

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berimplikasi pada peralihan media konvensional menjadi media digital, sehingga membuat platform digital semakin berkembang. Siniar atau dikenal dengan nama *podcast*, termasuk salah satu media dengan konsep audio yang merupakan versi terbaru dari media konvensional radio (Muslimah, 2022:2). Selain audio, siniar juga dapat diartikan sebagai materi video yang tersedia di internet (Fadilah et al., 2017:3).

Perkembangan media yang kemudian melahirkan media baru (*new media*), khususnya dengan kemunculan platform digital, mendorong adaptasi penggunaan siniar sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan komunikasi. Melansir dari data riset *We Are Social* dan *Meltwater* dalam laman goodstats.id yang dirilis pada 2025, persentase pendengar siniar mingguan di Indonesia mencapai 42,6% bagi pengguna internet usia 16 ke atas. Angka ini mencatatkan rekor tertinggi dibandingkan 2024, sekaligus melebihi rerata global yang sebesar 22,1%.



Gambar 1. 1 Negara Pendengar Siniar Tertinggi

Siniar kini kerap kali dimanfaatkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi politik. Hal ini dikuatkan oleh laporan Riset Populix, dilihat dari persentase data Goodstats yang dikeluarkan oleh IDN Media. Pada 2022, berita dan politik merupakan data terbanyak di urutan kedua sebanyak 31%, setelah komedi sebanyak 64% dalam persentase data mengenai topik populer Gen Z Indonesia mendengarkan siniar menurut rilis Indonesia Gen Z Report 2022 oleh IDN Media.

Lonjakan tersebut didukung oleh data global menurut survei dari Reuters Institute dan Oxford University pada 2019 oleh Nic Newman dan beberapa rekannya, dimana siaran siniar berita menunjukkan pertumbuhan eksplosif dengan jumlah siniar berita secara global meningkat hampir 12.000 antara Januari hingga Oktober 2019, atau 32% dari jumlah sebelumnya. Di tengah peningkatan signifikan tersebut, terdapat beberapa media massa yang beradaptasi dengan menggunakan siniar sebagai sarana penyebaran produk jurnalisme (Yonathan, 2025).

Siniar Bocor Alus Politik oleh Tempo salah satunya, sebuah program siniar di kanal *youtube* dan *spotify* tempo sejak 2022, yang merupakan perluasan informasi dari majalah tempo. Siniar bocor alus politik dibuat dengan tujuan menyajikan berbagai isu politik rumit dalam format yang sederhana dan memiliki jangkauan yang lebih luas (Tempo.co., 2023). Menurut Susanto, 2023 dalam (Nurrohmah, 2024:5). Pemimpin Redaksi Majalah Tempo menyampaikan bahwa siniar Bocor Alus Politik merupakan bentuk inovasi produk jurnalistik yang dikembangkan oleh Kelompok Tempo Media yang dibuat untuk mempublikasikan informasi terverifikasi bagi kepentingan publik.

Kecenderungan mahasiswa yang kini mengandalkan siniar sebagai sumber informasi, menuntut jurnalisme beradaptasi dalam menyampaikan berita dengan format yang berbeda tanpa menghilangkan esensi dan fungsi dasarnya. Dalam konteks ini, pemenuhan kebutuhan informasi politik melalui penggunaan siniar penting untuk diketahui. Peneliti mencoba mengukur seberapa besar efektivitas penggunaan siniar sebagai salah satu bentuk konvergensi media bagi mahasiswa sebagai subjek yang memiliki kebutuhan informasi tinggi melalui konsumsi media digital sebagai bagian dari perkuliahan.

Pemilihan media Tempo sebagai objek penelitian berdasar pada dua alasan utama. Pertama, Tempo adalah salah satu media yang mengadaptasi konvergensi media dengan memadukan antara jurnalistik cetak, digital, dan audio-visual. Kedua, [Tempo](#), menggunakan siniar sebagai hasil konvergensi media sebagai sarana penyampaian informasi atau berita politik. Ketiga, [Tempo](#) khususnya Bocor Alus Politik, merupakan salah satu program siniar dengan jumlah penonton terbanyak dalam kategori siniar berita di Indonesia di *YouTube*.

