



Interaktivitas Pendengar Melalui Fitur Interaktif RRI Digital pada Kanal RRI Pro 2 Samarinda

Aulia Lun Ananda Putri¹, Silviana Purwanti², Nurliah³, Dony Kristian⁴

Universitas Mulawarman, Kalimantan Timur¹²³⁴
Jalan Kuaro Gunung Kelua, Kota Samarinda 75117

e-mail : aualialun@gmail.com¹, silvianapurwanti@fisip.unmul.ac.id², nurliah.simollah@fisip.unmul.ac.id³,
donykristian@fisip.unmul.ac.id⁴

Abstract

RRI Digital provides interactive features to support communication between listeners and broadcasters. However, on the Pro 2 Samarinda channel, these features have not become the primary space for interaction. This study aims to understand listeners' experiences of interactivity through RRI Digital's interactive features based on the Theory of Interactive Media Effects, which comprises modality interactivity, message interactivity, and source interactivity. This study employs a descriptive qualitative approach within a constructivist paradigm, using interviews with five listeners, observation, and documentation. The findings show that, in terms of modality interactivity, RRI Digital is primarily used to access broadcasts, with feature usage influenced by ease of use and clarity of function. In terms of message interactivity, listeners interact more frequently through Instagram and WhatsApp because these platforms are perceived as easier to use and more likely to receive responses from broadcasters. Meanwhile, source interactivity indicates that broadcasters' responsiveness and communication style play an important role in encouraging listener engagement. Overall, interactivity in radio streaming applications is shaped not only by the availability of interactive features but also by users' experiences with the application, their choice of communication platforms, and broadcasters' responses.

Keywords: *Interactivity, Interactive Feature, Radio Streaming Application, RRI Digital*

Abstrak

RRI Digital menyediakan fitur interaktif untuk mendukung komunikasi antara pendengar dan penyiar, tetapi penggunaannya pada kanal Pro 2 Samarinda belum menjadi ruang utama interaksi. Penelitian ini bertujuan memahami pengalaman interaktivitas pendengar melalui fitur interaktif RRI Digital berdasarkan *Theory of Interactive Media Effects* yang mencakup *modality interactivity*, *message interactivity*, dan *source interactivity*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis melalui wawancara terhadap lima pendengar, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada *modality interactivity*, RRI Digital lebih banyak digunakan untuk mengakses siaran dengan penggunaan fitur yang dipengaruhi oleh kemudahan dan kejelasan fungsi. Pada *message interactivity*, pendengar lebih banyak berinteraksi melalui Instagram dan WhatsApp karena dianggap lebih mudah dan berpeluang memperoleh respons penyiar. Sementara itu, *source interactivity* menunjukkan bahwa respons dan gaya komunikasi penyiar berperan dalam mendorong keterlibatan pendengar. Secara keseluruhan, interaktivitas pada aplikasi *streaming* radio tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fitur, tetapi juga oleh pengalaman penggunaan aplikasi, pilihan media komunikasi, dan respons penyiar.

Kata Kunci: *Interaktivitas, Fitur Interaktif, Aplikasi Streaming Radio, RRI Digital*

PENDAHULUAN

Radio tidak lagi diposisikan sebagai media penyiaran satu arah, tetapi dituntut mampu membangun komunikasi dua arah yang melibatkan pendengar secara aktif. Transformasi digital mendorong lembaga penyiaran mengembangkan strategi berbasis platform digital agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumsi media. Menurut GoodStats (2024), sebanyak 10,3% masyarakat Indonesia masih mendengarkan radio. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa radio masih memiliki audiens, namun perlu mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana distribusi konten sekaligus membangun interaktivitas dengan pendengar. Rahmawati & Santoso (2025) menjelaskan bahwa pendekatan *multiplatform* memungkinkan radio mengintegrasikan fungsi penyiaran dan komunikasi melalui media digital.

Perkembangan media digital memungkinkan integrasi berbagai jenis konten, seperti teks, audio, dan visual dalam satu sistem yang saling terhubung (Lister dkk., 2009). Digitalisasi juga menjadikan media lebih dinamis dengan menyediakan ruang interaksi antara pengguna dan media (Gushevinalti, Suminar, & Sunaryanto, 2020). Sejalan dengan perkembangan tersebut, LPP RRI mengembangkan RRI Digital sebagai aplikasi resmi radio *streaming* yang menyediakan berbagai fitur interaktif, seperti *live chat*, layanan audio dan audiovisual, kontrol pengguna, serta integrasi dengan platform digital lainnya. Melalui fitur-fitur tersebut, RRI Digital diharapkan menjadi ruang komunikasi dua arah yang mampu memperkuat keterlibatan pendengar selama siaran berlangsung.

Salah satu program yang mengoptimalkan pemanfaatan RRI Digital adalah RRI Pro 2 Samarinda yang menyasar pendengar berusia 13–30 tahun dengan konten musik, gaya hidup, dan isu anak muda (Radio Republik Indonesia, 2026). Pada tahun 2025, RRI Samarinda memperkuat strategi transformasi digital melalui optimalisasi *live streaming* berbasis audio-visual dan integrasi berbagai konten digital dalam RRI Digital, seperti podcast, video dialog, *feature*, video komedi pendek, dan siaran luar studio. Penguatan tersebut bertujuan meningkatkan keterlibatan pendengar sehingga RRI Digital dapat menjadi media utama interaksi antara penyiar dan pendengar.

Namun, implementasi strategi tersebut belum diikuti oleh tingkat partisipasi pendengar yang optimal. Berdasarkan Data Respon Pendengar Pro 2 Samarinda Tahun 2025, kanal RRI Pro 2 Samarinda diakses sekitar 26.000 kali, tetapi interaksi yang tercatat melalui fitur *live chat* hanya mencapai 79 komentar, terdiri atas 65 komentar mengenai isi siaran dan 14 komentar berupa *request* lagu. Perbandingan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya jumlah akses kanal dengan rendahnya pemanfaatan fitur interaktif yang tersedia. Penyiar bahkan telah secara konsisten mengajak pendengar untuk memanfaatkan fitur interaktif RRI Digital selama siaran berlangsung. Kondisi tersebut semakin terlihat ketika dibandingkan dengan interaksi pendengar melalui media sosial. Pada periode yang sama, fitur *question box* Instagram RRI Pro 2 Samarinda memperoleh rata-rata sekitar 12 respons setiap hari, sedangkan fitur *polling* memperoleh sekitar 47 respons pada setiap program interaktif.

Penelitian mengenai pemanfaatan media digital dalam penyiaran radio telah banyak dilakukan. Hapsari & Maulana (2023) mengkaji pemanfaatan TikTok untuk meningkatkan interaktivitas audiens dan *brand awareness* di TraxFM Semarang. Rusmana dkk. (2024) menyoroti peran media sosial dalam membangun *audience engagement* di PRFM Radio Bandung. Cahyaalfia & Basori (2025) membahas pengelolaan *website streaming* sebagai strategi peningkatan keterlibatan pendengar di Radio Sonora Semarang. Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital radio telah dikaji melalui berbagai media digital, seperti media sosial dan *website streaming*. Kajian-kajian tersebut memperlihatkan bahwa media digital dapat menjadi bagian dari upaya radio membangun hubungan dengan audiens. Namun, temuan tersebut belum memberi gambaran ketika interaksi berlangsung melalui fitur yang memang dirancang untuk berinteraksi dalam sebuah platform radio.

Persoalan ini terlihat pada RRI Digital, terutama pada kanal program. Aplikasi tersebut telah menyediakan fitur yang memungkinkan pendengar mengakses siaran sekaligus berinteraksi melalui pesan dan komunikasi dengan penyiar, tetapi tersedianya fitur tersebut belum menunjukkan aktivitas interaksi yang diharapkan. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang apa yang membuat pendengar menggunakan atau tidak menggunakan fitur interaktif yang tersedia dan bagaimana penggunaan fitur tersebut membentuk pengalaman interaktivitas selama siaran.

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan *Theory of Interactive Media Effects* yang dikembangkan oleh Sundar, Jia, Waddell, & Huang (2015). Teori ini memandang bahwa *interface* media digital membentuk pengalaman komunikasi pengguna melalui berbagai *affordances* yang

memungkinkan pengguna mengendalikan saluran, pesan, dan sumber komunikasi (Sundar, Xu, & Bellur, 2010). Salah satu model dalam teori ini adalah Interactivity Effects Model yang membagi interaktivitas ke dalam tiga dimensi, yaitu *modality interactivity*, *message interactivity*, dan *source interactivity*.

