

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses informasi. Media sosial, yang awalnya hanya digunakan sebagai *platform* untuk bersosialisasi, kini bertransformasi menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang. Salah satu *platform* yang paling populer dalam distribusi berita adalah Instagram. Dengan fitur-fitur visual yang interaktif, Instagram tidak hanya memungkinkan pengguna untuk berbagi gambar dan video, tetapi juga menjadi wadah bagi berbagai media berita untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Instagram kini berperan semakin signifikan dalam dunia jurnalistik modern, menyediakan beragam metode inovatif untuk menyajikan berita dan informasi kepada publik (Lestari, 2020 n.d.). Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi berita dari media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar ke media digital yang lebih dinamis dan mudah diakses.

Dalam konteks lokal, media massa di Indonesia juga telah beradaptasi dengan tren digital ini, termasuk media daerah seperti Radar Sukabumi. Sebagai salah satu media di Sukabumi, Radar Sukabumi tidak hanya hadir dalam format cetak tetapi juga memanfaatkan Instagram sebagai kanal penyebaran berita. Akun Instagram @radar_sukabumi aktif dalam memberikan informasi mengenai berbagai peristiwa di Sukabumi dan sekitarnya (Redaksi, 2025). Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik menganalisis bagaimana masyarakat, khususnya di Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Sukabumi, memanfaatkan *platform*

ini sebagai sumber berita serta bagaimana tingkat kepuasan mereka dalam mengakses informasi melalui media sosial ini.

Radar Sukabumi adalah media yang berbasis di Sukabumi dan merupakan bagian dari Grup Jawa Pos. Awalnya beroperasi sebagai biro dari Radar Bogor, namun sejak 2 Januari 2009, media ini berdiri sendiri dengan badan hukum PT Sukabumi Ekspres Media. Sebagai koran lokal pertama yang terbit setiap hari, Radar Sukabumi mulai beredar pada 2 November 1998 dengan cakupan wilayah Kota Sukabumi, Kabupaten Sukabumi, dan Kabupaten Cianjur. Pada tahun 2006, surat kabar ini menjadi yang terlaris di Kota dan Kabupaten Sukabumi. Sebagai media harian, Radar Sukabumi menjadi sumber informasi yang dipercaya oleh masyarakat setempat (Redaksi, 2025).

Kemudian sebagai daerah yang tidak terlalu jauh dari pusat Kota Sukabumi, masyarakat Sukaraja cenderung memiliki akses yang baik terhadap internet dan media sosial, termasuk Instagram. Hal ini menjadikan mereka sebagai kelompok yang potensial dalam penelitian terkait penggunaan media digital, khususnya dalam mengakses berita dari akun @radar_sukabumi. Dengan adanya perpaduan antara masyarakat perkotaan dan pedesaan, Sukaraja dapat menjadi representasi dari masyarakat Kabupaten Sukabumi secara lebih luas (Alya Muthia Fadhilah, 2022).

Sebagai media yang tercatat dewan pers, Radar Sukabumi menjadi penting untuk dikaji (Dewan Pers, 2020). Dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalistik, penelitian mengenai pola konsumsi berita dan kepuasan audiens sangat penting untuk memahami dinamika perubahan media massa. Teori Uses and Gratifications (U&G) menjadi landasan utama dalam penelitian ini, karena teori ini

menekankan bahwa audiens memiliki motif tertentu dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks Instagram sebagai media berita, penting untuk mengetahui motif apa yang mendorong pengguna dalam mengakses berita di akun @radar_sukabumi serta sejauh mana media ini dapat memenuhi ekspektasi mereka.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan mengetahui motif pengguna dalam mengakses berita serta tingkat kepuasan mereka, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Radar Sukabumi dalam meningkatkan kualitas pemberitaannya (Ismira Febrina et al., 2024). Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi media lokal lainnya yang ingin mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai *platform* penyebaran berita. Dalam era digital yang terus berkembang, pemahaman mengenai preferensi audiens sangat diperlukan agar media massa dapat tetap relevan dan mampu bersaing di tengah maraknya informasi digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul " PENGARUH MOTIF PENGGUNA MEDIA TERHADAP KEPUASAN MENGAKSES BERITA DI INSTAGRAM @RADAR_SUKABUMI (Studi pada Followers akun @radar_sukabumi)", maka diambil beberapa rumusan masalah:

1. Bagaimana motif pengguna media dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi?

2. Bagaimana kepuasan Followers akun @radar_sukabumi dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi?
3. Bagaimana pengaruh yang signifikan antara motif pengguna media terhadap kepuasan dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui motif pengguna media dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi?
2. Mengetahui kepuasan Followers akun @radar_sukabumi dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi?
3. Mengetahui pengaruh antara motif pengguna media terhadap kepuasan dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi?

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur akademis dalam bidang komunikasi dan media, khususnya dalam memahami pengaruh motif pengguna media terhadap kepuasan dalam mengakses berita di Instagram. Dengan menyediakan data empiris yang relevan, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti yang ingin memperdalam kajian terkait perilaku pengguna media sosial dalam mengonsumsi berita, terutama di tingkat media lokal seperti Radar Sukabumi.

Selain itu, penelitian ini juga berpotensi untuk memperluas cakupan kajian dalam studi jurnanisme digital, terutama dalam konteks penggunaan media sosial

sebagai *platform* utama penyebaran berita. Dengan semakin berkembangnya media digital, penelitian ini dapat membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi hubungan antara motif penggunaan media dan tingkat kepuasan audiens dalam berbagai *platform* dan konteks yang berbeda.

