**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT MENDENGARKAN SIARAN RADIO MOTION 91,8 FM MANADO (STUDI PADA PENGIKUT DI AKUN INSTAGRAM @MOTIONAMANDO)**

Jennifer Stephanie, Ferry V.I.A Koagouw, Reiner R. Onsu

Program Studi Ilmu Komunikasi dan Perpustakaan

Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: [17081105002@student.unsrat.ac.id](mailto:17081105002@student.unsrat.ac.id)

**Abstrak**

**Penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial Instagram terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado yang bertujuan untuk mengetahui apakah Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap minat pada *followers* akun Intagram @motionmanado dalam mendengarkan siaran radio dengan menggunakan model teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif statistik dengan kuesioner sebagai instrument penelititan, dan pengambilan data menggunakan teknik *Simple Random Sampling* . Populasi dalam penelitian ini adalah 2.255 pengikut akun Instagram @motionmanado dengan sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus *slovin*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang kuat sebesar 0,750 antara media sosial Instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado. Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hasil uji t (*t-*test) antara variabel media sosial Instagram @motionmanado dengan variabel minat mendengarkan siaran radio, perhitungan statistik menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0. Hasilnya didapatkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05), dan berdasarkan nilai t, diperoleh nilai sebesar 10,978 yang mana dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa lebih besar dari sebesar 1,985 (10,978 > 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Maka hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram @motionmanado berpengaruh terhadap minat mendengarkan siaran radio.**

**Kata kunci: media sosial, instagram, minat mendengarkan, radio**

*Abstract*

*This study discusses the influence of Instagram as social media platform on interest in listening to Motion 91.8 FM Manado radio broadcasts. Purpose of this study is to determine whether Instagram has an effect on interest in followers of the @motionmanado Instagram account in listening to radio broadcasts using the AIDA theory model (Attention, Interest, Desire, Action). The Method of this study is Quantitative Statistics with Questionnaires as Research Instruments, data collection using Simple Random Sampling technique. The population in this study were 2,255 followers of the @motionmanado Instagram account with a sample of 96 respondents who were determined using the Slovin formula. Data analysis in this study uses Simple Linear Regression Analysis where the results show that there is a strong positive effect of 0.750 between Instagram @motionmanado social media on interest in listening to Motion 91.8 FM Manado radio broadcasts. Hypothesis testing was carried out by analyzing the results of the t-test between the Instagram @motionmanado social media variable and the variable interest in listening to radio broadcasts, while statistical calculations using SPSS version 16 application showed a significance value (Sig.) of 0.000 which means less than 0, 05 (0.000 < 0.05), and based on the t value, the t\_count value is 10.978, from which it can be seen that t\_count is preponderant than t\_table of 1.985 (10.978 > 1.985), so it can be concluded that H0 is rejected and Ha is accepted. The results of this study indicate that Instagram @motionmanado social media has an effect on interest in listening to radio broadcasts.*

