

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia *e-sport* mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. *E-sport* tidak lagi dipandang sebagai aktivitas hiburan semata, tetapi telah bertransformasi menjadi cabang industri digital yang profesional, melibatkan pemain, tim, sponsor, penyelenggara turnamen, hingga media pemberitaan.

Hal tersebut juga terjadi di Indonesia, yang kini menjadi salah satu negara dengan perkembangan *e-sport* tercepat di Asia Tenggara. Perjalanan panjang *e-sport* di Indonesia dimulai sejak akhir 1990-an dengan munculnya kompetisi-kompetisi komunitas seperti StarCraft dan Quake II. Namun, baru pada tahun 2002, Indonesia mulai memasuki industri *e-sport* secara resmi melalui ajang kualifikasi World Cyber Games (WCG). Ajang ini menjadi titik awal pembentukan ekosistem *e-sport* di tanah air. Selanjutnya, momentum penting terjadi pada tahun 2012 ketika Indonesia menjadi tuan rumah Point Blank International Championship (PBIC) di Bandung, yang menjadi tonggak sejarah penyelenggaraan turnamen internasional di Indonesia.

Kini, kompetisi *e-sport* baik dalam skala nasional maupun internasional telah menjadi agenda rutin yang mendorong tumbuhnya berbagai elemen pendukung, termasuk media *e-sport* yang berperan dalam menyebarkan informasi dan membentuk persepsi publik. Salah satu media digital yang berperan aktif adalah Revival TV, yang menyajikan beragam konten seperti liputan turnamen,

profil atlet *e-sport*, analisis strategi permainan, serta dokumentasi komunitas gaming. Dengan lebih dari 500 ribu pelanggan di YouTube dan pengikut yang besar di media sosial, Revival TV berfungsi bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai agenda setter utama dalam pemberitaan *e-sport* di Indonesia.

Menurut McQuail (2011), media massa tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam membingkai realitas sosial sehingga memengaruhi cara audiens memahami suatu fenomena. Dalam konteks ini, pemberitaan *e-sport* oleh Revival TV dapat membentuk persepsi audiens tentang *e-sport* apakah sebagai hiburan semata, industri profesional, atau bahkan fenomena budaya populer.

Bagi mahasiswa jurusan Jurnalistik, pemberitaan *e-sport* di Revival TV memiliki relevansi khusus. Sebagai calon jurnalis, mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen media, tetapi juga sebagai calon produsen pesan yang berpotensi melanjutkan narasi publik tentang *e-sport*. Oleh karena itu, pemahaman mahasiswa terhadap bagaimana Revival TV membingkai isu *e-sport* dapat memengaruhi minat mereka dari berbagai aspek, yakni aspek kognitif (pengetahuan terhadap industri *e-sport*), afektif (ketertarikan emosional terhadap fenomena *e-sport*), dan konatif (kecenderungan untuk berpartisipasi, meliput, atau bahkan terlibat dalam dunia *e-sport* itu sendiri).

Dalam perspektif teori efek media, audiens dipandang sebagai pihak yang dapat dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan melalui media massa. Pemberitaan yang disajikan oleh media digital seperti Revival TV berperan

sebagai stimulus yang mampu membentuk cara pandang, sikap, hingga minat audiens terhadap suatu fenomena, termasuk e-sport. Mahasiswa Jurnalistik yang mengonsumsi konten Revival TV tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memproses pesan tersebut secara kognitif dan afektif, yang pada akhirnya dapat memunculkan respons berupa ketertarikan dan minat terhadap dunia e-sport.

Hal ini sejalan dengan model S-O-R (*Stimulus–Organism–Response*) yang menjelaskan bahwa pesan media sebagai stimulus akan diproses oleh individu (*organism*) dan menghasilkan respons tertentu. Dalam konteks ini, kualitas pemberitaan yang informatif, menarik, dan mudah dipahami berpotensi meningkatkan minat mahasiswa terhadap e-sport sebagai bagian dari budaya digital. Temuan Putra dan Rachmawaty (2021) yang menunjukkan adanya ketertarikan dan keterlibatan individu dalam aktivitas e-sport juga memperkuat bahwa paparan terhadap konten terkait e-sport dapat membentuk respons positif pada audiens.

Selain itu, Putri, Adianda, dan Novrian (2025) dalam penelitiannya tentang Peran Media dalam Pembentukan Ekosistem *E-sport* menemukan bahwa media berperan sebagai agen legitimasi utama dalam membentuk ekosistem *e-sport* melalui narasi profesionalisme dan komunitas digital yang memperkuat identitas kolektif pemain. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan media dapat membentuk minat dan persepsi audiens terhadap dunia *e-sport*.

Sementara itu, Syarnubi (2020) melalui kajian *Imbalance Identity in E-sports News* menyoroti adanya ketimpangan identitas dalam pemberitaan *e-sport* di media daring Indonesia selama pandemi COVID-19. Penelitian tersebut

menegaskan bahwa media tidak netral, tetapi turut memengaruhi citra dan persepsi publik terhadap dunia *e-sport* melalui cara mereka membingkai narasi. Dengan demikian, framing yang digunakan Revival TV dalam menyajikan berita *e-sport* juga berpotensi memengaruhi minat dan pandangan audiensnya, termasuk mahasiswa Jurnalistik.

