

ABSTRAK

Lasmini: “Pengaruh Motif Penggunaan Platform Digital Kompas terhadap Kepuasan Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (Studi pada Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022)”

Perkembangan media digital di Indonesia mendorong pergeseran perilaku konsumsi berita, khususnya di kalangan generasi muda. Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022 merupakan audiens kritis yang menggunakan Platform Digital Kompas tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai referensi akademik dan analisis jurnalistik. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengkaji apakah motif penggunaan Platform Digital Kompas berpengaruh terhadap kepuasan mengonsumsi konten jurnalistik daring; dan (2) mengukur besaran kontribusi motif penggunaan terhadap tingkat kepuasan tersebut.

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* (UGT) dari Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) sebagai kerangka berpikir utama. Teori ini menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi motif tertentu, dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) bergantung pada sejauh mana media memenuhi motif awal penggunaannya (*Gratification Sought*). Dalam penelitian ini, motif penggunaan Platform Digital Kompas (variabel X) diposisikan sebagai variabel yang memengaruhi kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi konten jurnalistik daring (variabel Y).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto*. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022 yang berjumlah 170 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 10%, sehingga diperoleh 71 responden yang dipilih melalui simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert yang disebarakan secara daring. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS, setelah data ordinal dikonversi menjadi data interval melalui Metode Suksesif Interval (MSI).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif penggunaan Platform Digital Kompas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mengonsumsi konten jurnalistik daring ($t_{hitung} = 11,61$; $sig. < 0,001$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,661 menunjukkan motif penggunaan berkontribusi 66,1% terhadap variasi kepuasan mahasiswa, sementara 33,9% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Nilai koefisien korelasi $R = 0,813$ menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat antara kedua variabel, sejalan dengan proposisi UGT bahwa kepuasan audiens ditentukan oleh sejauh mana media memenuhi motif penggunaannya.

Kata Kunci: Motif Penggunaan Media, Kepuasan Konsumsi Konten, Platform Digital Kompas, Uses and Gratifications, Jurnalistik Daring.

ABSTRACT

Lasmini: “The Influence of Usage Motives for Kompas Digital Platform on the Satisfaction of Consuming Online Journalistic Content (A Study on Journalism Students of UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Class of 2022)”

The growth of digital media in Indonesia has driven a shift in news consumption behavior, particularly among younger generations who increasingly rely on digital platforms as their primary source of information. Journalism students of UIN Sunan Gunung Djati Bandung Class of 2022 use the Kompas Digital Platform not only as an information source, but also as an academic reference and journalistic analysis tool. This study aims to examine the influence of usage motives for the Kompas Digital Platform on satisfaction in consuming online journalistic content, as well as to measure the magnitude of that contribution.

This study applies Uses and Gratifications Theory (UGT) by Katz, Blumler, and Gurevitch (1974) as its main theoretical framework for explaining the relationship between media usage motives and audience satisfaction. The theory posits that audiences actively select media to fulfill specific needs, and that the satisfaction obtained (Gratification Obtained) depends on the extent to which the media fulfills the motives that initially drove its use (Gratification Sought). In this study, usage motives for the Kompas Digital Platform (variable X) are positioned as the variable influencing students' satisfaction in consuming online journalistic content (variable Y).

This study employed a quantitative approach using an ex post facto research design. The population consisted of 170 students, with 71 respondents selected through the Slovin formula (10% margin of error) and simple random sampling. Data were collected via a closed-ended Likert scale questionnaire distributed online, converted from ordinal to interval scale using the Method of Successive Intervals (MSI), and analyzed through simple linear regression with SPSS.

The results indicate that usage motives have a significant effect on satisfaction in consuming online journalistic content ($t = 11.61$; $\text{sig.} < 0.001$), leading to the rejection of H_0 and acceptance of H_1 . The coefficient of determination (R^2) of 0.661 indicates that usage motives contribute 66.1% to the variation in student satisfaction, while the remaining 33.9% is attributed to other factors outside the model. A correlation coefficient of $R = 0.813$ reflects a strong relationship between the two variables, consistent with the proposition of UGT that audience satisfaction is determined by the extent to which media fulfills users' motives for use.

Keywords: Media Usage Motives, Content Consumption Satisfaction, Kompas Digital Platform, Uses and Gratifications, Online Journalism