

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, terjadi perubahan secara signifikan dalam cara masyarakat mengonsumsi berita. Media sosial kini menjadi salah satu sumber utama informasi bagi masyarakat, terutama kalangan muda dan mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dari pola konsumsi berita konvensional, seperti televisi dan surat kabar, menuju platform digital yang lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses.

Kondisi tersebut tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi berita, tetapi juga berpotensi membentuk cara berpikir dan sikap kritis penggunaannya terhadap isu-isu sosial yang muncul di ruang publik. Internet telah menjadi bentuk media yang paling dominan dalam menyajikan berita dan informasi kepada masyarakat. (Gani, 2020).

Dalam dekade terakhir, media sosial telah bertransformasi menjadi ruang strategis tidak hanya untuk interaksi sosial dan hiburan, tetapi juga sebagai sumber utama berita dan informasi. Di Indonesia, penetrasi internet dan penggunaan media sosial meningkat pesat. Menurut Data Reportal, pada awal 2025 terdapat 212 juta orang yang menggunakan internet, dengan penetrasi sebesar 74,6 % dari total populasi. Selain itu, sekitar 143 juta identitas pengguna

media sosial tercatat aktif, yang setara dengan 50,2 % dari total penduduk. (Simon, 2025). Dilansir dari laman *pantau.com*, laporan dari *We Are Sosial* yang merupakan agensi kreatif global yang berfokus pada media sosial dan terkenal dengan laporan riset tahunan tentang digital, menyatakan kelompok usia yang paling banyak mengakses media sosial adalah berusia antara 25-34 tahun. Selain itu Instagram dan X (Twitter) menjadi salah satu media sosial dengan pengguna yang cukup populer. Instagram mendapatkan peringkat kedua tertinggi kategori media sosial yang populer dengan persentase sekitar 85,3 persen pengguna yang rata-rata menghabiskan waktu sekitar 16 jam 10 menit dan X (Twitter) mendapat peringkat ke enam tertinggi dengan persentase sekitar 57,5 persen pengguna dengan rata-rata menghabiskan waktu sekitar 6 jam 26 menit (Latisha, 2024).

Penggunaan akses internet memberikan keuntungan dari segi kecepatan, jangkauan dan kemudahan untuk berinteraksi. Selain itu siapapun bisa dengan mudah mengakses teknologi internet (*mobile, handphone, komputer, dll*) kapan dan di mana saja. Data-data ini menggambarkan bahwa penggunaan media sosial sebagai saluran utama konsumsi informasi sudah sangat masif di Indonesia. Konteks ini, mahasiswa, khususnya mahasiswa Jurusan Jurnalistik, berada di tengah benturan antara akses informasi yang cepat dan kebutuhan akan sikap dalam menyikapi berita. Karena itu, fenomena konsumsi berita melalui Instagram dan X (Twitter) menjadi sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut, sejauh mana intensitas konsumsi berita di platform tersebut memengaruhi kemampuan kritis mahasiswa dalam menyaring, menilai, dan merespon isu publik. Konsumsi berita merupakan proses di mana seseorang memperoleh, mengakses, dan berinteraksi

dengan konten yang dianggap sebagai berita, baik dari sumber formal (organisasi berita), maupun informal (warga negara). Ini mencakup membaca, menonton, mendengarkan, dan berbagi informasi berita melalui berbagai media (Hudaa S, 2017:149).

Akses terhadap informasi yang cepat dan luas melalui media sosial menjadikan mahasiswa, terutama yang memiliki latar belakang pendidikan jurnalistik, sebagai kelompok yang aktif dan kritis dalam mencerna isu-isu aktual. Salah satu kasus yang mencuat dan menjadi perbincangan publik adalah kasus pengiriman kepala babi ke Tempo. Kasus ini tidak hanya menyita perhatian publik karena muatan ancamannya, tetapi juga mengundang berbagai respons terkait hak asasi manusia, kebebasan pers dan kebebasan berekspresi dalam menyikapi isu-isu terkini. Fenomena ini memunculkan ketertarikan untuk mengetahui sejauh mana intensitas konsumsi berita tersebut dapat membentuk atau memengaruhi sikap kritis mahasiswa pada isu kebebasan pers, khususnya mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung yang secara keilmuan memiliki kapasitas dalam menilai dan merespons konten jurnalistik.