Selain itu, Akbar (2025) melalui penelitiannya *E-sport: Persepsi, Kompetisi Digital, dan Lokalitas* menemukan bahwa *e-sport* di lingkungan kampus berfungsi bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai arena simbolik dan ekonomi mikro tempat mahasiswa mengekspresikan identitas digital mereka. Artinya, dunia *e-sport* telah menjadi bagian dari budaya digital generasi muda, termasuk kalangan akademik, dan memengaruhi cara mereka berinteraksi serta menilai media yang meliputnya.

Lebih lanjut, penelitian Putri dan Kuswinarno (2024) tentang Pengembangan *E-sport* di Indonesia menunjukkan bahwa dukungan pemerintah, sponsor, dan media memiliki pengaruh besar dalam membentuk ekosistem *e-sport* nasional. MPL (Mobile Legends Professional League), misalnya, telah berhasil menciptakan peluang ekonomi kreatif dan membuka ruang bagi generasi muda untuk berkarier di bidang ini. Dalam konteks pemberitaan, peran media seperti Revival TV menjadi penting karena mampu menumbuhkan aspirasi dan minat audiens muda terhadap industri *e-sport*.

Dari berbagai penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa media digital memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan minat audiens terhadap dunia *e-sport*. Melalui pemberitaan yang intensif, kreatif, dan

konsisten, media seperti Revival TV berpotensi membangun minat mahasiswa terhadap *e-sport*, baik sebagai objek liputan jurnalistik maupun sebagai bagian dari gaya hidup digital generasi muda.

Oleh karena itu, penelitian berjudul **“Pengaruh Pemberitaan *E-sport* di Revival TV terhadap Minat Mahasiswa pada *E-sport*”** ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemberitaan *e-sport* di Revival TV memengaruhi minat mahasiswa Jurnalistik . Penelitian ini menggunakan pendekatan teori efek media dengan model S-O-R (*Stimulus–Organism–Response*) untuk menjelaskan proses pengaruh tersebut. Melalui model ini, pemberitaan *e-sport* dipandang sebagai stimulus yang diterima oleh mahasiswa, kemudian diproses secara kognitif dan afektif, sehingga menghasilkan respons berupa minat terhadap *e-sport*. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengkaji sejauh mana kualitas pemberitaan yang disajikan Revival TV mampu membentuk ketertarikan dan meningkatkan minat mahasiswa dalam mengikuti perkembangan dunia *e-sport*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai:

- 1) Seberapa besar pengaruh pemberitaan Revival TV terhadap minat mahasiswa Jurnalistik terhadap *e-sport*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Menganalisis pengaruh pemberitaan Revival TV terhadap minat mahasiswa

Jurnalistik terhadap *e-sport*.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalistik dan studi media digital. Penelitian ini memperkuat pemahaman mengenai bagaimana pemberitaan yang disajikan oleh media digital mampu memengaruhi audiens, terutama dalam membentuk minat terhadap suatu fenomena, dalam hal ini *e-sport*.

Melalui pendekatan teori efek media dengan model S-O-R (*Stimulus–Organism–Response*), penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah terkait proses pengaruh media, di mana pesan yang disampaikan media sebagai stimulus diproses oleh individu dan menghasilkan respons tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa Jurnalistik diposisikan sebagai individu yang menerima dan mengolah informasi dari pemberitaan *e-sport* di Revival TV, yang kemudian memunculkan respons berupa minat terhadap *e-sport*.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi empiris dalam memahami hubungan antara paparan media digital dan respons audiens, khususnya dalam konteks perkembangan *e-sport* sebagai bagian dari budaya digital dan industri kreatif. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperluas kajian teoritis mengenai efek media, tetapi juga memberikan dasar konseptual bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji peran media dalam membentuk sikap, persepsi, dan minat generasi muda.

### 1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat yang cukup berarti bagi beberapa pihak yang terlibat dalam dunia media dan pendidikan, khususnya di ranah jurnalistik. Bagi tim redaksi Revival TV, hasil penelitian ini bisa jadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi penyajian konten yang lebih tepat sasaran. Adanya masukan dari audiens yang melek media, seperti mahasiswa jurnalistik, bisa membantu redaksi memahami bagaimana konten *e-sport* yang mereka tayangkan diterima dan dimaknai oleh publik yang lebih kritis. Dengan begitu, mereka bisa mulai mengevaluasi apakah narasi yang dibangun sudah inklusif dan mencerminkan realitas di lapangan.

Di sisi lain, penelitian ini juga bisa berkontribusi untuk pengembangan akademik, terutama di Program Studi Jurnalistik baik di kampus tempat penelitian dilakukan maupun di kampus lain yang punya minat serupa. Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar atau referensi dalam mata kuliah yang berhubungan dengan media, seperti Analisis Isi, Jurnalisme Digital, atau Budaya Populer. Selain memperkaya materi kuliah, studi ini juga bisa digunakan sebagai contoh nyata dalam memahami bagaimana media membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu, termasuk *e-sport*.

Untuk mahasiswa jurnalistik sendiri, penelitian ini bisa membuka wawasan baru dan mendorong mereka untuk lebih jeli dalam menilai isi media. Dengan membaca hasil penelitian ini, mahasiswa bisa lebih peka terhadap cara media membingkai sebuah peristiwa atau fenomena, dan pada saat yang sama, jadi termotivasi untuk mengeksplorasi lebih jauh topik *e-sport*. Entah sebagai

penikmat konten, pengamat budaya digital, atau calon jurnalis yang ingin ikut membentuk narasi di dunia *e-sport*, penelitian ini bisa jadi titik awal untuk berkembang lebih jauh.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini didasarkan pada kajian-kajian terdahulu yang relevan sebagai acuan dan referensi untuk memperkuat analisis dan pembahasan. Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan antara lain sebagai berikut.

**Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Nazwa Febriyana Putri, Yusrina Mutiara Adienda, dan Novrian (2025) berjudul “*Peran Media dalam Pembentukan Ekosistem E-sport: Antara Hiburan, Bisnis, dan Budaya Digital*” yang diterbitkan dalam *Orbit: Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, meneliti bagaimana media berperan dalam melegitimasi *e-sport* sebagai bagian dari ekonomi kreatif Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis tematik terhadap publikasi akademik, laporan industri, dan konten media digital periode 2019–2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media berfungsi sebagai agen legitimasi utama dalam membangun citra positif *e-sport* melalui tiga mekanisme: (1) konstruksi narasi profesionalisme pemain dan industri, (2) pembentukan komunitas digital yang memperkuat identitas kolektif, dan (3) fasilitasi rantai nilai ekonomi kreatif melalui kolaborasi dengan pemerintah, sponsor, dan organisasi *e-sport*. Platform seperti INDOESPORTS dan YouTube Gaming berperan penting dalam mentransformasi persepsi publik terhadap *e-sport* dari aktivitas marginal

menjadi industri kreatif yang diakui secara resmi.

Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap peran media digital dalam pembentukan makna dan legitimasi *e-sport*. Namun, perbedaannya terdapat pada ruang lingkup: penelitian Putri dkk. meninjau peran media secara makro terhadap industri, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada resepsi mahasiswa jurnalistik terhadap pemberitaan *e-sport* di media digital Revival TV.

**Kedua**, penelitian yang dilakukan oleh Kenn Lazuardhy Syarnubi (2020) dengan judul “*Imbalance Identity in E-sports News Intersectionality on Covid-19 Pandemic Situation*” yang dimuat dalam Jurnal ASPIKOM, membahas bagaimana media daring di Indonesia membingkai identitas dalam pemberitaan *e-sport* selama pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan analisis framing Entman dan teori interseksionalitas untuk menelaah pemberitaan kegiatan LiveStream Aid 2020 yang diinisiasi oleh Bubu Gaming dan diliput oleh Tirta.id serta Kompas.com.

Hasil penelitian menunjukkan adanya ketimpangan identitas (*identity imbalance*) dalam representasi media: Tirta.id cenderung mengangkat peran pemerintah melalui Sandiaga Uno (*interseksionalitas struktural*), sedangkan Kompas.com lebih menonjolkan figur selebritas seperti Pevita Pearce tanpa narasi mendalam (*interseksionalitas representasional*). Temuan ini menunjukkan bahwa media berkontribusi dalam pembentukan citra sosial *e-sport* dan memperlihatkan adanya bias dalam penyajian identitas aktor.

Persamaannya dengan penelitian ini dilakukan terletak pada perhatian

terhadap konstruksi media digital terhadap dunia *e-sport*, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan konteks analisis. Penelitian Syarnubi menelaah framing media selama pandemi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan menganalisis resepsi kritis mahasiswa terhadap pemberitaan *e-sport* di media digital kontemporer.

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh Fadli Akbar (2025) berjudul “*E-sport: Persepsi, Kompetisi Digital, dan Lokalitas (Studi Kasus Komunitas Unhas E-sport)*” yang diterbitkan dalam Jurnal Emik, membahas persepsi, praktik kompetisi, dan ekspresi lokalitas dalam komunitas *e-sport* kampus Universitas Hasanuddin (Unhas). Menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka teori Pierre Bourdieu tentang habitus dan kapital simbolik, penelitian ini memandang *e-sport* sebagai fenomena sosial yang melibatkan produksi identitas, kerja digital (digital labor), dan kapital budaya.

Hasil penelitian menemukan bahwa *e-sport* di kalangan mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai arena simbolik dan ekonomi mikro yang menggabungkan nilai global dan ekspresi lokal Makassar. Aktivitas komunitas *e-sport* Unhas mencerminkan integrasi antara budaya digital, kreativitas, dan kolaborasi, serta menumbuhkan habitus digital baru di lingkungan akademik.

Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menyoroti hubungan antara *e-sport*, media digital, dan lingkungan mahasiswa, sementara perbedaannya terletak pada fokus. Penelitian Akbar lebih menekankan pada budaya dan identitas lokal dalam *e-sport* kampus, sedangkan penelitian ini akan

fokus pada resepsi mahasiswa terhadap pemberitaan *e-sport* dalam media digital nasional seperti Revival TV.

**Keempat**, penelitian yang dilakukan oleh Arista Maulida Roziana Putri dan Mudji Kuswinarno (2024) berjudul “*Pengembangan E-sport di Indonesia: Peluang, Tantangan, dan Masa Depan Industri (Studi Kasus Mobile Legends Professional League)*” yang diterbitkan dalam Jurnal Media Akademik, menganalisis perkembangan industri *e-sport* Indonesia melalui studi kasus Mobile Legends Professional League (MPL).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan meninjau peran MPL dalam membentuk ekosistem *e-sport* nasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MPL menjadi katalis utama dalam pertumbuhan industri *e-sport* di Indonesia, membuka lapangan kerja baru, serta memperkuat kontribusi ekonomi kreatif. Dukungan dari pemerintah, komunitas, sponsor, dan media menjadi faktor penting dalam memperluas dampak sosial dan ekonomi dari *e-sport*.

Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada analisis terhadap ekosistem *e-sport* sebagai fenomena sosial dan ekonomi yang melibatkan media digital. Namun, penelitian Arista dan Kuswinarno berfokus pada pengembangan industri dan kebijakan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan lebih menyoroti dimensi resepsi dan persepsi media oleh kalangan mahasiswa jurnalistik.

**Kelima**, penelitian yang dilakukan oleh Aji Anugrah Putra dan Maya Rachmawaty (2021) berjudul “*Motivasi dan Kepuasan Gamers Mobile Legends di Kalangan Komunitas Mahasiswa*” yang dipublikasikan dalam Jurnal

Komunikasi dan New Media (JKNM), meneliti tentang motivasi mahasiswa Universitas Pamulang dalam bermain game Mobile Legends menggunakan teori Uses and Gratification.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan hasil yang menunjukkan bahwa mahasiswa memainkan Mobile Legends karena faktor hiburan, interaksi sosial, serta kebutuhan akan pengakuan diri dan kepuasan pribadi. Mereka memperoleh kesenangan sekaligus membentuk komunitas yang solid di sekitar permainan tersebut.

Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus terhadap hubungan antara media digital dan perilaku pengguna (audiens aktif). Namun, perbedaannya terletak pada konteks dan pendekatan: penelitian Putra dan Rachmawaty menelaah motivasi dalam konteks partisipasi bermain, sementara penelitian yang akan direncanakan akan melihat bagaimana audiens mahasiswa menafsirkan pemberitaan *e-sport* sebagai konsumsi media digital yang membentuk persepsi terhadap industri tersebut.

Dengan demikian, kelima penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa fenomena *e-sport* di Indonesia telah berkembang menjadi topik multidisipliner mencakup dimensi media, budaya, ekonomi, dan psikologi sosial. Setiap penelitian memberikan kontribusi berbeda, mulai dari aspek motivasi pengguna, framing media, legitimasi industri, hingga glocalisasi budaya kampus. Penelitian yang akan direncanakan hadir untuk melengkapi kajian tersebut melalui pendekatan resepsi kritis mahasiswa terhadap pemberitaan *e-sport* di media digital, yang belum banyak dieksplorasi secara mendalam di Indonesia.

Tabel 1. 1 Penelitian Tedahulu

NO.	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODOLOGI PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	<b>Putri, N. F., Adienda, Y. M., &amp; Novrian, N. (2025).</b> <i>Peran Media dalam Pembentukan Ekosistem E-sport: Antara Hiburan, Bisnis, dan Budaya Digital.</i> Orbit: Jurnal Ilmu Komunikasi Digital	Menggunakan teori Media Ecology dengan metode kualitatif deskriptif.	Media digital seperti Revival TV dan Ligagame berperan penting membentuk ekosistem <i>e-sport</i> Indonesia melalui pemberitaan dan promosi. Paparan berita meningkatkan kesadaran publik dan dukungan industri.	Sama-sama meneliti pengaruh media digital terhadap persepsi publik dan minat audiens terhadap <i>e-sport</i> .	Penelitian ini berfokus pada ekosistem dan industri <i>e-sport</i> , bukan pengaruh terhadap minat mahasiswa secara khusus.
2.	<b>Syarnubi, K. L. (2020).</b> <i>Imbalance Identity in E-sports News Intersectionality on Covid-19 Pandemic Situation.</i> Jurnal ASPIKOM.	Menggunakan teori Framing (Entman) dan pendekatan	Pemberitaan <i>e-sport</i> cenderung berfokus pada sisi kompetisi dan bisnis, sehingga	Sama-sama membahas efek pemberitaan media terhadap persepsi	Penelitian ini lebih menekankan pada analisis isi berita, bukan pengukuran

		analisis isi kualitatif.	memengaruhi persepsi publik tentang identitas pemain <i>e-sport</i> .	dan minat audiens.	pengaruh terhadap audiens.
3.	<b>Akbar, F. (2025).</b> <i>E-sport: Persepsi, Kompetisi Digital, dan Lokalitas (Studi Kasus Komunitas Unhas E-sport)</i> . Jurnal Emik.	Menggunakan teori Uses and Gratifications dengan metode kualitatif fenomenologis.	Paparan media digital meningkatkan keterlibatan dan minat mahasiswa di komunitas <i>e-sport</i> lokal. Media menjadi sumber utama informasi dan identitas komunitas <i>e-sport</i> .	Sama-sama meneliti hubungan antara paparan media dan minat mahasiswa terhadap <i>e-sport</i> .	Penelitian ini bersifat kualitatif dan berfokus pada persepsi komunitas <i>e-sport</i> , bukan pengaruh pemberitaan tertentu.
4.	<b>Putri, A. M. R., &amp; Kuswinarno, M. (2024).</b> <i>Pengembangan E-sport di Indonesia: Peluang, Tantangan, dan Masa Depan Industri (Studi Kasus Mobile Legends Professional League)</i> . Jurnal Media Akademik.	Pengembangan Industri <i>E-sport</i> , Ekonomi Kreatif Metode: Kualitatif Deskriptif	Industri <i>E-sport</i> berkembang pesat dengan dukungan pemerintah, sponsor, dan komunitas, namun	Sama-sama membahas <i>E-sport</i> di Indonesia dan peran media digital	Tidak membahas pemberitaan Revival TV, tidak meneliti minat mahasiswa, bukan kuantitatif