Penggunaan siniar sebagai pemenuhan kebutuhan informasi politik menjadi urgensi yang signifikan dalam memperlihatkan bagaimana siniar telah menjadi salah satu sumber informasi. Penelitian ini berfungsi untuk mengukur sejauh mana siniar sebagai salah satu inovasi jurnalisme mampu menjangkau dan memenuhi pengetahuan politik bagi mahasiswa. Meningkatnya penggunaan siniar sebagai sarana informasi terutama pada kalangan mahasiswa menjadi acuan penting untuk menentukan apakah informasi yang disajikan melalui siniar efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan kajian jurnalistik karena siniar Bocor Alus Politik sebagai inovasi produk jurnalisme, memiliki potensi besar dalam penyampaian berita menggunakan format atau media baru. Berdasarkan latar belakang sebagaimana telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian mengenai **“Efektivitas Penggunaan Siniar Bocor Alus Politik tempodotco Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana telah diuraikan terkait siniar sebagai inovasi produk jurnalistik untuk menyebarluaskan informasi, maka perumusan masalah penelitian ini mengenai Efektivitas Penggunaan Siniar Bocor Alus Politik Tempo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. Selanjutnya agar penelitian tepat sasaran, maka pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut: Seberapa besar efektivitas penggunaan siniar Bocor Alus Politik Tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar efektivitas penggunaan siniar Bocor Alus Politik tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis maupun praktis. Adapun kegunaan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1) Secara akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian literatur tentang inovasi pengembangan media dalam pemenuhan kebutuhan informasi melalui siniar sebagai salah satu bentuk konvergensi media. Penelitian ini dapat juga menjadi tambahan referensi sebagai rujukan mengenai penggunaan siniar sebagai media informasi baru bagi mahasiswa terutama di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

2) Secara Praktis

Untuk industri media, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai siniar sebagai inovasi baru produk jurnalisme sebagai bentuk konvergensi media, serta menjadi evaluasi terkait keefektifan penggunaan siniar dalam menyampaikan berita sehingga memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa terkait pengetahuan politik.

1.5 Kerangka Pemikiran

Teori *Uses and Gratification* pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch 1979. Teori ini mengalihkan perhatian dari sumber dan efek pesan di media ke penggunaan media oleh audiens (Littlejohn & Foss, 2009:979). Dalam sejarahnya, teori *Uses and Gratification* dikenal karena pergeserannya dari asumsi teori sebelumnya yang menganggap bahwa pesan media yang kuat memiliki efek seragam pada audiens dalam jangkauan yang luas, sehingga dapat dikatakan bahwa audiens merupakan penerima pasif. Sebaliknya teori *Uses and Gratification* lebih mengarah pada aspek pribadi pemilihan media

yang ditentukan oleh audiens untuk memenuhi tujuan sesuai kebutuhannya, sehingga audiens dianggap sebagai penerima aktif (Griffin, 2012:359).

Teori *Uses and Gratification* memiliki anggapan bahwa audiens memiliki kebutuhan yang mereka upayakan untuk pemuasan melalui penggunaan media, terdapat kaitan yang erat antara penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan melalui media. Pemilihan yang dilakukan secara sengaja oleh audiens dalam mengonsumsi media, didasarkan pada pemenuhan kebutuhan yang mereka cari dari media tersebut, sehingga penggunaan (*Uses*) dan kepuasan atau pemenuhan kebutuhan (*Gratification*) adalah hal yang tidak dapat terpisahkan.

Griffin, E. M. (2012:359) dalam bukunya *A first look at communication theory* mengatakan bahwa dalam teori *Uses and Gratification* audiens tidak akan memahami pilihan media yang dicari, kecuali terlebih dahulu mengenali kebutuhan mendasar yang mendorong perilaku penggunaan, karena semakin orang bergantung pada media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya, maka semakin penting media tersebut bagi penggunanya. Hal ini mengakibatkan timbulnya pola paparan media yang berbeda dan menyebabkan dampak kognitif, afektif, serta perilaku dari penggunaan media. (West & Turner, 2018:987).

Pola penggunaan media atau proses ketergantungan pada media ini dapat dilihat melalui dua pendekatan. Dalam pendekatan pertama, aspek yang diperlihatkan adalah peran media dalam kehidupan audiens dengan menganalisis bagaimana penggunaan dan ketergantungan media dapat memenuhi tujuan atau kebutuhan tertentu. Ketergantungan yang meningkat akhirnya akan menimbulkan pengaruh media yang semakin besar dalam kehidupan audiens. Sedangkan dalam

pendekatan kedua, aspek yang dilihat adalah analisis yang melibatkan ketergantungan timbal balik antara audiens, media, dan sistem sosial yang lebih luas (Littlejohn & Foss, 2009: 978).

