

Persepsi *Z Generation* terhadap *Substitutability* dan *Complementary Music Streaming Services*

Dyah Kurnia Sasanti, Kurnia

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

STIKOM Interstudi

Jakarta, Indonesia

dyahkurniaa@gmail.com, kurnia.add@gmail.com

Abstract—Currently, Music Streaming Services is one of the digital broadcasting platforms that has penetration of generation z users who have the potential to become competitors of conventional digital broadcasting. This phenomenon is interesting to understand regarding the perception of generation z in the use of Music Streaming Services as a digital broadcasting platform, whether it is only used as media substitution or used as complementary media. This study aims to understand the perception of the generation z audience towards substitutability and complementary media. This study is a quantitative study with respondents of generation z users Music Streaming Services. The sampling technique used in this research is Purposive Sampling with a sample size of 100 respondents Lemeshow. Data were obtained through the distribution of online questionnaires based on a Likert measurement scale of 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). The data were tested and analyzed using Partial Least Square (PLS) with the stages of testing the measurement model through validity and reliability tests, as well as structural model testing (Structural Equation Modeling) to assess the significance of the research hypothesis. The results of this study indicate that Audience Perception can explain the perception of generation z towards the use of Music Streaming Services as a Digital Broadcasting Platform. Generation z perceives that Music Streaming Services is a Digital Broadcasting Platform that can replace (substitution media) or complement (complementary media) the use of Music Broadcasting conventional. This study also shows the phenomenon of switching the functional role of Music Streaming Services, which is a Digital Broadcasting Platform which is seen as more dominant as a medium that has replaced the existence of Music Streaming Services Music Broadcasting conventional.

Keywords—*Generation Z Perception, Substitutability Media, Complementary Media, Music Streaming Services, Digital Broadcasting Platform.*

Abstrak—Saat ini Music Streaming Services merupakan salah satu digital broadcasting platform yang memiliki penetrasi pengguna generasi z yang berpotensi menjadi kompetitor digital broadcasting konvensional. Fenomena ini menarik untuk dipahami terkait persepsi generasi z dalam penggunaan Music Streaming Services sebagai digital broadcasting platform, apakah hanya digunakan sebagai substitusi media atau digunakan sebagai complementary media. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi audiens generasi z terhadap substitutability dan complementary Media. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan responden generasi z pengguna Music Streaming Services. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Purposive Sampling dengan ukuran sampel Lemeshow sejumlah 100 responden. Data diperoleh melalui distribusi kuesioner online yang disusun berdasarkan skala pengukuran likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Data diuji dan dianalisis dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan tahapan pengujian model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian model struktural (Structural Equation Modeling) untuk menilai signifikansi hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Audiences Perception dapat menjelaskan persepsi generasi z terhadap penggunaan Music Streaming Services sebagai Digital Broadcasting Platform. Generasi z mempersepsikan bahwa Music Streaming Services merupakan Digital Broadcasting Platform yang dapat menggantikan (substitution media) maupun melengkapi (complementary media) penggunaan Music Broadcasting konvensional. Penelitian ini juga menunjukkan adanya fenomena perpindahan peran fungsional Music Streaming Services merupakan Digital Broadcasting Platform yang terlihat lebih dominan sebagai media yang telah menggantikan keberadaan Music Broadcasting konvensional.

Kata Kunci—*Generasi Z Perception, Substitutability Media, Complementary Media, Music Streaming Service, Digital Broadcasting Platform.*

I. PENDAHULUAN

Saat ini teknologi informasi memudahkan untuk mencari dan menyebarluaskan informasi (Nurullita, Prasetyawati, Tinggi, Komunikasi, & Studi, 2019). Potensi teknologi dan konten penyiaran digital telah dimanfaatkan pada berbagai bidang industri (Kim, R., Olfman, L., Ryan, T. and Eryilmaz, 2014). Keberagaman bentuk media penyiaran secara universal tetap memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai saluran komunikasi (Sandra, 2019).