Kasus kepala babi yang diberitakan di media sosial, khususnya Instagram dan X (Twitter) mendapatkan perhatian tinggi, khususnya di kalangan jurnalis. Selain itu, beberapa mahasiswa juga menunjukkan minat besar terhadap pemberitaan tersebut. Mereka juga memberikan analisis dan kritik. Namun demikian, timbul variasi dalam sikap mahasiswa terhadap isi berita. Ada yang bersikap kritis, sementara yang lain bersikap pasif saat menerima informasi yang disajikan. Temuan ini mendorong peneliti untuk mengkaji lebih dalam, apakah

intensitas berita tersebut memiliki pengaruh pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa. Untuk memastikan bahwa fenomena tersebut layak diteliti, peneliti melakukan observasi ringan pada kajian pendahuluan dan kajian jurnal.

Pada Penelitian oleh Savhira (2022), menunjukkan bahwa literasi media berpengaruh signifikan terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengenali opini dalam teks berita editorial. Kemudian Penelitian “Strategi Literasi Digital sebagai Sarana Penguatan Berpikir Kritis” oleh Dhewi juga menyebut, literasi digital yang kuat bisa memperkuat kemampuan kritis mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa Jurnalistik.

Berdasarkan kajian tersebut, mahasiswa Program Studi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022 merupakan kelompok yang cukup aktif dalam menggunakan media sosial, terutama Instagram dan X (Twitter), untuk mengikuti perkembangan isu terkini. Sebagai calon jurnalis yang relevan dengan Jurusan Jurnalistik, memiliki pemahaman dan kemampuan berpikir kritis terhadap berita merupakan kompetensi utama yang harus dimiliki. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik menelaah bagaimana intensitas konsumsi berita di media sosial berpengaruh terhadap sikap kritis dan pemahaman isu kebebasan mahasiswa jurnalistik, terutama dalam konteks kasus-kasus sensitif seperti kasus kepala babi.

Dalam konteks tersebut, teori yang paling relevan untuk digunakan adalah *Uses and Gratifications Theory* (U&S). Teori tersebut berfokus pada bagaimana individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Teori ini dikembangkan oleh Blumler dan Katz

(1974) yang menegaskan bahwa khalayak bukanlah penerima pasif pesan media, melainkan pihak yang memiliki tujuan dan motivasi spesifik dalam mengonsumsi media. Dengan kata lain, individu secara sadar memilih media tertentu untuk mendapatkan kepuasan dari kebutuhan kognitif, afektif, personal, sosial, maupun pelarian (Morrison, 2013)

Berkaitan dengan penelitian ini, mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022 menggunakan media sosial, yaitu Instagram dan X (Twitter) sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan berita terkini, termasuk pemberitaan mengenai kasus kepala babi yang melibatkan ancaman terhadap jurnalis. Berdasarkan pandangan teori ini, intensitas konsumsi berita di media sosial tidak hanya menunjukkan seberapa sering mahasiswa terpapar informasi, tetapi juga mencerminkan motivasi dan tujuan mereka dalam mencari serta memanfaatkan berita tersebut.

Penelitian ini berkaitan erat dengan keilmuan jurnalistik. Kasus kepala babi yang diterima Tempo berkenaan langsung dengan praktik dan realitas kerja jurnalis. Peristiwa tersebut menunjukkan bagaimana ancaman terhadap jurnalis serta pemberitaan media dapat berdampak pada profesi yang mereka emban. Dalam dunia jurnalistik, kemampuan memahami dan menilai informasi secara mendalam merupakan keterampilan dasar yang sangat penting, baik dalam proses mencari, memverifikasi, maupun menyajikan berita. Untuk itu, seorang mahasiswa, khususnya mahasiswa Jurnalistik dituntut untuk memiliki kemampuan analitis terhadap setiap kasus. Meliputi mengidentifikasi bias (opini/pendapat), *framing*, dan kepentingan di balik narasi berita. Dengan ini,

patut meneliti hubungan antara konsumsi berita dan bagaimana pemahaman serta sikap kritis mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung terhadap isu tersebut, sebagai bentuk kontribusi langsung pada ranah keilmuan jurnalistik.