Ketiga dimensi tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana fitur interaktif RRI Digital membentuk pengalaman interaktivitas pendengar selama siaran berlangsung di kanal RRI Pro 2 Samarinda. Analisis difokuskan pada pengalaman pendengar dalam mengakses siaran, bertukar pesan, serta membangun keterhubungan dengan penyiar. Penelitian ini juga berupaya memahami mengapa fitur interaktif yang tersedia belum dimanfaatkan secara optimal oleh pendengar. Melalui tiga dimensi dalam Interactivity Effects Model, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana interaktivitas terbentuk dalam aplikasi *streaming* radio.

Konsep Interaktivitas

Interaktivitas berasal dari kata dasar “interaksi” yang dimaknai sebagai hubungan antara dua pihak atau lebih yang ditandai oleh adanya aksi dan respons secara timbal balik (Jati, 2023). Interaksi tersebut dapat terjadi antarindividu, antara individu dan kelompok, maupun antara individu dengan media yang memiliki sifat interaktif. Salah satu bentuknya adalah *medium-based interactivity* atau interaktivitas berbasis media yang merujuk pada beragam alat maupun fitur pada antarmuka yang memungkinkan pengguna mengakses serta berinteraksi dengan informasi (Oh & Sundar, 2015). Sundar (2004) dalam Sundar dkk. (2015) menambahkan bahwa interaktivitas juga berkaitan dengan respons yang dirasakan pengguna terhadap media atau dikenal sebagai *perceived interactivity* yang dipengaruhi oleh pengalaman, keterampilan, serta kebiasaan pengguna dalam menggunakan media.

Dari sudut pandang komunikasi, Sundar dkk. (2010) memandang interaktivitas sebagai kemampuan media yang memungkinkan pengguna mempengaruhi tiga unsur dalam proses komunikasi, yaitu sumber komunikasi/komunikator (*source*), saluran (*medium*), dan pesan (*message*). Interaktivitas pada tingkat saluran berkaitan dengan kemudahan akses, kontrol, dan fleksibilitas dalam menerima pesan. Interaktivitas pada tingkat sumber berkaitan dengan sejauh mana pengguna dapat berinteraksi serta merasakan kehadiran dan responsivitas komunikator. Sementara itu, interaktivitas pada tingkat pesan berkaitan dengan adanya hubungan timbal balik yang memungkinkan pesan berkembang melalui respons dan umpan balik selama proses komunikasi berlangsung.

Konsep Fitur Interaktif

Dalam kajian interaktivitas media milik Sundar dkk. (2015), fitur interaktif dipahami sebagai bagian dari antarmuka (*interface*) yang menyediakan berbagai fungsi dan alat yang bisa digunakan oleh pengguna. Cara pandang ini disebut pandangan fungsional interaktivitas, yaitu melihat interaktivitas dari seberapa banyak dan seberapa bermakna fungsi interaktif yang disediakan oleh media. Keberadaan fitur interaktif tidak secara otomatis menghasilkan interaktivitas apabila tidak digunakan secara aktif oleh pengguna maupun media. Pandangan fungsional memandang interaktivitas sebagai kemampuan yang sudah tertanam dalam sistem media melalui fitur-fitur yang tersedia (Sundar dkk., 2015). Melalui fitur interaktif tersebut, pengguna dapat berinteraksi langsung dengan media, misalnya dengan memilih atau mengatur konten, serta berinteraksi dengan pengguna lain melalui fasilitas yang disediakan.

Penelitian ini memposisikan fitur interaktif sebagai bagian dari *interface* media yang memungkinkan pendengar mengakses siaran, bertukar pesan, dan berinteraksi dengan penyiar. Penelitian ini tidak berupaya mengevaluasi fungsi teknis dari masing-masing fitur pada RRI Digital. Sebaliknya, fitur interaktif dipandang sebagai sarana yang memungkinkan munculnya pengalaman interaktivitas pendengar. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana pendengar memaknai pengalaman tersebut melalui dimensi *modality interactivity*, *message interactivity*, dan *source interactivity*.

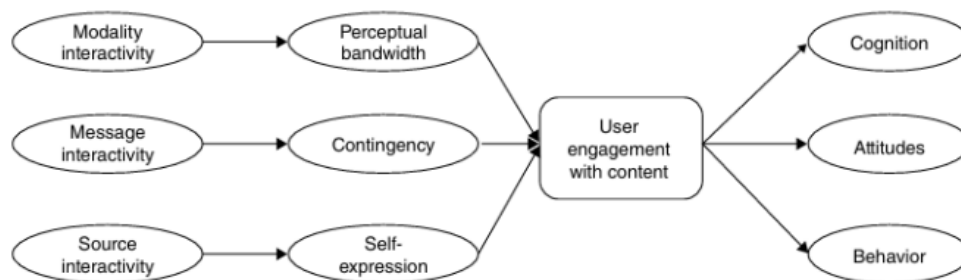
Pandangan tersebut sejalan dengan beberapa prinsip ideal interface yang dijabarkan Wiwesa (2021), yaitu *offer informative feedback*, *support internal locus of control*, dan *cater to universal usability*. Saleh & Azul (2016) turut menyebutkan bahwa fitur interaktif berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna terhadap interaksi daring. Temuan ini perlu didukung pula oleh pengalaman interaktivitas pengguna saat mengakses media serta kualitas konten selama proses interaksi berlangsung.

Theory of Interactive Media Effects (TIME)

Theory of Interactive Media Effects dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana *interface* dalam media digital mempengaruhi pengalaman dan proses komunikasi pengguna (Sundar dkk., 2015). Sundar

dkk. (2010) memandang interaktivitas sebagai sekumpulan *affordance* (kemampuan fitur) yang memungkinkan pengguna untuk memiliki kendali dalam tiga unsur komunikasi, yaitu komunikator (sumber), media/saluran, dan pesan. Ketiga unsur ini digunakan untuk memberikan definisi konseptual dan operasional demi memahami interaktivitas pada perspektif komunikasi.

Berdasarkan kerangka tersebut, TIME menggunakan 4 model untuk menjelaskan bagaimana interface memberikan efek pada pengguna. Penelitian ini menggunakan *Interactivity Effects Model* yang membagi interaktivitas ke dalam tiga bentuk, yaitu *modality interactivity*, *message interactivity*, dan *source interactivity* yang masing-masing merepresentasikan bagaimana interaktivitas dirasakan pada tingkat saluran, pesan, dan sumber. Ketiga bentuk ini digunakan sebagai alat bantu analisis dalam penelitian untuk memahami bagaimana fitur interaktif membentuk pengalaman komunikasi pendengar secara lebih spesifik, terutama dorongan pendengar untuk berinteraksi. Variabel psikologis dalam model ini dipahami bukan sebagai kajian psikologi, melainkan sebagai proses dalam komunikasi yang menjelaskan bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan dimaknai melalui penggunaan fitur interaktif.



Gambar 1 Interactivity Effects Model
 Sumber: The Handbook of the Psychology of Communication
 Technology (2015)

Model ini menjelaskan hubungan antara interaktivitas media dan efek komunikasi yang tercermin dalam perubahan pada aspek kognisi, sikap, dan perilaku audiens (pengalaman interaktivitas pengguna). Semakin banyak cara pengguna bisa berinteraksi, maka semakin tinggi keterlibatan pengguna dengan media (Sundar dkk., 2015).

Modality interactivity berkaitan dengan cara pengguna berinteraksi dengan tampilan atau bentuk media. Dimensi interaktivitas ini mempengaruhi persepsi, yaitu sejauh mana pengguna merasa media mampu menyajikan informasi secara kaya dan mudah diakses. Wang & Haigh (2024) menunjukkan bahwa *modality interactivity* berkaitan dengan bentuk interaksi teknis pengguna dengan media sehingga dapat memengaruhi pengalaman keterlibatan pengguna (*engagement*), persepsi kenyamanan penggunaan, serta kemudahan dalam menerima informasi. Terdapat 3 aspek yang dapat digunakan untuk mendukung komunikasi efektif melalui *modality interactivity* (Sundar dkk., 2010): 1) Kesesuaian bentuk interaksi dan penyajian pesan dengan kebutuhan pengguna, 2) Kenyamanan dalam menerima informasi agar tidak mengganggu fokus dan pemahaman pesan melalui kontrol beban persepsi saat menerima pesan, 3) Keselarasan tampilan media seperti teks, audio, visual, hingga animasi.

Message interactivity berkaitan dengan kemampuan pengguna untuk berinteraksi dengan isi pesan, seperti memilih konten, memberi respons, atau mempengaruhi alur pesan. *Message interactivity* merujuk pada kemampuan suatu sistem dalam memfasilitasi komunikasi timbal balik melalui proses pertukaran pesan yang saling berkaitan (Oh & Sundar, 2015). Tingkat interaktivitas tersebut ditentukan oleh kemampuan sistem dalam memahami pesan sebelumnya maupun konteks percakapan yang telah berlangsung, sehingga sistem dapat memberikan respons yang sesuai terhadap masukan pengguna. Hasil penelitian Dou & Sundar (2026) menunjukkan bahwa *message interactivity* berpengaruh positif terhadap hubungan organisasi dan publik di media daring. Interaksi pesan yang tinggi membuat organisasi dipandang lebih responsif dan terbuka, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan hubungan yang lebih baik dengan publik. Dimensi ini mempengaruhi kondisi pengguna, seperti rasa terlibat, fokus, dan relevansi terhadap pesan hingga mampu mendorong pengguna untuk lebih terlibat dengan konten.