Media digital khususnya, telah menjadi bagian penting dalam media penyiaran yang mengubah cara produksi dan pendistribusian media (Chakraborty, 2012). Khususnya bagi generasi z yang saat ini merupakan segmen paling potensial pada media platform yang berbasis digital dan teknologi (IDN, 2020). Terdapat sebuah penelitian yang menyatakan pemakaian smartphone sebagian besar diakses oleh anak muda yang digunakan untuk aktivitas ke internet, sosial media, streaming video atau musik (Stenly, 2020).

Generasi Z adalah generasi yang hidup dalam lingkungan teknologi dan generasi ini seringkali dianggap sebagai glass generation, screenagers, digital natives, dan

wired generation karena kemampuannya dalam berinteraksi, bersosialisasi, berkomunikasi seutuhnya berkaitan dengan penggunaan media digital, screen media, dan platform jejaring massa (Williams, 2015). Generasi Z dianggap sebagai generasi yang mudah menavigasikan beragam mobile digital platform. Generasi ini adalah generasi yang lahir dan tumbuh bertepatan dengan tahun di mana beragam aplikasi lahir dan berkembang termasuk diantaranya iPad (Jha, 2020) yang merupakan salah satu inovator music streaming services berbasis digital.

Berdasarkan data Nielsen (2017), hampir 60% audiens generasi z music streaming services media menggunakan dua atau lebih aplikasi musik (Chan-Olmsted, Wang, & Hwang, 2020). Hal ini dikarenakan bagi audiens yang tumbuh dalam lingkungan media digital (termasuk generasi z), Music Streaming Services dianggap sebagai media yang relevan (Miller, 2017).

Music Streaming Services merupakan salah satu digital broadcasting platform yang memiliki penetrasi pengguna mencapai 8.3% pada tahun 2021 dan diproyeksikan terus meningkat hingga 11.6% pada tahun 2025. Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan Music Streaming Services juga meningkat 16.7% di tahun 2021. Namun potensi ini masih belum dapat melampaui potensi pendapatan yang diperoleh dari Music Conventional Broadcasting Platform seperti FM Radio pada media konvensional yang saat ini (2021) mencapai revenue sebesar 25.2% (STATISTA, 2021).

Hal ini mengindikasikan bahwa selain menggunakan Music Streaming Services sebagai digital broadcasting platform audiens generasi z juga tetap menggunakan Music, Radio & Podcast segment pada conventional broadcasting platform. Fenomena ini menarik untuk dipahami terkait audiens generasi z mempersepsikan penggunaan Music Streaming Services sebagai digital broadcasting platform, apakah hanya digunakan sebagai substitusi media atau digunakan sebagai complementary media. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi audiens generasi z terhadap substitutability dan complementary Music Streaming Services.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi audiens generasi z pengguna Music Streaming Services. Sampel penelitian ditetapkan dengan menggunakan perhitungan Sample Size Lemeshow sehingga didapatkan jumlah sampel penelitian yaitu 100 responden. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling dengan kriteria generasi z pengguna aktif music streaming services dengan spending time minimum penggunaan 2 jam dalam sehari. Indikator variabel penelitian diadopsi dari penelitian terdahulu oleh Olmsted dan Wang, (2019), terdiri atas 16 item indikator yang mengukur variabel persepsi audiens generasi z, 4 item indikator yang mengukur variabel Subtitutability dan 3 item indikator yang mengukur variabel Complementary.

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google form dengan skala pengukuran likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan tahapan pengujian model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian model struktural (Structural Equation Modeling) untuk menilai signifikansi hipotesis penelitian.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Seluruh responden dalam penelitian ini adalah pengguna *Music Streaming Services*. Seluruh responden mayoritas menggunakan *Music Streaming Services* dalam sehari dengan rata – rata durasi 2 jam (57%). Usia responden mayoritas 18 – 24 tahun (53%) dan berjenis kelamin perempuan (77%). Alasan mayoritas responden menggunakan *Music Streaming Services* adalah karena untuk memperoleh hiburan (75%).

Hasil pengukuran model yang ada pada tabel 1 menunjukkan masing-masing indikator pada variabel memiliki nilai *outer loading* diatas 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing variabel juga menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari 0,50 sehingga dapat dipastikan bahwa seluruh indikator telah teruji validitasnya (Boonlertvanich, 2019). Hasil *Composite Reliability* (CR) masing-masing variabel juga telah melebihi 0,70 yang menandakan bahwa keseluruhan variabel penelitian teruji reliabilitasnya (Cakici et al, 2019).