Penting menumbuhkan budaya literasi berita, pemahaman dan sikap kritis di kalangan mahasiswa, khususnya saat tengah menempuh studi. Mengingat mahasiswa jurnalistik adalah calon jurnalis di masa yang akan datang, yang kelak berperan dalam membentuk alur wacana publik, jadi penting memastihkan memiliki dasar keterampilan jurnalis, yaitu kemampuan berpikir kritis yang kuat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris (pengamatan) tentang sejauh mana konsumsi berita media kasus kepala babi pada Tempo di media sosial Instagram dan X (Twitter) mampu memengaruhi pemahaman dan sikap kritis mahasiswa. Selain itu, sebagai bahan evaluasi bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang pembelajaran yang adaptif dan efektif pada perkembangan isu-isu aktual. Terakhir, menegaskan pentingnya kesadaran terhadap topik kategori isu-isu strategis dan relevan di masyarakat.

Bedasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin menggali lebih dalam melalui penelitian yang berjudul “Pengaruh Intensitas Konsumsi Berita Kasus Kepala Babi terhadap Pemahaman Isu Kebebasan Pers Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022 (Studi Kuantitatif pada Mahasiswa Aktif Pengguna Instagram dan X)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana telah diuraikan di atas, maka fokus penelitian ini mengenai pengaruh berita kasus kepala babi di Instagram dan X (Twitter) pada pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung. Untuk itu rumusan masalahnya yaitu:

Seberapa besar pengaruh intensitas konsumsi berita mengenai kasus kepala babi di media sosial Instagram dan X terhadap pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas konsumsi berita kasus kepala babi di media sosial Instagram dan X terhadap pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas bahan penelitian lanjutan, sebagai referensi, untuk Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, terutama untuk Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, yang nantinya dapat memberikan kontribusi kepastakaan pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

2) Secara Praktis

Penelitian ini nantinya bisa digunakan untuk acuan ke depannya, menjelaskan bagaimana pengaruh media, khususnya media sosial pemberitaan dalam membangun perspektif mahasiswa/i terkhusus dari jurnalistik, juga dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan kesadaran bagi banyak orang pentingnya bersikap kritis dalam membangun pengembangan diri.

1.5 Kerangka Pemikiran

Teori penggunaan dan kepuasan atau *Uses and Gratification Theory* berkembang sekitar tahun 1940, yakni ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahun latar belakang motif khalayak terpenuhi oleh media. Mereka meneliti bagaimana audiens dinilai mengetahui kebutuhan mereka serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dipilih. Audiens terlihat sebagai pengguna yang aktif dalam proses komunikasi. Untuk tingkat keaktifan setiap individu tidak sama. Biasanya, penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan serta tujuan yang ditentukan oleh audiens/pengguna sendiri (Littlejohn 2005). Untuk itu Teori *Uses and Gratification* adalah pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Diketahui Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *the Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*, yang menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber

media yang paling baik, dan teori *Uses and Gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan. (Nurudin: 191-192).

Selain itu, teori ini menjelaskan mengenai bagaimana sifat khalayak aktif ketika mengonsumsi media, hal ini membuat mereka dapat selektif dalam memilih pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Pemilihan media-media yang dilakukan oleh pengguna merupakan salah satu dari cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Ketika khalayak mengonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka.

Teori ini menganggap, khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut. Khalayak memiliki beragam alasan dan motivasi ketika menggunakan media, yang didasari oleh kebutuhan dan tujuan tertentu. Menurut McQuail dan rekan-rekannya, terdapat empat alasan utama yang melatarbelakangi penggunaan media oleh audiens. Pertama, pengalihan (*diversion*), yaitu keinginan untuk melarikan diri dari rutinitas atau tekanan aktivitas sehari-hari melalui hiburan atau rekreasi yang disediakan media. Kedua, hubungan personal, ketika individu menggunakan media sebagai sarana membangun atau menggantikan interaksi sosial, misalnya merasa memiliki teman melalui tokoh-tokoh di media. Ketiga, identitas personal, yakni penggunaan media sebagai cara untuk memperkuat atau menegaskan nilai-nilai,

kepercayaan, serta pandangan hidup individu. Keempat, pengawasan (*surveillance*), yaitu kebutuhan individu akan informasi yang membantu memahami lingkungan, mengambil keputusan, atau mencapai tujuan tertentu.