*Keywords: social media, instagram, listening interest, radio*

**PENDAHULUAN**

D

alam kehidupan yang kita jalani sehari-hari, tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian dari aktivitas kita tidak terlepas dari berinteraksi dengan media massa. Seperti menonton tv, membaca majalah atau koran, mengakses berita online melalui *gadget*, dan juga mendengarkan radio. Perkembangan teknologi informasi yang kita nikmati dari masa ke masa semakin memudahkan kita dalam mengakses informasi apapun yang kita butuhkan. Seperti halnya perkembangan-perkembangan teknologi yang kemudian dimanfaatkan oleh radio. Perkembangan teknologi yang disertai oleh perkembangan zaman telah membawa perubahan bagi setiap sisi kehidupan manusia serta turut mempengaruhi kebutuhan hiburan dan informasi di masyarakat. Hal ini tentu membuat media penyiaran yang memiliki fungsi sebagai media hiburan dan informasi merasa terancam oleh perkembangan teknologi tersebut. Media penyiaran karenanya harus merespon perubahan teknologi tersebut apabila ingin tetap bertahan di tengah masyarakat, diantaranya melalui penggabungan dengan teknologi internet. Radio merupakan salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi, serta mempunyai karakteristik akrab, membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Kehadiran radio menjadi alat komunikasi masyarakat. Oleh karena itu, radio tetap ada dan masih akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat meskipun telah hadir media baru, yakni internet. Dengan adanya perkembangan teknologi di era *digital* ini radio masih menunjukkan eksistensinya. Bahkan, Survey *Nielsen* menunjukkan bahwa jumlah pendengar radio di 10 kota di Indonesia mengalami kenaikan lebih dari satu juta pendengar dari periode Januari – Maret 2020 (sebelum pandemi) – (sumber: [detak-palembang.com](http://detak-palembang.com/2020/12/radio-masih-memiliki-tempat-di-hati-pendengarnya/) diakses pada 9 April 2021). Teknologi internet kini hadir dengan segala kemudahan yang ditawarkannya, lantas hal itu tidak menggeser eksistensi dari radio. Radio dan internet pun dapat saling melengkapi karena para pendengar radio ini juga mengakses internet, sehingga internet dapat menjadi platform bagi radio untuk menjangkau mereka. Salah satu wujud dari adaptasi radio terhadap perkembangan teknologi internet adalah radio *streaming*. Sistem siaran yang digunakan oleh radio *streaming* ini tidak jauh berbeda dengan teknologi radio konvensional. Namun, perbedaannya terletak pada transmisi gelombang suara yang dihantarkan melalui internet dengan menggunakan medium *streaming* dan memungkinkan radio dapat dinikmati dari berbagai belahan dunia. Meskipun media sosial merupakan yang paling sering diakses oleh masyarakat, namun tidak semua media sosial digunakan oleh Motion FM Manado. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *GlobalWebIndex* (GWI) pada Triwulan Ketiga 2020, Youtube masih menjadi media sosial terpopuler di Indonesia dan *whatsapp* menduduki posisi kedua diikuti *Instagram* diposisi ketiga (sumber: [beritasatu.com](https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021) diakses pada 9 April 2020). Berdasarkan uraian diatas yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian ini adalah meskipun dengan seiring perkembangan zaman media massa, radio masih bisa menunjukkan eksistensinya dan mencoba untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi & komunikasi. Bahkan dengan munculnya teknologi radio *streaming* yang bisa menjangkau pendengar secara global. Popularitas media sosial yang semakin naik akhirnya dimanfaatkan Motion FM Manado dalam menarik pendengar. Instagram sebagai media sosial paling populer ketiga setelah *youtube* dan *whatsapp* digunakan Motion FM Manado untuk menarik para pendengar potensial Motion FM Manado yakni pada akun Instagram @motionmanado. Selain itu dengan menggunakan media sosial instagram jangkauan kepada pendengar lebih luas dan pendengar mudah mengakses dimana saja dan kapan saja. Dalam penelitian ini peneliti mencoba mencari tahu apakah ada pengaruh media sosial *Instagram* terhadap minat mendengarkan siaran radio. Dari penelitian ini akan diketahui apakah pada akun *Instagram* @motionmanado memiliki pengaruh terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91.8 FM Manado.

METODE PENELITIAN

M

etode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif statistik dengan menggunakan metode survey. Dalam metode survey proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2012:59). Penelitian ini dilakukan secara virtual pada akun media sosial Instagram radio Motion 91,8 FM Manado yakni @motionmanado. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut akun Instagram @motionmanado yang berdasarkan data pertanggal 12 Juni 2021 sebanyak 2.255 pengikut. Adapun sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* karena populasi penelitian dianggap homogen dan memiliki minat yang sama yaitu mengikuti akun Instagram @motionmanado. Dalam penarikan sample, diperlukan jumlah yang *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Maka sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 96 orang dari seluruh total populasi pengikut Instagram @motionmanado. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas yakni media sosial Instagram @motionmanado yang ditandai dengan (X) dan variabel terikat yakni minat mendengarkan siaran radio yang ditandai dengan (Y). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan/pernyataan yang harus diisi oleh responden dan format kuesioner yang peneliti gunaan adalah kuesioner *online* melalui *goolge form*. Dalam kuesioner yang disebarkan oleh peneliti ini berisi pertanyaan dan/atau pernyataan dengan 5 pilihan jawaban jawaban yang terdiri dari “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”. Setiap jawabannya memiliki poin dengan menggunakan skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi. Analisis regresi digunakan karena didasari hubungan fungsional atau hubungan sebab-akibat (kausal) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Menurut (Gani dan Amalia, 2015) pengujian asumsi regresi terbagi menjadi dua kelompok, yaitu asumsi dasar dan asumsi klasik. Asumsi dasar terdiri atas uji normalitas data, uji linearitas data, uji validitas data dan uji reliabilitas data. Dalam penelitian ini model regresi yang akan digunakan adalah model regresi linear sederhana, mengingat dalam penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Oleh karena itu, untuk pengujian asumsi klasik dapat diabaikan tetapi untuk pengujian asumsi dasar harus tetap digunakan sebagai syarat dalam analisis regresi linear sederhana. Tujuan dari analisis regresi linear sederana ini adalah untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk persamaan regresi linear sederhana adalah :

