JUSHPEN
Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan
OPEN ACCESS
JUSHPEN Vol 5 No. 1 April 2026 | ISSN: 2829-0410 (Print), ISSN: 2829-0534 (online), Hal 13-27

Pengaruh Digitalisasi Platform dan Kontrol Kendali Radio Prambors Terhadap Loyalitas Pendengar

Irfiyah Difa Arwina[1], Seiza Mawar Al-Hany[2], Salfhaoctha Friemay Aliefia Poetry[3*], Laili Fithriyah[4], Ummy Hanifah[5]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nusantara

Article History
Received : 09 January 2026
Revised : 09 January 2026
Accepted : 28 Februari 2026
Available Online: 01 Maret 2026

Corresponding author*:
salfhaocta.friemay.aliefia@dosen.undira.ac.id

Cite This Article: Irfiyah Difa Arwina, Seiza Mawar Al-Hany, Salfhaoctha Friemay Aliefia Poetry, Laili Fithriyah, & Ummy Hanifah. (2026). Pengaruh Digitalisasi Platform dan Kontrol Kendali Radio Prambors Terhadap Loyalitas Pendengar. Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan, 5(1), 13–27.

DOI:
https://doi.org/10.56127/jushpen.v5i1.2472

Abstract: The development of digital technology encourages the radio broadcasting industry to adapt through the use of digital platforms and more controlled content management. However, in the midst of increasingly fierce media competition, listener loyalty is a challenge in itself, especially for radio that targets the youth segment such as Radio Prambors. This study aims to analyze the influence of platform digitization and content control on the loyalty of Radio Prambors listeners. The research uses a quantitative approach with an explanatory survey method. Data was collected through an online questionnaire of 100 respondents who were active listeners of Radio Prambors and users of its digital platform. The data analysis technique used multiple linear regression which was equipped with validity, reliability, correlation test, t-test, F test, and determination coefficient. The results show that platform digitization and content control have a positive relationship with listener loyalty, but the effect is relatively weak. Partially, platform digitization and content control show a positive influence on listener loyalty, with content control having a more dominant influence. Simultaneously, both variables were able to explain only a small fraction of the variation in listener loyalty, while most were influenced by other factors outside the research model. These findings show that Radio Prambors' listener loyalty is not only determined by aspects of digitization and content control, but also by the listening experience, program quality, and emotional closeness to listeners.

Keywords: platform digitization, content control, listener loyalty, radio, Prambors

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi media secara signifikan, termasuk dalam industri penyiaran radio. Kehadiran internet dan platform digital berbasis on-demand memungkinkan audiens mengakses konten secara lebih fleksibel, personal, dan interaktif (Jenkins, 2006). Perubahan ini berdampak pada menurunnya ketergantungan audiens terhadap media konvensional, khususnya pada kalangan generasi muda yang semakin terbiasa mengonsumsi konten melalui platform digital (Kemp, 2024). Data terbaru juga menunjukkan bahwa minat mendengarkan radio di Indonesia mengalami penurunan, terutama pada kelompok usia muda yang lebih aktif menggunakan media digital sebagai sumber hiburan dan informasi (GoodStats, 2024).

Meskipun demikian, radio tetap memiliki karakteristik khas yang sulit digantikan sepenuhnya oleh media digital lainnya, seperti kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar, gaya komunikasi yang personal, serta kemampuan menciptakan rasa kebersamaan melalui media suara (McQuail, 2011). Karakteristik ini menjadikan radio masih memiliki peluang untuk bertahan di tengah persaingan media yang semakin ketat. Namun, untuk mempertahankan relevansinya, radio dituntut melakukan adaptasi melalui

pemanfaatan teknologi digital dan pengelolaan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens masa kini.

Platform digitalisasi menjadi salah satu strategi utama yang diterapkan oleh lembaga penyiaran radio dalam menghadapi disrupsi media. Radio tidak lagi terbatas pada siaran konvensional, tetapi juga hadir melalui berbagai platform digital seperti aplikasi streaming, podcast, website, dan media sosial. Transformasi ini memungkinkan audiens mengakses siaran kapan saja dan di mana saja, sekaligus membuka ruang interaksi yang lebih luas antara penyiar dan pendengar. Namun, di tengah melimpahnya pilihan media digital, kehadiran radio di berbagai platform belum tentu secara otomatis membentuk loyalitas pendengar, mengingat audiens memiliki kebebasan untuk berpindah ke media lain yang dianggap lebih sesuai dengan preferensi mereka (Yulita et al., 2023).