Source interactivity merujuk pada sejauh mana media memungkinkan pengguna memandang sumber pesan sebagai pihak yang dapat dijangkau, responsif, dan hadir secara sosial dalam proses komunikasi (Sundar dkk., 2015). Interaktivitas ini berkaitan dengan pengalaman pengguna dalam membangun keterhubungan dengan sumber komunikasi melalui kehadiran sosial dan pengakuan identitas dalam media digital. Penelitian Jung & Sundar (2022) juga menunjukkan bahwa fitur media digital, seperti *customization* dan interaksi pada media sosial dapat memperkuat keterhubungan pengguna dengan sumber komunikasi melalui pengalaman interaksi yang lebih personal dan partisipatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman pengalaman interaktivitas pendengar dalam memanfaatkan fitur interaktif pada aplikasi RRI Digital di kanal RRI Pro 2 Samarinda. Paradigma konstruktivis memandang interaktivitas sebagai pengalaman yang dibentuk melalui proses pemaknaan pengguna terhadap media, sehingga penelitian diarahkan untuk mengeksplorasi bagaimana pendengar mengakses siaran, berinteraksi dengan penyiar, serta memaknai fitur interaktif yang tersedia.

Penelitian dilaksanakan di LPP RRI Samarinda dan berfokus pada penggunaan RRI Digital pada kanal RRI Pro 2 Samarinda selama tahun 2025. Tahun 2025 dipilih karena periode tersebut menunjukkan penguatan strategi digital RRI Samarinda. Data penggunaan dan dokumen tahun 2025 digunakan untuk mengidentifikasi pola interaksi pendengar dan melihat penggunaan fitur interaktif pada periode tersebut. Temuan tersebut menjadi dasar untuk menggali persoalan mengenai rendahnya penggunaan fitur interaktif melalui wawancara dan observasi pada April-Mei 2026. Data wawancara kemudian digunakan untuk memahami pengalaman dan pertimbangan pendengar yang melatarbelakangi pola penggunaan fitur yang ditemukan pada data tahun 2025.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kesesuaian pengalaman informan dengan tujuan penelitian. Informan merupakan pendengar RRI Pro 2 Samarinda berusia 13-30 tahun yang mengakses RRI Digital dengan variasi pengalaman terhadap fitur interaktif. Lima informan terdiri atas dua pendengar yang aktif menggunakan fitur interaktif, dua pendengar yang mengetahui dan pernah mengeksplorasi fitur tetapi jarang menggunakannya, serta satu pendengar yang mengetahui keberadaan fitur tetapi memilih aktif di platform lain. Variasi tersebut digunakan untuk memperoleh perspektif yang beragam mengenai pengalaman penggunaan, alasan penggunaan yang rendah, serta faktor yang memengaruhi pendengar dalam memilih atau tidak memilih fitur interaktif RRI Digital.

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan lima informan serta observasi partisipasi pasif terhadap penggunaan aplikasi RRI Digital dan praktik siaran RRI Pro 2 Samarinda. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari Data Respon Pendengar Pro 2 Samarinda Tahun 2025, SOP dan Karakter Penyiar LPP RRI, Pedoman Penyiaran LPP RRI, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penggunaan RRI Digital dan aktivitas interaksi pendengar.

Analisis data dilakukan melalui tahap menyiapkan data, membaca transkrip wawancara secara menyeluruh, melakukan *coding*, mengelompokkan kode, menyusun tema, dan menginterpretasikan temuan. Proses analisis menggunakan pendekatan *theory-driven* pada tingkat dimensi dan *data-driven* pada tingkat tema. Tiga dimensi dalam *Interactivity Effects Modella*, yaitu *modality interactivity*, *message interactivity*, dan *source interactivity* ditetapkan sejak awal sebagai kerangka analisis. Selanjutnya, hasil *coding* dari wawancara dikelompokkan ke dalam masing-masing dimensi, kemudian temuan empiris berupa pola dan kesamaan makna yang muncul dari data dikembangkan menjadi sebuah tema.

Keabsahan data diuji melalui uji kredibilitas menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi dilakukan dengan mengonfirmasi temuan hasil wawancara lima informan melalui observasi terhadap penggunaan RRI Digital dan praktik siaran selama sebulan, kemudian mencocokkannya dengan dokumen pendukung, meliputi Data Respon Pendengar Pro 2 Samarinda Tahun 2025, SOP dan Karakter Penyiar LPP RRI, Pedoman Penyiaran LPP RRI, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penggunaan RRI Digital dan interaksi pendengar. Proses verifikasi dilakukan untuk memastikan bahwa temuan tidak hanya didasarkan pada persepsi informan, tetapi juga didukung oleh hasil observasi dan dokumen pendukung yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Modality Interactivity

Pada dimensi *modality interactivity*, pengalaman pendengar dalam menggunakan RRI Digital terbentuk melalui kemudahan akses, pemahaman terhadap fungsi aplikasi, dan kesesuaian antarmuka dengan tujuan penggunaan. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga tema yang menggambarkan pengalaman tersebut, yaitu kendala penggunaan aplikasi, preferensi terhadap aplikasi, dan tampilan antarmuka. Ketiga tema menunjukkan bahwa pendengar terutama menggunakan RRI Digital untuk mengakses siaran, sedangkan penggunaan fitur interaktif bergantung pada sejauh mana fitur tersebut mudah ditemukan, dipahami, dan digunakan.

Kendala penggunaan yang ditemukan meliputi gangguan audio dan jaringan, kesulitan navigasi, serta ketidakjelasan fungsi beberapa fitur. Seluruh informan pernah mengalami kendala saat menggunakan RRI Digital, tetapi gangguan tersebut tidak selalu membuat mereka berhenti menggunakan aplikasi. Selama siaran masih dapat diakses, pendengar cenderung tetap menggunakan aplikasi. Bahkan, ketika akses siaran terganggu, sebagian pendengar memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mengeksplorasi konten lain pada kanal Pro 2 Samarinda. Kondisi ini menunjukkan bahwa kendala teknis tidak selalu berujung pada penolakan terhadap aplikasi, tetapi dapat mengubah pola penggunaan sesuai dengan situasi yang dihadapi pendengar.

"Nah, selama menunggu jaringannya kembali stabil, itu kan berarti siaran radio lagi kita dengarkan mati, ya. Jadi, ada momen-momen untuk akhirnya scroll ke bawah, melihat ternyata sudah ada konten ini, konten ini. Jadi, kayak seru sih." (D, 5 Mei 2026)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi tidak selalu berlangsung dalam satu pola yang tetap. Pendengar dapat berpindah dari fungsi utama mendengarkan siaran menuju eksplorasi konten ketika kondisi penggunaan berubah. Maka, kendala teknis tidak hanya dapat dipahami sebagai hambatan, tetapi juga sebagai kondisi yang mengubah bentuk keterlibatan pengguna dengan aplikasi. Hal ini memperlihatkan bahwa pengalaman *modality interactivity* dipengaruhi oleh hubungan antara kondisi teknis media dan tindakan yang dilakukan pengguna ketika mengaksesnya.

Dalam *Interactivity Effects Model*, *modality interactivity* berkaitan dengan bagaimana karakteristik media menyediakan bentuk penyajian dan saluran yang memungkinkan pengguna menerima serta mengakses informasi. Sundar dkk. (2010) menjelaskan bahwa pengalaman interaktivitas pada dimensi ini berkaitan dengan bentuk media yang digunakan pengguna dalam mengakses informasi. Pada RRI Digital, bentuk tersebut terutama hadir melalui audio siaran, tampilan kanal, navigasi, dan berbagai fungsi yang tersedia pada antarmuka aplikasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut tidak hanya menentukan apakah pendengar dapat menggunakan aplikasi, tetapi juga memengaruhi kemungkinan mereka mengeksplorasi fungsi lain di luar akses siaran.

Selain kendala teknis, informan juga mengalami kesulitan dalam mengenali dan menggunakan fungsi navigasi, pencarian kanal, fitur berbagi, serta tombol pemutar siaran. Salah satu informan mengaku tidak langsung memahami tombol yang harus digunakan ketika pertama kali mengakses radio.

