

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media ialah bagian dari unsur pada komunikasi yang berfungsi sebagai perantara informasi. Dengan kata lain, media merupakan alat atau bahan untuk mengirimkan informasi dari komunikator kepada komunikan. Media komunikasi dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu media komunikasi personal dan media komunikasi massa. Media komunikasi personal adalah media yang digunakan oleh dua individu atau lebih untuk saling terhubung. Sementara itu, media komunikasi massa adalah media yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari satu sumber informasi kepada khalayak luas. Media komunikasi massa bersifat masif sehingga memiliki skala dampak yang besar.

Media komunikasi terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi. Hadirnya teknologi informasi ditandai dengan ditemukannya komputer sebagai alat untuk pertukaran data dan informasi. Hal tersebut juga didukung dengan munculnya internet pada tahun 1990-an yang memberikan macam-macam kelebihan. Jangkauan pertukaran informasi menjadi tidak terbatas dan minim hambatan (Danuri, 2021).

Puncak perkembangan teknologi informasi dimulai pada tahun 2000-an. Pada era ini, terjadi sebuah fenomena yang disebut transformasi digital, di mana segala bentuk pekerjaan dibantu oleh teknologi informasi untuk mendapatkan

efisiensi dan efektifitas. Beberapa bidang telah melakukan transformasi ini, salah satunya jurnalisme. Praktik penyebaran berita yang awalnya dilakukan melalui media cetak atau media elektronik juga merambah ke media digital untuk menyesuaikan kebiasaan baru masyarakat.

Transformasi digital memiliki sejumlah keuntungan bagi masyarakat sebagai pengguna maupun bagi perusahaan media sebagai pengelola konten. Dari sudut pandang pengguna, masyarakat bisa mengakses berita secara fleksibel—di mana saja dan kapan saja. Selain itu, masyarakat bisa mencari tahu informasi secara bebas sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Sementara dari sudut pandang pengelola konten, perusahaan media dapat menghemat biaya dan waktu produksi. Berita yang diterbitkan dapat menyebar dengan cepat ke seluruh dunia dalam waktu yang sama. Perusahaan media juga dapat mengetahui bagaimana *feedback* khalayak dengan cepat, karena dengan teknologi digital dapat memungkinkan adanya interaksi antara pengirim pesan dengan penerima pesan dan antara sesama penerima pesan.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Pesatnya laju pertumbuhan internet membuat pers terus melakukan upaya untuk menjangkau seluruh khalayak agar dapat bersaing dengan teknologi-teknologi terbaru. Salah satu upaya tersebut adalah melalui konvergensi media.

Konvergensi media merupakan kegiatan penggabungan beberapa media sehingga terintegrasi untuk diarahkan kepada satu titik tujuan. Konvergensi media tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga membawa pergeseran dalam pola industri, budaya, dan sosial. Konvergensi media terjadi ketika individu berinteraksi sosial menggunakan berbagai jenis *platform* berbeda untuk menciptakan pengalaman dan konten baru sehingga khalayak tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen (Razali et al., 2022).

Konvergensi media menyebabkan media massa berinovasi menjadi media *multiplatform*. Istilah “*multiplatform*” mengacu pada pendekatan strategis di mana perusahaan media berfokus pada pembuatan atau penggabungan produk dan layanan dengan tujuan penyampaian dan distribusi konten tidak hanya pada satu tetapi di berbagai *platform*. Misalnya, televisi yang bukan hanya menyiarkan program melalui saluran televisi saja, namun juga melalui *platform* aplikasi berbagi video dan *website* yang dapat diakses secara daring.

Salah satu *platform* yang banyak digunakan perusahaan media sebagai sarana penyebaran konten adalah aplikasi WhatsApp. WhatsApp adalah aplikasi perpesanan pada *smartphone* yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan teks interaktif atau percakapan telepon bahkan berbagi data dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Aplikasi ini memiliki beberapa fitur di dalamnya, salah satunya fitur saluran. Fitur saluran merupakan fitur terbaru aplikasi WhatsApp yang resmi diluncurkan pada 13 September 2023 secara global di 150 negara termasuk Indonesia. Saluran adalah fitur siaran satu arah yang dikelola oleh

admin untuk mengirim teks, foto, video, stiker, dan jajak pendapat. Pengguna bisa menentukan saluran mana yang ingin diikuti melalui tautan yang dibagikan atau melalui tombol “jelajah” yang tersedia. Dengan manfaat tersebut, kini sudah banyak perusahaan media yang mengandalkan fitur saluran WhatsApp sebagai media perpanjangan untuk distribusi berita dan terkoneksi dengan khalayak.