***Y* =**

``

Keterangan :

*Y* = variabel terikat

*X* = variabel bebas

*a* = konstanta

β = koefisien regresi

Pembentukan model regresi dilanjutkan dengan pengujian kelayakan model dan pengujian hipotesis. Pengujian kelayakan model bertujuan untuk memastikan bahwa model yang dibentuk dengan seperangkat variabel, baik dan layak, sehingga parameter yang diperoleh dapat dijelaskan dan diestimasi. Pengujian kelayakan model regresi dilakukan dengan pemeriksaan nilai *R* (Koefisien Korelasi), (Koefisien Determinasi). Koefisien korelasi adalah bilangan yang menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Apabila nilai koefisien korelasi () semakin mendekati l, maka hubungan antara kedua variabel akan semakin erat. Jika nilai koefisien korelasi adalah 0, maka tidak ada hubungan sama sekali antara kedua variabel. Koefisien Determinasi () adalah sebuah bilangan yang menyebutkan proporsi (persentase) variasi perubahan nilai-nilai Y yang ditentukan oleh variasi perubahan nilai-nilai X. Hasil koefisien determinasi adalah dalam bentuk persen. Jika koefisien determinasi yang diperoleh telah berada di atas 20%, maka hasil penelitian itu sudah cukup layak untuk dijadikan sebagai alat analisis dan estimasi.

Metode yang digunakan untuk menguji tingkat kenyataan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah dengan menggunakan alat uji t (*t test*). Pengujian hipotesis bertujuan untuk memastikan kebenaran hipotesis atas pertanyaan penelitian yang diajukan. (Gani dan Amalia, 2015). Untuk memudahkan perhitungan, peneliti menggunakan bantuan program komputer *Statistical Packagefor Social Science*s (SPSS) versi 16.0.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden**

Berikut ini karakterisitik responden berdasarkan jenis kelamin dan umur, sebagai berikut :

**Tabel 1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| **Jenis Kelamin** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-Laki | 37 | 38.5 | 38.5 | 38.5 |
| Perempuan | 59 | 61.5 | 61.5 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 |  |

Gambaran data tabel 1 menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan data diatas diketahui bahwa responden pria berjumlah 37 orang dengan presentase 38,5% dan responden perempuan sebanyak 59 orang dengan presentase 61,5%.

**Tabel 2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| **Usia** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 15-20 tahun | 9 | 9.4 | 9.4 | 9.4 |
| 21-25 tahun | 68 | 70.8 | 70.8 | 80.2 |
| 26-30 tahun | 11 | 11.5 | 11.5 | 91.7 |
| > 30 tahun | 8 | 8.3 | 8.3 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 |  |

Gambaran data tabel 2 menunjukkan bahwa pengikut Instagram @motionmanado dikategorikan menjadi 4 kelompok usia yaitu 15-20 tahun, 21-25 tahun, 26-30 tahun, dan lebih dari 30 tahun. Kategori usia 15-20 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 9,4%, di ikuti kategori terbanyak di usia 21-25 tahun sebanyak 68 orang dengan presentase sebesar 70,8%, dan kategori usia 26-30 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase 11,5%, sementara responden paling sedikit adalah kategori usia di atas 30 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 8,3%. **Hasil Pengolahan Data;** Berikut merupakan hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0.

