

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat Indonesia secara signifikan. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet nasional pada tahun 2026 mencapai 81,7 persen, setara dengan 235,26 juta jiwa dari total populasi 287,3 juta penduduk (APJII, 2026). Angka ini menunjukkan peningkatan konsisten dari tahun ke tahun, di mana pada 2023 jumlah pengguna internet baru berada di kisaran 215 juta jiwa (APJII, 2025). Data tersebut juga mengungkap bahwa generasi muda menjadi kelompok dengan tingkat penetrasi internet tertinggi, dengan generasi milenial mencapai 90,34 persen dan generasi Z sebesar 89,02 persen (APJII, 2026), jauh di atas kelompok usia lainnya. Tingginya angka ini memperkuat asumsi bahwa mahasiswa, sebagai bagian dari generasi digital native, menjadikan platform digital sebagai kanal utama dalam mengakses informasi sehari-hari, termasuk konten jurnalistik.

Pergeseran perilaku konsumsi berita masyarakat Indonesia dari media konvensional ke media digital tercermin jelas dalam data longitudinal yang dihimpun Reuters Institute. Pada tahun 2015, data Badan Pusat Statistik mencatat bahwa 91,47 persen masyarakat Indonesia masih menjadikan televisi sebagai sumber utama informasi, sementara hanya 18,89 persen yang

mengandalkan berita digital (Reuters Institute, dalam GoodStats, 2025). Satu dekade kemudian, situasi tersebut berubah signifikan: laporan Digital News Report 2025 yang dirilis Reuters Institute mencatat bahwa 79 persen publik Indonesia kini mencari berita melalui media online, menempatkan media digital sebagai sumber berita paling dominan, mengungguli media sosial (57 persen), televisi (44 persen), maupun media cetak yang hanya diakses oleh 10 persen responden (Reuters Institute, 2025). Dari sisi perangkat, sebanyak 81 persen responden mengakses berita melalui smartphone, menegaskan pergeseran konsumsi berita ke arah platform digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Di tengah lanskap media digital yang kompetitif, Kompas tercatat sebagai salah satu platform berita digital dengan tingkat keterbacaan tertinggi di Indonesia. Survei Digital News Report 2025 oleh Reuters Institute menempatkan Kompas.com pada peringkat kedua media online yang paling banyak diakses publik Indonesia, dengan proporsi penggunaan mingguan sebesar 37 persen, hanya berada di bawah Detik.com yang mencapai 46 persen (Reuters Institute, dalam Databoks, 2025). Posisi ini menegaskan bahwa Kompas bukan sekadar salah satu dari sekian banyak portal berita, melainkan salah satu rujukan utama publik dalam mengonsumsi konten jurnalistik daring, sehingga relevan untuk dikaji lebih lanjut dari sisi motif penggunaan dan kepuasan audiensnya, khususnya di kalangan mahasiswa Jurnalistik yang memiliki literasi media dan kemampuan analisis kritis terhadap konten berita.

Meskipun akses terhadap berita digital semakin luas, sejumlah data justru menunjukkan tren yang patut dicermati di kalangan generasi muda. Reuters Institute (2025) melaporkan bahwa sebanyak 75 persen konsumen berita di Indonesia mengaku kadang-kadang, sesekali, atau sering menghindari (avoid) berita arus utama, sebuah angka yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata global pada 42 negara yang disurvei (71 persen). Kelompok usia 18–24 tahun bahkan tercatat sebagai kelompok yang paling banyak mengandalkan media sosial, bukan situs atau aplikasi berita resmi, sebagai sumber utama informasi, dengan proporsi mencapai 50 persen (Reuters Institute, 2025). Temuan ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai apa yang sebenarnya memotivasi audiens muda untuk tetap mengakses platform jurnalistik resmi, sehingga kondisi ini menarik untuk dikaji lebih lanjut pada kelompok yang secara karakteristik berbeda dari audiens umum, yakni mahasiswa Jurnalistik yang memiliki kebutuhan akademik dan literasi media untuk tetap mengakses platform seperti Kompas di tengah derasnya arus media sosial.

Berbeda dari audiens umum yang cenderung beralih ke media sosial, mahasiswa Jurnalistik memiliki alasan tersendiri untuk tetap mengakses platform jurnalistik resmi. Kompas sebagai salah satu media arus utama nasional telah merespons perubahan ini melalui penguatan platform digitalnya, yaitu Kompas.com dan Kompas.id. Bagi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022, platform digital Kompas bukan hanya menjadi sarana mengikuti isu aktual, tetapi juga menjadi rujukan akademik, pembelajaran jurnalistik, serta referensi penulisan. Beragamnya motif penggunaan, mulai dari

mencari informasi, memenuhi kebutuhan akademik, hingga sekadar kenyamanan akses menjadikan pengalaman mahasiswa dalam menggunakan platform Kompas berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap konten jurnalistik yang dikonsumsi.