"Makanya aku waktu itu bingung, 'Ini play-nya yang mana?' Bahkan waktu itu aku langsung pencet yang radio itu, kadang enggak ke-play." (I, 24 April 2026)

Hasil observasi mendukung temuan tersebut. Sejumlah fitur pada pemutar siaran ditampilkan dalam bentuk simbol tanpa keterangan teks sehingga pengguna perlu melakukan eksplorasi untuk memahami fungsi masing-masing tombol. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan fitur secara teknis belum tentu menghasilkan pengalaman interaktif apabila pengguna tidak dapat segera mengenali fungsi yang tersedia. Dengan kata lain, fitur yang tersedia dalam sistem belum tentu menjadi bagian dari pengalaman pengguna apabila *affordance* yang ditawarkan tidak mudah dipahami.

Kondisi serupa terlihat pada fitur yang berada di luar fungsi utama *streaming*. Beberapa informan pada awalnya tidak mengetahui keberadaan *live chat*, *subscribe* kanal, dan fitur pendukung lainnya. Pengetahuan mengenai fitur tersebut baru muncul setelah informan melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap aplikasi.

“Awalnya enggak kepikiran, enggak tau kalau misalnya ada live chat dan sebagainya.” (Y, 25 April 2026)

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa interaktivitas tidak hanya berkaitan dengan jumlah fitur yang tersedia, tetapi juga dengan keterlihatan dan keterpahaman fitur bagi pengguna. Fitur yang tidak diketahui atau tidak dipahami akan memiliki kemungkinan penggunaan yang lebih rendah meskipun secara teknis tersedia. Dalam perspektif *modality interactivity*, hal ini menunjukkan bahwa bentuk penyajian antarmuka berperan dalam menentukan apakah kemampuan teknis aplikasi dapat diterjemahkan menjadi tindakan pengguna.

Persoalan pada aspek *modality* bukan semata-mata mengenai ada atau tidaknya fitur interaktif. Persoalannya terletak pada bagaimana fitur tersebut dihadirkan kepada pengguna. Fitur perlu dapat dikenali, dipahami, dan diakses tanpa memberikan hambatan yang berarti terhadap tujuan utama penggunaan aplikasi. Ketika pengguna harus melakukan eksplorasi terlebih dahulu untuk mengetahui fungsi suatu fitur, maka kesempatan untuk menggunakan fitur tersebut menjadi bergantung pada inisiatif dan kebiasaan pengguna.

Tema kedua berkaitan dengan preferensi terhadap aplikasi, yaitu alasan pendengar memilih RRI Digital dan cara mereka memanfaatkan fitur di dalamnya. Mayoritas informan memosisikan RRI Digital sebagai media *streaming* untuk mengakses siaran Pro 2 Samarinda. Fitur interaktif dipandang sebagai fungsi tambahan, bukan tujuan utama ketika membuka aplikasi.

“Fokusnya memang pengin dengarin radio. Walaupun mungkin ada fitur live chat, aku tahu ada fitur live chat, tapi enggak terlalu kepakai juga.” (I, 24 April 2026)

Orientasi tersebut menjelaskan mengapa kemudahan menuju siaran lebih diprioritaskan dibandingkan banyaknya pilihan fitur. Ketika tujuan pendengar hanya mendengarkan radio, alur yang panjang, menu yang padat, atau kewajiban untuk masuk ke akun dapat dianggap sebagai hambatan. Beberapa konten dan fungsi baru dapat diakses setelah pengguna melakukan *log in*, sedangkan informan mengharapkan aplikasi radio dapat digunakan secara cepat setelah dibuka.

“Salah satu yang mungkin ribet juga adalah harus punya akun untuk bisa explore lebih banyak. Beberapa menu dan konten itu hanya bisa dilihat ketika kita sudah log in.” (D, 5 Mei 2026)

Preferensi pendengar juga dipengaruhi oleh kebiasaan mereka menggunakan media lain. Meskipun mengetahui keberadaan fitur interaktif di RRI Digital, informan lebih sering mencari informasi topik siaran dan berpartisipasi melalui media sosial. Hasil observasi menunjukkan bahwa Instagram Pro 2 Samarinda lebih aktif memublikasikan flyer topik, informasi narasumber, *question box*, dan polling. Sebaliknya, RRI Digital lebih sering dimanfaatkan untuk mendengarkan siaran.

“Enggak kepikiran malah lewat RRI Digital. Memang kadang perlu ke media sosial untuk cari taunya.” (Y, 25 April 2026)

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya pembagian fungsi antarmedia. RRI Digital menjadi saluran utama untuk menerima audio siaran, sedangkan media sosial digunakan untuk memperoleh informasi program dan memberikan respons. Pemanfaatan secara lintas platform ini menunjukkan bahwa pengalaman interaktivitas pendengar tidak sepenuhnya berlangsung di dalam satu aplikasi, tetapi terbentuk melalui kombinasi beberapa kanal yang masing-masing dianggap lebih sesuai untuk kebutuhan tertentu.

Pada tema tampilan aplikasi, penilaian informan tidak hanya berkaitan dengan unsur visual, tetapi juga dengan kemudahan mengenali informasi dan mencapai tujuan penggunaan. Sebagian informan menilai tampilan RRI Digital sudah cukup membantu untuk menemukan kanal Pro 2 Samarinda, tetapi belum sepenuhnya sesuai dengan kebiasaan mereka menggunakan media digital. Perbandingan dengan media sosial membuat tampilan RRI Digital dinilai kurang hidup dan kurang interaktif.

“Kalau sesuai sama selera aku, jujur masih kurang. Aku merasa di situ masih kurang interaktif untuk kita yang sudah terbiasa dengan media sosial.” (Y, 25 April 2026)

Penilaian tersebut menunjukkan bahwa *perceived interactivity* tidak hanya dibentuk oleh karakteristik teknis aplikasi, tetapi juga oleh pengalaman pengguna pada media lain. Informan yang terbiasa dengan media sosial membawa standar mengenai tampilan, kecepatan, responsivitas, dan kemudahan interaksi ketika menilai RRI Digital. Oleh karena itu, antarmuka aplikasi tidak dinilai secara terpisah, tetapi dibandingkan dengan platform yang lebih sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kanal Pro 2 Samarinda menampilkan berbagai elemen dalam satu halaman, seperti siaran langsung, konten audio dan audiovisual, daftar konten udara, informasi kontak, serta enam simbol fitur pada bagian pemutar siaran. Namun, banyaknya menu dan simbol tanpa keterangan teks membuat tampilan terasa padat bagi pendengar yang ingin langsung mengakses siaran. Di sisi lain, kepadatan tersebut juga dinilai membantu proses klasifikasi kanal dan konten.

“Memang belum terlalu simplified. Cuma sisi positifnya, dari tombol atau kolom yang banyak itu kita lebih terklasifikasikan maunya apa.” (D, 5 Mei 2026)

Temuan tersebut memperlihatkan adanya dua penilaian terhadap tampilan aplikasi. Kepadatan menu dapat membantu pengguna mengeksplorasi pilihan yang tersedia, tetapi juga memperpanjang proses bagi pengguna yang hanya ingin mendengarkan radio. Dengan demikian, efektivitas antarmuka tidak hanya ditentukan oleh banyaknya informasi, tetapi oleh kesesuaiannya dengan tujuan utama pengguna.

Secara konseptual, kondisi tersebut sejalan dengan *modality interactivity* yang menjelaskan interaksi pengguna dengan bentuk, tampilan, dan saluran media. Sundar dkk. (2010) menyebutkan bahwa dimensi ini berkaitan dengan kesesuaian bentuk interaksi, kenyamanan menerima informasi, dan keselarasan penyajian media. Pada RRI Digital, ketiga unsur tersebut terlihat melalui kemudahan mengakses siaran, keterbacaan fungsi fitur, kelancaran audio, dan kepadatan tampilan.

Temuan penelitian juga mendukung pandangan Lu, Qu, dan Chen (2025) bahwa pengalaman pengguna aplikasi seluler dipengaruhi oleh *interface*, *interaction*, dan *performance*. Dalam penelitian ini, ketiga unsur tersebut tidak digunakan untuk mengevaluasi aplikasi secara teknis, melainkan untuk menjelaskan pengalaman komunikasi pendengar. *Interface* berkaitan dengan tampilan serta kejelasan simbol fitur, *interaction* terlihat dari alur penggunaan dan eksplorasi konten, sedangkan *performance* tercermin melalui kelancaran audio dan akses siaran. Ketiganya menentukan apakah pendengar hanya menggunakan aplikasi sebagai pemutar radio atau terdorong untuk memanfaatkan fungsi interaktif yang tersedia.