			masih menghadapi tantangan stigma dan infrastruktur		
5.	<b>Putra, A. A., &amp; Rachmawaty, M. (2021).</b> <i>Motivasi dan Kepuasan Gamers Mobile Legends di Kalangan Komunitas Mahasiswa</i>	Teori Uses and Gratifications, Metode Kuantitatif (Survei terhadap mahasiswa komunitas Mobile Legends)	Motivasi bermain Mobile Legends (hiburan, interaksi sosial, pencapaian, dan pelepasan ketegangan) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa sebagai gamers	Sama-sama meneliti mahasiswa serta <i>E-sport/game</i>	Penelitian ini meneliti motivasi & kepuasan bermain game bukan pengaruh pemberitaan media terhadap minat mahasiswa.

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Perkembangan e-sport yang semakin pesat di Indonesia tidak terlepas dari peran media digital dalam menyebarkan informasi serta membentuk persepsi dan ketertarikan audiens terhadap fenomena tersebut. Salah satu media yang berperan aktif dalam ekosistem ini adalah Revival TV, yang dikenal sebagai pelopor media e-sport di Indonesia. Revival TV secara konsisten menyajikan berbagai konten terkait turnamen, profil atlet, strategi permainan, hingga dinamika komunitas e-sport melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan situs web. Konten-konten tersebut berfungsi sebagai stimulus dalam proses komunikasi massa yang dapat memengaruhi audiens.

Dalam perspektif teori efek media, pesan yang disampaikan melalui media memiliki kemampuan untuk memengaruhi individu, baik dari aspek kognitif, afektif, maupun perilaku. Penelitian ini menggunakan model S-O-R (Stimulus–Organism–Response) untuk menjelaskan proses pengaruh tersebut. Pemberitaan e-sport di Revival TV diposisikan sebagai stimulus (S) yang diterima oleh mahasiswa sebagai organism (O), yaitu individu yang memproses informasi melalui mekanisme kognitif dan afektif. Proses tersebut kemudian menghasilkan respons (R) berupa minat mahasiswa terhadap e-sport.

Pendekatan kuantitatif dengan analisis inferensial digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh pemberitaan e-sport di Revival TV (variabel independen) terhadap minat mahasiswa Jurnalistik terhadap e-sport (variabel dependen). Variabel pemberitaan diukur melalui persepsi mahasiswa terhadap beberapa aspek, seperti akurasi informasi, keberimbangan, gaya bahasa, dan kualitas penyajian

konten yang menjadi karakteristik utama dalam praktik jurnalistik digital.

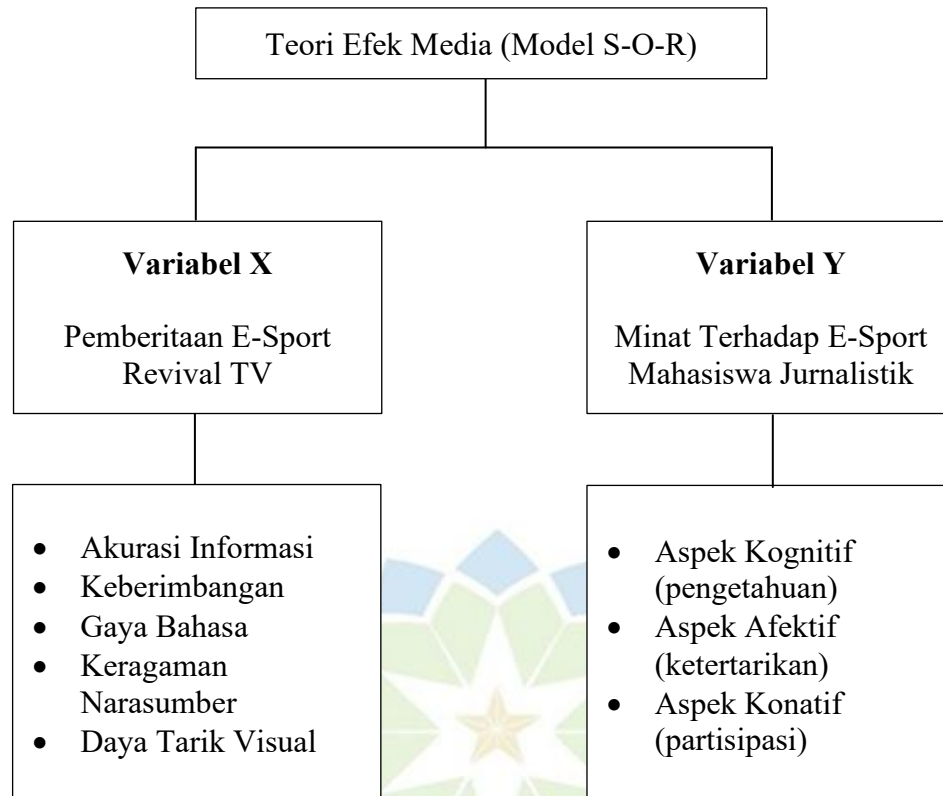
Sementara itu, minat mahasiswa terhadap *e-sport* diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu:

1) Kognitif, yang mencerminkan tingkat pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang dunia *e-sport* setelah mengonsumsi pemberitaan Revival TV.