Mahasiswa Jurnalistik, khususnya angkatan 2022 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, bukan sekadar konsumen berita biasa, melainkan audiens kritis dengan kompetensi media yang terlatih. Sebagai calon praktisi media, mereka tidak hanya mengonsumsi berita, tetapi secara aktif menganalisis struktur narasi, kedalaman liputan, keberimbangan sudut pandang, dan etika penyajian. Hal ini sejalan dengan konsep *active audience* dan literasi media, di mana audiens tidak hanya mengonsumsi berita secara pasif, tetapi secara aktif menganalisis struktur narasi, keberimbangan sudut pandang, dan etika penyajian (McQuail, 2010; Dominick, 2013). Studi oleh Utama (2024) pada mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2021 menunjukkan bahwa 87% responden menggunakan media berita sebagai bahan analisis akademik, bukan hanya untuk pembaruan informasi harian. Mereka cenderung menilai kredibilitas sumber dan memverifikasi fakta silang dalam proses penulisan berita (Utama, 2024). Oleh karena itu, kepuasan mereka terhadap platform berita digital sangat ditentukan oleh kualitas informasi, seperti akurasi data, kejelasan sumber, dan kelengkapan konteks (Haryanto et al., 2022). Hal ini menjadikan mereka kelompok strategis untuk menguji bagaimana motif penggunaan yang dibentuk oleh kebutuhan akademik dan literasi media tinggi berinteraksi dengan persepsi kepuasan.

Menurut *Uses and Gratifications Theory* (UGT), individu menggunakan media untuk memenuhi motif tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, atau efisiensi penggunaan. Dalam konteks digital, Sundar & Limperos (2013) memperluas perspektif ini dengan menekankan bahwa fitur teknologi seperti interaktivitas dan navigabilitas memfasilitasi pemenuhan kebutuhan pengguna secara lebih efisien. Dengan demikian, motif penggunaan platform digital Kompas, yang didukung oleh afordansi teknologi, dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kontennya.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motif penggunaan media memang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Misalnya, studi oleh Wiguna (2025) pada followers akun Instagram @radar_sukabumi menemukan bahwa motif hiburan dan identitas pribadi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mengakses berita. Sementara itu, penelitian Dirgantara (2022) pada Generasi Z menunjukkan bahwa motif informasi dan kualitas jurnalistik menjadi pendorong utama kepuasan dalam mengakses Kompas.id.

Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus meneliti pengaruh motif penggunaan platform digital Kompas terhadap kepuasan mengonsumsi konten jurnalistiknya pada mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung, kelompok audiens kritis yang menggunakan berita bukan hanya untuk konsumsi, tetapi juga sebagai objek analisis profesional. Artinya, masih terdapat research gap yang jelas: belum ada penelitian kuantitatif yang menguji

hubungan tersebut pada populasi yang secara spesifik memiliki kepekaan tinggi terhadap kualitas jurnalistik, kedalaman, dan etika media.

Kondisi ini menjadikan penelitian ini penting dan relevan, terutama untuk memahami kebutuhan konten digital mahasiswa jurnalistik, bagaimana mereka memanfaatkan platform berita, serta sejauh mana motif penggunaan memengaruhi kepuasan mereka. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkuat penerapan UGT dalam konteks media berita digital di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian dapat memberikan masukan bagi Kompas dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna muda, serta berguna bagi akademisi dalam mengembangkan kajian terkait perilaku konsumsi berita digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka persoalan dapat diidentifikasi bagaimana motif penggunaan platform digital Kompas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring. Selanjutnya agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih terarah, maka perumusan masalah dapat diturunkan dalam pertanyaan berikut:

- 1) Apakah motif penggunaan platform digital Kompas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring?

- 2) Berapa besar pengaruh motif penggunaan platform digital Kompas terhadap kepuasan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka persoalan dapat diidentifikasi bagaimana motif penggunaan platform digital Kompas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring. Selanjutnya agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih terarah, maka tujuan penelitian dapat diturunkan dalam pernyataan berikut:

- 1) Mengetahui apakah motif penggunaan platform digital Kompas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022.
- 2) Mengetahui besaran pengaruh motif penggunaan platform digital Kompas terhadap tingkat kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, terutama dalam perkembangan teori *Uses and Gratifications* terkait cara masyarakat mengakses konten berita digital. Penelitian ini membantu memahami peran motivasi pengguna media dalam

memengaruhi kepuasan audiens terhadap situs berita profesional seperti Kompas. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan teori tersebut dalam kalangan audiens akademik yang memiliki kemampuan memahami media yang lebih tinggi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara nyata, penelitian ini membantu manajemen media Kompas dalam memahami alasan pengguna mengakses media dan tingkat kepuasan mereka, terutama mahasiswa jurnalistik sebagai kalangan audiens yang kritis dan berpotensi. Hasil penelitian bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas artikel, strategi mengirimkan konten melalui berbagai platform, serta pengembangan fitur yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Selain itu, penelitian ini juga berguna bagi Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai bahan untuk mengevaluasi dan mengembangkan kurikulum tentang literasi media digital, serta memperkuat penggunaan portal berita profesional dalam proses belajar mengajar. Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan acuan oleh peneliti lain dalam mempelajari perilaku penggunaan media digital di kalangan mahasiswa.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Kerangka penelitian ini dibangun atas dasar *Teori Uses and Gratifications* (U&G), yang merupakan teori komunikasi massa yang menekankan bahwa audiens bukanlah penerima pasif pesan media, melainkan

individu aktif yang secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan serta tujuan tertentu.

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 dalam buku mereka yang berjudul *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Dalam buku tersebut, mereka menjelaskan bahwa, “*The audience is conceived as active, and its media use is goal directed, with individuals selecting media and content to satisfy various needs such as information, personal identity, integration, and entertainment*” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974, p. 20). Audiens dipandang sebagai pihak yang aktif, dan penggunaan media oleh individu bersifat terarah pada tujuan tertentu, di mana setiap individu memilih media dan konten untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, dan hiburan” (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974, hlm. 20).