Radio Prambors dipilih sebagai objek penelitian karena posisinya yang strategis sebagai radio dengan segmentasi utama anak muda di Indonesia, sekaligus sebagai salah satu stasiun radio yang konsisten beroperasi lintas generasi dan mampu bertahan di tengah perubahan lanskap media. Di era digital saat ini, Prambors tidak hanya mengandalkan siaran konvensional, tetapi juga aktif memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, streaming, dan podcast untuk mempertahankan keterlibatan pendengar muda. Karakter audiens Prambors yang dinamis, kritis, dan mudah berpindah media menjadikan stasiun radio ini relevan untuk diteliti, khususnya dalam konteks bagaimana strategi digital dan pengelolaan konten dijalankan untuk menjaga loyalitas pendengar di tengah persaingan media digital yang semakin intens.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa strategi digital yang dilakukan Radio Prambors berperan penting dalam memperluas jangkauan siaran dan menjaga eksistensi media di era digital (Ali Moerfiqin et al., 2024). Namun, karakter pendengar muda yang memiliki preferensi media yang cepat berubah menjadikan loyalitas audiens sebagai tantangan tersendiri. Pendengar pada segmen ini tidak hanya mempertimbangkan kemudahan akses teknologi, tetapi juga kesesuaian konten dengan minat, gaya hidup, dan nilai yang mereka anut (Miranti & Sikumbang, 2024).

Selain platform digitalisasi, Kontrol Kendali juga menjadi aspek penting dalam penyiaran radio di era digital. Kontrol Kendali berperan dalam menjaga kualitas, kredibilitas, serta kesesuaian konten dengan regulasi dan norma sosial yang berlaku (Darmanto, 2020). Pengelolaan konten yang baik berpotensi meningkatkan kepercayaan audiens terhadap media radio (McQuail, 2011). Namun, Kontrol Kendali umumnya bersifat internal dan tidak selalu disadari secara langsung oleh pendengar, sehingga pengaruhnya terhadap loyalitas audiens masih memerlukan pengujian empiris lebih lanjut (Setiawan & Darmastuti, 2021).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi radio digital umumnya difokuskan pada upaya mempertahankan relevansi media di tengah disrupsi teknologi. Penelitian Ali Moerfiqin et al. (2024) menegaskan bahwa platform digitalisasi Radio Prambors efektif dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan keterlibatan pendengar muda. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik menguji sejauh mana platform digitalisasi berdampak langsung terhadap loyalitas pendengar. Di sisi lain, penelitian mengenai loyalitas pendengar radio lebih banyak menekankan faktor kualitas program, karakter penyiar, dan citra merek radio sebagai penentu utama loyalitas audiens (Setiawan & Darmastuti, 2021; Juhari et al., 2025). Aspek Kontrol Kendali umumnya dibahas dalam konteks regulasi dan tanggung jawab media, bukan sebagai variabel yang diuji secara kuantitatif terhadap loyalitas pendengar (Darmanto, 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat celah penelitian terkait pengaruh platform digitalisasi dan Kontrol Kendali terhadap loyalitas pendengar radio, khususnya pada radio

dengan segmentasi anak muda seperti Radio Prambors. Penelitian ini memiliki kebaruan dengan menguji pengaruh platform digitalisasi dan Kontrol Kendali secara simultan terhadap loyalitas pendengar dalam konteks konvergensi media radio di Indonesia. Penelitian ini tidak hanya melihat adaptasi teknologi sebagai strategi eksistensi media, tetapi juga mengkaji sejauh mana strategi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas audiens (Jenkins, 2006).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh platform digitalisasi terhadap loyalitas pendengar Radio Prambors, menganalisis pengaruh Kontrol Kendali terhadap loyalitas pendengar, serta mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang penyiaran dan transformasi media di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola radio dalam menyusun strategi digital dan pengelolaan konten yang lebih efektif guna mempertahankan loyalitas pendengar.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Konvergensi Media

Teori konvergensi media menjelaskan proses menyatunya berbagai bentuk media ke dalam satu ekosistem digital yang saling terhubung. (Jenkins, 2006) mendefinisikan konvergensi media sebagai aliran konten melalui berbagai platform media yang didukung oleh perubahan teknologi, industri, dan perilaku audiens. Dalam konteks ini, audiens tidak lagi bersifat pasif, melainkan turut berpartisipasi dalam produksi dan distribusi konten.

Bagi media penyiaran radio, konvergensi media menandai pergeseran dari sistem siaran analog yang bersifat satu arah menuju sistem digital yang memungkinkan integrasi dengan platform lain seperti aplikasi streaming, podcast, dan media sosial. Radio tidak lagi hanya menyampaikan konten audio secara linear, tetapi juga mengemas ulang siaran dalam format digital yang lebih fleksibel dan interaktif. Teori ini relevan dalam penelitian ini karena menjelaskan bagaimana digitalisasi platform menjadi strategi adaptasi radio di tengah perubahan perilaku konsumsi media audiens.