2) Afektif, yang menggambarkan ketertarikan emosional, kesenangan, dan rasa antusias terhadap konten serta dunia *e-sport*.

3) Konatif, yang menunjukkan kecenderungan perilaku mahasiswa untuk berpartisipasi secara aktif, seperti mengikuti turnamen, menonton pertandingan, atau secara rutin mengakses konten *e-sport* di media digital.

Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini menegaskan bahwa pemberitaan *e-sport* di Revival TV sebagai stimulus memiliki potensi untuk memengaruhi minat mahasiswa sebagai respons melalui proses pengolahan informasi oleh individu. Semakin baik kualitas pemberitaan yang disajikan, maka semakin besar pula pengaruhnya dalam meningkatkan minat mahasiswa terhadap *e-sport*.



**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**

### 1.7 Operasional Variabel

Variabel operasional merupakan karakteristik, ciri, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas yang dapat bervariasi dan dapat diukur. Dalam konteks penelitian, variabel operasional berfungsi untuk menjelaskan secara spesifik unsur-unsur yang akan diamati sebagai dasar dalam menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:38).

Penelitian ini berfokus pada dua variabel utama, yaitu pemberitaan *e-sport* di Revival TV sebagai variabel independen (X) dan minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 terhadap *e-sport* sebagai variabel dependen (Y). Untuk memberikan pemahaman yang lebih terstruktur dan sistematis, berikut disajikan tabel operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. 2 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Skala
Pemberitaan <i>E-sport</i> Revival TV (X)	Akurasi Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi <i>e-sport</i> yang disajikan Revival TV sesuai fakta.</li> <li>- Tidak ada informasi yang dilebih-lebihkan atau menyesatkan.</li> </ul>	Likert
	Keberimbangan Pemberitaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berita menampilkan berbagai sudut pandang (pemain, pelatih, penyelenggara, penggemar).</li> <li>- Tidak berat sebelah pada pihak tertentu.</li> </ul>	Likert
	Gaya Bahasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahasa yang digunakan mudah dipahami.</li> <li>- Gaya penyampaian menarik dan komunikatif.</li> </ul>	Likert

	<p>Keragaman Narasumber</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Narasumber yang dihadirkan berasal dari berbagai kalangan <i>e-sport</i>.</li> <li>- Narasumber kompeten dan relevan.</li> </ul>	<p>Likert</p>
	<p>Daya Tarik Visual</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan visual seperti foto, video, dan grafis menarik perhatian.</li> <li>- Visual mendukung isi berita.</li> </ul>	<p>Likert</p>
<p>Minat terhadap <i>E-sport</i> (Y)</p>	<p>Aspek Kognitif</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui informasi terbaru tentang <i>e-sport</i>.</li> <li>- Memahami struktur kompetisi dan pemain profesional.</li> </ul>	<p>Likert</p>
	<p>Aspek Afektif</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyukai konten dan tayangan <i>e-sport</i>.</li> <li>- Merasa antusias saat menonton atau</li> </ul>	<p>Likert</p>

		membaca berita <i>e-sport</i> .	
	Aspek Konatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingin terlibat dalam aktivitas <i>e-sport</i> (bermain, menonton, atau mengikuti turnamen).</li> <li>- Bersedia mengikuti perkembangan <i>e-sport</i> secara rutin.</li> </ul>	Likert

### 1.8 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dirumuskan peneliti sebagai jawaban atas permasalahan dalam penelitian. Hipotesis menyatakan adanya hubungan antara dua atau lebih variabel yang dapat diuji secara ilmiah. Keberadaan hipotesis membantu peneliti memusatkan perhatian pada fokus penelitian serta mengarahkan proses pengumpulan dan analisis data. Dugaan ini bersifat tentatif, dan kebenarannya akan diuji melalui data yang diperoleh selama proses penelitian (Arikunto, 1995 dalam Afina, 2023).

Mengacu pada rumusan masalah serta latar belakang penelitian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh pemberitaan *e-sport* di Revival TV terhadap minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 terhadap *e-sport*;

H1 : Terdapat pengaruh pemberitaan *e-sport* di Revival TV terhadap minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 terhadap *e-sport*.

## **1.9 Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.9.1 Lokasi Penelitian**

Dalam menentukan lokasi penelitian, peneliti mengacu pada objek dan subjek yang relevan dengan fokus kajian. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Jurnalistik angkatan 2021, yang menjadi bagian dari audiens aktif platform media digital, khususnya Revival TV.

Pemilihan subjek penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan peneliti terhadap dinamika media dalam ekosistem digital, khususnya pada konten pemberitaan *e-sport* yang diproduksi oleh Revival TV. Sebagai media yang secara konsisten menyajikan informasi dan narasi seputar industri *e-sport* melalui platform digital seperti YouTube dan Instagram, Revival TV dipandang memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman serta minat audiens muda terhadap *e-sport*. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengetahui sejauh mana pemberitaan *e-sport* yang disajikan oleh Revival TV dapat memengaruhi minat mahasiswa Jurnalistik, baik dari aspek pengetahuan (kognitif), ketertarikan emosional (afektif), maupun kecenderungan untuk berpartisipasi lebih aktif dalam aktivitas terkait *e-sport* (konatif).