Sejalan dengan itu, McQuail (2010) dalam bukunya *McQuail's Mass Communication Theory* menegaskan bahwa teori U&G berasumsi bahwa audiens bertanggung jawab dalam memilih media yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhannya, dan media bersaing dengan sumber lain dalam menyediakan kepuasan tersebut. McQuail (2010, p. 423) menyatakan, “*Uses and Gratifications theory sees the audience as responsible for choosing media to meet their needs. It assumes that the media compete with other sources of need satisfaction.*”

Dalam konteks penelitian ini, teori U&G sangat relevan karena digunakan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022, sebagai audiens yang kritis dan memiliki literasi media tinggi, secara aktif memilih platform digital Kompas untuk memenuhi kebutuhan informasi, akademik, identitas, dan hiburan. Teori ini juga membantu memahami bagaimana motif penggunaan (*Gratification Sought*) akan memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan (*Gratification Obtained*) setelah mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.

Asumsi dasar teori U&G yang mendasari penelitian ini mencakup lima hal pokok yakni sebagai berikut:

- 1) Audiens bersifat aktif dan memiliki kontrol terhadap pilihan media yang mereka gunakan.
- 2) Individu menggunakan media untuk tujuan tertentu yang berkaitan dengan kebutuhan pribadi.
- 3) Media bersaing dengan berbagai sumber lain dalam memenuhi kepuasan.
- 4) Individu lebih memahami kebutuhan mereka sendiri dibandingkan peneliti.
- 5) Kepuasan media bergantung pada sejauh mana media mampu memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial pengguna (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974:22).

1.5.2 Landasan Konseptual

kerangka penelitian ini, terdapat empat konsep utama yang menjadi variabel atau latar belakang yang saling berkaitan yakni motif penggunaan,

kepuasan mengonsumsi konten, platform digital Kompas, dan mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022.

1) Motif Penggunaan Platform Digital Kompas (*Gratification Sought*)

Motif penggunaan merujuk pada kebutuhan, dorongan, atau harapan awal yang mendorong seseorang untuk memilih dan menggunakan suatu media. Dalam penelitian ini, motif penggunaan platform digital Kompas diklasifikasikan ke dalam empat dimensi utama:

- a) Motif Informasi; Mencari berita terbaru, meningkatkan wawasan, dan membutuhkan informasi yang akurat dan faktual.
- b) Motif Identitas Pribadi; Membantu pembentukan opini, mencari konten yang sesuai nilai pribadi, dan mengonfirmasi kepercayaan pribadi.
- c) Motif Interaksi Sosial; Mengikuti isu untuk bahan diskusi sosial, ingin memahami pendapat publik, dan mengikuti topik yang sedang ramai dibahas.
- d) Motif Hiburan/Afektif; Mengisi waktu luang, mencari konten ringan, dan menghilangkan kejenuhan.

2) Kepuasan Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (*Gratification Obtained*)

Kepuasan mengonsumsi konten adalah tingkat pemenuhan kebutuhan yang dirasakan pengguna setelah mengonsumsi konten media. Dalam penelitian ini, kepuasan diukur melalui lima dimensi:

- a) Kepuasan Informasi; Informasi sesuai kebutuhan, berita lengkap dan faktual, serta pemahaman yang meningkat.

- b) Kepuasan Emosional/Hiburan; Merasa nyaman, terhibur, dan termotivasi setelah mengonsumsi konten.
- c) Kepuasan Fungsional; Membantu tugas kuliah, menambah bahan diskusi, dan mendukung kegiatan akademik.
- d) Kepuasan Kredibilitas; Mempercayai media, merasa berita tidak bias, dan menilai verifikasi informasi jelas.
- e) Kepuasan Pengalaman Digital; Kemudahan akses, notifikasi yang memudahkan konsumsi berita, dan tampilan yang menarik.

3) Platform Digital Kompas

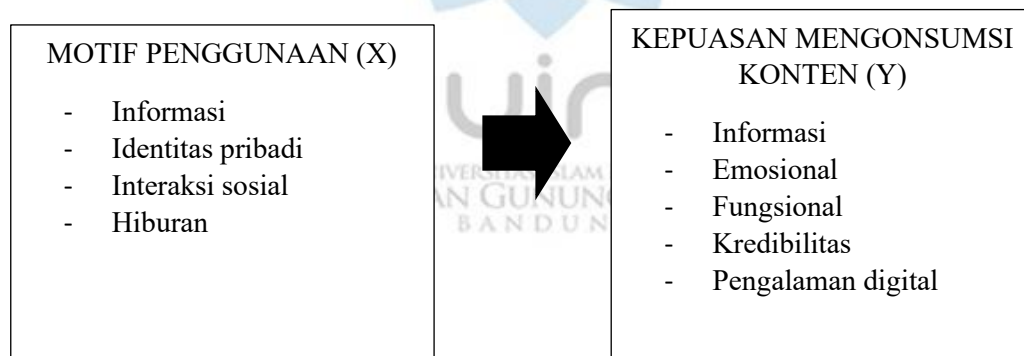
Platform digital Kompas mencakup seluruh ekosistem digital Kompas, termasuk Kompas.com, Kompas.id, aplikasi mobile, dan akun media sosial resmi. Sebagai media arus utama nasional, Kompas telah melakukan transformasi digital untuk tetap relevan di era digital. Platform ini menawarkan konten jurnalistik berkualitas tinggi, dengan kedalaman liputan, keberimbangan sudut pandang, dan integritas redaksional yang tinggi karakteristik yang sangat dihargai oleh mahasiswa Jurnalistik.

4) Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022

Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2022 merupakan kelompok audiens strategis karena mereka bukan hanya konsumen berita biasa, tetapi juga calon praktisi media yang memiliki kemampuan literasi media tinggi. Mereka secara aktif menganalisis struktur narasi, kedalaman konten, dan etika penyajian berita. Mereka cenderung menilai kredibilitas sumber, memverifikasi fakta silang, dan membandingkan penyajian berita antarmedia

praktik yang jarang dilakukan oleh audiens umum (Haryanto et al., 2022). Oleh karena itu, kepuasan mereka terhadap platform berita digital tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan informasi atau tampilan visual, tetapi juga oleh kualitas jurnalistik: akurasi data, kedalaman konteks, kejelasan sumber, serta integritas redaksional.

Dengan demikian, kerangka konseptual penelitian ini menyatakan bahwa motif penggunaan platform digital Kompas (X) akan memengaruhi tingkat kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (Y). Hubungan ini dijelaskan melalui mekanisme teori U&G, di mana motivasi penggunaan media (GS) akan menentukan seberapa besar kepuasan yang diperoleh (GO) setelah penggunaan media. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat dihasilkan kerangka pemikirannya, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Skema Pemikiran

1.5.3 Matriks Operasional Variabel

1) Variabel Independen (X)

Variabel ini sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013:69). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah motif penggunaan Platform Digital Kompas dengan dimensi motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi sosial, dan motif hiburan/afektif.

2) Variabel Dependen (Y)

Variabel ini sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:69). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring pada Platform Digital Kompas dengan dimensi kepuasan informasi, kepuasan emosional, kepuasan fungsional, kepuasan kredibilitas, dan kepuasan pengalaman digital.



Tabel 1.1 Matriks Operasional Variabel

Variabel	Operasional	Grand Teori	Dimensi	Indikator
Motif Penggunaan (X)	Kebutuhan dan dorongan yang membuat mahasiswa mengakses Platform Digital Kompas untuk memenuhi tujuan tertentu	<i>Gratification Sought</i>	Motif informasi	Mencari berita terbaru
				Meningkatkan wawasan
				Membutuhkan informasi yang akurat
			Motif identitas pribadi	Membantu pembentukan opini
				Mencari konten yang sesuai nilai pribadi
				Mengonfirmasi kepercayaan pribadi
			Motif interaksi sosial	Mengikuti isu untuk bahan diskusi sosial
				Ingin memahami pendapat publik
				Mengikuti topik yang sedang ramai dibahas
			Motif hiburan/Afektif	Mengisi waktu luang
				Mencari konten ringan
				Menghilangkan kejenuhan
Kepuasan (Y)	Tingkat pemenuhan kebutuhan mahasiswa setelah mengonsumsi konten jurnalistik Kompas Digital	<i>Gratification Obtained</i>	Kepuasan Informasi	Informasi sesuai kebutuhan
				Berita lengkap dan faktual
				Pemahaman meningkat
			Kepuasan emosional	Merasa nyaman
				Merasa terhibur
				Merasa termotivasi
			Kepuasan fungsional	Membantu tugas kuliah
				Menambah bahan diskusi
				Mendukung kegiatan akademik
			Kepuasan Kredibilitas	Media dapat dipercaya
				Berita tidak bias
				Verifikasi jelas
			Kepuasan pengalaman digital	Kemudahan akses
				Notifikasi memudahkan konsumsi berita
				Tampilan menarik

1.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:213), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara atas rumusan masalah dan masih memerlukan pembuktian melalui pengumpulan serta analisis data.

Berdasarkan fokus penelitian berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan Platform Digital Kompas terhadap Kepuasan Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring”, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis Nol (H_0): Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motif penggunaan platform digital Kompas terhadap kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.
- 2) Hipotesis Alternatif (H_1): Terdapat pengaruh signifikan antara motif penggunaan platform digital Kompas terhadap kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Program Studi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, yang terletak di Jalan A.H. Nasution, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat, dengan fokus pada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2022 sebagai objek penelitian.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma merupakan seperangkat asumsi dasar yang menjadi landasan peneliti dalam memahami realitas sosial dan menentukan cara

memperoleh pengetahuan ilmiah. Kuhn (1970:109) menjelaskan bahwa paradigma berfungsi sebagai kerangka berpikir yang mengarahkan peneliti dalam memandang fenomena, merancang metode, dan melakukan analisis. Guba dan Lincoln (1994:108-115) menambahkan bahwa paradigma mencakup tiga aspek utama, yaitu ontologi (pandangan tentang realitas), epistemologi (hubungan peneliti dengan objek penelitian), dan metodologi (cara memperoleh pengetahuan). Dengan demikian, paradigma menjadi fondasi filosofis yang memengaruhi keseluruhan proses penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, yaitu paradigma yang memandang realitas sebagai sesuatu yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara empiris. Tokoh awal seperti Comte (1848) dan Durkheim (1895) menekankan bahwa gejala sosial dapat dianalisis menggunakan hukum sebab-akibat. Neuman (2014:95-97) memperkuat bahwa positivisme digunakan untuk menemukan hubungan kausal antarvariabel melalui prosedur penelitian yang sistematis.