Digitalisasi Platform

Digitalisasi platform merupakan proses transformasi media dari sistem konvensional menuju sistem berbasis teknologi digital yang memanfaatkan jaringan internet dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten. (Tapscott, 1996) menjelaskan digitalisasi sebagai integrasi teknologi komputer, jaringan, dan media elektronik yang mengubah cara kerja organisasi media. (McQuail, 2011) menambahkan bahwa digitalisasi media tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga pada pola hubungan antara media dan audiens. Dalam konteks penyiaran radio, digitalisasi platform memungkinkan siaran diakses melalui aplikasi mobile, website, podcast, dan media sosial, sehingga menjadikan radio lebih mudah diakses, personal, dan adaptif terhadap perilaku audiens digital.

Indikator digitalisasi platform mencerminkan sejauh mana radio mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dalam operasionalnya. Indikator tersebut meliputi kehadiran multiplatform yang menunjukkan integrasi radio di berbagai kanal digital, tingkat interaktivitas pengguna melalui fitur komentar, pesan, atau interaksi langsung dengan penyiar, serta kualitas teknologi dan aksesibilitas yang mencakup kestabilan koneksi, kualitas suara streaming, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Selain itu, inovasi dan adaptasi konten digital menjadi indikator penting yang ditunjukkan melalui kemampuan radio menghadirkan format konten baru seperti podcast dan program on-demand yang sesuai dengan karakter audiens digital.

Kontrol Kendali

Kontrol Kendali merupakan mekanisme pengawasan terhadap isi siaran agar tetap sesuai dengan regulasi, norma sosial, dan nilai budaya yang berlaku. (McQuail, 2011) memandang Kontrol Kendali sebagai bagian dari tanggung jawab sosial media untuk melindungi publik dari dampak negatif konten yang tidak layak. Dalam praktik penyiaran, Kontrol Kendali dilakukan melalui regulasi eksternal oleh lembaga pengawas serta regulasi internal melalui proses editorial dan penyuntingan sebelum konten disiarkan. Di era digital, Kontrol Kendali menjadi semakin penting karena penyebaran informasi berlangsung lebih cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Indikator Kontrol Kendali mencerminkan kualitas dan akuntabilitas media dalam mengelola isi siarannya. Indikator tersebut meliputi kesesuaian dengan regulasi penyiaran, efektivitas proses penyuntingan internal dalam menjamin akurasi dan relevansi konten, keterbukaan media terhadap pengawasan dan umpan balik khalayak, serta kepatuhan terhadap nilai budaya dan moral masyarakat. Selain itu, keseimbangan antara informasi dan hiburan juga menjadi indikator penting, yang menunjukkan kemampuan media dalam menjalankan fungsi hiburan tanpa mengabaikan fungsi informatif dan edukatif.

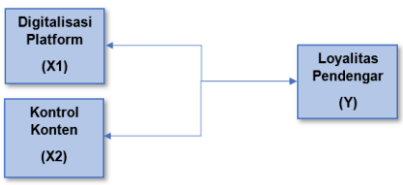
Loyalitas Pendengar

Loyalitas pendengar diartikan sebagai komitmen audiens untuk terus mendengarkan dan berinteraksi dengan stasiun radio tertentu secara konsisten meskipun tersedia berbagai alternatif media lain. (Oliver, 1999) menjelaskan loyalitas sebagai komitmen mendalam untuk menggunakan kembali suatu produk atau jasa dalam jangka panjang. Dalam konteks radio, loyalitas pendengar mencerminkan keberhasilan media dalam membangun hubungan emosional, kepercayaan, dan kepuasan audiens terhadap konten dan penyiar yang disajikan.

Indikator loyalitas pendengar dapat dilihat dari frekuensi mendengarkan ulang yang menunjukkan konsistensi audiens dalam mengakses siaran radio, keterikatan terhadap merek radio yang tercermin dari rasa bangga dan identifikasi diri sebagai pendengar setia, serta resistensi terhadap perpindahan media meskipun tersedia banyak pilihan hiburan digital. Selain itu, kepercayaan terhadap penyiar dan konten serta kesediaan pendengar untuk merekomendasikan radio kepada orang lain menjadi indikator penting yang menunjukkan tingkat loyalitas audiens yang tinggi.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menjelaskan hubungan antara digitalisasi platform dan Kontrol Kendali sebagai variabel independen terhadap loyalitas pendengar sebagai variabel dependen. Digitalisasi platform berperan dalam meningkatkan kemudahan akses, interaktivitas, dan pengalaman audiens dalam mengonsumsi siaran radio, sedangkan Kontrol Kendali berfungsi menjaga kualitas, relevansi, dan kredibilitas isi siaran. Interaksi antara penerapan teknologi digital yang optimal dan pengelolaan konten yang baik diharapkan mampu menciptakan pengalaman mendengarkan yang positif, sehingga memperkuat keterikatan emosional dan meningkatkan loyalitas pendengar Radio Prambors.