Dari segi metodologi, penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan metode penelitian di bidang komunikasi, khususnya dalam studi terkait penggunaan media digital dan kepuasan audiens. Pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang ingin menguji hubungan antara motif pengguna media dan kepuasan mereka dalam berbagai konteks, baik di media sosial lainnya maupun dalam format pemberitaan digital yang berbeda.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi praktisi media digital, khususnya dalam mengembangkan strategi penyajian konten berita di media sosial. Dengan memahami motif pengguna media yang memengaruhi kepuasan dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi, media dapat menyesuaikan pendekatan mereka agar lebih efektif dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan keterlibatan pengguna.

Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat membantu peningkatan kualitas konten digital, terutama bagi Radar Sukabumi, dalam menyajikan berita yang lebih relevan, menarik, dan bermanfaat bagi audiens. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, media dapat menyusun strategi penyampaian berita yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi

audiens, sehingga dapat meningkatkan daya tarik serta kepercayaan publik terhadap *platform* media tersebut.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang dikaji berfokus pada pengaruh media digital terhadap berbagai aspek, seperti kepuasan pengguna, keterlibatan sosial, dan perilaku individu.

Kesatu penelitian yang dilakukan oleh Muthia Fauziyyah meneliti bagaimana penyebaran berita di TikTok memengaruhi minat mahasiswa dalam menonton berita televisi. Penelitian ini sama-sama membahas jurnalisme digital dan menerapkan pendekatan kuantitatif. Namun, perbedaannya terletak pada fokus media yang dikaji, di mana penelitian ini menyoroti TikTok sebagai platform digital yang menjadi objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran berita melalui TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 dalam menonton siaran berita di televisi. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan media sosial sebagai sumber informasi turut membentuk pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa, terutama dalam memilih platform yang digunakan untuk memperoleh informasi terkini (Muthia Fauziyyah, 2023).

Kedua Weilly Nur Rahman dalam penelitiannya mengkaji bagaimana terpaan berita konflik Palestina-Israel di Instagram @Detikcom dapat memengaruhi dukungan sosial khalayak terhadap Palestina. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam memilih Instagram sebagai objek kajian serta menggunakan pendekatan kuantitatif dalam analisisnya. Namun, perbedaannya terletak pada

fokus penelitian yang secara spesifik mengkaji akun @detikcom dan melibatkan survei terhadap pengikut akun tersebut sebagai responden utama. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pemberitaan mengenai konflik Palestina-Israel yang disajikan melalui akun @detikcom memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat dukungan sosial publik terhadap Palestina. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,471 atau 47%, yang menunjukkan bahwa hampir setengah dari variabel dukungan sosial terhadap Palestina dapat dijelaskan oleh terpapar berita di akun tersebut, sementara 53% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini (Weilly Nur Rahman, 2024).

Ketiga penelitian oleh Ihsan Mughni Hidayat meneliti bagaimana motif pengguna dalam mengakses konten YouTube Narasi Newsroom memengaruhi kepuasan mereka. Berbeda dari penelitian lain yang lebih banyak membahas keterlibatan sosial atau minat menonton, penelitian ini memiliki kesamaan dalam meneliti pengaruh motif terhadap kepuasan serta sama-sama berfokus pada media digital dengan pendekatan kuantitatif. Namun, perbedaannya terletak pada platform media yang dikaji, di mana penelitian ini berfokus pada YouTube Narasi Newsroom, serta pada subjek penelitian yang terdiri dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, motif penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan penonton dalam mengakses program Narasi Newsroom di YouTube. Namun, ketika dianalisis secara parsial, hanya motif informasi serta integrasi dan interaksi sosial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan penonton (Ihsan Mughni Hidayat, 2024).

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Shaffanissa Aulia Fasya meneliti penggunaan Instagram @inimahsumedang dalam memenuhi kebutuhan informasi followers-nya. Penelitian ini berbeda dari yang lain karena fokusnya lebih lokal, meneliti siswa/i SMA Negeri 1 Sumedang sebagai responden utama. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam meneliti hubungan kausalitas dalam media digital serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu akun @inimahsumedang, serta subjek penelitian yang berfokus pada siswa/i SMA di Sumedang. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial ini secara signifikan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dengan adanya hubungan positif antara penggunaan Instagram dan tingkat kepuasan informasi yang didapat oleh penggunanya (Fasya, 2024).

Kelima oleh Shatila Qurotul Aini membahas bagaimana tayangan berita kriminal di TikTok @Patroli.Indosiar dapat memengaruhi perilaku kenakalan remaja. Berbeda dengan penelitian lain yang meneliti aspek kepuasan atau keterlibatan sosial, penelitian ini lebih berfokus pada dampak media terhadap perilaku negatif remaja. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis pengaruh pemberitaan di media digital serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Namun, perbedaannya terletak pada platform media yang dikaji, yakni TikTok, serta subjek penelitian, yaitu siswa/i di Kota Cimahi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi signifikan antara tayangan berita kriminal di akun TikTok @Patroli.Indosiar dengan perilaku kenakalan remaja. Hal ini dibuktikan dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,47, yang lebih besar dari r_{tabel} 0,203, serta nilai probabilitas (sig. 2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut, di mana eksposur terhadap berita kriminal di media sosial berpotensi memengaruhi perilaku remaja (Aini, 2024).

Keenam oleh Muhamad Indra pada tahun 2025 yang berjudul “Pengaruh motif pengguna media terhadap kepuasan mengakses berita di instagram @radar_sukabumi.” Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam penggunaan metode survei dan pendekatan kuantitatif. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengkaji hubungan kausal antara motif penggunaan media dan kepuasan dalam mengakses berita di akun Instagram @radar_sukabumi.