### **1.9.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yaitu paradigma yang berpandangan bahwa realitas sosial dapat diukur secara objektif melalui pengamatan dan analisis data empiris (Sugiyono, 2018). Paradigma ini memandang

bahwa fenomena sosial memiliki pola hubungan yang dapat diuji menggunakan instrumen penelitian yang terukur, sehingga hasilnya bersifat umum dan dapat digeneralisasi.

Paradigma positivistik dipilih karena penelitian ini berupaya menjelaskan pengaruh pemberitaan *e-sport* di Revival TV terhadap minat mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 terhadap *e-sport* secara terukur dan obyektif. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel secara ilmiah dengan menggunakan metode statistik.

Sejalan dengan paradigma tersebut, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif (*ex-post facto*). Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel tanpa memberikan perlakuan langsung terhadap responden (Sugiyono, 2019). Dalam konteks penelitian ini, paparan terhadap pemberitaan *e-sport* di Revival TV telah terjadi secara alami di kalangan mahasiswa Jurnalistik, sehingga peneliti hanya mengukur pengaruhnya terhadap tingkat minat mereka terhadap *e-sport*.

Dengan demikian, paradigma positivistik dan pendekatan kuantitatif eksplanatif dipandang paling sesuai untuk menjawab rumusan masalah penelitian, karena keduanya memungkinkan pengujian hipotesis secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini ingin mengetahui sejauh mana pemberitaan *e-sport* yang dilakukan Revival TV (variabel X) berpengaruh terhadap minat mahasiswa Jurnalistik terhadap *e-sport* (variabel Y). Melalui pendekatan ini, data yang terkumpul dapat dianalisis menggunakan teknik statistik,

seperti uji validitas, reliabilitas, regresi linier, serta uji hipotesis, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian, paradigma positivisme dan pendekatan kuantitatif menjadi dasar yang tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian ini.

### **1.9.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif atau *ex-post facto*. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel pemberitaan *e-sport* di Revival TV (X) dan minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 terhadap *e-sport* (Y) tanpa memberikan perlakuan langsung terhadap responden.

Menurut Sugiyono (2019:8), metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik inferensial, dan bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen. Sedangkan penelitian *ex-post facto* menurut Kerlinger (1973) adalah penelitian yang dilakukan untuk menelusuri hubungan sebab-akibat dari suatu peristiwa yang telah terjadi secara alami.

Dalam konteks ini, peneliti tidak memberikan perlakuan terhadap responden, melainkan mengamati efek dari paparan pemberitaan *e-sport* di media Revival TV terhadap minat mahasiswa jurnalistik.

### **1.9.4 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1.9.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang dihasilkan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif

dengan penyajian berupa data dan variable. Data ini diperoleh dari hasil angket melalui kuisioner.

#### **1.9.4.2 Sumber Data**

##### **1) Sumber Primer**

Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil pengisian kuesioner angket daring (online) yang disebarakan melalui Google Form. Instrumen ini akan diarahkan kepada mahasiswa Program Studi Jurnalistik angkatan 2021, yang secara aktif mengakses dan mengikuti konten Revival TV, khususnya pemberitaan yang berkaitan dengan *e-sport*. Data ini digunakan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan yang dibangun oleh Revival TV, serta untuk mengukur tingkat minat mereka terhadap *e-sport*.

##### **2) Sumber Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan dan kredibel, seperti jurnal ilmiah, skripsi, tesis, buku teori komunikasi massa, serta artikel akademik yang membahas isu terkait, seperti pemberitaan digital, *e-sport*, serta minat dan resepsi audiens. Data ini berfungsi sebagai landasan teoritis dan pendukung analisis, guna memperkuat interpretasi terhadap hasil data primer. Selain itu, peneliti juga mengacu pada laporan industri media digital dan studi terkait *e-sport* di Indonesia untuk memperkaya konteks penelitian.

#### **1.9.5 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini merupakan sekumpulan subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono

(2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 yang berjumlah 177 orang. Karena tidak memungkinkan meneliti seluruh populasi, maka peneliti menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling dengan kriteria responden adalah mahasiswa jurnalistik angkatan 2021 yang pernah menonton atau mengikuti pemberitaan *e-sport* di Revival TV minimal tujuh kali. Hal ini dilakukan agar responden memiliki pengalaman yang cukup terhadap variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2018), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti, sehingga hanya individu yang memenuhi syarat yang dipilih menjadi responden. Teknik ini dipilih karena penelitian ini membutuhkan responden yang benar-benar sesuai dengan fokus kajian, yaitu mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 yang aktif mengakses dan mengikuti konten Revival TV.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021.
- 2) Aktif mengikuti atau pernah mengakses konten Revival TV, baik melalui YouTube maupun Instagram dengan minimal akses sebanyak tujuh kali.
- 3) Bersedia menjadi responden penelitian.

Berdasarkan proses pengumpulan data melalui kuesioner (Google Form), diperoleh sebanyak 54 responden yang memenuhi kriteria tersebut. Dengan

demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 54 responden, yang seluruhnya telah sesuai dengan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti.

Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis pengaruh pemberitaan terhadap minat, sehingga hanya responden yang memiliki pengalaman paparan media yang relevan yang dapat memberikan data yang akurat dan bermakna.

### 1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Angket dibuat secara daring melalui fitur *Google Form*. Penggunaan *Google Form* sebagai media kuisisioner ini agar pengolahan data dapat dilakukan lebih praktis dan terorganisir. Dengan demikian, pengukuran data juga dapat dilakukan dengan lebih jelas dan akurat. Angket ini nantinya akan terdapat 30 pertanyaan tertutup (skala Likert).