Gambar 1. Kerangka Konseptual. Sumber : (Penulis, 2025)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui data empiris. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran pengaruh digitalisasi platform dan kontrol kendali terhadap loyalitas pendengar Radio Prambors menggunakan teknik analisis statistik. Paradigma positivistik memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dapat diukur, diamati, dan dianalisis secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei eksplanatif, yaitu metode yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pendengar Radio Prambors yang mengakses siaran melalui media konvensional maupun platform digital, sehingga memungkinkan pengujian pengaruh variabel secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pendengar.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pendengar aktif Radio Prambors yang mengakses siaran melalui berbagai media. Jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti karena pendengar bersifat luas, heterogen, dan tidak tercatat secara administratif. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10 persen, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena tidak semua individu dalam populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden ditetapkan secara khusus, yaitu pendengar yang pernah mendengarkan Radio Prambors dan menggunakan platform digitalnya, sehingga data yang diperoleh diharapkan benar-benar merepresentasikan persepsi audiens yang relevan terhadap digitalisasi platform dan kontrol kendali.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan skala Likert lima poin. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda yang dilengkapi dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh digitalisasi platform dan kontrol kendali terhadap loyalitas pendengar Radio Prambors, setelah sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pendengar aktif Radio Prambors. Kuesioner disusun dan disebarkan secara daring menggunakan Google Form agar dapat menjangkau responden secara lebih luas dan efisien.

Instrumen penelitian terdiri dari sejumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian. Variabel digitalisasi platform (X1) diukur menggunakan 8 butir pernyataan, variabel Kontrol Kendali (X2) diukur menggunakan 10 butir pernyataan, sedangkan variabel loyalitas pendengar (Y) diukur menggunakan 10 butir pernyataan. Seluruh pernyataan disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan diukur menggunakan skala Likert untuk memperoleh data yang bersifat kuantitatif dan dapat dianalisis secara statistik.

Karekteristik Responden

Tabel 1. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Rentan Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13-18 Tahun	21	21,0	21,0	21,0
	19-25 Tahun	72	72,0	72,0	93,0
	26-35 Tahun	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan rentang usia, mayoritas responden berada pada kelompok usia 19 - 25 tahun dengan jumlah 72 responden atau sebesar 72% Hal ini menunjukkan bahwa pendengar aktif Radio Prambors didominasi oleh kalangan usia muda yang berada pada fase remaja akhir hingga dewasa awal. Selanjutnya, responden dengan rentang usia 13 - 18 tahun berjumlah 21 responden atau sebesar 21% sedangkan responden pada rentang usia 26 - 35 tahun berjumlah 7 responden atau sebesar 7%. Temuan ini menunjukkan bahwa Radio Prambors memiliki basis pendengar yang kuat pada segmen usia muda, khususnya usia produktif yang aktif mengonsumsi media digital.

Tabel 2. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	40	40,0	40,0	40,0
	Perembuan	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan responden laki-laki. Responden perempuan berjumlah 60 orang atau sebesar 60%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 40 orang atau sebesar 40%. Data ini menunjukkan bahwa Radio Prambors memiliki daya tarik yang cukup besar di kalangan pendengar perempuan, meskipun secara keseluruhan perbedaan jumlah antara kedua kelompok tidak terlalu jauh.

Tabel 3. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sd	13	13,0	13,0	13,0
	Smp	6	6,0	6,0	19,0
	SMA/K	71	71,0	71,0	90,0
	D3	1	1,0	1,0	91,0

	D4/S1	8	8,0	8,0	99,0
	S3	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK dengan jumlah 71 responden atau sebesar 71%. Responden dengan pendidikan SD berjumlah 13 orang atau sebesar 13%, SMP sebanyak 6 responden atau 6%, D3 sebanyak 1 responden atau 1%, D4/S1 sebanyak 8 responden atau 8%, dan S3 sebanyak 1 responden atau 1%. Dominasi responden dengan pendidikan SMA/SMK menunjukkan bahwa Radio Prambors banyak diakses oleh kalangan pelajar dan lulusan sekolah menengah yang masih berada dalam kelompok usia muda.