TABEL 1. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Variable	Mean	AVE (>0,50)	CR (>0,70)
AP	3.859	0.899	0.909
SM	3.840	0.786	0.936
CM	3.937	0.794	0.921

Note: AP (Audience Perception), CM (Complementary Media), SM (Subtitutability Media), AVE (Average Varian Extracted), CR (Composite Reliability)

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2021.

Nilai Koefisien Determinasi (R²) dalam penelitian ini yang tertera pada tabel 2 sebesar 0,450 & 0,483 menunjukkan bahwa *Subtitutability Media* (48,3%) dan *Complementary Media* (45%) cukup kuat dijelaskan oleh variabel *Audiences Perception*. 48,3% *Subtitutability Media* dapat dijelaskan oleh *Audiences Perception* sedangkan 51,7.% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. 45% *Complementary Media* dapat dijelaskan oleh *Audiences Perception* sedangkan 55% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

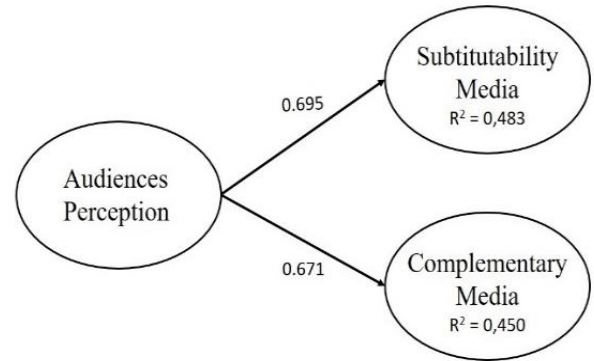
Hasil pengujian hipotesis pada tabel 2 menunjukkan bahwa *Audiences Perception* terbukti berpengaruh positif terhadap *Substitutability Media* ($T \text{ Stat} = 11.290, \beta = 0.695, p = 0.000$) dan *Complementary Media* ($T \text{ Stat} = 9.473, \beta = 0.671, p = 0.000$). Hal ini membuktikan bahwa milenial mempersepsikan penggunaan *Music Streaming Services* sebagai *digital platform* yang dapat berfungsi sebagai media substitusi (media pengganti *Music Broadcasting* konvensional) maupun sebagai media komplementari (media pelengkapan *Music Broadcasting* konvensional).

TABEL 2. UJI HIPOTESIS

Hypothesis	Coefficient	T Statistic	P Values	Result
H1 AP -> SM	0.695	11.290	0,000	Support
H2 AP -> CM	0.671	9.473	0,000	Support
$R^2 : 0,483 (48,3\%) \ \& \ 0,450 (45\%)$				
<i>Note: AP (Audience Perception / Persepsi Audiens), CM (Complementary Media / Media Pelengkap), SM (Substitutability Media / Media Pengganti),</i>				

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2021.

Model hasil penelitian pada Gambar 2 menunjukkan bahwa *Audiences Perception* lebih besar ($\beta = 0.695$) mempengaruhi *Substitutability Media*. Hal ini menjelaskan bahwa milenial mempersepsikan *Music Streaming Services* sebagai *digital platform* yang lebih berfungsi untuk menggantikan *Music Broadcasting* konvensional dibandingkan sebagai media yang melengkapi penggunaan *Music Broadcasting* konvensional. Hal ini juga didukung data deskriptif pada rata-rata nilai mean variabel *Substitutability Media* (3.840) yang menjelaskan bahwa responden milenial menganggap *Music Streaming Services* pada dasarnya telah dapat menggantikan *Music Broadcasting* konvensional karena *Music Streaming Services* secara konsisten menawarkan konten Music yang dapat memenuhi kebutuhan dan layanan Music yang selama ini mereka harapkan. Disisi lain melalui data deskriptif yang diperoleh dari rata-rata nilai mean variabel *Complementary Media* (3.397) juga dapat dijelaskan bahwa sekalipun *Music Streaming Services* secara dominan menggantikan *Music Broadcasting* konvensional, responden generasi z juga menganggap bahwa *keberadaan Music Streaming Services* dapat menambah ragam variasi penggunaan *Music Broadcasting* dan akan menjadi support system yang melengkapi *keberadaan Music Broadcasting* konvensional (*complementary media*).