Teori ini didasari pada lima asumsi dasar yang menjelaskan bagaimana khalayak berinteraksi dengan media. Pertama, khalayak dianggap aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan, artinya individu secara sadar memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Kedua, inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan dengan pilihan media berada pada diri khalayak itu sendiri. Mereka menentukan media mana yang paling sesuai untuk mencapai kepuasan yang diinginkan. Ketiga, media berkompetisi dengan berbagai sumber kepuasan lain, seperti interaksi sosial langsung atau aktivitas personal, sehingga media hanya menjadi salah satu dari banyak alternatif pemenuhan kebutuhan. Keempat, diasumsikan bahwa individu memiliki kesadaran diri yang cukup mengenai minat, motif, dan penggunaan media mereka, sehingga mereka mampu memberikan informasi yang relatif akurat kepada peneliti mengenai perilaku konsumsi medianya. Kelima, penilaian normatif tentang apakah penggunaan media tertentu baik atau buruk sebaiknya ditunda, karena fokus teori ini adalah memahami bagaimana dan mengapa khalayak menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Secara keseluruhan, kelima asumsi ini menegaskan, teori *Uses and Gratifications* memandang khalayak sebagai subjek aktif yang secara sadar memilih dan memanfaatkan media, bukan sebagai penerima pasif dari pesan-pesan yang disampaikan.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama. Intensitas Konsumsi Berita sebagai variabel bebas (X) dan Pemahaman Mahasiswa sebagai variabel terikat (Y). Masing-masing variabel dijabarkan dalam beberapa dimensi. Untuk variabel x meliputi frekuensi, durasi, atensi dan kebutuhan kognitif. Kemudian variabel y meliputi kepuasan kognitif, afektif, integratif personal, dan integratif sosial. Rujukan ini berasal dari McQuail pada bukunya *McQuail's Mass Communication Theory*. Selain itu, penggunaan media bisa diukur dengan hubungan individu dengan media, jenis media, dan jumlah waktu yang diukur memakai frekuensi, durasi dan intensitas (Lometti, 1977). Variabel X (Intensitas Konsumsi Berita) ini menggambarkan tingkat keterlibatan individu dalam mengakses dan mengonsumsi berita, khususnya melalui media sosial.

Berdasarkan teori *McQuail dalam McQuail's Mass Communication Theory* serta penelitian Lometti, Reeves, dan Bybee (1977), penggunaan media dapat dilihat dari hubungan individu dengan media, jenis media yang digunakan, dan jumlah waktu yang dihabiskan. Dimensi yang digunakan meliputi:

1. Frekuensi: Memperlihatkan seberapa sering individu mengakses atau membaca berita dalam kurun waktu tertentu. Semakin tinggi frekuensi, semakin besar intensitas keterpaparan terhadap informasi.
2. Durasi: Menunjukkan lamanya waktu yang dihabiskan individu dalam mengonsumsi berita, baik per sesi maupun total waktu dalam sehari atau seminggu.
3. Atensi: Mengacu pada tingkat perhatian dan keterlibatan individu saat mengonsumsi berita. Atensi tinggi menandakan bahwa individu

tidak hanya melihat sekilas, tetapi juga memperhatikan isi berita secara mendalam.

4. **Kebutuhan Kognitif:** Menunjukkan dorongan intelektual individu untuk memperoleh pengetahuan, memahami isu, dan memperluas wawasan melalui berita yang dikonsumsi.

Sedangkan Variabel Y (Pemahaman) ini menggambarkan sejauh mana mahasiswa mampu berpikir analitis, rasional, dan reflektif terhadap informasi yang diperoleh dari media. Selain itu, pemahaman ini didukung oleh konsep dan proses persepsi. Konsep persepsi menurut Robbins (2001) merupakan proses ketika individu memberi makna terhadap lingkungan dan stimulus yang diterimanya.

Untuk itu berdasarkan dimensi kebutuhan khalayak menurut McQuail, variabel ini dijabarkan ke dalam empat dimensi utama. Sementara itu, Variabel Y (Pemahaman) menggambarkan sejauh mana mahasiswa mampu berpikir analitis, rasional, dan reflektif terhadap informasi yang mereka peroleh dari media. Pemahaman ini berkaitan dengan proses persepsi, Berdasarkan dimensi kebutuhan khalayak menurut McQuail, variabel ini kemudian dijabarkan ke dalam empat dimensi utama sebagai dasar pengukuran:

1. **Kepuasan Kognitif:** Berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami, menilai, dan menginterpretasi informasi secara logis dan rasional.
2. **Kepuasan Afektif:** Menunjukkan respon emosional yang muncul akibat paparan berita, seperti empati, keprihatinan, atau ketertarikan

terhadap isu yang diberitakan.