### 1.9.7 Validitas dan Reliabilitas

Validitas atau *validity* memiliki arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Terdapat 2 macam uji validitas terhadap kuisisioner, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang telah disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara satu faktor dengan yang lain memiliki kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor).

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Skor item yang diuji

$Y$  = Skor total seluruh item

$\sum XY$  = Jumlah perkalian antara  $X$  dan  $Y$

$\sum X^2, \sum Y^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing skor.

Sementara itu, reliabilitas menyangkut konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran jika dilakukan secara berulang dalam kondisi yang sama. Instrumen dikatakan reliabel apabila menunjukkan hasil yang tetap atau stabil dari waktu ke waktu, serta memiliki konsistensi internal antaritem.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, karena instrumen yang digunakan berbentuk angket tertutup dengan skala Likert. Hasil uji reliabilitas akan menunjukkan apakah indikator dalam satu variabel saling berkorelasi dan mengukur konstruk yang sama secara konsisten. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Semakin mendekati angka 1, maka reliabilitas instrumen semakin tinggi dan dapat diandalkan.

Dengan pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas ini, peneliti memastikan bahwa data yang dikumpulkan melalui kuesioner benar-benar mencerminkan persepsi responden secara akurat dan dapat digunakan dalam pengujian hipotesis.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = Cronbach's alpha .

$k$  = Jumlah item (pertanyaan).

$\sigma_i^2$  = Jumlah varians dari setiap item.

$\sigma_t^2$  = Varians total dari seluruh item.

Kriteria penilaian:

$\alpha > 0.60$  = Reliabel

$\alpha > 0.70$  = Cukup reliabel

$\alpha > 0.80$  = Sangat reliabel

$\alpha > 0.90$  = Sempurna reliabel

### 1.9.8 Teknik Analisis Data

Proses pengolahan dan analisis data akan dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Software ini dipilih untuk memastikan bahwa penyajian data dilakukan secara rapi, akurat, dan mudah dipahami. Analisis yang dilakukan mencakup uji asumsi klasik dan uji hipotesis, untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

#### 1) Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang dibangun memenuhi kriteria model regresi yang baik (Best Linear Unbiased Estimator – BLUE). Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan adalah sebagai berikut:

##### a. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (pemberitaan *e-sport* di Revival TV) dan variabel dependen (minat mahasiswa terhadap *e-sport*) bersifat linear.

Kriteria pengujian:

- Jika Sig. Linearity  $< 0,05$ , maka hubungan bersifat linear.
- Jika Sig. Deviation from Linearity  $> 0,05$ , maka tidak terdapat penyimpangan dari linearitas.

Model regresi dapat digunakan apabila kedua syarat tersebut terpenuhi (Santoso, 2018).

#### b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai skewness dan kurtosis. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai skewness dan kurtosis berada dalam rentang yang dapat diterima, umumnya antara  $-2$  hingga  $+2$ , sehingga distribusi data tidak menunjukkan kemencengan (skewness) maupun keruncingan (kurtosis) yang ekstrem. Pemenuhan asumsi normalitas ini penting dalam analisis regresi karena memengaruhi ketepatan estimasi model serta keandalan hasil pengujian statistik yang dilakukan (Ghozali, 2018).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual. Heteroskedastisitas dapat menimbulkan distorsi pada hasil regresi. Uji dilakukan dengan metode Glejser atau melalui grafik scatterplot. Jika tidak ditemukan pola tertentu dalam sebaran data residual atau nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas (Gujarati, 2012).

#### 2) Uji Hipotesis

Setelah semua asumsi terpenuhi, analisis dilanjutkan pada tahap uji hipotesis untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Tahapan uji hipotesis meliputi:

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen (X), yaitu pemberitaan *E-sport* di Revival TV, terhadap variabel dependen (Y), yaitu minat mahasiswa terhadap *E-sport*, digunakan analisis regresi linear sederhana. Model regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Minat mahasiswa terhadap *E-sport*

X = Pemberitaan di Revival TV

a = Konstanta (nilai Y saat X = 0)

b = Koefisien regresi (besar pengaruh X terhadap Y)

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Nilai signifikansi (Sig.) pada uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y. Jika nilai Sig. < 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan (Ghozali, 2018; Santoso, 2017).

b. Korelasi Pearson Product Moment

Untuk mengetahui tingkat hubungan (korelasi) antara pemberitaan dan minat mahasiswa, digunakan analisis korelasi Pearson Product Moment. Nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara -1 sampai +1, dengan interpretasi sebagai berikut:

0,00 – 0,19 = Sangat lemah

0,20 – 0,39 = Lemah

0,40 – 0,59 = Cukup

0,60 – 0,79 = Kuat

0,80 – 1,00 = Sangat kuat

Hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai Sig. < 0,05. Korelasi positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan korelasi negatif menunjukkan hubungan berlawanan (Sugiyono, 2017).

### c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variabel dependen (minat mahasiswa) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (pemberitaan *E-sport*). Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 sampai 1.

Nilai  $R^2$  mendekati 1 berarti bahwa model dapat menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam data.

Nilai  $R^2$  mendekati 0 berarti bahwa model hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variabilitas data.

Semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik model regresi dalam menjelaskan hubungan antara kedua variable