Gambar 1. Model Hasil Penelitian

(Sumber: Hasil olah data penelitian, 2020)

IV. KESIMPULAN

Penelitian telah membuktikan bahwa *Audiences Perception* dapat menjelaskan persepsi audiens generasi z terhadap penggunaan *Music Streaming Services* sebagai *Digital Broadcasting Platform*. Audiens generasi z mempersepsikan bahwa *Music Streaming Services* merupakan *Digital Broadcasting Platform* yang dapat menggantikan (*subtitution media*) maupun melengkapi (*complementary media*) penggunaan *Music Broadcasting* konvensional.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya fenomena perpindahan peran fungsional *Music Streaming Services* merupakan *Digital Broadcasting Platform* yang terlihat lebih dominan sebagai media yang telah menggantikan keberadaan *Music Broadcasting* konvensional.

Hal ini menunjukkan bahwa *Music Broadcasting* konvensional harus konsisten untuk melakukan transformasi maupun melakukan ekstensi chanel medianya agar tidak tergantikan oleh *Digital Streaming Services* sebagai *Broadcasting Platform*. Chanel Extention juga dapat dipertimbangkan sebagai salah satu alternatif pendekatan strategi bagi *Music Broadcasting* konvensional agar mampu bertahan dan bersaing memperebutkan preferensi audiens.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya; kemampuan *Audiences Perception* dalam menjelaskan fungsi *Substitutability* dan *Complementary Media* masih belum kuat (dibawah 50%). Hal ini membuka kesempatan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat memahami fungsi media bagi generasi z dari pendekatan persepsi dan pendekatan lainnya misalkan dengan menambahkan variabel *perceived value* atau motif hedonik dan utilitarian sebagai bagian dari preferensi penggunaan media agar diperoleh temuan beragam pada bidang komunikasi dan *Broadcasting Media*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube? *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 364–377. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.058>
- [2] Boonlertvanich. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>
- [3] Cakici et al. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism Review*, 74(3), 443–462. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0025>
- [4] Cha, J. (2014). Usage of video sharing websites: Drivers and barriers. *Telematics and Informatics*, 31(1), 16–26. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.01.003>
- [5] Chakraborty. (2012). The Impact of Social Media on Broadcast Media. *The Impact of Social Media on Broadcast Media*.
- [6] Chan-Olmsted, S., Wang, R., & Hwang, K. H. (2020). Substitutability and complementarity of broadcast radio and music streaming services: The millennial perspective. *Mobile Media and Communication*, 8(2), 209–228. <https://doi.org/10.1177/2050157919856647>
- [7] Dolot, A. (2018). *New trends in management The Characteristics of Generation Z*. 2(2).
- [8] Ensari, M. S. (2017). *A study on the differences of entrepreneurship potential among generations*. (March). <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.370>
- [9] IDN. (2020). Indonesia Millennial Report. *IDN Research Institute*, 01, 61. Retrieved from <https://www.idntimes.com/indonesiamillennialreport2019>
- [10] INSIDER. (2021). The 5 best music streaming services you can subscribe to in 2021. Retrieved from <https://www.businessinsider.com/best-music-streaming-service-subscription?r=US&IR=T>
- [11] Jha, A. K. (2020). *Understanding Generation Alpha*. (August). <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>
- [12] Kim, R., Olfman, L., Ryan, T. and Eryilmaz, E. (2014). “Leveraging a personalized system to improve self-directed learning in online educational environments”, *Computers & Education*, Vol. 70 No. 1, pp. 150-160. “Leveraging a Personalized System to Improve Self-Directed Learning in Online Educational Environments”, *Computers & Education*, Vol. 70 No. 1, Pp. 150-160.
- [13] Määttänen, E. (2015). *Subscription--based music streaming services and digital marketing: Exploring consumer engagement through values*. (May), 1–63. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/38126214.pdf>
- [14] Nurullita, V., Prasetyawati, H., Tinggi, S., Komunikasi, I., & Studi, I. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TWITTER @ METROTVTODAY DALAM MEMBANGUN ENGAGEMENT DENGAN PEMIRSA PROGRAM “ PRIME TALK ” DI METRO TV Penelitian ini meneliti tentang Pemanfaatan Media Sosial Twitter dalam menghasilkan engagement hingga tingkat tertinggi dengan per. 1(1)*.
- [15] Opolska-Bielanska, A. (2019). *3 autoreferat Agata Opolska-Bielanska.pdf* (p. 45). p. 45.
- [16] Sandra. (2019). Why Use Media to Enhance Teaching and Learning. *Why Use Media to Enhance Teaching and Learning*.
- [17] STATISTA. (2021). Music, Radio & Podcasts. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/amo/media/music-radio-podcasts/worldwide>
- [18] Stenly, E. (2020). *SMARTPHONE APPLICATION EFFECTS ON USER ' S INTERPERSONAL COMMUNICATION SELF ESTEEM*. 5(2).
- [19] Weijters, B., Goedertier, F., & Verstreken, S. (2014). Online Music Consumption in Today’s Technological Context: Putting the Influence of Ethics in Perspective. *Journal of Business Ethics*, 124(4), 537–550. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1892-y>
- [20] Williams, A. (2015). Meet Alpha: The Next ‘Next Generation’. Retrieved from https://www.nytimes.com/2015/09/19/fashion/meet-alpha-the-next-next-generation.html?_r=0