Tabel 4. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	1	1,0	1,0	1,0
	Karyawan BUMN	1	1,0	1,0	2,0
	Karyawan Swasta	27	27,0	27,0	29,0
	Guru/Dosen	1	1,0	1,0	30,0
	Wirausaha	5	5,0	5,0	35,0
	Pelajar/Mahasiswa	62	62,0	62,0	97,0
	Lainnya	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 62 responden atau sebesar 62%. Responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 27 orang atau sebesar 27%. Sementara itu, responden dengan pekerjaan sebagai PNS, karyawan BUMN, serta guru atau dosen masing-masing berjumlah 1 responden atau sebesar 1%. Responden yang berwirausaha berjumlah 5 orang atau sebesar 5%, dan responden dengan kategori pekerjaan lainnya berjumlah 3 orang atau sebesar 3%. Data ini menunjukkan bahwa pendengar aktif Radio Prambors didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa, yang sejalan dengan segmentasi pendengar Radio Prambors sebagai radio anak muda.

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Variable Digitalisasi Platform X1				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1KM1	110,08	364,317	0,522	0,729

X1KM2	109,87	373,225	0,344	0,737
TXKM	106,47	345,827	0,602	0,715
X1IP1	110,10	372,980	0,365	0,737
X1IP2	110,08	364,317	0,522	0,729
TXIP	106,70	345,848	0,588	0,716
X1TA1	109,91	366,527	0,535	0,730
X1TA2	109,76	371,800	0,450	0,735
TX1TA	106,19	346,559	0,688	0,714
X1IAK1	109,91	366,527	0,535	0,730
X1IAK2	109,76	371,800	0,450	0,735
TX1IAK	106,19	346,559	0,688	0,714
TX1	56,74	97,992	1,000	0,817

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel digitalisasi platform (X1), seluruh butir pernyataan menunjukkan nilai Corrected Item-Total Correlation yang berada di atas batas minimum 0,30. Nilai korelasi item berkisar antara 0,344 hingga 0,688, yang menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki hubungan yang cukup kuat dengan skor total variabel. Hal ini mengindikasikan bahwa item-item pada variabel digitalisasi platform mampu mengukur konsep yang sama secara konsisten. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel digitalisasi platform dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Variable Kontrol Kendali X2				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2KRP1	136,11	600,281	0,502	0,739
X2KRP2	135,76	607,841	0,463	0,743
TX2KRP	132,47	574,837	0,581	0,729
X2PP1	135,81	605,630	0,547	0,741
X2PP2	135,78	601,284	0,596	0,739
TX2PP	132,19	573,711	0,654	0,727
X2PK1	135,99	612,394	0,394	0,745
X2PK2	136,00	601,960	0,581	0,739
TX2PK	132,59	581,315	0,541	0,732
X2KNBM1	135,78	601,284	0,596	0,739
X2KNBM2	136,00	601,960	0,581	0,739
TX2KNBM	132,38	569,309	0,787	0,723
X2KIH1	135,81	605,630	0,547	0,741
X2KIH2	136,11	600,281	0,502	0,739
TX2KIH	132,52	571,707	0,737	0,725
TX2	69,70	158,576	1,000	0,874

Hasil uji validitas pada variabel Kontrol Kendali (X2) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,30. Nilai korelasi

item pada variabel ini berada pada rentang 0,394 hingga 0,787, yang menandakan adanya hubungan yang kuat antara setiap item dengan skor total variabel. Temuan ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Kontrol Kendali telah mampu merepresentasikan aspek pengendalian dan pengelolaan konten secara tepat. Oleh karena itu, semua item pada variabel Kontrol Kendali dinyatakan valid.

Tabel 7. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Variable Loyaltas Pendengar Y				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YFMU1	68,46	199,079	0,306	0,749
YFMU2	68,47	188,130	0,706	0,728
YLM1	68,37	181,387	0,807	0,716
YLM2	68,31	197,529	0,341	0,747
YSR1	68,37	181,387	0,807	0,716
YSR2	68,31	197,529	0,341	0,747
YKPK1	68,50	194,798	0,389	0,743
YKPK2	68,56	191,865	0,490	0,737
YWML1	68,37	181,387	0,807	0,716
YWML2	68,47	188,130	0,706	0,728
TY	36,01	52,434	1,000	0,823

Pada variabel loyalitas pendengar (Y), hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 0,30, dengan nilai korelasi berkisar antara 0,306 hingga 0,807. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki kontribusi yang memadai dalam mengukur loyalitas pendengar Radio Prambors. Dengan demikian, seluruh item pada variabel loyalitas pendengar dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Reliability Variabel X1	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,744	13

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel digitalisasi platform (X1) memiliki nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,744 Nilai tersebut berada di atas batas minimum yang ditetapkan yaitu 0,60, sehingga instrumen pada variabel digitalisasi platform dinyatakan reliabel dan mampu mengukur variabel secara konsisten.