WhatsApp juga dinilai cukup menjanjikan karena berdasarkan data yang dipublikasikan oleh We Are Social, aplikasi ini menjadi *platform* yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia per bulan Januari 2024 dengan total pengguna 90,9% dari jumlah populasi. Sejumlah media internasional, nasional, bahkan lokal pun telah memanfaatkan fitur saluran pada aplikasi ini dan berhasil menarik jutaan pengikut.

Salah satu media yang menggunakan fitur saluran pada WhatsApp adalah Jurnalposmedia. Jurnalposmedia merupakan lembaga pers mahasiswa (LPM) jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, UIN Bandung. Jurnalposmedia memiliki empat jenis konten utama, yaitu berita *online*, siaran video, infografis, dan foto jurnalistik. Saluran WhatsApp Jurnalposmedia pertama kali hadir pada 11 Juli 2024. Sampai saat ini, Jurnalposmedia telah memiliki 613 pengikut yang mayoritas terdiri dari mahasiswa aktif maupun alumni Jurnalistik UIN Bandung.

Fitur saluran pada WhatsApp merupakan sebuah cara baru bagi para perusahaan media untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Sebagai wilayah kajian jurnalistik, perlu bagi perusahaan media untuk mengetahui apakah fitur saluran pada WhatsApp dapat diterima dalam penggunaannya sebagai media

distribusi berita. Penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran bagaimana peran saluran WhatsApp dalam memudahkan khalayak mengakses berita dari suatu media.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, sedikit penelitian yang mengungkapkan bagaimana penerimaan fitur saluran WhatsApp sebagai media distribusi berita. Maka dari itu, diharapkan penelitian ini dapat menjawab bagaimana persepsi khalayak dan perilaku penggunaannya terhadap fitur tersebut.

Mengacu pada fenomena yang ada, maka diangkat penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Penerimaan Fitur Saluran WhatsApp sebagai Media Distribusi Berita: Studi Kuantitatif pada Jurnalposmedia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sebagaimana sudah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah yaitu:

- 1) Seberapa besar pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*?
- 2) Seberapa besar pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*?
- 3) Seberapa besar pengaruh *Intention to Use* terhadap *Usage Behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *Intention to Use* terhadap *Usage Behavior*

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan informasi dalam bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang komunikasi massa dan komunikasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya kajian *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan mengkaji penerimaan dan penggunaan fitur saluran WhatsApp sebagai media distribusi berita.

Kebaruan fitur saluran WhatsApp menyebabkan masih terbatasnya studi dan literatur yang menjadikan fitur ini objek penelitian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis dan membuka peluang riset lanjutan mengenai penerimaan teknologi pada media serupa. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai

pembandingan untuk penelitian sejenis dengan objek dan konteks media yang berbeda.

1.4.2 Secara Praktis

Bagi perusahaan media yang diteliti yaitu Jurnalposmedia, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi efektivitas fitur saluran WhatsApp. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Jurnalposmedia dalam membantu menyusun strategi distribusi berita yang lebih optimal. Bagi perusahaan media lainnya, penelitian ini dapat menjadi gambaran bagaimana penggunaan saluran WhatsApp sebagai media distribusi berita. Selain itu, dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengadopsi fitur serupa. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan media dan praktisi media digital lainnya untuk menyusun strategi pengelolaan dan penyajian konten agar sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan khalayak, sehingga fitur dapat digunakan lebih optimal.