Jika penelitian sebelumnya cenderung membahas konsumsi media secara deskriptif atau korelasional, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih mendalam dengan menganalisis pengaruh langsung dari motif yang melatarbelakangi penggunaan media terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan audiens. Penelitian ini tidak hanya memperkuat studi sebelumnya tetapi juga memperluas pemahaman mengenai bagaimana media sosial, khususnya Instagram, memenuhi kebutuhan informasi pengguna di tingkat lokal. Selain itu, objek penelitian yang berfokus pada akun berita lokal di platform media sosial juga menjadi pembeda.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menyoroti media berita nasional atau internasional, sementara penelitian ini memberikan perspektif unik terkait konsumsi berita lokal di era digital, yang masih jarang dibahas dalam

penelitian serupa. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai pola konsumsi berita digital di daerah, serta bagaimana pengguna media sosial memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi utama mereka. Meskipun penelitian-penelitian ini memiliki perbedaan dalam objek, responden, dan variabel yang dikaji, semuanya menggunakan pendekatan kuantitatif dalam analisis data. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku, opini publik, dan kepuasan pengguna dalam mengakses informasi



Tabel 1.1 Tabel Kajian Penelitian yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Muthia Fauziyyah, 2023	Pengaruh Penyebaran Berita Di Media Sosial Tik Tok Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menonton Tayangan Berita Televisi	Penelitian ini sama- sama mengkaji jurnalisme digital dan menggunakan pendekatan yang sama yaitu kuantitatif.	Namun berbeda dengan fokus yang diambil, pada penelitian ini media digital yang diteliti ialah Tik Tok.	Penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran berita di media online Tik Tok berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 dalam menonton tayangan berita televisi.
2	Weilly Nur Rahman, 2024	Pengaruh Terpaan Berita Konflik	Penelitian ini sama- sama memilih media	Perbedaanya penelitian ini berfokus pada	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

		Palestinaisrael Pada Media Sosial Instagram @Detikcom Terhadap Dukungan Sosial Khalayak Kepada Palestina Survei Pada Followers Instagram @Detikcom	sosial instagram sebagai objek penelitian. Kemudian penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif.	@detik.com dan survey yang dilakukan kepada pengikut akun tersebut.	berita konflik Palestina-Israel pada akun Instagram @detikcom memiliki pengaruh signifikan terhadap dukungan sosial publik kepada Palestina, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,471 atau 47%. Sisanya 53% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.
--	--	---	--	--	---

3	Ihsan Mughni Hidayat, 2024	Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom Sebagai Media Berbasis Digital (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Bandung)	Persamaan pada penelitian ini adalah mencari pengaruh terhadap kepuasan dan sama-sama mengkaji media digital. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif.	Namun memiliki perbedaan pada akun yang diteliti dan studinya.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan, motif mempengaruhi kepuasan penonton terhadap program Narasi Newsroom, Secara parsial, hanya motif Informasi dan Integrasi dan Interaksi Sosial yang mempengaruhi kepuasan penonton
---	-------------------------------	---	---	---	--

					terhadap program Narasi Newsroom.
4	Shaffanissa Aulia Fasya, 2024	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Inimahsumedang Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Studi Penelitian Siswa/I Kelas Xi Sma Negeri 1 Sumedang)	Penelitian ini sama-sama mencari pengaruh kausalitas di media digital dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.	Perbedaanya ada pada akun dan studi yang dipilih yaitu @Inimahsumedang dan kepada siswa/I di Sumedang	Hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa H_i diterima dan H_o ditolak, yang berarti Penggunaan Media Sosial Instagram @inimahsumedang berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, adanya pengaruh positif dan

					signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
5	Shatila Qurotul Aini, 2024	Pengaruh Tayangan Berita Kriminal Pada Akun Tiktok @Patroli.Indosiar Terhadap Perilaku Kenakalan Remaja (Studi Penelitian Siswa/I Smk Teknologi Industri Pembangunan Kota Cimahi)	Persamaan pada penelitian ini ialah meneliti pengaruh pemberitaan di media digital dan menggunakan pendekatan yang sama.	Namun berbeda dengan media yang dipilih ialah Tiktok dan dengan studi terhadap siswa/I di Kota Cimahi.	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan rhitung sebesar $0,47 > r_{tabel} 0,203$, dan bahwa nilai sig (2-tailed) antara variabel berita kriminal dengan variabel perilaku kenakalan remaja adalah sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti

					terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut.
6	Muhamad Indra Wiguna, 2025	Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Berita Di Instagram @radar_sukabumi (Studi pada Followers akun @radar_sukabumi	Penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan yang lain, seperti penggunaan metode survei dan pendekatan kuantitatif.	Tetapi penelitian ini membawa pembaharuan atau melengkapi penelitian sebelum- sebelumnya dengan membawa penelitian kausalitas dari motif pengguna media terhadap kepuasan mengakses berita di @radar_sukabumi.	

				Dengan menggunakan teori uses and gratifications menurut palmgreen dimana ada motif yang dicari atau Gratifications sought dan ada kepuasan yang didapat atau gratification obtained. Untuk motif yang dicari mengacu kepada pemikiran McQuail.	
--	--	--	---	---	--

F. Kerangka Pemikiran

Dalam bagian ini, peneliti berusaha menjelaskan dasar pemikiran agar isi tulisan ini tidak disalahartikan, tetap konsisten, dan memiliki makna yang tepat. Peneliti menyusun beberapa langkah yang menjadi landasan pemikiran, di antaranya:

Teori Uses and Gratifications (U&G) dalam ilmu komunikasi memandang audiens sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan mereka. Teori ini menekankan bahwa setiap individu memiliki alasan atau tujuan tertentu dalam mengonsumsi media, bukan sekadar menjadi objek pasif dari pengaruh media. Dalam konteks ini, individu secara sadar mencari informasi, hiburan, atau kepuasan sosial melalui media yang mereka pilih.