Dalam *Interactivity Effects Model*, *modality interactivity* berkaitan dengan *perceptual bandwidth*, yaitu kemampuan antarmuka dalam menyediakan bentuk penyajian yang memperluas pengalaman pengguna. Pada aspek kognitif, pendengar mengetahui bahwa RRI Digital menyediakan beragam fitur dan konten, tetapi tidak seluruhnya dapat dikenali ketika pertama kali digunakan. Pada aspek sikap, pendengar menilai tampilan aplikasi cukup lengkap, tetapi masih padat dan belum sepenuhnya praktis. Pada aspek perilaku, pendengar akhirnya lebih banyak memanfaatkan RRI Digital untuk mendengarkan siaran, sedangkan kegiatan interaktif dilakukan melalui media sosial atau kanal lain yang lebih familiar.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *modality interactivity* pada aplikasi *streaming* radio berawal dari terpenuhinya fungsi dasar aplikasi sebagai saluran audio. Berbeda dengan media sosial yang digunakan untuk mengeksplorasi konten dan berinteraksi sejak awal, pendengar membuka RRI Digital terutama untuk memperoleh akses siaran. Fitur interaktif baru berpeluang digunakan apabila akses audio berlangsung lancar, navigasi mudah dipahami, dan tampilan tidak menghambat tujuan utama pendengar. Kualitas interaktivitas tidak ditentukan oleh banyaknya fitur, tetapi oleh kemampuan antarmuka mengintegrasikan fungsi mendengarkan dan berinteraksi secara sederhana, jelas, dan sesuai dengan kebiasaan pengguna.

Message Interactivity

Dimensi *message interactivity* menunjukkan bahwa pertukaran pesan pendengar tidak hanya berlangsung melalui fitur *live chat* RRI Digital, tetapi juga melalui Instagram dan WhatsApp yang terhubung dengan siaran. Pengalaman tersebut tercermin dalam tiga tema, yaitu dinamika interaksi, dorongan berinteraksi, dan komunikasi dua arah. Ketiganya memperlihatkan bahwa keberadaan saluran pesan belum cukup untuk membentuk interaktivitas apabila tidak disertai suasana percakapan yang aktif, alasan untuk berpartisipasi, dan respons yang berkesinambungan.

Dinamika interaksi berkaitan dengan suasana percakapan, keberadaan pengguna lain, pilihan kanal komunikasi, dan peluang pesan memperoleh tanggapan. Seluruh informan menilai bahwa *live chat* yang

ramai dan diperbarui secara *real-time* dapat meningkatkan keinginan untuk ikut berpartisipasi. Sebaliknya, ruang percakapan yang sepi membuat sebagian informan ragu untuk memulai interaksi.

“Live chat-nya itu selalu update. Kalau pendengar-pendengar lain memang aktif di live chat, itu justru jadi lebih mau aktif.” (Y, 25 April 2026)

Kehadiran pendengar lain menjadi penanda bahwa percakapan sedang berlangsung dan masih terbuka untuk diikuti. Pendengar tidak hanya mempertimbangkan kemampuan teknis untuk mengirim pesan, tetapi juga melihat apakah terdapat aktivitas sosial di dalam ruang tersebut. Ketika *live chat* terlihat aktif, keberadaan komentar pengguna lain memberikan konteks bahwa kontribusi serupa dapat diterima dalam percakapan. Sebaliknya, ruang yang sepi dapat menimbulkan keraguan karena pendengar tidak memperoleh tanda bahwa pesan mereka akan menjadi bagian dari interaksi. Keraguan tersebut semakin kuat ketika pesan yang dikirim tidak memperoleh perhatian dari penyiar.

“Kalau misalnya lagi ramai, kita juga terdorong buat komentar. Tapi ada kalanya kita komentar, tetapi enggak terbaca dan jadi malu. Saya pernah coba komentar, tetapi lebih sering enggak dibalas, jadi kayak, ‘Ya sudah.’” (F, 30 April 2026)

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa dinamika *live chat* dibentuk oleh dua unsur yang saling berkaitan, yaitu kehadiran pendengar lain dan kemungkinan memperoleh respons. Keramaian dapat mendorong partisipasi, tetapi komentar yang tidak dibaca dapat mengurangi keinginan pendengar untuk kembali berinteraksi. Aktivitas pesan tidak hanya ditentukan oleh tersedianya kolom komentar, tetapi juga oleh persepsi bahwa kontribusi pendengar akan diterima dan masuk ke dalam percakapan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa intensitas pesan pada *live chat* berbeda-beda di setiap program. Pada beberapa kesempatan, percakapan melibatkan satu hingga tiga pendengar secara rutin dalam satu topik siaran. Namun, sebagian besar pesan masih berupa sapaan dan *request* lagu, sedangkan tanggapan terhadap topik siaran hanya muncul sesekali. Kondisi ini menunjukkan bahwa *live chat* telah menyediakan ruang komunikasi, tetapi kesinambungan percakapan dan keterkaitannya dengan isi siaran belum selalu terbentuk.

Dinamika interaksi juga terlihat dari pilihan kanal yang digunakan pendengar. Informan cenderung memilih Instagram atau WhatsApp ketika kedua platform tersebut dinilai lebih praktis dan memberikan peluang respons yang lebih cepat. Sebagian pendengar bahkan menggunakan RRI Digital untuk mendengarkan siaran sambil membuka media sosial untuk memantau apakah pesan mereka dibacakan.

“Kalau buka media sosial, jadi bisa memantau langsung dengan dua layar. Siapa tahu setelah mengisi question box langsung dibacakan atau setelah mengirim pesan WhatsApp langsung dibacakan.” (I, 24 April 2026)

Perilaku tersebut memperlihatkan bahwa pendengar tidak harus berada dalam satu platform untuk mengikuti proses interaksi. Mereka dapat membagi fungsi beberapa media dalam satu pengalaman mendengarkan. RRI Digital digunakan untuk menerima siaran, sedangkan Instagram dan WhatsApp digunakan untuk menyampaikan pesan dan memantau kemungkinan respons. Pilihan tersebut menunjukkan bahwa pendengar menilai kualitas saluran bukan hanya dari kemampuan mengirim pesan, tetapi dari kemungkinan pesan tersebut masuk kembali ke dalam alur siaran.

Data Respons Pendengar Pro 2 Samarinda Tahun 2025 memperkuat pola tersebut. Sebanyak 78% interaksi berlangsung melalui Instagram, 17% melalui WhatsApp, dan hanya 5% melalui RRI Digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kebiasaan penggunaan media yang telah terbentuk sebelumnya lebih menentukan pilihan kanal dibandingkan keberadaan *live chat* di dalam aplikasi. Pendengar memilih media yang dianggap paling mudah, familiar, dan berpeluang menghasilkan tanggapan.

Pola tersebut menunjukkan bahwa *message interactivity* pada radio berbasis digital berlangsung dalam ekosistem multiplatform. Instagram, WhatsApp, RRI Digital, dan siaran *on air* memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam proses komunikasi. Temuan ini sejalan dengan Rusmana dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menghadirkan bentuk interaktivitas baru dalam hubungan radio dan audiens melalui karakteristiknya yang *real-time* dan berjejaring. Muslikhin (2025) juga menunjukkan perkembangan perilaku audiens radio melalui penggunaan *live streaming* dan aplikasi siaran. Pada penelitian ini, penggunaan beberapa kanal memperlihatkan bahwa pendengar memilih media berdasarkan

pengalaman pertukaran pesan yang ditawarkan, bukan semata berdasarkan platform tempat siaran berlangsung.

Tema kedua, yaitu dorongan berinteraksi, menunjukkan bahwa partisipasi pendengar tidak muncul hanya karena fitur pesan tersedia. Informan cenderung menunggu penyiar mengajukan pertanyaan, memberikan sapaan, atau membuka ajakan bergabung sebelum menyampaikan respons. Waktu luang dan kesempatan mengikuti percakapan secara *real-time* turut memengaruhi keputusan untuk berpartisipasi.

“Biasanya menunggu arahan atau menunggu story interaktif. Terus, kalau lagi senggang, biasanya aku langsung chat atau langsung telepon.” (D, 5 Mei 2026)

Ajakan penyiar memberikan konteks yang lebih jelas mengenai jenis respons yang diharapkan. Pendengar tidak harus menentukan sendiri bagaimana memulai percakapan karena penyiar telah menyediakan topik atau pertanyaan sebagai titik masuk. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam *message interactivity* dapat dipicu oleh struktur komunikasi yang dibangun selama siaran.

Relevansi topik juga menjadi pemicu penting. Pendengar lebih mudah memberikan respons ketika pembahasan berkaitan dengan minat, pengalaman, atau situasi yang mereka alami. Topik yang relevan memberikan alasan untuk tidak hanya mendengarkan, tetapi juga membagikan pendapat dan cerita.