1.5 Kerangka Pemikiran

Fitur saluran merupakan fitur terbaru yang diluncurkan oleh WhatsApp yang memungkinkan penggunanya dapat terhubung dengan suatu media informasi, organisasi, atau tokoh tertentu melalui konten yang dikirimkan oleh admin atau pengelola saluran tersebut. Pada dasarnya fitur ini hanya berperan sebagai penyedia informasi dan pengguna dapat memilih saluran mana yang ingin ia ikuti.

Sebagai inovasi baru, perlu diketahui apakah fitur saluran WhatsApp dapat diterima dan bagaimana pengguna dapat beradaptasi dengan fitur tersebut. Untuk mengetahuinya, maka penelitian ini dilakukan berlandaskan model *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap sistem informasi (Siregar, 2011). Model yang dicetuskan oleh Davis (1989) digunakan untuk menelaah faktor-faktor yang menjadi pengaruh terhadap pengguna pada saat menggunakan sebuah teknologi berbasis informasi (Chabibie & Hakim, 2016).

Konsep TAM mencakup faktor-faktor yang memengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi teknologi baru. Artinya terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan individu sebelum dirinya menggunakan sebuah teknologi. Faktor-faktor tersebut di antaranya persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) (Maros & Juniar, 2016).

Perceived Ease of Use merupakan persepsi individu tentang seberapa mudah teknologi untuk digunakan. Terdapat beberapa hal yang diukur dalam persepsi ini, yaitu: kemudahan belajar (sejauh mana teknologi mudah dipelajari), kemudahan penggunaan (sejauh mana teknologi mudah digunakan setelah dipelajari), ketersediaan dukungan teknis (ketersediaan bantuan teknis ketika pengguna mengalami kesulitan), dan ketersediaan sumber daya

(ketersediaan unsur-unsur pendukung teknologi seperti perangkat atau jaringan internet) (Wicaksono, 2023).

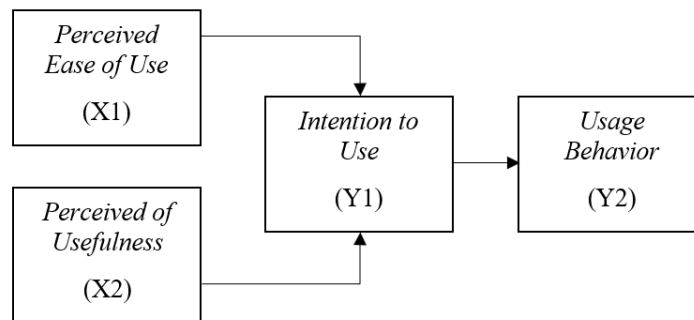
Perceived Usefulness merupakan persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu memenuhi kebutuhan mereka. Terdapat beberapa hal yang diukur dalam persepsi ini, yaitu: efektivitas teknologi (seberapa efektif teknologi dalam memenuhi kebutuhan), keuntungan teknologi (manfaat apa yang diperoleh pengguna setelah menggunakan teknologi), keterkaitan teknologi dengan tugas (sejauh mana teknologi dapat membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas-tugasnya), relevansi teknologi (apakah teknologi sesuai dengan kebutuhan pengguna) (Wicaksono, 2023).

Perceived Ease of Use dan *Perceived Usefulness* berkaitan dengan *Intention to Use* (Intensi Penggunaan). *Intention to Use* juga dapat dikatakan sebagai niat penggunaan, karena komponen ini berfokus pada minat individu untuk menggunakan teknologi yang telah diadopsi. Jika individu merasa teknologi mudah digunakan dan dapat memberikan kemudahan, maka mereka cenderung berminat untuk menggunakan teknologi tersebut. Begitupun sebaliknya, jika individu merasa teknologi sulit digunakan dan tidak memberikan manfaat, maka mereka cenderung tidak memiliki minat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Komponen selanjutnya merupakan *Usage Behavior*, yang mana komponen ini mengacu pada perilaku penggunaan teknologi setelah diadopsi. Tidak berhenti setelah pengguna memiliki niat untuk mengadopsinya, komponen ini

menyatakan bahwa terdapat penggunaan teknologi secara konsisten dan berulang. Berdasarkan konsep TAM, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Diolah oleh peneliti