**Tabel 3**

**Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana**

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 11.715 | 3.290 |  | 3.561 | .001 |
| Instagram @motionmanado | .738 | .067 | .750 | 10.978 | .000 |
| a. Dependent Variable: Minat Mendengarkan Radio  Sumber: Hasil olah data, 2021 | | | |  |  |  |

Berdasarkan gambaran hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana pada tabel 3, diketahui nilai constant (*a*) sebesar 11,715 sedangkan nilai media sosial Instagram @motionmanado (β/koefisien regresi X) sebesar 0,738 sehingga persamaan tersebut dapat ditulis: ***Y = a + βX; Y=* 11,715 + 0,738 X.** Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut: Konstanta = 11,715, Jika variabel media sosial Instagram @motionmanado dianggap sama dengan nol, maka mengandung arti bahwa variabel minat mendengarkan siaran radio sebesar 11,715. Koefisien regresi X = 0,738. Jika variabel media sosial Instagram @motionmanado mengalami pertambahan nilai 1% maka akan menyebabkan nilai variabel minat mendengarkan siaran radio bertambah sebesar 0,738. Dalam hal ini, koefisien tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel media sosial Instagram @motionmanado (X) terhadap minat mendengarkan siaran radio (Y). Berikut ini merupakan hasil perhitungan Koefisien Korelasi (dan Koefisien Determinasi () menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0.

**Tabel 4**

**Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi (dan Koefisien Determinasi ()**

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .750a | .562 | .557 | 4.550 |
| a. Predictors: (Constant), Instagram @motionmanado | | | | |
| b. Dependent Variable: Minat Mendengarkan Radio  Sumber: Hasil olah data, 2021 | | | | |

Gambaran data tabel 4 menunjukkan nilai Koefisien Korelasi (yaitu sebesar 0,750, hal tersebut berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel media sosial Instagram @motionmanado (X) terhadap minat mendengarkan siaran radio (Y). Hal ini didasari oleh pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi pada tabel 5 di bawah ini, pada tabel tersebut nilai 0,750 termasuk dalam kategori tingkat hubungan yang kuat.

**Tabel 5**

**Interpretasi Koefien Korelasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| 0, 00 - 0, 199 | Sangat Rendah |
| 0, 20 - 0, 399 | Rendah |
| 0, 40 - 0, 599 | Sedang |
| 0, 60 - 0, 799 | Kuat |
| 0, 80 - 1, 000 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono, 2014

Dari tabel 4 juga diperoleh koefisien determinasi (*R Square/*) sebesar 0,562, yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (media sosial Instagram @motionmanado) terhadap variabel terikat (minat mendengarkan siaran radio) sebesar 56,2% sedangkan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan atau dibahas dalam penelitian ini. **Pengujian Hipotesis;** Metode yang digunakan untuk menguji tingkat kenyataan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah dengan menggunakan alat uji t (*t test*). Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05; Ho akan diterima jika nilai signifkansi lebih besar > dari 0,05; Ha akan diterima jika nilai signifikansi lebih kecil < dari 0,05; Membandingkan nilai dengan< : Ha akan diterima jika nilai > . Ho akan diterima jika nilai < . Dibawah ini merupakan hasil uji perhitungan Uji T dengan menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS 16.0, sebagai berikut :

**Tabel 6**

**Hasil Uji Perhitungan Uji T**

| **Coefficientsa** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 11.715 | 3.290 |  | 3.561 | .001 |
| Instagram @motionmanado | .738 | .067 | .750 | 10.978 | .000 |
| a. Dependent Variable: Minat Mendengarkan Radio  Sumber: Hasil olah data, 2021 | | | |  |  |  |

Hipotesis :

Ha: Terdapat pengaruh media sosial Instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado

H0: Tidak terdapat pengaruh media sosial Instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado

Kriteria pengambilan keputusan :

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan atau *probability* sebesar 0,05 (5%) dan dengan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) sebesar :