“Saya lihat flyer, lalu ada topik yang sekiranya saya suka dan relate. Kadang penyiarnya juga memberi semacam candaan dan lucu.” (F, 30 April 2026)

Hasil observasi menunjukkan bahwa Pro 2 Samarinda secara rutin menggunakan *flyer* harian, *question box*, dan *polling* di Instagram untuk mengenalkan topik dan membuka partisipasi. Sebaliknya, informasi melalui *pinned notification* pada *live chat* RRI Digital belum diperbarui secara konsisten. Sepanjang tahun 2025, *pinned notification* pada kanal Pro 2 Samarinda hanya diperbarui sebanyak 23 kali. Perbedaan intensitas pengelolaan tersebut turut menjelaskan mengapa pendengar lebih mudah menemukan alasan berpartisipasi melalui media sosial daripada melalui aplikasi.

Temuan tersebut menegaskan bahwa fitur interaktif berfungsi sebagai ruang penyampaian pesan, sedangkan penyiar dan topik siaran menjadi pemicu partisipasi. Pendengar baru terdorong masuk ke dalam percakapan ketika siaran menghadirkan pertanyaan yang jelas, pembahasan yang relevan, dan kesempatan untuk memberikan respons. Dengan kata lain, keberadaan fitur menyediakan kemungkinan interaksi, tetapi belum menciptakan alasan untuk menggunakannya.

Tema ketiga berkaitan dengan komunikasi dua arah, yaitu pengalaman ketika pesan pendengar memperoleh respons dan menjadi bagian dari alur siaran. Bagi informan, komunikasi dua arah tidak berhenti pada pengiriman komentar. Interaksi baru dirasakan ketika pesan dibaca, ditanggapi, atau dikembangkan oleh penyiar menjadi bahan percakapan.

“Menurut saya penting karena pendengar pasti ingin direspons. Kecepatan juga penting supaya terasa seperti diajak mengobrol.” (A, 30 April 2026)

Respons yang cepat memberikan tanda bahwa pesan pendengar diterima dan diperhatikan. Pengalaman tersebut membuat pendengar merasa bahwa mereka tidak hanya menjadi penerima siaran, tetapi memiliki kesempatan untuk memengaruhi jalannya komunikasi. Cara penyiar memberikan respons juga berpengaruh terhadap keberlanjutan percakapan

“Kalau bisa ditanggapinya secara excited, kita juga ikut energinya dan ingin membalas lagi. Jadi terasa interaktif.” (A, 30 April 2026)

Hasil observasi memperlihatkan bahwa respons penyiar muncul melalui pembacaan komentar, tanggapan terhadap cerita, penyebutan hasil *polling*, pemutaran lagu permintaan, dan penerimaan panggilan WhatsApp. Penyiar juga menggunakan sapaan “Teman Pro2”, pertanyaan ringan, ajakan bergabung, dan candaan spontan untuk membangun suasana percakapan. Tingkat komunikasi dua arah tetap berbeda bergantung pada karakter program, gaya penyiar, relevansi pesan, dan jumlah respons yang masuk.

Interaksi melalui *live chat* RRI Digital juga belum selalu dibaca secara konsisten. Pada beberapa kesempatan, komentar yang masuk tidak berkaitan dengan topik atau jumlahnya sangat terbatas sehingga penyiar lebih sering membacakan pesan dari kanal lain yang lebih aktif. Sebaliknya, panggilan telepon

melalui WhatsApp biasanya dapat langsung masuk ke dalam percakapan *on air*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kanal menawarkan tingkat keterlibatan yang berbeda. Kanal yang memungkinkan respons lebih langsung cenderung memberikan pengalaman komunikasi dua arah yang lebih kuat.

Keterkaitan antara pesan pendengar dan respons penyiar dapat dijelaskan melalui konsep *message interactivity*. Oh & Sundar (2015) memandang dimensi ini sebagai komunikasi timbal balik melalui pertukaran pesan yang saling berhubungan. Sundar dkk. (2010) juga menekankan pentingnya keterkaitan pesan, kemudahan mengikuti alur percakapan, serta pengaturan intensitas pertukaran pesan. Pada Pro 2 Samarinda, prinsip tersebut terlihat ketika komentar pendengar tidak hanya dibaca, tetapi juga ditanggapi dan dikembangkan menjadi bagian dari pembahasan.

Temuan penelitian juga mendukung pandangan Dou & Sundar (2026) bahwa *message interactivity* dapat membuat organisasi dipersepsikan lebih responsif dan terbuka. Sebagai kanal penyiaran publik, Pro 2 Samarinda tidak hanya dinilai berdasarkan konten yang disampaikan, tetapi juga berdasarkan kesediaannya menerima dan menanggapi partisipasi pendengar. Respons penyiar menjadi penanda bahwa kontribusi pendengar memiliki tempat dalam siaran. Hal ini sejalan dengan Kustiawan dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa keterlibatan dan penghargaan terhadap partisipasi audiens dapat memperkuat hubungan pendengar dengan radio.

Dalam *Interactivity Effects Model*, proses utama pada *message interactivity* adalah *contingency*, yaitu keterkaitan antara pesan pengguna dan respons yang mengikutinya (Sundar dkk., 2015). Secara kognitif, pendengar memahami topik siaran dan mengetahui kanal yang dapat digunakan untuk berpartisipasi. Secara sikap, pendengar merasa dihargai ketika pesan memperoleh respons, tetapi menjadi ragu atau malu ketika kontribusinya tidak diperhatikan. Secara perilaku, pendengar berpindah ke Instagram atau WhatsApp ketika kedua kanal tersebut dianggap lebih mampu memberikan kepastian respons dibandingkan *live chat* RRI Digital.

Maka, *message interactivity* pada Pro 2 Samarinda tidak ditentukan oleh jumlah kanal pesan yang tersedia, tetapi oleh kesinambungan hubungan antara ajakan penyiar, pesan pendengar, dan respons yang diberikan. Interaktivitas menguat ketika pendengar melihat adanya pengguna lain, menemukan topik yang relevan, serta memperoleh tanggapan yang cepat dan sesuai. Sebaliknya, ruang pesan yang sepi, informasi topik yang tidak konsisten, dan komentar yang tidak direspons dapat melemahkan partisipasi. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam radio multiplatform, kualitas pertukaran pesan lebih menentukan pengalaman interaktivitas daripada keberadaan fitur pesan itu sendiri.

Source Interactivity

Dimensi *source interactivity* menunjukkan bahwa pengalaman interaktivitas pendengar lebih kuat dibentuk oleh hubungan sosial dengan penyiar daripada oleh fitur teknis dalam aplikasi. Pengalaman tersebut tercermin melalui dua tema, yaitu keterhubungan dengan penyiar serta responsivitas dan karakter penyiar. Suara, gaya komunikasi, respons, dan suasana siaran menjadi unsur utama yang membuat penyiar dipandang sebagai sumber komunikasi yang dapat dijangkau dan hadir secara sosial.

Keterhubungan dengan penyiar tidak selalu diawali oleh komunikasi langsung. Kebiasaan mendengarkan siaran secara berulang membuat informan familiar dengan suara, cara berbicara, dan sudut pandang penyiar. Kedekatan tersebut semakin kuat ketika pembahasan yang disampaikan memiliki keterkaitan dengan pengalaman pribadi pendengar.

"Karena aku sudah lumayan sering juga mendengarkan radio, jadi merasa ada kedekatan. Walaupun cuma mendengarkan orang berbicara, sedikit banyak yang disampaikan penyiar kadang relate sama aku." (I, 24 April 2026)

Familiaritas membuat penyiar tidak hanya diposisikan sebagai pembawa acara, tetapi sebagai sosok yang hadir dalam keseharian pendengar. Ketika topik siaran sesuai dengan pengalaman pribadi, pendengar dapat menghubungkan pembahasan dengan dirinya sendiri. Hubungan tersebut berkembang menjadi kesan memiliki teman dengar, meskipun komunikasi berlangsung tanpa pertemuan langsung. Perasaan ditemani juga muncul ketika radio digunakan saat perjalanan, mengerjakan tugas, atau mengisi suasana agar tidak terasa sunyi. Dalam situasi tersebut, suara penyiar memberikan pengalaman kehadiran sosial yang melampaui fungsi penyampaian informasi. Pendengar dapat merasa terhubung dengan sumber siaran meskipun tidak sedang mengirimkan pesan. Perasaan tersebut menjadi lebih kuat ketika pendengar memperoleh respons secara langsung.

“Pas ditanggapi itu rasanya seperti ada yang menanggapi kita berbicara. Ada yang menjadi teman mengobrol walaupun jauh, jadi sambil senyum-senyum.” (Y, 25 April 2026)

Respons mengubah posisi penyiar dari suara yang hanya didengarkan menjadi sosok yang seolah-olah hadir dalam percakapan. Pengalaman tersebut berkaitan dengan karakter media radio yang memungkinkan suara menjadi penghubung utama antara penyiar dan pendengar. Kedekatan tidak selalu membutuhkan interaksi yang panjang, sapaan atau tanggapan singkat dapat menjadi penanda bahwa penyiar menyadari keberadaan pendengar.