Paradigma positivistik mempengaruhi bagaimana peneliti merumuskan variabel, menyusun instrumen, dan melakukan analisis data secara objektif. Dalam paradigma ini, peneliti menjaga jarak dengan objek penelitian dan hanya bergantung pada data terukur yang dihasilkan dari instrumen yang valid dan reliabel. Selaras dengan paradigma tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan objektif dalam tradisi behavioristik, yakni memandang bahwa respons audiens (kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring) merupakan hasil dari stimulus tertentu, yaitu motif penggunaan platform digital Kompas sebagai variabel

bebas. Pendekatan ini sesuai dengan desain penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengukuran, pengujian hipotesis, serta analisis hubungan antarvariabel. Dengan demikian, paradigma positivisme dan pendekatan objektif dipilih karena paling relevan untuk menjelaskan pengaruh motif penggunaan platform digital Kompas (X) terhadap kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (Y) secara terukur dan empiris.

Selaras dengan paradigma positivisme yang dianut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel bebas (motif penggunaan platform digital Kompas) dan variabel terikat (kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring).

Menurut Neuman (2014:97), penelitian kuantitatif dalam tradisi positivisme bertujuan untuk mengidentifikasi pola, menguji teori, dan menemukan hubungan kausal antarvariabel melalui prosedur standar yang sistematis, objektif, dan terukur. Dalam kerangka ini, realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang objektif dan dapat diobservasi, sehingga peneliti harus menjaga jarak dari objek penelitian dan hanya bergantung pada data empiris yang valid dan reliabel.

Lebih lanjut, Creswell (2018:148-151) menjelaskan bahwa desain eksplanatif merupakan salah satu bentuk penelitian survei kuantitatif yang secara khusus digunakan untuk menjelaskan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain melalui pengujian hipotesis. Desain ini cocok diterapkan ketika peneliti memiliki landasan teoretis yang kuat (dalam hal ini, *Uses and Gratifications*

Theory) dan ingin memverifikasi apakah hubungan yang diprediksi secara teoretis benar-benar muncul dalam realitas empiris.

Sementara itu, Sekaran & Bougie (2016) mengklasifikasikan pendekatan ini sebagai causal research, yaitu jenis penelitian yang secara eksplisit bertujuan menguji apakah perubahan pada satu variabel (X) menyebabkan perubahan pada variabel lain (Y). Dalam konteks penelitian ini, "motif penggunaan" (X) yang mencakup kebutuhan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan dihipotesiskan sebagai stimulus yang memengaruhi "kepuasan" (Y) sebagai respons. Pendekatan ini juga memungkinkan pengukuran besarnya kontribusi relatif dari masing-masing dimensi motif terhadap tingkat kepuasan, melalui analisis regresi dan koefisien determinasi (R^2).

Pendekatan ini sangat sesuai dengan karakteristik populasi penelitian yaitu mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2022 yang merupakan audiens kritis dengan literasi media tinggi. Mereka tidak hanya mengonsumsi berita, tetapi juga mampu memberikan penilaian yang konsisten terhadap kualitas jurnalistik dan pengalaman platform digital, sehingga respons mereka terhadap kuesioner berbasis skala Likert dapat dianggap valid sebagai data kuantitatif.

Dengan demikian, pendekatan kuantitatif eksplanatif yang diperkuat oleh Neuman, Creswell, dan Sekaran & Bougie bukan hanya merefleksikan komitmen terhadap asumsi ontologis dan epistemologis positivisme, tetapi juga menyediakan kerangka metodologis yang solid untuk menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis, dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah serangkaian langkah atau prosedur sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Menurut Creswell (2012:140), metode penelitian mencakup prosedur terstruktur dalam proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data dalam suatu studi.

Dalam pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dalam bentuk angka untuk menjelaskan fenomena secara objektif. Creswell (2014) menegaskan bahwa penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran variabel serta penggunaan analisis statistik untuk menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi. Handayani (2018) menambahkan bahwa penelitian kuantitatif dapat menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti kuesioner, wawancara terstruktur, observasi, dan data sekunder. Pemilihan teknik tersebut harus disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Di antara teknik tersebut, kuesioner merupakan instrumen yang paling umum dan efektif, terutama ketika melibatkan jumlah responden yang besar. Setiawan (2020) menyebut kuesioner sebagai alat yang mampu menghasilkan data beragam, sementara Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikannya sebagai serangkaian pertanyaan tertulis yang diisi secara mandiri oleh responden untuk memperoleh informasi yang terstruktur dan objektif.

Berdasarkan landasan teori tersebut, penelitian ini menerapkan metode penelitian *ex post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian *ex post facto* adalah penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan terjadi secara alami tanpa ada perlakuan (manipulasi) yang

diberikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, variabel motif penggunaan dan kepuasan telah terjadi secara alami pada mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Untuk mengumpulkan datanya, peneliti menggunakan teknik survei berupa penyebaran kuesioner tertutup melalui *Google Form*, yang sesuai untuk menjangkau populasi yang besar dan heterogen. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form* sehingga memungkinkan pengumpulan data mengenai motif penggunaan platform digital Kompas serta tingkat kepuasan mereka dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.

Desain penelitian yang digunakan bersifat eksplanatif, yaitu desain yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatif digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini, desain *ex post facto* eksplanatif digunakan untuk menguji apakah motif penggunaan platform digital Kompas (variabel X) berpengaruh, serta seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (variabel Y), tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel-variabel tersebut.

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ditentukan berdasarkan pendekatan yang digunakan. Dalam penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan bersifat objektif dan berbentuk angka sehingga dapat dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono

(2017:14), data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau skor yang dapat diukur secara numerik. Senada dengan itu, Creswell (2014:54) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif memerlukan data terukur untuk menguji hubungan antarvariabel melalui analisis statistik.