3. Integratif Personal: Menggambarkan sejauh mana konsumsi berita berkontribusi terhadap pembentukan nilai-nilai pribadi, identitas diri, serta kepercayaan individu terhadap pandangan tertentu.
4. Integratif Sosial: Menggambarkan bagaimana individu menggunakan informasi dari media untuk berinteraksi, berdiskusi, dan menyesuaikan diri dalam lingkungan sosialnya.

Berkaitan dengan ini, korelasi antara variabel Intensitas Konsumsi Berita (X) dan Pemahaman Mahasiswa (Y) terletak pada pengaruh keterlibatan mahasiswa dalam mengonsumsi berita terhadap kemampuan mereka berpikir secara analitis dan rasional. Semakin sering, lama, dan fokus mahasiswa dalam mengakses berita, terutama karena dorongan kebutuhan kognitif, semakin banyak informasi yang mereka peroleh untuk dibandingkan dan dievaluasi secara kritis. Proses ini mendorong terbentuknya pemahaman dan sikap kritis, yaitu kemampuan menilai keakuratan, relevansi, dan kredibilitas informasi. Dengan demikian, tingginya intensitas konsumsi berita berpotensi meningkatkan sikap kritis mahasiswa terhadap berbagai isu, khususnya isu kebebasan pers.

Dalam konteks ini, mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022 yang menggunakan media sosial seperti Instagram dan X (Twitter) sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan berita terkini, termasuk pemberitaan mengenai kasus kepala kabi yang melibatkan ancaman terhadap jurnalis. Berdasarkan pandangan teori ini, intensitas konsumsi berita di media sosial tidak hanya menunjukkan seberapa sering mahasiswa terpapar informasi, tetapi juga

mencerminkan motivasi dan tujuan mereka dalam mencari serta memanfaatkan berita tersebut. Dengan demikian, melalui pendekatan *Uses and Gratifications*, penelitian ini berupaya melihat bagaimana intensitas konsumsi berita kasus kepala babi di media sosial dapat memengaruhi pemahaman dan sikap kritis mahasiswa Jurnalistik. Semakin tinggi intensitas konsumsi berita yang didorong oleh kebutuhan kognitif dan sosial, diharapkan semakin tinggi pula kemampuan mahasiswa untuk memahami dan berpikir kritis terhadap isu-isu yang berkaitan dengan profesi jurnalistik dan kebebasan pers.

Tabel 1. 1 Kerangka Berpikir



1.6 Hipotesis

Adanya pengaruh yang signifikan antara intensitas konsumsi berita tentang kasus kepala babi di media sosial Instagram dan X terhadap pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 22.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada skripsi ini ialah di Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Objek penelitian adalah mahasiswa Jurnalistik. Memiliki alasan memilih lokasi ini, karena selama pengamatan peneliti, objek atau mahasiswa Jurnalistik berada di lokasi tersebut dan telah mengikuti alur berita kasus kepala babi di media sosial.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Pada paradigma menggunakan penelitian yang positivisme karena berpandangan pada realitas sosial dan dapat diukur secara objektif juga empiris. Paradigma positivisme adalah cara pandang penelitian yang meyakini bahwa realitas sosial itu nyata, objektif, dan bisa diukur dengan angka. Selain itu pengumpulan data dapat diuji statistik. Peneliti akan memposisikan diri secara netral dan berusaha agar proses tidak subjektif pada objek yang diteliti.

Kemudian, pendekatan penelitian yang digunakan adalah objektif *structural*, yang memandang, sikap individu merupakan hasil dari pengaruh struktural (sistem, organisasi, atau masyarakat), seperti media massa. Selaras dengan paradigma positivistik, sebab berupaya menelusuri hubungan kausal antara variabel bebas (intensitas konsumsi berita) dan variabel terikat (pemahaman mahasiswa).