df = n – 2

= 96 – 2

= **94**

Ket : n = total sample

Dari perhitungan tersebut, maka diperoleh nilai **ttabel = 1,985**. Sehingga dapat dilihat dari tabel 6, hasil pengujian statisik dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial Instagram @motionmanado (X) berpengaruh terhadap variabel minat mendengarkan siaran radio (Y). Dan berdasarkan nilai t, diperoleh nilai sebesar 10,978 yang mana dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa lebih besar dari sebesar 1,985 (10,978 > 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial Instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado. **Pembahasan Hasil Penelitian;** Perkembangan teknologi telah membuat manusia semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Dengan adanya media sosial yang dimiliki sebuah media massa salah satunya radio, membuat para pendengarnya bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan hanya dengan melihat akun media sosial radio tersebut. Penelitian pada pengaruh media sosial Instagram terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado (studi kasus pada pengikut di akun Instagram @motionmanado) memberikan hasil yang positif, yaitu terdapatnya pengaruh media sosial instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana variabel media sosial Instagram (X) terhadap minat mendengarkan siaran radio (Y) yaitu Y = 11,715 + 0,738 X, yang berarti jika media sosial Instagram @motionmanado meningkat 1% maka akan meningkatkan minat mendengarkan siaran radio sebesar 0,738. Melalui persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengikut Instagram @motionmanado mengunjungi halaman akun @motionmanado maka semakin tinggi pula munculnya minat mendengarkan siaran radio. Hal ini sesuai dengan konsep teori AIDA yang diperkenalkan oleh Elias St. Elmo Lewis (1898), bahwa produk dalam hal ini program siaran radio Motion FM yang dipromosikan pada halaman akun Instagram @motionmanado untuk mendapatkan perhatian dan ketertarikan yang dapat menimbulkan keinginan untuk mendengarkan siaran radio dari pengikut. Setelah pengikut merasa tertarik terhadap program siaran yang dipromosikan pada akun @motionmanado serta cukup mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan maka disitulah muncul tindakan (*action*) dari para pengikut untuk mulai mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Jessica Wowor (2015: 13), juga menjelaskan bahwa sehubung dengan teori AIDA, di mana bentuk promosi produk (program siaran) sebagai stimulus mampu menarik perhatian dari masyarakat untuk memutuskan tindakan yang diambil dalam merespon produk yang sudah dipromosikan tersebut, baik dalam bentuk membeli, menggunakan, bahkan dalam hal ini konteks program radio, maka pendengar memutuskan untuk mulai mendengarkan siaran radio. Dalam hal ini, dapat disimpulkan terdapat pengaruh Media Sosial Intagram @motionmanado terhadap Minat Mendengarkan Siaran Radio Motion 91,8 FM Manado. Dalam penelitian ini, hasil pengujian koefisien korelasi juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel media sosial Instagram @motionmanado (X) terhadap variabel minat mendengarkan siaran radio (Y) sebesar 56,2%. Dalam pengujian hipotesis diketahui nilai signifikansi yang didapat lebih kecil dari 0,05 dan nilai lebih besar dari , . Diketahui nilai sebesar 10,978 lebih besar dari sebesar 1,985 sehingga dapat diambil keputusan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial Instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado.

**KESIMPULAN**

D

ari hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif yang kuat antara media sosial Instagram @motionmanado terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado yaitu sebesar 56,2% sedangkan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan atau dibahas dalam penelitian ini. Secara hasil uji t atau parsial, media sosial Instgram @motionmanado berpengaruh positif terhadap minat mendengarkan siaran radio Motion 91,8 FM Manado. Diketahui nilai sebesar 10,978 lebih besar dari sebesar 1,985 (10,978 > 1,985), sehingga dapat diambil keputusan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Melalui persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini juga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengikut Instagram @motionmanado mengunjungi halaman akun @motionmanado maka semakin tinggi pula munculnya minat mendengarkan siaran radio. Dalam penelitian ini media sosial Instagram @motionmanado memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat mendengarkan radio, dimana sebagian *followers* yang awalnya belum mengetahui program-program di Motion Radio akhirnya bisa mengetahui hal tersebut karena adanya Instagram, khususnya pada halaman akun @motionmanado yang selalu menyertakan program, topik pembahasan pada program tersebut hingga bintang tamu yang dihadirkan dengan penyajian yang menarik sehingga membuat *followers* tertarik dan memutuskan untuk mendengarkan siaran radio.

DAFTAR PUSTAKA

Cangara. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Gani, Irawan, dan Siti Amalia, 2015, *ALAT ANALISIS DATA - Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*, Edisi 1, CV. Andi Offset, Yogyakarta

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana.

Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Siswanto dan Suyatno, 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional*.Klaten: Bossscript

Suharsimi, Arikunto. 1983. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

**Sumber Lain :**

Dwi, Ridwan A.M. 2017. *Pengaruh Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Mendengarkan Radio DJFM Surabaya*. Tesis. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi. Almamater Wartawan. Surabaya.

Karauan, Ternovela Angelia. 2018. *Strategi Penyiaran Radio Motion FM Manado Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar*. Manado: Universitas Sam Ratulangi. Acta Diurna Komunikasi

Wowor, Jessica Christiana. 2015. *Pengaruh Iklan Komersial Di Radio Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Bahu Kota Manado.* Manado: Universitas Sam Ratulangi. Acta Diurna Komunikasi