Teori ini berasumsi bahwa audiens memiliki kebebasan dalam memilih media yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhannya, yang dapat mencakup kebutuhan kognitif (mencari informasi), afektif (memenuhi kebutuhan emosional), integrasi sosial (membangun interaksi dengan orang lain), serta hiburan. Oleh karena itu, teori U&G berusaha memahami alasan di balik pilihan media seseorang dan bagaimana kepuasan yang diperoleh setelah menggunakannya (Rizka et al., 2023).

Dalam proses penggunaannya, teori ini menjelaskan beberapa tahapan, mulai dari munculnya kebutuhan, ekspektasi terhadap media, pemilihan media, penggunaan media, hingga evaluasi kepuasan setelah mengaksesnya. Teori ini menjadi kerangka analisis yang relevan dalam memahami perilaku audiens, terutama dalam konteks jurnalisme digital, termasuk bagaimana pengguna

Instagram @radar_sukabumi memilih dan mengakses berita. Meskipun teori ini memiliki keterbatasan, seperti tantangan dalam mengukur kebutuhan dan kepuasan secara objektif, tetap saja teori U&G memberikan wawasan mendalam mengenai hubungan antara individu dan media serta faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam mengakses berita di media sosial.

1. Motif yang Dicari (Gratification Sought / GS)

Dalam penelitian ini, motif pengguna media mengacu pada alasan atau dorongan individu dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi. Konsep ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications (U&G), yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang ingin mereka peroleh. Palmgreen (dalam Rachmat Kriyantono, 2022) mendefinisikan motif sebagai "gratification sought" (GS), yaitu dorongan yang membuat seseorang mengonsumsi media tertentu. Kata motif sendiri berasal dari bahasa Inggris motive, yang berakar dari kata movere atau motion, yang berarti gerakan atau sesuatu yang menggerakkan, sehingga berkaitan erat dengan tindakan atau perilaku manusia.

Dalam konteks penelitian ini, motif pengguna dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi dapat dikategorikan berdasarkan klasifikasi motif konsumsi media yang dikembangkan oleh Denis McQuail (dalam Rachmat Kriyantono, 2022), yaitu:

- a. Motif Informasi – Pengguna mencari berita untuk memperoleh wawasan dan memahami perkembangan peristiwa terkini di sekitar mereka.

- b. Motif Hiburan – Instagram sebagai *platform* berbasis visual memberikan pengalaman konsumsi berita yang lebih dinamis dan interaktif, menjadikannya sumber hiburan.
- c. Motif Integrasi Sosial – Berita yang dipublikasikan di Instagram memungkinkan pengguna untuk berdiskusi dan berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar maupun berbagi konten.
- d. Motif Identitas Pribadi – Individu cenderung memilih berita yang relevan dengan minat, nilai, atau pengalaman pribadinya, sehingga media menjadi sarana refleksi diri.

Dengan memahami motif-motif ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi kepuasan pengguna dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi, serta bagaimana preferensi audiens dalam memilih dan mengonsumsi berita melalui *platform* digital.

2. Kepuasan yang Diperoleh (Gratification Obtained / GO)

Dalam penelitian ini, kepuasan pengguna media mengacu pada tingkat kepuasan yang dirasakan Followers akun @radar_sukabumi setelah mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi. Konsep ini sesuai dengan teori Uses and Gratifications (U&G), yang menekankan bahwa individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Palmgreen (dalam Kriyantono, 2022) mendefinisikan kepuasan sebagai "gratification obtained" (GO), yaitu kepuasan nyata yang diperoleh audiens setelah menggunakan media tertentu. Tingkat kepuasan ini dapat mencerminkan

seberapa baik suatu media memenuhi ekspektasi penggunanya, baik dalam hal penyajian informasi, keterlibatan, maupun kenyamanan dalam mengakses konten.

