F., Fachruddin, S., & others. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. <https://books.google.co.id/books?id=GgIUEAAAQBAJ>
- Radika, M. I., & Sri Dewi Setiawati. (2020). Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar (Studikasuk Dalam Podcast Do You See What I See) Podcast Communication Strategy In Maintaining Hears (Study In Podcast Do You See What I See). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Iii(Ii), 96–106.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp.1–26). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460/6798>
- Saepuloh, M. F., Nurwahidah, L. S., & Kartini, A. (2021). *Vol. 10 number 2 Juni 2021*. 10(2), 107–116.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik* (Monalisa (ed.)). PT RAJAGRAFINDO PERSADA. Spotify. (2021). *Apa itu Spotify*.
- Srnita, G. (2018). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Pada Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat berwirausaha (Studi Kasus Angkatan 2015 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unpas)* [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/45039>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). ALFABETA, cv

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)).\ ALFABETA, cv
- Tanudjaja, B. B. (2009). Pengaruh Media Komunikasi Massa Terhadap Popular Culture Dalam Kajian Budaya/Cultural Studies. *Nirmana*, 9(2), 96–105
- Vinola, R. (2021). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-pop*.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.30818/>