Tabel 9. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Reliability Variabel X2	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,751	16

Variabel Kontrol Kendali (X2) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,751. Nilai ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik, sehingga item-item pernyataan pada variabel Kontrol Kendali memiliki konsistensi internal yang kuat dan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

Tabel 10. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Reliability Variabel Y	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,754	11

variabel loyalitas pendengar (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,754. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen pada variabel loyalitas pendengar juga memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji Korelasi Pearson

Tabel 11. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Correlations				
		TX1	TX2	TY
TX1	Pearson Correlation	1	,266**	,312**
	Sig. (2-tailed)		0,008	0,002
	N	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	,266**	1	,378**
	Sig. (2-tailed)	0,008		0,000
	N	100	100	100
TY	Pearson Correlation	,312**	,378**	1
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	
	N	100	100	100

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara digitalisasi platform (TX1) dan Kontrol Kendali (TX2) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,266 dengan nilai signifikansi 0,008. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dengan tingkat

kekuatan lemah hingga sedang dan signifikan secara statistik pada taraf kepercayaan 99%. Hal ini berarti bahwa peningkatan digitalisasi platform cenderung diikuti oleh peningkatan Kontrol Kendali , meskipun hubungan yang terbentuk belum tergolong kuat.

Selanjutnya, hubungan antara digitalisasi platform (TX1) dan loyalitas pendengar (TY) menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,312 dengan nilai signifikansi 0,002. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif dengan tingkat kekuatan sedang dan signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan digitalisasi platform, maka loyalitas pendengar cenderung meningkat.

Hubungan antara Kontrol Kendali (TX2) dan loyalitas pendengar (TY) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,378 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dengan kekuatan sedang dan signifikan secara statistik. Artinya, semakin baik Kontrol Kendali yang diterapkan, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pendengar Radio Prambors.

Uji T (Parsial)

Tabel 12, Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,611	4,166		4,707	0,000
	TX1	0,127	0,053	0,228	2,407	0,018
	TX2	0,150	0,045	0,317	3,350	0,001

Berdasarkan hasil analisis, variabel digitalisasi platform (TX1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,127, dengan nilai t hitung sebesar 2,407 dan nilai signifikansi 0,018. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa digitalisasi platform berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pendengar. Artinya, setiap peningkatan digitalisasi platform akan diikuti oleh peningkatan loyalitas pendengar.

Variabel Kontrol Kendali (TX2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,150, dengan nilai t hitung sebesar 3,350 dan nilai signifikansi 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa Kontrol Kendali berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pendengar. Dengan kata lain, semakin baik Kontrol Kendali yang diterapkan, maka loyalitas pendengar akan semakin meningkat.

Jika dilihat dari nilai Standardized Coefficients (Beta), variabel Kontrol Kendali (β = 0,317) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap loyalitas pendengar dibandingkan digitalisasi platform (β = 0,228). Hal ini menunjukkan bahwa Kontrol Kendali merupakan faktor yang lebih kuat dalam memengaruhi loyalitas pendengar Radio Prambors.

Uji Korelasi Determinasi

Tabel 13. Hasil Pengelolaan SPSS. Sumber : (Penulis, 2025)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,437a	0,191	0,174	3,458

Berdasarkan hasil analisis pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,191. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel digitalisasi platform (TX1) dan Kontrol Kendali (TX2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi pada variabel loyalitas pendengar (TY) sebesar 19,1%.

Sementara itu, sebesar 80,9% variasi loyalitas pendengar dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kualitas penyiar, karakteristik program siaran, interaksi penyiar dengan pendengar, preferensi musik, serta faktor psikologis dan kebiasaan pendengar dalam mengonsumsi media radio.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,174 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, model regresi tetap memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara digitalisasi platform, Kontrol Kendali , dan loyalitas pendengar.

Selain itu, nilai R sebesar 0,437 menunjukkan adanya hubungan simultan yang cukup kuat antara variabel digitalisasi platform dan Kontrol Kendali terhadap loyalitas pendengar.