LAMPIRAN

OPERASIONALISASI INDIKATOR DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Indikator	Pernyataan	Sumber
Pelarian dari Realita (Escapism)	Spotify membantu saya untuk sejenak keluar dari realitas keseharian	Seo & Green, 2008
	Spotify membuat saya merasa santai	
	Mendengarkan Spotify membantu saya untuk melupakan sejenak pekerjaan atau beban saya	
Hiburan (Entertainment)	Mendengarkan Spotify menyenangkan	Ko, Cho, & Roberts, 2005; Stark & Weichselbaum, 2013
	Mendengarkan Spotify menghibur	
Kebiasaan (Habit)	Mendengarkan Spotify adalah bagian dari kehidupan rutin	LaRose, Lin, & Eastin, 2003
	Mendengarkan Spotify adalah kebiasaan	
	Mendengarkan Spotify adalah hal yang saya lakukan tanpa benar-benar memikirkannya	
Informasi (Information)	Saya mendengarkan Spotify untuk mendapatkan akses cepat dan mudah ke informasi audio podcast yang saya sukai	Seo & Green, 2008
	Saya mendengarkan Spotify untuk mendapatkan berbagai informasi audio podcast yang saya sukai	
	Saya mendengarkan Spotify untuk mengetahui tentang perkembangan audio podcast Internasional	
Mengisi Waktu (Pastime)	Saya mendengarkan Spotify untuk menghabiskan waktu	Cha & Chan-Olmsted, 2012; Seo & Green, 2008
	Saya mendengarkan Spotify untuk mengisi waktu luang	
	Saya mendengarkan Spotify ketika tidak ada yang lebih baik untuk didengarkan	
Sosial (Social)	Saya mendengarkan Spotify agar dapat terhubung dengan playlist teman – teman saya	Lonsdale & North, 2011

	Mendengarkan Spotify adalah kegiatan yang saya dan teman – teman saya lakukan untuk menghabiskan waktu bersama secara Online	
Substitutabilitas (Substitutability)	Saya mendengarkan Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) menawarkan konten Music yang konsisten?	Flavián & Gurrea, 2007
	Menurut saya Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) memenuhi kebutuhan Music yang konsisten?	
	Menurut saya Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) menawarkan jenis layanan Music yang konsisten?	
	Menurut saya Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) adalah layanan Music yang konsisten?	
Komplementaritas (Complementarity)	Menurut saya Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) melengkapi keberadaan radio broadcast	Olmsted & Wang, 2019
	Menurut saya Pelayanan Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) memiliki support system yang melengkapi radio broadcast	
	Menurut saya Aplikasi Music Streaming Services (Spotify, Joox, etc) menambah nilai layanan radio broadcast?	