

ABSTRAK

Muhamad Indra Wiguna, PENGARUH MOTIF PENGGUNA MEDIA TERHADAP KEPUASAN MENGAKSES BERITA DI INSTAGRAM @RADAR_SUKABUMI (Studi pada Followers akun @radar_sukabumi)

Perkembangan media digital telah mengubah pola konsumsi berita masyarakat, termasuk di wilayah Sukaraja, Kabupaten Sukabumi. Sebagai daerah yang dekat dengan pusat kota dan memiliki akses internet yang baik, masyarakat Sukaraja aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sumber berita. Akun @radar_sukabumi hadir sebagai media lokal yang menyediakan informasi aktual, sehingga penting untuk diteliti bagaimana motif penggunaan media memengaruhi tingkat kepuasan audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif yang mendorong masyarakat dalam mengakses berita melalui akun @radar_sukabumi, mengukur tingkat kepuasan yang diperoleh, serta menganalisis pengaruh antara kedua variabel tersebut. Secara khusus, penelitian ini berusaha menguji apakah motif informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial berhubungan signifikan dengan kepuasan pengguna media.

Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Followers akun @radar_sukabumi dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert, dan data dianalisis melalui uji regresi linear berganda, korelasi Pearson, serta uji determinasi menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara motif pengguna media dan kepuasan mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, serta nilai probabilitas (Sig) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, uji korelasi menghasilkan nilai $r = 0,83$ yang mengindikasikan hubungan sangat kuat antara motif dan kepuasan. Sementara itu, uji koefisien determinasi R^2 menunjukkan persentase pengaruh sebesar 76,9%, yang berarti motif penggunaan media menjelaskan mayoritas variasi kepuasan audiens, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan masyarakat dalam mengakses berita di Instagram bukan hanya dipengaruhi oleh kebutuhan informasi, tetapi juga faktor hiburan dan identitas pribadi yang melekat pada konten yang disajikan.

Kata Kunci: Motif Pengguna, Berita, Instagram, Sukaraja, *Radar Sukabumi*

ABSTRACT

Muhamad Indra Wiguna, THE INFLUENCE OF MEDIA USER MOTIVES ON SATISFACTION IN ACCESSING NEWS ON INSTAGRAM @RADAR_SUKABUMI (A Study on Followers of the @radar_sukabumi Account)

The development of digital media has transformed the pattern of news consumption among the public, including in the Sukaraja District, Sukabumi Regency. As an area close to the city center with good internet access, the people of Sukaraja are actively using social media—particularly Instagram—as a source of news. The @radar_sukabumi account serves as a local media outlet providing up-to-date information, making it important to study how media usage motives affect audience satisfaction levels.

This research aims to identify the motives that drive the public to access news through the @radar_sukabumi account, measure the level of satisfaction obtained, and analyze the influence between these two variables. Specifically, this study examines whether informational, entertainment, personal identity, and social interaction motives are significantly related to media user satisfaction.

The research employs a quantitative approach with a survey method. The population of this study consists of followers of the @radar_sukabumi account, with a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula. The research instrument is a questionnaire using a Likert scale, and the data were analyzed using multiple linear regression tests, Pearson correlation, and the coefficient of determination test with the aid of SPSS software.

The results show that there is a significant influence between media user motives and satisfaction in accessing news on Instagram @radar_sukabumi. This is evidenced by the calculated F value being greater than the F table value, and the probability value (Sig) being smaller than $\alpha = 0.05$, indicating that the research hypothesis is accepted. Furthermore, the correlation test produced an r value of 0.83, indicating a very strong relationship between motives and satisfaction. Meanwhile, the coefficient of determination (R^2) test shows an influence percentage of 76.9%, meaning that media usage motives explain the majority of audience satisfaction variation, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study. Thus, it can be concluded that public satisfaction in accessing news on Instagram is influenced not only by informational needs but also by entertainment and personal identity factors embedded in the content presented.

Keywords: User Motives, News, Instagram, Sukaraja, Radar Sukabumi