Selanjutnya, adapun operasional variabel yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Operasional Variabel Penelitian

<i>Perceived Ease of Use (X1)</i>
Fitur saluran WhatsApp mudah untuk dipelajari
Saya dapat mengakses berita Jurnalposmedia dengan mudah melalui fitur saluran WhatsApp
Saya dapat menemukan berita yang saya butuhkan dengan mudah pada saluran WhatsApp Jurnalposmedia
Saya dapat memahami informasi yang disajikan pada saluran WhatsApp Jurnalposmedia
<i>Perceived Usefulness (X2)</i>
Fitur saluran WhatsApp efektif untuk mempermudah saya mengakses berita Jurnalposmedia

Fitur saluran WhatsApp dapat membantu saya menemukan berita Jurnalposmedia dengan lebih cepat
Fitur saluran WhatsApp sesuai dengan kebutuhan saya
<i>Intention to Use (Y1)</i>
Saya merasa harus mengikuti saluran WhatsApp
Saya mau mengikuti saluran WhatsApp Jurnalposmedia
<i>Usage Behavior (Y2)</i>
Fitur saluran WhatsApp nyaman digunakan
Fitur saluran WhatsApp berfungsi sesuai dengan apa yang diinginkan
Saya merasa puas terhadap kegunaan saluran WhatsApp Jurnalposmedia
Saya akan merekomendasikan saluran WhatsApp Jurnalposmedia kepada teman saya

1.6 Hipotesis

Secara umum, hipotesis dapat dikatakan sebagai dugaan sementara dari masalah penelitian. Menurut Gunawan (2017) bahwa hipotesis adalah suatu asumsi atau anggapan atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau diterima secara empiris. Hipotesis diperoleh dari landasan teori yang didukung dengan hasil-hasil penelitian yang relevan. Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, penelitian ini akan menggunakan hipotesis asosiatif, yaitu jawaban sementara tidak atau adanya korelasi (hubungan) secara signifikan antar variabel, sebagai berikut:

H1: pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*

H2: pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

H3: pengaruh *Intention to Use* terhadap *Usage Behavior*

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, atau khususnya pada Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Jurnalposmedia yang berdiri di bawah naungan himpunan mahasiswa (Hima) Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena relevansi dengan topik yang diangkat pada penelitian, yang mana Jurnalposmedia mulai menggunakan fitur saluran WhatsApp pada tahun 2024. Selain itu, Jurnalposmedia merupakan salah satu LPM yang berpengaruh dalam ruang lingkup UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Kemudahan akses peneliti kepada perusahaan media tersebut juga menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih lokasi penelitian ini.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian merupakan serangkaian prosedur ilmiah dalam membangun cara pandang peneliti dalam memecahkan masalah. Paradigma penelitian menerangkan relasi antar variabel pada penelitian yang diambil dari rumusan masalah (Sahir, 2022). Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma positivisme. Paradigma ini bertujuan untuk menerangkan fakta, hubungan sebab akibat, memprediksi, dan menekankan

fakta (Manzilati, 2017). Sementara bentuk yang digunakan adalah bentuk paradigma penelitian jalur. Bentuk ini terdiri dari dua variabel bebas dan dua variabel terikat. Variabel tersebut antara lain: *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), *Intention to Use* (Y1), *Usage Behavior* (Y2).

Berdasarkan paradigma tersebut, pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell (2013), penelitian kuantitatif ialah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel melalui prosedur statistik (Amruddin & Priyanda, 2022). Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk mengukur hubungan antar variabel dalam model penerimaan teknologi.

1.7.3 Metode Penelitian

Sesuai dengan karakteristik masalah yang diangkat dan paradigma penelitian yang dirujuk, maka penelitian ini menggunakan metode survei. Dalam Singarimbun dan Effendi (1989), penelitian survei dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat dan pengujian hipotesa. Survei digunakan untuk mengumpulkan data numerik yang nantinya akan diolah sesuai dengan pendekatan kuantitatif. Selain itu penelitian survei juga dapat digunakan untuk tujuan evaluasi keberhasilan sebuah program (efektivitas dan efisiensinya) (Rangkuti, 2016).