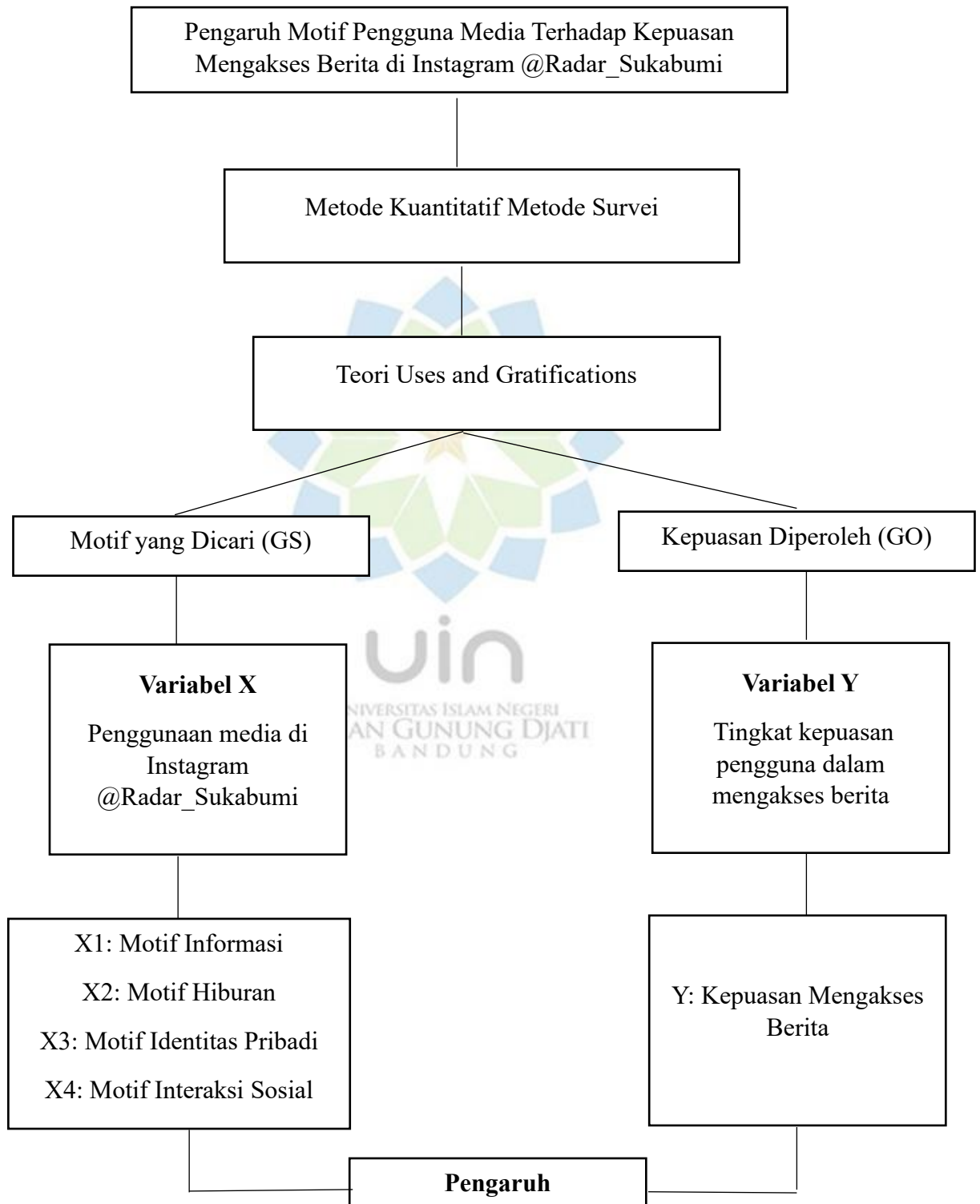
Dalam konteks penelitian ini, kepuasan pengguna dalam mengakses berita di Instagram @radar_sukabumi akan diukur berdasarkan sejauh mana kebutuhan mereka terhadap informasi, hiburan, interaksi sosial, dan identitas pribadi terpenuhi. Jika motif pengguna media (GS) sesuai dengan kepuasan yang diperoleh (GO), maka Instagram sebagai *platform* berita dapat dikatakan efektif dalam memenuhi kebutuhan audiensnya. Sebaliknya, jika ada kesenjangan antara motif dan kepuasan, maka hal ini dapat menjadi indikator bagi media untuk mengevaluasi kualitas penyajian kontennya.

Dengan memahami hubungan antara motif pengguna media (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO), penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang efektivitas penggunaan Instagram sebagai *platform* berita serta bagaimana media lokal seperti Radar Sukabumi dapat meningkatkan strategi pemberitaan digital mereka untuk memenuhi kebutuhan audiens secara lebih optimal.

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Skema Kerangka Penelitian :

Tabel 1.2 Tabel Kerangka Penelitian



Sumber : Hasil Olahan Peneliti

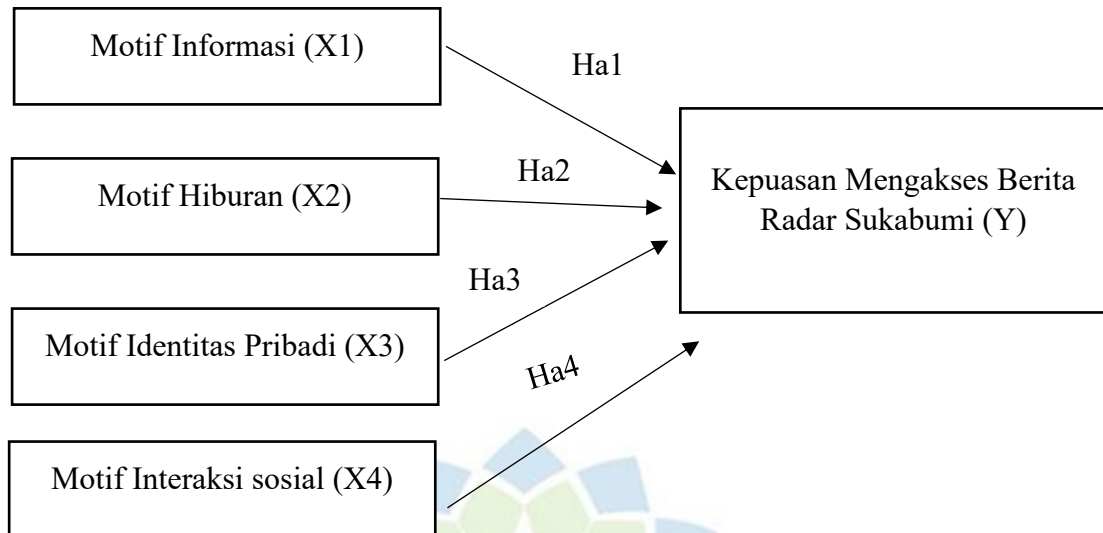
G. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap permasalahan penelitian yang akan diuji kebenarannya melalui analisis data. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama, yaitu variabel bebas (X) yang merujuk pada motif penggunaan media di Instagram @Radar_Sukabumi, serta variabel terikat (Y) yang mengacu pada tingkat kepuasan pengguna dalam mengakses berita di *platform* tersebut.