PEMBAHASAN

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara platform digitalisasi dan loyalitas pendengar bersifat positif namun sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik. Temuan ini dapat dipahami melalui perspektif teori konvergensi media yang memandang konvergensi sebagai proses adaptasi media lama ke media baru, bukan sebagai jaminan terbentuknya audiens yang loyal (Jenkins, 2006). Dalam konteks Radio Prambors, pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan aplikasi streaming lebih berfungsi sebagai sarana perluasan distribusi konten dan peningkatan aksesibilitas, bukan sebagai faktor utama yang secara langsung membangun loyalitas pendengar. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa strategi digital Prambors diarahkan untuk menjaga relevansi dan menjangkau audiens muda, sementara loyalitas pendengar tetap bertumpu pada kekuatan konten siaran dan karakter program (Ali Moerfiqin et al., 2024)

Hasil serupa juga ditunjukkan oleh variabel Kontrol Kendali terhadap loyalitas pendengar. Korelasi yang rendah dan tidak signifikan menunjukkan bahwa pengelolaan dan pengawasan konten belum dirasakan pendengar sebagai faktor yang berpengaruh langsung terhadap kesetiaan mereka. Dalam kerangka Ekonomi Politik Media, Kontrol Kendali lebih berkaitan dengan kepentingan struktural, regulatif, dan manajerial media dibandingkan dengan pengalaman audiens secara langsung (Darmanto, 2020). Pendengar radio cenderung menilai aspek yang bersifat kasat mata, seperti kenyamanan mendengarkan, kedekatan dengan penyiar, serta kesesuaian program dengan preferensi

mereka, dibandingkan mekanisme Kontrol Kendali yang bersifat internal (McQuail, 2011).

Berdasarkan hasil uji t (parsial), platform digitalisasi dan Kontrol Kendali tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pendengar, ditunjukkan oleh nilai signifikansi kedua variabel yang berada di atas 0,05. Meskipun arah penerapannya positif, kontribusi kedua variabel tersebut relatif kecil. Temuan ini mempertegas bahwa di era konvergensi media, kehadiran platform digital belum tentu berbanding lurus dengan peningkatan loyalitas pendengar, terutama ketika fungsi digitalisasi masih bersifat komplementer. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa inovasi dan konvergensi media perlu diimbangi dengan strategi konten dan pendekatan budaya agar dapat berdampak nyata terhadap loyalitas audiens (Setiawan & Darmastuti, 2021).

Hasil koefisien determinasi semakin memperkuat temuan tersebut, di mana digitalisasi platform dan Kontrol Kendali hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi loyalitas pendengar. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pendengar Radio Prambors lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti kualitas program siaran, citra merek radio, popularitas dan kedekatan penyiar, serta pengalaman emosional pendengar. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa loyalitas pendengar radio lebih dipengaruhi oleh kualitas siaran dan figur penyiar dibandingkan aspek teknologi semata (Juhari et al., 2025).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks konvergensi media radio, loyalitas pendengar tidak semata-mata ditentukan oleh platform digitalisasi dan Kontrol Kendali . Konvergensi media lebih berperan sebagai strategi adaptasi untuk mempertahankan eksistensi radio di tengah perubahan perilaku konsumsi media audiens (Jenkins, 2006). Oleh karena itu, mengesankan penelitian ini menekankan bahwa upaya peningkatan loyalitas pendengar Radio Prambors perlu difokuskan pada peningkatan kualitas pengalaman mendengarkan, penguatan karakter program siaran, serta pembangunan interaksi emosional dengan audiens, dengan memanfaatkan platform digital sebagai sarana pendukung, bukan sebagai penentu loyalitas utama

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi platform dan Kontrol Kendali belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pendengar Radio Prambors. Hasil uji korelasi dan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel independen dengan loyalitas pendengar bersifat positif namun sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik.

Nilai koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa digitalisasi platform dan Kontrol Kendali hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi loyalitas pendengar. Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas pendengar Radio Prambors lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kualitas program siaran, karakter dan kredibilitas penyiar, kedekatan emosional dengan pendengar, serta kebiasaan dan preferensi pendengar dalam mengonsumsi media radio.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks media radio, keberadaan platform digital dan pengelolaan konten belum menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas pendengar, melainkan berperan sebagai elemen pendukung dalam strategi komunikasi media.