Metode survei dipilih karena dinilai lebih sesuai untuk mengukur persepsi, sikap, dan minat khalayak terhadap perilaku penggunaan fitur saluran WhatsApp. Metode survei memungkinkan peneliti memperoleh gambaran umum perilaku responden terhadap fitur dan sesuai dengan karakteristik responden yang merupakan pengguna aktif media digital.

Corbetta (2003) menjelaskan bahwa penelitian survei dilakukan dengan teknik pengumpulan informasi dengan cara menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan atau pernyataan terkait suatu keadaan yang disusun berdasarkan operasional variabel penelitian. Kuesioner yang telah disusun kemudian disebarkan kepada sampel yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian (Amrudin et al., 2022).

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, akan digunakan jenis data kuantitatif, yaitu data numerik atau data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Data kuantitatif diperoleh dari hasil pengukuran terhadap variabel-variabel yang diteliti.

2. Sumber Data

Sumber Data Primer

Data primer pada penelitian ini merupakan hasil survei yang bersumber dari mahasiswa dan alumni jurusan Ilmu Komunikasi

Jurnalistik UIN Bandung yang mengikuti saluran WhatsApp Jurnalposmedia sebagai responden penelitian.

Sumber Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari riset data melalui web dan media sosial resmi Jurnalposmedia, literatur, buku, artikel, jurnal, dan sumber lain yang relevan dengan rumusan masalah dan teori.

1.7.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Nieswiadomy & Bailey (2018) populasi merupakan sekumpulan orang atau objek lengkap yang memiliki beberapa karakteristik umum yang menarik bagi peneliti dan memenuhi kriteria yang ditentukan. Populasi pada penelitian ini merupakan pengikut saluran WhatsApp Jurnalposmedia yang berjumlah 613 pengikut (terhitung hingga bulan Oktober 2025).

2. Sampel

Sampel merupakan sekelompok individu yang merupakan bagian dari populasi di mana peneliti langsung mengumpulkan data atau melakukan pengamatan/pengukuran. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, digunakan cara *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan maksud dan

tujuan yang ditentukan oleh peneliti. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka terdapat kriteria khusus yang harus dimiliki sampel, yaitu:

- (1) Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung
- (2) Menggunakan aplikasi WhatsApp
- (3) Mengikuti saluran WhatsApp Jurnalposmedia

Populasi pada penelitian ini sudah diketahui, yaitu 613 orang. Maka dari itu, untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, digunakan rumus Slovin.

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

Sumber: Choirunnisa, Tiaratri (2023)

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Langkah pertama dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus ini adalah dengan menentukan batas toleransi kesalahan, yaitu sebesar 10%. Dengan batas toleransi kesalahan tersebut menghasilkan perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{613}{1+613(0,1)^2} = \frac{613}{1+613(0,01)} = \frac{613}{7,13} = 85,974$$

Dapat ditarik kesimpulan dari perhitungan tersebut, sampel yang diperoleh yakni sebesar 85,974. Maka, jumlah responden adalah 86 orang dari total populasi.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Sesuai metode penelitian yang digunakan yaitu survei, maka penelitian ini akan menggunakan angket dalam bentuk kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner menurut Purwanto (2018), merupakan instrumen penelitian yang secara umum digunakan pada penelitian kuantitatif yang terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian (Amruddin & Priyanda, 2022).

Pada penelitian ini, penyebaran dan pengisian kuesioner dilakukan secara daring. Pernyataan disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Responden diberikan pilihan jawaban yang dibuat berdasarkan skala Likert untuk mengetahui bagaimana pandangan responden terkait suatu keadaan.