Data kuantitatif biasanya diperoleh melalui instrumen terstruktur seperti kuesioner, skala pengukuran, atau alat ukur lain yang menghasilkan angka sebagai dasar analisis (Sekaran & Bougie, 2016:155). Karakteristik ini memungkinkan peneliti menilai kecenderungan, perbedaan, serta pengaruh antarvariabel secara objektif.

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup sebagai teknik utama pengumpulan data. Kuesioner tertutup adalah instrumen yang menyediakan pilihan jawaban yang telah ditentukan oleh peneliti sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang paling sesuai. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner tertutup membantu peneliti memperoleh data yang objektif dan terstandarisasi, sedangkan Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa bentuk kuesioner ini memudahkan proses pengolahan data karena setiap jawaban telah memiliki skor numerik.

Pengukuran persepsi dan tingkat kepuasan responden, penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala pengukuran yang banyak digunakan untuk menilai sikap atau pendapat responden terhadap suatu pernyataan. Likert (1932) menjelaskan bahwa skala ini memberikan pilihan jawaban mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, yang masing-masing dikonversi ke dalam skor angka.

Penggunaan skala Likert memungkinkan peneliti mengukur tingkat intensitas persepsi secara lebih terstruktur.

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan terkait dua variabel penelitian, yaitu motif penggunaan platform digital Kompas (variabel X) dan kepuasan dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (variabel Y). Kuesioner akan disebarluaskan secara daring melalui *Google Form* kepada mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 sebagai responden penelitian. Seluruh data yang terkumpul berupa skor numerik dari skala Likert yang selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

2) Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018:137), sumber data dalam penelitian dapat diperoleh melalui dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah tersedia atau telah dikumpulkan oleh pihak lain.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Creswell (2014:269) menjelaskan bahwa dalam penelitian kuantitatif, data primer umumnya diperoleh melalui instrumen terstruktur seperti kuesioner atau survei untuk menghasilkan data yang objektif dan terukur, sementara data sekunder digunakan sebagai pelengkap untuk memperkuat konteks dan landasan teori penelitian.

Berdasarkan landasan tersebut, sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada mahasiswa Jurnalistik UIN

Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Kuesioner disusun menggunakan Skala Likert untuk mengukur indikator variabel Motif Penggunaan Platform Digital Kompas dan Kepuasan dalam Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring. Penggunaan kuesioner ini sejalan dengan Sekaran & Bougie (2016) yang menyatakan bahwa kuesioner tertutup efektif untuk mengumpulkan data terstruktur dan memudahkan analisis statistik.

Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur dari buku, artikel ilmiah, penelitian terdahulu, serta sumber daring yang relevan. Menurut Handayani (2018), data sekunder berfungsi sebagai pelengkap untuk memperkuat teori dan membantu peneliti memahami konteks penelitian secara lebih mendalam.

1.7.5 Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi dalam penelitian kuantitatif merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi perhatian peneliti. Menurut Sugiyono (2017:215), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sejalan dengan itu, Creswell (2012:142) menjelaskan bahwa populasi adalah kelompok individu yang menjadi sasaran penelitian karena mereka memiliki atribut yang relevan dengan tujuan penelitian.

Penetapan populasi harus dilakukan secara jelas agar data yang diperoleh sesuai dengan variabel penelitian dan memungkinkan generalisasi hasil secara

tepat. Dalam penelitian survei, populasi menjadi dasar penting dalam proses penentuan sampel yang dapat mewakili kelompok besar tersebut.

Berdasarkan landasan tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Pemilihan populasi ini dilakukan karena mereka merupakan kelompok yang relevan dengan konteks penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan platform digital Kompas terhadap kepuasan dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.

Mahasiswa angkatan ini dipertimbangkan memiliki pengalaman, akses, serta paparan yang memadai terhadap konsumsi konten jurnalistik digital, termasuk motif penggunaan platform digital Kompas. Jumlah keseluruhan populasi adalah 170 mahasiswa, dan seluruh anggota populasi tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi sehingga hasil penelitian yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan kepada populasi. Dalam penelitian kuantitatif, pemilihan sampel harus dilakukan secara sistematis agar data yang diperoleh valid dan representatif.

Oleh karena itu, untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu rumus yang digunakan untuk

menghitung jumlah sampel minimum berdasarkan ukuran populasi dan tingkat kesalahan (*margin of error*) tertentu. Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi (170 mahasiswa)

e = batas toleransi kesalahan yang diinginkan (10 % atau 0.1)

Maka:

$$n = \frac{170}{1 + 170 \times (0,1)^2} = \frac{170}{1 + 170 \times 0,1} = \frac{170}{1 + 1,7} = \frac{170}{2,7} = 62,96$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 63 responden. Jumlah ini dianggap cukup untuk mewakili populasi dan memberikan hasil analisis yang valid pada tingkat kesalahan 10%.

Penggunaan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% dipilih sebagai kompromi metodologis yang realistis. Mengingat ukuran populasi yang sangat terbatas dan homogen (N=170), penggunaan standar ketat 5% akan menuntut sampel minimal 118 responden. Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan risiko *non-response* bias (mahasiswa yang tidak mengisi kuesioner), batas 10% dinilai cukup memadai untuk menghasilkan signifikansi statistik yang valid, sebagaimana terbukti pada hasil uji hipotesis ($p < 0,001$)

Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Teknik ini dipilih

karena populasi penelitian bersifat homogen, yaitu seluruhnya merupakan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022, sehingga setiap anggota populasi dianggap memiliki karakteristik yang relatif serupa dan relevan dengan penelitian.