Hasil observasi juga memperlihatkan bahwa karakter program turut membentuk pengalaman tersebut. Program Jaga Malam menggunakan musik latar, tempo pembawaan yang lebih tenang, dan intonasi suara yang lebih rendah sehingga menghasilkan suasana yang lebih personal. Berdasarkan Rapat Evaluasi Tahunan RRI Samarinda pada Desember 2025, Jaga Malam dan Sore Ceria menjadi program unggulan Pro 2 Samarinda pada 2026 karena memiliki akumulasi pendengar yang tinggi. Karakter program dan cara penyiar membawakan siaran menjadi bagian dari pengalaman pendengar dalam merasakan kehadiran sumber.

Temuan ini sejalan dengan Krause & Fletcher (2025) yang menjelaskan bahwa keterlibatan dengan radio dapat mendukung koneksi sosial melalui hubungan pendengar dengan penyiar, program, dan stasiun. Pada Pro 2 Samarinda, koneksi tersebut tidak hanya terbentuk melalui percakapan langsung, tetapi juga melalui familiaritas terhadap suara penyiar dan pengalaman merasa ditemani. *Source interactivity* pada media audio karena itu memiliki aspek sosial yang kuat karena sumber komunikasi hadir terutama melalui suara dan gaya penyiaran.

Tema kedua berkaitan dengan responsivitas dan karakter penyiar. Responsivitas dirasakan ketika komentar, cerita, atau *request* pendengar memperoleh perhatian dalam siaran. Pengakuan tersebut tidak harus berbentuk jawaban panjang, tetapi dapat muncul melalui sapaan, penyebutan nama, pembacaan komentar, pemutaran lagu permintaan, atau tanggapan singkat.

“Pengen disapa. Kayak kita lagi dengar, terus seperti terpanggil dan dikenal. Saya merasa dihargai.” (F, 30 April 2026)

Sapaan dan penyebutan identitas membuat pendengar tidak lagi merasa sebagai audiens anonim. Ketika nama atau pesannya masuk ke dalam siaran, pendengar memperoleh tanda bahwa kehadiran dan kontribusinya diakui. Respons penyiar dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai balasan, tetapi sebagai bentuk validasi yang menempatkan pendengar sebagai bagian dari percakapan. Kualitas respons juga memengaruhi kedekatan yang dirasakan. Informan lebih menyukai penyiar yang tidak hanya membaca pesan secara datar, tetapi mampu menambahkan candaan, tanggapan personal, dan sudut pandang terhadap topik.

“Aku lebih suka balasan yang santai dan banyak candaan. Apalagi kalau penyiarnya punya sudut pandang sendiri, rasanya jadi lebih dekat.” (D, 5 Mei 2026)

Respons yang disampaikan secara santai dan personal membuat percakapan terasa lebih natural. Pendengar memperoleh kesan bahwa penyiar tidak sekadar menjalankan fungsi formal, tetapi turut membawa kepribadian ke dalam komunikasi. Humor, komentar spontan, dan sudut pandang penyiar menjadi bagian dari karakter sumber yang kemudian dinilai oleh pendengar.

Hasil observasi memperlihatkan bahwa penyiar Pro 2 Samarinda membangun respons melalui sapaan kepada pendengar, pembacaan komentar, candaan, serta tanggapan terhadap cerita atau pendapat yang masuk. Cara tersebut disesuaikan dengan karakter program. Pada topik ringan, penyiar lebih banyak menggunakan humor dan komentar spontan, sedangkan pada topik yang lebih personal, pembawaan cenderung lebih tenang dan suportif.

Karakter penyiar yang santai, akrab, dan personal membuat penyiar terasa hadir sebagai lawan bicara. Temuan ini sejalan dengan Yorganci, Karl, & McMurtry (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap keautentikan host berkaitan dengan terbentuknya interaksi parasosial. Pada Pro 2 Samarinda, keautentikan terlihat ketika penyiar tidak hanya menjalankan fungsi formal sebagai pembawa acara, tetapi juga memperlihatkan pendapat, humor, dan gaya komunikasi yang konsisten.

Karakter tersebut juga sesuai dengan SOP dan Karakter Penyiar LPP RRI Tahun 2026 yang mengarahkan penyiar Programa 2 memiliki persona “The Trendy Bestie” atau “The Hype Maker”. Persona tersebut menempatkan penyiar sebagai sosok yang dekat dengan anak muda, mampu membangun suasana, dan berkomunikasi secara tidak kaku. Kesesuaiannya dengan pengalaman informan terlihat dari preferensi terhadap penyiar yang terasa seperti teman, mampu bercanda, memberikan komentar personal, dan tidak terlalu formal.

Meskipun RRI Digital menyediakan fitur favorit, *subscribe* kanal, *customization*, dan notifikasi, keterhubungan informan dengan sumber siaran belum dominan terbentuk melalui fitur tersebut. Pendengar lebih banyak merasakan kedekatan ketika mendengar suara penyiar, mengikuti pembahasan yang relevan, memperoleh sapaan, atau mendapat respons atas pesan yang dikirimkan. Akses teknis terhadap kanal hanya menyediakan kemungkinan terhubung, sedangkan hubungan sosial terbentuk melalui praktik komunikasi selama siaran.

Kondisi tersebut sesuai dengan konsep *source interactivity*, yaitu ketika media memungkinkan pengguna memandang sumber pesan sebagai pihak yang dapat dijangkau, responsif, dan hadir secara sosial (Sundar dkk., 2015). Penyiar menjadi sumber komunikasi utama karena suara dan pembawaannya menjadi penghubung antara program, topik, dan pendengar. Pendengar tidak hanya menilai isi siaran, tetapi juga cara penyiar merespons, bercanda, menyampaikan sudut pandang, dan mengakui kehadiran mereka.

Hubungan sumber komunikasi pada siaran interaktif juga tidak berlangsung satu arah. Pendengar dapat menjadi sumber ketika mengirimkan komentar, cerita, tanggapan, atau *request* lagu. Pesan tersebut kemudian dibaca, ditanggapi, dan dikembangkan oleh penyiar menjadi bagian dari alur siaran. Dengan demikian, sumber komunikasi tidak bersifat tunggal karena pengalaman pendengar dapat turut menentukan isi dan arah percakapan.

Sharon & John (2026) menjelaskan bahwa dalam media audio, host membangun kedekatan melalui cara menyapa dan membayangkan audiens yang tidak hadir secara fisik. Meskipun kajian tersebut berfokus pada podcast, pola serupa terlihat pada Pro 2 Samarinda. Sapaan, intonasi, candaan, dan respons penyiar menjadi cara untuk membuat pendengar merasa sedang diajak berbicara, bukan sekadar menerima siaran satu arah.

Keterhubungan dengan sumber juga berlangsung secara lintas platform. Pendengar menggunakan Instagram dan WhatsApp untuk menyapa penyiar, mengirimkan cerita, menyampaikan pendapat, atau meminta lagu. Temuan ini mendukung Jung & Sundar (2022) yang menjelaskan bahwa fitur media digital dan interaksi pada media sosial dapat memperkuat hubungan pengguna dengan sumber melalui pengalaman yang lebih personal dan partisipatif. Hubungan dengan penyiar dibentuk oleh gabungan aplikasi, media sosial, dan praktik komunikasi *on air*.

Secara konseptual, Sundar dkk. (2010) menjelaskan bahwa *source interactivity* berkaitan dengan peluang pengguna memilih sumber, menampilkan identitas, dan menyesuaikan interaksi dengan kebutuhannya. Pada penelitian ini, pendengar dapat memilih program atau penyiar yang disukai, menyampaikan identitas melalui komentar, dan menentukan kanal yang dianggap paling memungkinkan untuk memperoleh respons. Maka, *source interactivity* tidak hanya berkaitan dengan kehadiran penyiar sebagai sumber pesan, tetapi juga dengan kesempatan pendengar untuk tampil dan memperoleh pengakuan dari sumber tersebut.

Dalam *Interactivity Effects Model*, proses utama pada *source interactivity* adalah *self-expression*, yaitu kesempatan pengguna menampilkan identitas, preferensi, dan pengalaman dirinya dalam interaksi (Sundar dkk., 2015). Secara kognitif, pendengar memandang penyiar sebagai sumber komunikasi yang dapat dijangkau dan mampu merespons. Secara sikap, pendengar merasa lebih dekat, diakui, dan dipahami ketika pesan atau identitasnya memperoleh perhatian. Secara perilaku, pendengar terdorong untuk kembali berinteraksi, memilih penyiar tertentu, serta menggunakan kanal komunikasi yang dinilai lebih personal dan responsif.