Asumsi teori *Uses and Gratification* telah dijelaskan oleh pendiri pendekatan ini (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Asumsi pertama teori ini menjelaskan peran aktif audiens dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan yang jelas. Setiap audiens memiliki karakteristik yang berbeda dalam penggunaan media. Asumsi kedua mengaitkan kebutuhan akan kepuasan dengan pemilihan media tertentu yang ditentukan oleh audiens, karena audiens berperan aktif dan mengambil inisiatif dalam menentukan media. Asumsi ketiga mengatakan bahwa media bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan. (West & Turner, 2018:398).

Asumsi keempat teori *Uses and Gratification* berkaitan dengan kemampuan audiens dalam pemenuhan informasi yang akurat dari penggunaan media. Dalam hal ini, audiens memiliki kesadaran akan penggunaan media, minat, dan motif untuk memberikan gambaran akurat mengenai penggunaan media, sehingga memperkuat asumsi bahwa audiens memiliki peran aktif. Asumsi kelima berkaitan dengan penilaian terhadap konten media yang hanya dapat dievaluasi oleh audiens. Para ahli teori ini berpendapat bahwa audiens yang memutuskan menggunakan media untuk tujuan tertentu, dapat menjadi penilaian terbaik atas kepuasan mereka sendiri (West & Turner, 2018:399).

Kelima asumsi tersebut menjadi dasar konseptual dengan memperhitungkan fakta mengenai audiens yang dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dengan demikian, melalui asumsi teori ini audiens tidak dianggap pasif melainkan aktif dengan memutuskan media mana yang akan mereka gunakan dan efek apa yang ingin mereka dapatkan melalui konsumsi media (Griffin, 2006:358). Teori *Uses and Gratification* berusaha menjelaskan penggunaan dan fungsi media bagi individu, kelompok, dan masyarakat secara umum dengan tiga tujuan utama. Pertama, menjelaskan bagaimana individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan pertanyaan apa yang dilakukan orang dengan media. Kedua menemukan motif mendasar dibalik penggunaan media oleh audiens. Ketiga mengidentifikasi efek penggunaan media oleh audiens.

Perspektif utama dari teori *Uses and Gratification* didasarkan pada konseptualisasi audiens sebagai pihak aktif serta mampu memberi output mengenai pemuasan kebutuhan yang dicari dan didapatkan dari sebuah media. (Berger, et al., 2017:22). Tingkat pemenuhan kebutuhan informasi, sangat dipengaruhi oleh bagaimana audiens menggunakan media. Dalam hal ini media dan audiens masing masing memiliki peran yang signifikan. Media berperan sebagai sarana untuk menarik minat audiens dengan menyajikan informasi untuk memenuhi kebutuhan yang dicari. Disisi lain audiens juga berperan aktif dengan menyaring media dan informasi yang dibagikan secara selektif sesuai dengan kebutuhan yang dicari (Puspita et al., 2022: 114). Secara umum Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch meyakini kebutuhan manusia yang dipenuhi melalui media (*needs gratify*

by the media) merupakan inti dari teori *Uses and Gratification*. West, R. L., Turner, L. H. (2018:398) menjelaskan kelompok ini dapat diklasifikasikan kedalam tiga aspek, diantaranya:

- a) Kebutuhan kognitif, mencakup tujuan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman sekitar.
- b) Kebutuhan afektif, mencakup tujuan yang berkaitan dengan emosional dan pengalaman yang dirasakan.
- c) Kebutuhan integratif, mencakup tujuan yang berkaitan dengan perilaku dari penggunaan media baik hubungan dengan individu seperti meningkatkan kredibilitas, keyakinan dan status, maupun sosial dengan meningkatkan koneksi dengan keluarga, teman, dan sebagainya.

Paradigma dalam Teori *Uses and Gratification* sering kali disebut sebagai sebuah kerangka untuk memahami pemilihan dan penggunaan media, yang telah dikembangkan sehingga melahirkan empat prinsip utama. Pertama, individu sadar akan kebutuhan sosial, psikologis dan biologisnya. Kedua, individu dapat mengevaluasi berbagai saluran dan isi media. Ketiga, individu dapat menilai alternatif fungsi media. Keempat, individu bisa menyeleksi saluran media yang diyakini dapat memberi kepuasan untuk berbagi kebutuhannya. (Berger, et al., 2021:372).