Saran

Bagi pengelola Radio Prambors, disarankan untuk lebih memfokuskan strategi peningkatan loyalitas pendengar pada aspek pengalaman mendengarkan, seperti peningkatan kualitas interaksi penyiar dengan pendengar, penguatan karakter program siaran, serta penciptaan kedekatan emosional yang berkelanjutan, dengan tetap memanfaatkan platform digital sebagai sarana pendukung distribusi dan promosi konten.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas pendengar, seperti kualitas penyiar, kepuasan pendengar, keterlibatan audiens, atau kepercayaan terhadap media. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods) atau memperluas jumlah dan karakteristik responden agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pendengar radio.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Salfhaoctha Friemay Aliefia Poetry, Ibu Laili Fithriyah, dan Ibu Ummy Hanifah selaku dosen Program studi Ilmu Komunikasi atas bimbingan, Arah, dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian hingga penulisan artikel ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para dosen yang telah memberikan saran, masukan, serta ruang diskusi yang membantu penyempurnaan artikel ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses pengerjaan penelitian. Selain itu, penghargaan yang tulus penulis sampaikan kepada seluruh pendengar Radio Prambors yang telah berpartisipasi sebagai responden dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik dan diselesaikan sesuai dengan tujuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

L. Ali Moerfiqin, A. Mirza Ronda, dan A. Seran, “Prambors Radio Strategy Optimization: Expanding Broadcast Covering to Reach the Target Audience of Young People,” 2024.

N. Darmanto, “Pemusatan Kepemilikan Media: Implikasinya Terhadap Konten Media,” Mediasi, vol. 1, no. 3, pp. 202–218, 2020, doi: 10.46961/mediasi.v1i3.147.

J. Juhari, D. Masri, dan Z. Zufriady, “Listener Loyalty to B’Due Radio: Impact of Broadcast Quality and Brand Image,” Integrated Journal of Business and Economics, vol. 9, no. 1, pp. 53–68, 2025, doi: 10.33019/ijbe.v9i1.1077.

B. Kusuma et al., “Loyalty of Radio Listeners in Review of Broadcast Programs,” vol. 1, no. 1, pp. 621–630, 2025.

S. P. Miranti dan A. T. Sikumbang, “Tune Into Gen-Z Groove: Exploring Gen-Z Reception of Music on Radio Prambors Medan,” SINOMICS Journal, vol. 3, 2024, doi: 10.54443/sj.v3i3.344.

R. L. Oliver, “Whence Consumer Loyalty?” Journal of Marketing, vol. 63, Special Issue, 1999.

A. A. Puspitasari dan R. S. Sabila, “Social Media Strategy as a Digital Marketing Communication for Prambors Youth Fest Event,” American Journal of Humanities and Social Sciences Research, no. 5, 2021.

M. A. Rahmasari, M. Yuliani, dan Y. Rahmawati, “Prambors Radio’s Communication Strategy for Sustaining Relevance in the Digital Era,” Golden Ratio of Social Science and Education, vol. 5, no. 2, pp. 350–361, 2025, doi: 10.52970/grsse.v5i2.1618.

A. Rosba, M. Akbar, dan M. Mau, "Radio Prambors 105.1 FM Makassar: Eksistensi Media Radio di Era Konvergensi," 2024, doi: 10.33367/kpi.v7i1.5919.

H. Setiawan dan R. Darmastuti, "Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar di Era Digital," Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, vol. 13, no. 2, pp. 159–174, 2021, doi: 10.23917/komuniti.v13i2.14089.

P. A. R. Tugu, K. Rantelobo, dan P. A. Andung, "The Influence of Disruptive Innovation on Radio Listener Loyalty," Jurnal Netnografi Komunikasi, vol. 4, no. 1, pp. 21–39, 2025.

A. R. Widodo dan A. Agustrijanto, "Pengaruh Program Sapa Mantan terhadap Minat Mendengar Radio Prambors," KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi, vol. 10, no. 3, pp. 328–333, 2024, doi: 10.53008/kalbisiana.v10i3.4325.

H. Yulita, L. Yudhi, dan S. Wisari, "Minat Mendengarkan Radio Dipengaruhi oleh Penggunaan Aplikasi Noice dan Popularitas Penyiar," Jurnal E-Bis, vol. 7, no. 2, pp. 524–536, 2023, doi: 10.37339/e-bis.v7i2.1267.

R. Fidler, *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1997.

I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

E. A. Griffin, *A First Look at Communication Theory*, 6th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2005.

H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.

P. Kotler dan K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. London: Pearson Education Limited, 2016.

D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th ed. London: SAGE Publications, 2011.

Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015.

J. V. Pavlik, *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press, 2008.

D. Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill, 1996.

Nielsen Media Research, *Nielsen Radio Audience Measurement 2023: Indonesia Radio Listening Report*, 2023. [Online]. Available: https://www.nielsen.com/id/

S. Kemp, *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social & Hootsuite, 2024. [Online]. Available: https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

GoodStats, "Minat mendengar radio di Indonesia turun, hanya 8,3% masyarakat yang masih rutin mendengarkan," 2024. [Online]. Available: https://goodstats.id/article/minat-dengar-radio-turun-2024