1.7.7 Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Dikutip dari Golafshani (2003), validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana tingkat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui suatu alat ukur relatif valid untuk mengukur suatu

fenomena. Sugiyono (2016) mengungkapkan bahwa instrumen yang valid merupakan sebuah alat yang digunakan untuk memperoleh data yang valid. Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS. SPSS merupakan program komputer yang dapat membantu peneliti dalam mengolah dan menganalisis data statistik. Rumus yang dipakai adalah:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2018)

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel X dan Y

Σxy : jumlah perkalian antara variabel X dan Y

Σx^2 : jumlah dari kuadrat nilai X

Σy^2 : jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\Sigma x)^2$: jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$: jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

2. Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dinyatakan kredibel. Hasil pengukuran yang kredibel diperoleh dari hasil pengukuran yang relatif sama dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran, selama aspek-aspek yang ada pada

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\Sigma Si^2}{Si^2} \right\}$$

subjek memang belum berubah. Untuk melakukan uji reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu sebagai berikut:

Sumber: Sugiyono (2018)

Keterangan:

r_i : koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k : jumlah item total

$\sum Si^2$: jumlah varian tiap item

Si^2 : varian total

1.7.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data menggunakan analisis statistik yang terdiri dari analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Pada analisis deskriptif, data yang telah dikumpulkan akan dideskripsikan atau digambarkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami data yang diperoleh. Berikut teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Skala Likert

Skala likert pada penelitian ini berfungsi untuk menghitung jawaban yang didasari oleh tingkat setuju atau tidaknya responden terhadap suatu keadaan. Pada skala likert peneliti merumuskan sejumlah pertanyaan mengenai topik atau masalah yang diteliti. Adapun jawaban yang harus dipilih oleh responden

yaitu terdiri dari lima pilihan tingkatan sebagaimana dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 2 Tingkat Jawaban Skala Likert

Kategori	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018)

2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS). Uji asumsi klasik dalam penelitian dilakukan agar memperoleh ketepatan dalam pengolahan data. Selain itu, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan asumsi untuk untuk menentukan kualitas regresi pada penelitian. Uji asumsi klasik akan dilakukan melalui tahapan berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel residual terdistribusi normal dalam sebuah model regresi. Metode pengujian pada penelitian menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov

dengan kriteria, data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan sebaliknya, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen yang digunakan. Model regresi yang baik ialah model yang tidak memiliki korelasi antara variabel. Jika terdapat korelasi tinggi atau sempurna pada variabel bebas maka model regresi dinyatakan mengandung gejala multikolinear. Untuk mengetahui korelasi tersebut maka dalam penelitian ini akan menggunakan metode TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF kurang dari 10 maka model penelitian dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi yang memiliki ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas terjadi jika

varian pada variabel model regresi yang tidak sama. Sedangkan homoskedastisitas terjadi jika model regresi memiliki nilai yang sama. Model regresi yang baik diharapkan memiliki residual yang konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi (Hamzah et al., 2024).

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi hubungan di antara dua atau lebih variabel. Secara umum, rumus persamaan regresi berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n$$

Sumber: Martono (2016)

Keterangan:

Y : Variabel terikat

x : Variabel bebas

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

4) Analisis Korelasi Pearson (R)

Korelasi Pearson atau sering disebut dengan Korelasi *Product Moment* (KPM) merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hubungan dua variabel bila datanya berskala interval atau rasio. Korelasi Pearson memiliki ketentuan seperti yang diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.3 Tingkat Korelasi berdasarkan Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022)

5) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur besar tingkat kemampuan variabel X terhadap variabel Y dan menentukan kuat atau tidaknya hubungan antara variabel tersebut. Koefisien determinasi memiliki besaran nilai yakni $0 \leq R^2 \leq 1$. Koefisien determinasi dinyatakan baik apabila nilai yang diperoleh tinggi atau di atas 80%. Rumus untuk mengetahui koefisien determinasi dapat diuraikan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi

6) Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian untuk menentukan apakah suatu hipotesis dapat ditolak atau diterima. Pada penelitian ini, jenis hipotesis yang digunakan adalah hipotesis asosiatif. Dalam menguji hipotesis akan dilakukan metode sebagai berikut:

- a. Uji T (Parsial), digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Terdapat dua cara pengambilan keputusan hasil uji-t. Pertama, secara manual, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya. Secara otomatis melalui SPSS, jika $Sign (probability) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya.
- b. Uji F (Simutan), digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model signifikan (H_0 ditolak H_a diterima). Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka model tidak signifikan,

1.8 Rencana Jadwal Penelitian