Perumusan hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada Teori Uses and Gratifications Blumler & Katz, (Ihsan Mughni Hidayat, 2024), yang menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media berdasarkan motif tertentu (Gratification Sought) dan mengevaluasi sejauh mana media tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka (Gratification Obtained). Dalam penelitian ini, hipotesis dirumuskan ke dalam dua bentuk utama, yaitu:

1. Hipotesis Nol (H_0): Tidak terdapat pengaruh antara motif penggunaan media di Instagram @Radar_Sukabumi terhadap kepuasan pengguna dalam mengakses berita.
2. Hipotesis Kerja (H_a): Terdapat pengaruh antara motif penggunaan media di Instagram @Radar_Sukabumi terhadap kepuasan pengguna dalam mengakses berita.

Hipotesis ini akan diuji menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara motif pengguna dalam memilih media dengan tingkat kepuasan yang mereka peroleh setelah mengakses berita di Instagram @Radar_Sukabumi.

Tabel 1.3 Tabel Hipotesis

H. Operasional Variabel

Dua jenis variabel dalam operasional variabel penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (X) atau variabel independet merupakan beberapa unsur ataupun faktor variabel yang diduga akan mempengaruhi atau menentukan kemunculan unsur atau faktor variabel yang lainnya. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas ialah penggunaan media di Instagram @Radar_Sukabumi dengan variabel bebas menggunakan simbol “X”.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (Y) atau variabel dependet merupakan beberapa unsur ataupun faktor variabel yang diduga dipengaruhi atau menghasilkan sebab oleh variabel sebelumnya atau variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi

variabel terikat ialah tingkat kepuasan pengguna dalam mengakses berita dengan variabel terikat menggunakan simbol “Y”.

Selain variabel – variabel yang telah dijelaskan dan digunakan pada penelitian ini, perlu dijelaskan juga bahwa setiap variabel tersebut memiliki berbagai indikator yang digunakan sebagai alat pengukuran atau penentuan karakteristik tertentu dari variabel tersebut. Berikut adalah daftar indikator yang terdapat pada masing – masing variabel dalam penelitian ini.

Tabel 1.4 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Alat Ukur
Variabel Bebas (X) Penggunaan Media Di Instagram @Radar_Sukabumi	X1: Motif Informasi	a. Update terbaru b. Akurasi berita c. Pemahaman isu	Skala Likert (1-5)
	X2: Motif Hiburan	a. Konten menghibur b. Penyajian menarik c. Sajian infografis	Skala Likert (1-5)
	X3: Motif Identitas Pribadi	a. Sesuai minat b. Identitas lokal c. Keterhubungan isu	Skala Likert (1-5)
	X4: Motif Interaksi Sosial	a. Diskusi online b. Berbagi berita c. Komunitas pembaca	Skala Likert (1-5)

Variabel Terikat (Y) Tingkat Kepuasan Pengguna Dalam Mengakses Berita	Y: Kepuasan Mengakses Berita	a. Kualitas berita b. Kebutuhan terpenuhi c. Loyalitas sumber	Skala Likert (1-5)
--	--	--	----------------------------------

I Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Sukabumi, dengan subjek penelitian adalah masyarakat yang mengakses berita melalui Instagram @Radar_Sukabumi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pengamatan bahwa masyarakat di Kecamatan Sukaraja merupakan bagian dari audiens utama Radar Sukabumi dan aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, sebagai sumber informasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana motif pengguna media memengaruhi tingkat kepuasan mereka dalam mengakses berita di *platform* tersebut.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Konsep paradigma pertama kali diperkenalkan oleh Thomas Kuhn dalam bukunya *The Structure of Scientific Revolutions*. Secara umum, paradigma merupakan landasan berpikir atau sudut pandang yang memengaruhi cara seseorang memahami suatu fenomena. Dalam penelitian, paradigma berfungsi sebagai kerangka kerja yang mengorganisasi teori dan riset, mencakup asumsi

dasar, fokus penelitian, model penelitian yang berkualitas, serta metode yang digunakan dalam mencari jawaban (Neuman dalam Andini et al., 2023).

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis yang berorientasi pada metode ilmiah dengan pendekatan kuantitatif. Paradigma ini dipilih karena menekankan pada pengukuran objektif untuk memahami hubungan antara motif pengguna media dan tingkat kepuasan mereka dalam mengakses berita di Instagram @Radar_Sukabumi.

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena mampu menggambarkan serta menjelaskan masalah secara sistematis, dengan hasil yang dapat digeneralisasikan. Penelitian ini mengacu pada teori Uses and Gratifications untuk menganalisis hubungan antara motif penggunaan media (Gratification Sought) dan kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained), dengan data yang diolah secara statistik guna menguji validitas teori tersebut dalam konteks jurnalisme digital di media sosial.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara motif penggunaan media dengan tingkat kepuasan dalam mengakses berita di Instagram @Radar_Sukabumi. Dengan menggunakan survei diterapkan dalam penelitian ini, dengan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dari responden yang dipilih mewakili populasi tertentu.

Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis serta menganalisis pola hubungan antarvariabel secara lebih mendalam. Data yang

diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial guna mengidentifikasi sejauh mana motif pengguna media berpengaruh terhadap kepuasan mereka dalam mengakses berita. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kesimpulan yang lebih generalizable terhadap populasi yang lebih luas.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian sosial biasanya menggunakan dua jenis penelitian yakni kuantitatif dan kualitatif. Pada penelitian ini memakai data yang bertitik fokus pada data kuantitatif yakni perolehan data atau informasi yang didapatkan di akhir dalam bentuk berupa numerik.

Untuk mendapatkan bentuk akhir angka dengan begitu data kuantitatif yang di peroleh pada penelitian akan melibatkan rumus matematika serta menggunakan sistem analisis statistik. Dalam menunjang hasil penelitian maka akan terdapat data dari berbagai sumber, berikut sumber – sumber data yang dipakai.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer (Primary Data)

Data primer ialah data yang didapatkan secara langsung dari objek yang telah ditetapkan dari penelitian atau sumber yang bersangkutan (Waluya, 2006: 79). Data primer pada penelitian ini didapatkan secara langsung dari responden, tanpa menggunakan perantara atau media.

Data primer penelitian ini, didapatkan melalui angket yang berisi pernyataan yang dibuat oleh peneliti kemudian didistribusikan kepada responden penelitian. Pada penelitian ini, Data Primer diperoleh langsung dari kuesioner yang diisi oleh responden di Kecamatan Sukaraja yang merupakan followers yang rutin mengakses berita di Instagram @Radar_Sukabumi.

2) Data Sekunder (Secondary Data)

Data sekunder ialah data atau keterangan informasi bersumber dari pihak ketiga atau pihak lain atau data primer yang dikelola oleh pihak lain atau dari tangan kedua pada umumnya dalam bentuk tabel ataupun telegram (Sugiarto, 2006: 17).

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui studi kepustakaan yaitu menelaah serta memaknai dan mengutip sumber teori dari teks tulisan baik dari buku maupun websites yang berkaitan dengan penelitian. Pada Penelitian ini, Data Sekunder berasal dari berbagai sumber, seperti studi terdahulu, buku, jurnal ilmiah, artikel, serta referensi lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Followers akun

@radar_sukabumi, Kabupaten Sukabumi, yang mengakses berita di Instagram @Radar_Sukabumi. Masyarakat Sukaraja sendiri berjumlah 94.967 jiwa pada (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi, 2024)

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2022: 131) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Apabila populasi dalam jumlah besar, hal tersebut tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan populasi, misalnya karena dana serta tenaga dan waktu yang terbatas.

Oleh karenanya, peneliti menggunakan sampel dari populasi yang ditetapkan. Kemudian, menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2022: 149), salah satu acuan umum yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk merumuskan sampel, dimana yang menentukan besaran sampel berdasarkan tingkat nilai kesalahan yang digunakan, jika nilai kesalahan semakin tinggi, jumlah sampel yang digunakan akan lebih kecil (Riyanto & Hatmawan, 2020: 12). Berikut ini sampel yang digunakan mengacu kepada rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (10%)

1 = angka constant

Guna menarik sample pada populasi teknik yang digunakan ialah non probability sampling. Non probability sampling menurut Sugiyono (2022: 136) merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Secara terperinci, penelitian ini menggunakan Sampling Purposive. Menurut Sugiyono (2022: 138) Sampling Purposive merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan sebagai sampel pada populasi ini, sebagai berikut:

- 1) Followers akun @radar_sukabumi, Kabupaten Sukabumi.
- 2) Mengikuti atau mengetahui akun Instagram @Radar_Sukabumi.
- 3) Pernah mengakses dan membaca berita yang dipublikasikan oleh @Radar_Sukabumi minimal satu kali.

Jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{94.967}{1 + 94.967(0,1)^2}$$

$$n = 99.89$$

Dengan menggunakan *margin of error* 10% (0.10), ukuran sampel yang dihitung berdasarkan rumus Slovin adalah sekitar 100 responden.

6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009: 142), kuesioner ialah teknik mengumpulkan data yang penerapannya dengan cara diberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dibagikan kepada responden untuk dijawab. Selain itu, kuesioner cocok untuk jumlah responden yang besar dan tersebar di wilayah luas.

Penelitian ini menggunakan kuesioner skala yang merupakan kumpulan tingkatan, level, atau nilai yang menunjukkan variasi derajat suatu hal. Kemudian, kuesioner yang telah disusun pertanyaan – pertanyaan akan diberikan kepada Followers akun @radar_sukabumi yang pernah mengakses dan membaca berita yang dipublikasikan oleh @Radar_Sukabumi untuk dijadikan sampel penelitian dalam rangka mengetahui Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Berita di Instagram @Radar_Sukabumi.

7. Uji Validitas

Menurut Soetarlinah Sukadji dalam Lailatus Sa'adah (2019: 79), validitas merupakan derajat yang menjelaskan mengenai pengukuran tes yang menjadi keharusan untuk diukur. Dalam melakukan tes validitas tidak demikian saja terpaku terhadap tes itu sendiri, tetapi semua berhubungan dengan penggunaan subjeknya.

Validitas mempunyai beberapa jenis diantaranya ialah validitas isi, konstruksi dan kriteria. Pada penelitian ini menggunakan validitas konstruksi.

Menurut Jalaluddin Rakhmat (1984: 18) validitas konstruksi merupakan validitas yang memperlihatkan sejauh mana penggunaan suatu alat dalam mengukur konstruk teoritis tertentu yaitu keadaan yang di hipotesis kan berhubungan dengan sebab dan akibat.