Prosedur pengambilan sampel dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada seluruh mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Berdasarkan perhitungan Slovin, batas minimal sampel adalah 63 responden. Namun, dalam pelaksanaannya, peneliti berhasil menghimpun 71 kuesioner yang valid dan lengkap. Seluruh data dari 71 responden tersebut digunakan dalam analisis penelitian ini. Penggunaan jumlah sampel yang melebihi batas minimal (*oversampling*) dilakukan untuk meningkatkan kekuatan statistik (*statistical power*) dan memastikan representativitas data yang lebih baik.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Menurut Sugiyono (2018:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini sangat umum digunakan dalam penelitian kuantitatif karena mampu menghasilkan data yang terstruktur, terukur, dan mudah dianalisis. Sejalan dengan itu, Creswell (2014:155) menjelaskan bahwa kuesioner efektif untuk memperoleh data dari populasi yang besar dalam waktu singkat, terutama ketika penelitian bertujuan menguji hubungan antarvariabel seperti dalam desain penelitian ini.

Dalam konteks penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk kuesioner tertutup dengan menggunakan Skala Likert untuk mengukur indikator dari dua variabel utama, yaitu Motif Penggunaan Platform Digital Kompas (variabel X) dan Kepuasan Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (variabel Y). Penggunaan kuesioner tertutup dipilih karena, menurut Sekaran & Bougie (2016:271), bentuk ini memudahkan responden dalam memilih jawaban serta memastikan data yang dihasilkan lebih objektif, konsisten, dan mudah diolah secara statistik.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas pernyataan positif (*favorable*) dan pernyataan negatif (*unfavorable*). Hal ini sejalan dengan pendapat Azwar (2012) yang menyatakan bahwa skala sikap yang baik hendaknya memuat kedua jenis pernyataan tersebut guna menghindari kecenderungan responden untuk menjawab secara searah (bias respons). Pernyataan *favorable* merupakan pernyataan yang mendukung atribut yang diukur, sehingga skor tinggi mencerminkan respon positif. Sebaliknya, pernyataan negatif bersifat terbalik yaitu skor tinggi justru mencerminkan tanggapan negatif terhadap atribut yang diukur

Kuesioner disebarluaskan secara daring melalui Google Form kepada mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 sebagai populasi penelitian. Penyebaran secara online dipilih untuk memudahkan akses, mempercepat proses pengumpulan data, dan memastikan seluruh responden dalam populasi dapat terjangkau.

Skala Likert yang digunakan terdiri dari lima tingkatan, yang menurut Sugiyono (2018:15) umum dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi

responden terhadap fenomena sosial. Lima tingkatan dalam skala Likert tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Penilaian Skala Likert

No	Kategori	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono, 2018:15

1.7.7 Validitas dan Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Creswell (2014) menyatakan bahwa uji validitas diperlukan agar setiap butir pernyataan benar-benar merepresentasikan konstruk teoritis yang diukur dalam penelitian ini adalah motif penggunaan platform digital Kompas (variabel X) dan kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring (variabel Y).

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini akan menggunakan uji validitas dengan bantuan program SPSS. Teknik yang digunakan adalah *Corrected Item–Total Correlation*, yaitu korelasi antara nilai setiap item pernyataan dengan skor total variabelnya.

Setiap item dikatakan valid apabila nilai *Corrected Item–Total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%) dengan uji dua arah (*two-tailed*). Pengujian akan dilakukan terhadap 36 orang responden bayangan, yaitu mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2023–2024 yang memiliki karakteristik serupa dengan sampel penelitian. Dengan jumlah tersebut ($n = 36$, $df = 34$), nilai r tabel yang digunakan adalah 0,329. Item

yang tidak memenuhi kriteria tersebut akan digugurkan dan tidak diikutsertakan dalam pengumpulan data.

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi instrumen dalam menghasilkan data. Sekaran & Bougie (2016:218-230) menegaskan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang memberikan hasil yang stabil ketika dilakukan pengukuran berulang. Dengan demikian, uji reliabilitas diperlukan untuk memastikan bahwa pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur motif penggunaan platform digital Kompas dan kepuasan mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring secara konsisten.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha*, karena bentuk instrumen berupa kuesioner dengan Skala Likert, sehingga cocok untuk menilai konsistensi internal antar item (Creswell, 2014:151). Nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan sejauh mana item-item dalam satu variabel saling berhubungan dan mengukur konstruk yang sama.

Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, sesuai standar penelitian sosial. Rumus Cronbach's Alpha yang digunakan digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{s_1^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas (Alpha Cronbach)

k = Jumlah item pernyataan dalam instrumen

$\sum St^2$ = Jumlah varians dari masing-masing item

s_1^2 = Varians total (total skor dari seluruh item)

Kriteria reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* yakni sebagai berikut:

- 1) Nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$: Instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$: Instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dengan demikian, jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka kuesioner tersebut memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data yang reliabel.

1.7.8 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mengolah dan menginterpretasikan data untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, analisis dilakukan melalui statistik deskriptif dan statistik inferensial. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data sampel secara apa adanya, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis dan membuat generalisasi dari sampel menuju populasi.