1.7.3 Metode Penelitian

Untuk metode penelitian ini ialah metode survei. Pemilihan ini didasarkan pada beberapa alasan, yaitu. Pertama, metode survei sesuai dengan paradigma positivisme dan pendekatan objektif, karena memungkinkan pengukuran variabel secara sistematis melalui alat atau perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau disebut instrumen penelitian (kuesioner). Kedua, pada metode survei, peneliti dapat mengumpulkan data dari sejumlah responden dalam waktu cepat, relatif singkat dengan cakupan yang luas. Kemudian, ketiga, metode ini efektif dalam menganalisis hubungan antara intensitas konsumsi berita dengan pemahaman kritis mahasiswa secara statistik,

dapat menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis secara akurat. Metode ini juga memberikan keleluasaan dalam menyusun indikator berdasarkan dimensi masing-masing variabel, sehingga data yang dikumpulkan relevan, terukur, dan valid secara metodologis.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif, sebab pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data kuantitatif ini berbentuk angka-angka hasil dari pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden. Data yang dikumpulkan akan merepresentasikan intensitas konsumsi berita (variabel X) dan pemahaman isu kebebasan pers (variabel Y), yang diukur berdasarkan indikator-indikator yang telah ditentukan dalam model konseptual. Data tersebut kemudian dianalisis secara statistik untuk melihat pengaruh antarvariabel.

2) Sumber Data

Terdapat dua sumber data, yaitu primer dan sekunder. Untuk sumber data yang primer (asli, nyata, langsung), bukan dari olahan, kutipan ataupun laporan orang lain. Dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang menjadi responden penelitian. Mereka dipilih sebab dianggap relevan dengan fokus penelitian, yaitu konsumsi media dan sikap kritis terhadap pemberitaan di media sosial. Responden akan memberikan data secara langsung melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator

intensitas konsumsi berita (X) dan indikator pemahaman mahasiswa (Y). Data yang diperoleh dari responden ini bersifat langsung, aktual, dan menjadi dasar utama dalam proses analisis data kuantitatif.

Sedangkan, untuk sumber data sekunder didapatkan dari berbagai dokumen dan referensi ilmiah yang mendukung proses penelitian, antara lain buku-buku tentang teori komunikasi massa, jurnal-jurnal ilmiah yang membahas Teori *Uses and Gratification*. Selain itu, artikel ilmiah, laporan hasil penelitian terdahulu, berita-berita di media sosial Instagram dan X (Twitter), serta dokumen resmi dari UIN Bandung juga digunakan untuk memperkuat landasan teori, kerangka pemikiran, serta analisis terhadap konteks kasus. Data sekunder ini berguna untuk pelengkap dan pembandingan terhadap data primer yang didapat dari responden.

1.7.5 Populasi dan Sampel

Untuk Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022. Populasi ini dipilih karena mahasiswa jurnalistik merupakan subjek yang relevan dalam meneliti pengaruh konsumsi berita terhadap pemahaman isu kebebasan pers, mengingat mereka dibekali dengan pengetahuan tentang teori media dan keterampilan analisis isi media sejak awal studi. Dalam sampel penelitian ini adalah sebagian mahasiswa dari populasi tersebut yang diambil menggunakan teknik *probability sampling*. Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = jumlah populasi
- e = tingkat kesalahan yang ditoleransi (*margin of error*), misalnya 10% (0,1), 0,05 (5%), atau 0,01 (1%).

Jumlah mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2022 yakni 170 orang. Jumlah sampel yang diperoleh untuk penelitian adalah:

$$n = \frac{170}{1 + 170(0,05)^2} = \frac{170}{1 + 170(0,0025)} = \frac{170}{1 + 0,425} = \frac{170}{1,425} = 119,3$$

Dengan demikian, maka jumlah sampel setelah dibulatkan menjadi 119 orang.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah kuesioner (angket tertutup), yaitu daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab secara mandiri. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari variabel:

1. Intensitas konsumsi berita (frekuensi, durasi, atensi, kebutuhan kognitif)

2. Pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa (kepuasan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial)

Kuesioner akan menggunakan skala likert 5 poin untuk memudahkan kuantifikasi jawaban atau datanya. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun daring melalui platform survei (Google Form atau sejenisnya), sesuai pada kondisi lapangan.

Tabel 1. 2 Skala Likert

5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

1.8 Operasional Variabel

Didalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yang akan dibahas yaitu variabel Independen (X) dan variabel Dependen (Y).

1) Variabel Independen (X)

Variabel bebas atau disebut variabel independen merupakan faktor yang mempunyai potensi untuk memengaruhi serta menentukan kemunculan elemen atau faktor lainnya. Dalam penelitian ini, intensitas konsumsi berita kasus kepala babi di media sosial Instagram dan X (Twitter) sebagai Variabel Independen (Variabel X)

2) Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen ialah faktor yang mungkin dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, pemahaman isu kebebasan pers sebagai Variabel Dependen (Variabel Y).