Source interactivity pada Pro 2 Samarinda tidak terutama dibentuk oleh fitur yang menghubungkan pengguna dengan kanal, tetapi oleh kualitas kehadiran sosial penyiar. Suara yang familiar, pembahasan yang relevan, sapaan personal, pengakuan identitas, dan respons yang sesuai membuat penyiar dipandang sebagai sosok yang dekat dan dapat dijangkau. Temuan ini menunjukkan bahwa pada aplikasi streaming radio, keterhubungan dengan sumber memiliki karakter sosial dan emosional yang lebih kuat daripada keterhubungan teknis melalui fitur aplikasi.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur interaktif pada RRI Digital telah menyediakan peluang bagi pendengar untuk berpartisipasi, tetapi belum menjadi ruang utama interaksi selama siaran. Pengalaman interaktivitas pendengar tidak hanya dapat ditentukan oleh keberadaan fitur dalam aplikasi, tetapi turut terbentuk melalui kebiasaan pendengar, serta respons penyiar. Maka, rendahnya penggunaan fitur interaktif RRI Digital tidak cukup dipahami dari ketersediaan fitur, tetapi juga dari bagaimana pendengar menggunakan, memilih, dan menghubungkan berbagai saluran komunikasi selama mengikuti siaran.

Pada dimensi *modality interactivity*, pendengar memanfaatkan RRI Digital terutama untuk mengakses dan mendengarkan siaran RRI Pro 2 Samarinda. Meskipun fitur interaktif telah tersedia dan dikenali oleh pendengar, pemanfaatannya masih dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kejelasan fungsi fitur, dan kebiasaan pengguna dalam mengakses aplikasi.

Pada dimensi *message interactivity*, interaksi pendengar berlangsung secara lintas platform. Pendengar lebih banyak menyampaikan pesan melalui Instagram dan WhatsApp dibandingkan fitur *live chat* RRI Digital karena kedua platform tersebut dianggap lebih mudah digunakan dan memberikan peluang yang lebih besar untuk memperoleh respons dari penyiar.

Pada dimensi *source interactivity*, penyiar menjadi unsur yang paling berperan dalam membangun pengalaman interaktivitas pendengar. Respons penyiar terhadap pesan, penyebutan nama pendengar, pemutaran *request* lagu, serta gaya komunikasi selama siaran membuat pendengar merasa diperhatikan dan terlibat dalam jalannya program.

Ketiga dimensi tersebut memperlihatkan keterkaitan antara aspek teknis, perilaku pengguna, dan praktik komunikasi dalam pembentukan interaktivitas. *Modality interactivity* menentukan bagaimana pendengar mengakses dan mengeksplorasi aplikasi, *message interactivity* memperlihatkan bagaimana pertukaran pesan berpindah dan berlangsung di berbagai kanal, sedangkan *source interactivity* menjelaskan peran penyiar dalam memberikan respons dan membangun keterhubungan sosial. Ketiganya tidak berdiri sendiri karena pilihan kanal dan pengalaman menggunakan fitur turut dipengaruhi oleh respons yang diberikan penyiar.

Secara teoritis, penelitian ini menerapkan TIME untuk menganalisis pengalaman interaktivitas pendengar pada konteks radio berbasis aplikasi *streaming*. Temuan penelitian memberikan gambaran bahwa ketiga dimensi TIME dapat digunakan untuk melihat interaktivitas radio digital tidak hanya dari kemampuan teknis aplikasi, tetapi juga dari pengalaman pengguna dan praktik komunikasi yang berlangsung di luar aplikasi.

Secara praktis, temuan penelitian dapat menjadi masukan bagi LPP RRI dalam meningkatkan pemanfaatan RRI Digital melalui perbaikan kejelasan fungsi dan kemudahan penggunaan fitur serta penguatan strategi penyiar dalam mengarahkan, membaca, dan merespons partisipasi pendengar. Pengembangan interaktivitas juga perlu mempertimbangkan pola penggunaan lintas platform yang telah terbentuk, sehingga RRI Digital tidak diposisikan secara terpisah dari platform lainnya dalam ekosistem komunikasi Pro 2 Samarinda.

Penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas pemahaman mengenai interaktivitas radio digital dengan melibatkan perspektif penyiar dan pengelola aplikasi, atau membandingkan pengalaman pendengar pada kanal dan platform radio digital yang berbeda. Pendekatan tersebut dapat membantu melihat bagaimana desain teknologi, strategi komunikasi, dan karakteristik pengguna secara bersama-sama membentuk interaktivitas pada penyiaran radio digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaalfia, S. M., & Basori, M. H. (2025). Optimalisasi Website Streaming Radio Sonora Semarang sebagai Bentuk Adaptasi di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(4), 1309-1321.
- Dou, X., & Sundar, S. S. (2026). Impression Formation Effects of Message Interactivity on the Relationship between Organizations and Their Publics. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 38(3), 176-187.
- GoodStats. (2024). *Preferensi Penggunaan Radio Anak Muda Indonesia 2024*. <https://goodstats.id/publication/preferensi-pengguna-radio-anak-muda-indonesia-2024-NCxWM>

- Gushevinalti, Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 83–134.
- Hapsari, A., & Maulana, I. (2023). Peran Tiktok TraxFM Semarang Untuk Meningkatkan Interaktivitas Audiences dan Brand Awareness. *Jurnal Mutakallimin*, 6(1), 1-9.
- Jati, A. P. (2023). Kajian Interaksi dan Minat Pengguna pada Media Digital Interaktif berdasarkan User-centered Design. *TuturruPa: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*, 5(2), 102-110.
- Jung, E. H., & Sundar, S. S. (2022). Older Adults' Activities on Facebook: Can Affordances Predict Intrinsic Motivation and Well-Being? *Health Communication*, 37(5), 597–607.
- Krause, A. E., & Fletcher, H. (2025). Radio Relationships: Perceptions on Listenership and Well-being. *Australasian Journal on Ageing*, 44(1), 1-7.
- Kustiawan, W., Hasibuan, A. A., Fitri, A. S., Hsb, F. R., Daulay, F. A., Sitorus, N. P. B., ... Padang, R. P. (2024). The Influence Of Social Media On Radio Listener Loyalty. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 4(2), 638–643.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction, Second Edition*. www.newmediaintro.com
- Lu, G., Qu, S., & Chen, Y. (2025). Understanding User Experience for Mobile Applications: A Systematic Literature Review. *Discover Applied Sciences*, 7(587), 1-30.
- Muslikhin, M. (2025). Future of Radio Broadcasting and Audience Behavior in Streaming and Apps. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(1), 239–249.
- Oh, J., & Sundar, S. S. (2015). How Does Interactivity Persuade? An Experimental Test of Interactivity on Cognitive Absorption, Elaboration, and Attitudes. *Journal of Communication*, 65(2), 213–236.
- Radio Republik Indonesia. (2026). *Pedoman Penyiaran LPP RRI Tahun 2026*. Direktorat Program dan Produksi LPP RRI.
- Radio Republik Indonesia. (2026). *Standar Operasional Prosedur dan Karakter Penyiar LPP RRI*. Direktorat Program dan Produksi LPP RRI.
- Rahmawati, D. F., & Santoso, H. (2025). Strategi Radio Megaswara dan Radio Republik Indonesia Bogor dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Konten Media Sosial di Era Digital. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1140-1152.
- Rusmana, A., Rizal, E., Khadijah, U. L. S., Anwar, R. K., & Muchtar, K. (2024). Listeners' Engagement and Interactivity in News Radio Twitter in Indonesia. *Journal of Intercultural Communication*, 24(1), 77–87.
- Saleh, M., & Azul, M. (2016). The Impact Of Interactivity Features In Enhancing Online Communication Satisfaction. *Malaysian Journal of Communication*, 28(2), 21-36.
- Sharon, T., & John, N. A. (2026). "It's Between Me and Myself": Inverse Parasocial Relationships in Addressing (Imagined) Podcast Listeners. *New Media and Society*, 28(1), 250–269.
- Sundar, S. S., Jia, H., Waddell, T. F., & Huang, Y. (2015). *The Handbook of the Psychology of Communication Technology*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sundar, S. S., Xu, Q., & Bellur, S. (2010). Designing Interactivity in Media Interfaces: A Communications Perspective. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 4, 2247–2256.
- Wang, R., & Haigh, M. (2024). News Reading on Smartphone: How do Mood, Modality Interactivity, and News Story Length Influence News Engagement?. *Behaviour & Information Technology*, 43(16), 4192-4207.
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface dan User Experience untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17-31.
- Yorganci, M., Karl, T., & McMurtry, L. (2024). "One of Us": Examining the Authenticity and Parasocial Relationships of Stand-Up Comedian Podcast Hosts. *Journal of Radio and Audio Media*, 1-21.