- 1) Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai variabel penelitian. Statistik ini berfungsi untuk mengorganisasi, menyajikan, dan merangkum data numerik tanpa melakukan generalisasi (Santoso, 2018). Dalam penelitian ini, statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, melihat gambaran awal variabel independen (X) dan

variabel dependen (Y), menampilkan nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi. Statistik deskriptif dilakukan menggunakan bantuan SPSS.

- 2) Statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan mengenai populasi berdasarkan data sampel. Menurut Ghozali (2018), penggunaan statistik inferensial menuntut pemenuhan syarat-syarat tertentu dalam pengambilan sampel agar hasil analisis dapat digeneralisasikan. Karena penelitian ini bersifat asosiatif kausal dengan satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), maka teknik yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Sebelum melakukan uji regresi, dilakukan beberapa tahapan, yakni uji asumsi klasik.

Sebelum dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi, data dalam penelitian ini terlebih dahulu ditransformasi dari skala ordinal ke skala interval menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dengan bantuan Microsoft Excel. Transformasi ini dilakukan mengingat data yang diperoleh dari kuesioner berskala Likert pada dasarnya bersifat ordinal, sementara analisis regresi linear mensyaratkan data minimal berskala interval. Sebagaimana dijelaskan dalam Ainiyah et al., (2024) bahwa transformasi data ordinal ke interval merupakan proses yang krusial untuk mendukung penggunaan teknik statistik yang mensyaratkan data berskala interval, seperti analisis regresi. Adapun analisis deskriptif per butir pernyataan tetap menggunakan data asli tanpa transformasi, agar interpretasi hasil tetap mencerminkan kondisi jawaban responden yang sebenarnya.

Menurut Gujarati dan Porter (2009:77-118) Uji asumsi klasik dilakukan sebelum regresi linear sederhana untuk memastikan model regresi memenuhi syarat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data residual berdistribusi normal. Regresi linear membutuhkan residual yang normal agar estimasi tidak bias (Ghozali, 2018). Metode yang digunakan dalam uji normalitas ini yakni dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan ditunjang dengan grafik Normal P-P Plot yang dilakukan melalui SPSS. Kriteria dalam uji normalitas ini yakni sebagai berikut:

- Jika *Asymp. Sig* > 0.05 : residual berdistribusi normal.
- Jika *Asymp. Sig* ≤ 0.05 : residual tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), Uji heteroskedastisitas bertujuan melihat apakah terjadi ketidaksamaan varians residual. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastis (variens residual sama). Metode yang digunakan yakni uji glejser.

Uji glejser ini dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap nilai prediksi. Kriteria (*Glejser*) yakni sebagai berikut:

- *Sig* > 0.05 : tidak terjadi heteroskedastisitas
- *Sig* ≤ 0.05 : terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Linearitas

Menurut Draper dan Smith (1998:33), uji linearitas memastikan bahwa hubungan antara variabel X dan Y adalah linier. Jika hubungan tidak linier, regresi linear tidak layak digunakan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk uji linearitas yakni dengan metode *Test for Linearity* melalui *ANOVA Tabel* di SPSS. Dengan kriteria sebagai berikut:

- Hubungan dinyatakan linear apabila nilai *Sig. Deviation from Linearity* $> 0,05$ dan nilai *Sig. linearity* $< 0,05$.

d. Teknik Analisis Regresi Linear

Menurut Sahur (2021), Regresi Sederhana adalah analisis statistik yang melibatkan dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Dengan kata lain, regresi sederhana hanya memiliki satu variabel yang mempengaruhi (independen) dan satu variabel yang dipengaruhi (dependen). Sehingga dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Rumus regresi linear sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen

X: Variabel independen

a: Konstanta (nilai Y ketika $X = 0$)

b: Koefisien regresi (besarnya perubahan Y terhadap setiap satuan perubahan X).

e. Analisis Koefisien Korelasi (*Pearson Product Moment*)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearson Product Moment* dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Menurut Sugiyono (2018), koefisien korelasi Pearson (r) menunjukkan sejauh mana dua variabel berhubungan secara linear, dengan nilai berkisar antara 0 hingga 1 (untuk hubungan positif). Kriteria interpretasi nilai koefisien korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Interpretasi Koefisien

Interpretasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80–1,000	Sangat Kuat
0,60–0,799	Kuat
0,40–0,599	Sedang
0,20–0,399	Rendah
0,00–0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2018:184)

Analisis koefisien korelasi ini dilakukan setelah analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui kekuatan hubungan antara motif penggunaan dan kepuasan, sebelum dilanjutkan dengan analisis koefisien determinasi.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini digunakan untuk menilai besar kecilnya kontribusi variabel independen (Motif Penggunaan Platform Digital Kompas) dibandingkan dengan variabel dependen (Kepuasan

Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring). Koefisien determinasi mencerminkan proporsi total varians suatu model dalam menjelaskan variasi variabel terkait. Menurut Sahir (2021:52-56), Koefisien Determinasi (R^2) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen (Motif Penggunaan Platform Digital Kompas) terhadap variabel dependen (Kepuasan dalam Mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring). Nilai R^2 berkisar antara 0-1, di mana:

- a) $R^2 = 0$ berarti variable motif penggunaan platform digital kompas tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring
- b) $R^2 = 1$ berarti variabel motif penggunaan platform digital kompas memiliki pengaruh 100% terhadap kepuasan dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring

Rumus Koefisien Determinasi:

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

KP = nilai koefisien determinasi

R^2 = nilai koefisien korelasi antara motif penggunaan platform Digital Kompas dan kepuasan dalam mengonsumsi Konten Jurnalistik Daring.