Dalam menguji validitas penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Pengertian SPSS ialah program aplikasi mengukur perhitungan statistika menggunakan elektronik komputer. Kelebihan yang didapatkan dengan menggunakan program ini ialah perhitungan statistika dapat dilakukan dengan cepat mulai dari yang sederhana hingga rumit sekalipun (Sawono, 2006: 1). Adapun perhitungan secara manual yang akan digunakan menggunakan rumus Pearson Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} :Koefisien korelasi Pearson antara item instrumen yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

X :Skor item instrumen yang akan digunakan

Y :Skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

N :Jumlah responden

Dengan pengambilan keputusan uji validitas konstruksi yakni:

- a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka pertanyaan atau item atau variabel tersebut dikatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung lebih rendah dari r tabel, maka pertanyaan atau item atau variabel tersebut dikatakan tidak valid.

8. Uji Reabilitas

Menurut Sudjana (2001) dalam Taniredja & Hidayati Mustafidah (2012: 43), alat realibilitas merupakan ketepatan dan ketidak berubahannya alat dalam menilai yang dinilainya. Maksudnya ketika menggunakan alat penilaian kapan pun akan berakhir dengan hasil diberikannya relatif sama.

Dalam menguji realibilitas pada penelitian ini memakai metode One Shot artinya hanya sekali mengukur dengan mengukur yang dilaksanakan dengan sekali ini, hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pertanyaan lainnya dan kemudian dapat digunakan untuk mengukur hubungan antara jawaban dengan pertanyaan. Pada penelitian ini, untuk mengukur realibilitas memakai SPSS adapun perhitungan manual yang umumnya sering digunakan pada penelitian menggunakan koefisien Alpha dari Cronbach (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019: 188), yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

r_{11} : Reliabilitas instrument

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir/item

V_t^2 : Varian total

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar 0,60. Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$, variabel tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$, variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

9. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022: 226) analisis data merupakan suatu kekuatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data yang diterapkan pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten (Gunawan, 2019: 118). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah ukuran yang diterapkan untuk mencari tahu data yang didapatkan ber distribusi normal atau tidak sehingga dapat dipergunakan pada pengukuran statistik dengan arti kata data yang telah

didapatkan dari populasi memiliki distribusi normal atau tidak (Sutha, 2019: 75).

Dalam melakukan pengujian uji normalitas penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan bantuan SPSS. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk mencari tahu penyebaran data secara acak dan spesifik pada populasi (Wahjusaputri & Purwanto, 2022: 215). Dengan dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan, yakni:

- a) Jika nilai Probabilitas lebih besar dari 0,05, maka nilai residual terdistribusi normal.
- b) Jika nilai Probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka nilai residual tidak terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, untuk menguji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai VID masing – masing – masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 dan nilai tollerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas (Hutasuhut, Halim, & Syamsuri, 2023: 108)

3) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastitas dilakukan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi telah terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian residual satu

pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastitas (Hutasuhut, Halim, & Syamsuri, 2023: 109). Dalam menguji apakah penelitian ini telah terjadi heteroskedastitas yaitu dengan menggunakan Uji Gleser.

Dengan dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan, yakni:

- a) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedestisitas.

b. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis mempunyai tujuan mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y). Dalam regresi linear berganda, penggunaan variabel independen minimal 2 variabel. Model regresi yang baik, harus lolos dalam pengujian asumsi klasik.

Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda dilakukan guna mencari tahu pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Motif Informasi (X1), Motif Hiburan (X2), Motif Identitas Pribadi (X3), serta Motif Interaksi Sosial (X4) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Mengakses Berita, yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat atau variabel response.

X = Variabel bebas atau variabel predictor.

α = Konstanta.

β = Slope atau Koefisien estimate.

c. Uji Korelasi

Tujuan dari uji korelasi Pearson Produk Moment ialah untuk menemukan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila bentuknya interval atau ratio (Sugiyono, 2017). Dengan melakukan uji korelasi dapat mengungkap fakta bahwa apakah terdapat hubungan atau tidaknya dua variabel, arah hubungan yang positif atau negatif, serta keeratan hubungan dua variabel. Syarat untuk melakukan uji korelasi Pearson product moment data berdistribusi normal dan linear serta sampel yang dipilih harus secara random atau acak. Untuk menguji korelasi Pearson product moment akan menggunakan bantuan SPSS. Adapun rumus manual yang digunakan, yakni:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

$\sum X$ = Jumlah skor Variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor Variabel Y

Dengan dasar pengambilan keputusan yakni:

- 1) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka berkorelasi.
- 2) Jika nilai Probabilitas $< 0,05$ maka tidak berkorelasi.

Pedoman derajat berhubungan, yakni:

- 1) Nilai Pearson Correlation 0,00 s/d 0,20 = tidak ada korelasi
- 2) Nilai Pearson Correlation 0,21 s/d 0,40 = korelasi lemah
- 3) Nilai Pearson Correlation 0,41 s/d 0,60 = korelasi sedang
- 4) Nilai Pearson Correlation 0,61 s/d 0,80 = korelasi kuat
- 5) Nilai Pearson Correlation 0,81 s/d 1,00 = korelasi sempurna

d. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung seberapa besar hubungan perubahan antara dua variabel yang akan diikuti oleh variabel terikat pada tingkat yang sama (Darma, 2021: 53). Uji R^2 dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisarannya antara $0 < R^2 < 1$. Dengan dasar pengambilan keputusan pengujiannya, yakni:

- 1) Apabila nilai R^2 mendekati 0, maka telah menunjukkan pengaruh yang kecil.
- 2) Apabila nilai R^2 mendekati 1, maka telah menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.