Tabel 1. 3 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Alat Ukur
Variabel (X) Intensitas Konsumsi Berita	Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> - Intensitas/seberapa sering mengakses berita - Keteraturan dalam mengikuti <i>update</i> - Konsistensi pada paparan berita - Kebiasaan melihat berita serupa - Jumlah paparan dalam periode tertentu 	Skala Likert (5-1)
	Durasi	<ul style="list-style-type: none"> - Lama waktu membaca berita - Kedalaman waktu per-sesi - Kesiediaan meluangkan waktu - Intensitas/seberapa durasi konsumsi 	Skala Likert (5-1)
	Atensi	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat fokus - Perhatian terhadap isi - Konsentrasi membaca - Ketertarikan terhadap detail - Keseriusan mengikuti berita 	Skala Likert (5-1)
	Kebutuhan Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> - Dorongan mencari pengetahuan melalui berita 	Skala Likert (5-1)

		<ul style="list-style-type: none"> - Keingintahuan intelektual - Motif memahami isu - Peningkatan wawasan - Kebutuhan informasi yang relevan 	
Variabel (Y) Pemahaman Kebebasan Pers	Kepuasan Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman isi berita - Kemampuan analisis berita - Penilaian objektivitas - Pemahaman konteks - Penguasaan informasi 	Skala Likert (5-1)
	Afeksi	<ul style="list-style-type: none"> - Respon emosional setelah membaca informasi dari berita - Kepedulian - Keprihatinan - Ketertarikan emosional - Sensitivitas terhadap isu berita 	Skala Likert (5-1)
	Integratif Personal	<ul style="list-style-type: none"> - Pembentukan sikap setelah membaca informasi dari berita - Nilai pribadi - Prinsip kebebasan pers - Refleksi diri setelah memahami isi berita 	Skala Likert (5-1)

		- Penguatan pandangan	
	Integratif Sosial	- Diskusi sosial - Interaksi interpersonal - Pertukaran pendapat - Peran sosial berita - Kesadaran kolektif	Skala Likert (5-1)

1.9 Validitas dan Reliabilitas

Untuk menjamin kualitas instrumen, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disusun.

1. Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner bisa mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan menggunakan *Product Moment Pearson* atau yang biasa disebut uji korelasi *Pearson*, dengan bantuan program SPSS, di mana nilai *r-hitung* dibandingkan dengan *r-tabel*. Butir soal (pertanyaan-pertanyaan) dinyatakan valid jika nilai *r-hitung* > *r-tabel* dan signifikan pada $\alpha = 0,05$.
2. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal instrumen, yaitu apakah instrumen (pertanyaan-pertanyaan) dapat memberikan hasil yang stabil dalam pengukuran berulang. Uji ini digunakan dengan menggunakan *Alpha Cronbach* melalui SPSS. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

1.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan distribusi (penempatan) data masing-masing variabel. Analisis ini mencakup nilai *mean*, modus, frekuensi, dan persentase. Tujuannya adalah memberikan gambaran umum mengenai intensitas konsumsi berita dan pemahaman sikap kritis mahasiswa.

2. Statistik Inferensial

Statistik inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis dan melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Teknik analisis yang dipakai ialah uji regresi linier sederhana, sebab hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Uji ini berfungsi untuk mengetahui signifikansi (kebermaknaan) pengaruh dan besarnya kontribusi intensitas konsumsi berita terhadap pemahaman isu kebebasan pers mahasiswa. Sebelum itu terlebih dahulu akan ada uji asumsi klasik untuk melihat data normal atau terdapat gejala heteroskedastisitas. Pengolahan data dilakukan melalui program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26.0.0.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen (Pemahaman mahasiswa tentang isu kebebasan pers)
- X = Variabel Independen (Intensitas konsumsi berita kasus kepala babi)
- a = Konstanta (*Intercept*) jika tidak ada konsumsi berita sama sekali.
- b = Koefisien Regresi (Pengaruh variabel x dan y)

Dengan menggunakan teknik inferensial, hasil analisis dapat digeneralisasikan (diberlakukan untuk yang lebih luas) ke dalam wilayah populasi secara lebih luas, selama sampel yang diambil telah memenuhi prinsip representatif, di mana apa yang diteliti menggambarkan kondisi sebenarnya dari keseluruhan yang lebih besar, supaya hasilnya valid.