Teori *Uses and gratification* menjadi relevan di era digital karena keberagaman platform menawarkan fungsi sesuai dengan kebutuhan penggunanya, sehingga memperkuat asumsi teori *uses and gratification* dengan memperlihatkan media yang sangat bergantung pada motif penggunaan media dan intensitas

keterlibatan penggunaanya (Pasaribu et al., 2025:1092). Implementasi nyata dari teori *uses and gratification* di era digital dapat dilihat melalui penelitian yang dilakukan oleh Jessica Weber (2020) dari Erasmus University Rotterdam, Belanda. Dalam Penelitiannya yang berjudul “*The Uses and Gratification Theory Applied to Podcasts*” weber menjelaskan bahwa siniair merupakan media audio on-demand yang kini memiliki pertumbuhan pesat dan berperan penting sebagai media audio.

“Over the last two decades, podcasts turned into an on-demand audio medium that is now indispensable within the audio media landscape. With its increasing presence and importance, researchers started to assess the listening behavior of podcast consumers”.

Melalui teori *Uses and Gratification* penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa efektif penggunaan media dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa melalui frekuensi dan durasi penggunaannya, perhatian yang menarik atensinya, hingga output seperti pengetahuan, pemahaman, dan kepuasan yang didapatkan. Dengan adanya penelitian ini, Teori *Uses and Gratification* yang dirumuskan untuk mengukur bagaimana penggunaan dan pemenuhan dari siniair Bocor Alus Politik, kini semakin relevan dengan adanya percepatan transformasi digital yang membentuk kembali perilaku audiens dalam menggunakan media.

Media massa konvensional yang sebelumnya menjadi saluran utama media informasi kini perannya tergeserkan dengan kehadiran berbagai platform digital yang memberikan peluang interaktivitas, penyebaran pesan secara cepat, hingga mempengaruhi peran atau konteks sosial yang tidak terbatas pada konteks wilayah, sehingga perubahan ini menciptakan pola komunikasi baru yang berbentuk partisipatif dan berbasis jaringan. Perubahan ini memperlihatkan pergeseran pola

konsumsi media yang tadinya bersifat linear menjadi lebih kompleks (Arr et al., 2025:4124). Seiring perkembangan teknologi dan media, Teori *Uses and gratification* justru kembali memperoleh perhatian yang lebih luas dan dianggap relevan dalam menjelaskan motif penggunaan media yang bersifat interaktif dan partisipatif (Lisnarti, 2025:164).

Dalam konteks komunikasi, terdapat indikator pengukuran efektivitas penggunaan media melalui elemen terpaan media (*media exposure*) oleh Rosengren, 1974 dan berkaitan dengan *Uses and Gratification* karena mengacu pada penggunaan media yang mencakup jumlah waktu dalam penggunaan media, jenis konsumsi isi media, serta keterkaitan antar audiens media dengan isi media yang di konsumsi. (Kriyantono, 2014). Definisi tersebut kemudian dapat diuraikan ke dalam tiga dimensi utama yakni:

- a) Frekuensi merujuk pada intensitas atau seberapa sering audiens terpapar pesan media. Frekuensi dapat diukur melalui intensitas dan rutinitas mengakses pesan media.
- b) Durasi (rentang waktu) yang merujuk pada lamanya audiens berinteraksi dengan media. Durasi dapat diukur melalui satuan waktu baik dalam jam maupun menit dalam harian, mingguan maupun bulanan.
- c) Atensi (jumlah fokus dan perhatian) yang merujuk pada perhatian serta jumlah fokus audiens saat menerima pesan media. Indikator atensi dalam hal ini dapat diukur melalui konsentrasi dan pemahaman serta ketertarikan terhadap informasi.

Berdasarkan penjelasan teori sebagaimana telah diuraikan diatas, peneliti memutuskan untuk menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai landasan teoritis karena kesesuaian antara asumsi dasar teori dengan fenomena yang diangkat. Kecenderungan mahasiswa yang kini mengandalkan platform digital seperti siniar sebagai sumber informasi, merupakan wujud nyata dari teori *Uses and Gratification* dimana audiens itu aktif, selektif, dan mempunyai tujuan spesifik dalam penggunaan media. Teori ini relevan untuk mengukur sejauh mana siniar sebagai salah satu inovasi produk jurnalisme efektif digunakan dalam memenuhi kebutuhan informasi politik mahasiswa.

Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Paradigma Penelitian



Semakin tinggi Penggunaan Media, semakin tinggi Kebutuhan Informasi

1.5.1 Hipotesis

Berdasarkan masalah yang dirumuskan serta tujuan dalam penelitian ini, hipotesis atau jawaban sementara yang diajukan adalah Terdapat Efektivitas Penggunaan Siniar Bocor Alus Politik Tempo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih media [Tempo](#) sebagai lokus penelitian didasarkan pada tiga alasan utama, yaitu:

- a. [Tempo](#) adalah salah satu media yang mengadaptasi konvergensi media dengan memadukan antara jurnalistik cetak, digital, dan audio-visual.
- b. [Tempo](#) menggunakan siniar sebagai media baru (*new media*) untuk menyampaikan informasi atau berita politik yang terverifikasi untuk publik dengan pengemasannya yang ringan.
- c. [Tempo](#) khususnya Bocor Alus Politik, merupakan salah satu program siniar dengan jumlah penonton terbanyak dalam kategori siniar berita di Indonesia di *YouTube*.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma positivisme. Secara umum, paradigma positivisme adalah paradigma yang berlandaskan pada keyakinan bahwa pengalaman harus bisa diukur secara objektif melalui observasi atau pengamatan, hukum ilmiah melalui pengujian kasus, realitas tunggal yang dapat dipahami melalui teori tertentu, serta hubungan sebab-akibat

bersifat linear (Uno 2020:1). Paradigma positivisme memandang suatu fenomena, realitas, atau gejala yang terjadi dapat dikategorikan, relatif stabil, konkrit, dapat diamati, dapat diukur dan hubungannya sebab akibat (Sugiyono, 2013:8). Paradigma positivisme dianggap tepat untuk penelitian ini berdasarkan tujuannya untuk mengukur secara objektif seberapa besar efektivitas penggunaan sinar dalam memenuhi kebutuhan informasi politik mahasiswa melalui Bocor Alus Politik [Tempo](#).

Pendekatan kuantitatif dipahami sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada paradigma positivisme dan diterapkan guna meneliti populasi atau sampel tertentu. Dalam penerapannya, data dikumpulkan melalui penggunaan instrumen penelitian kemudian dianalisis dengan teknik kuantitatif atau statistik dengan tujuan utama menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2013:8).

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianggap tepat untuk pengukuran secara objektif dengan mengumpulkan data numerik & melihat bagaimana hubungan antar variabelnya. Kesesuaian pendekatan kuantitatif dengan fenomena yang diangkat didasarkan pada kebutuhan untuk mengukur efektivitas *Uses* (penggunaan sinar) dan *Gratification* (pemenuhan kebutuhan) secara objektif melalui data numerik.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pengambilan sejumlah sampel dari populasi, kemudian data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode survei digunakan untuk mengidentifikasi keyakinan, pandangan, karakteristik, perilaku,

serta hubungan kausalitas antar variabel dari sampel populasi yang ditentukan dengan mengumpulkan data pengamatan yang umumnya bersifat luas namun tidak mendalam dan hasilnya dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2022:36). Peneliti memilih metode penelitian survei dikarenakan tujuan utamanya untuk mengukur keefektifan penggunaan siniar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Penelitian mengenai Efektivitas Penggunaan Siniar Bocor Alus Politik Tempo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan data yang dikumpulkan oleh peneliti berupa data numerik atau data berbentuk angka hasil perolehan pengukuran atau pengumpulan jawaban kuesioner yang disebarkan kepada para responden.

2) Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini akan diperoleh secara langsung melalui hasil kuesioner penelitian oleh responden yang merupakan mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder sebagai pelengkap dari sumber data primer yang berimplikasi terhadap pengumpulan data adalah ppid.uinsgd.ac.id sebagai database pemilik data demografi mahasiswa sebagai populasi responden untuk penelitian.

1.6.5 Populasi dan Sampel

Menurut Swarjana (2022:5) Populasi merupakan keseluruhan orang atau objek dalam penelitian dimana hasilnya akan digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Syariah dan hukum, Serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Diketahui jumlah mahasiswa dari empat fakultas tersebut sebanyak 8.253 mahasiswa dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 1. 2 Jumlah Mahasiswa Per-Fakultas

Fakultas	Jumlah
Dakwah dan Komunikasi	2.825
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	1.370
Ekonomi dan Bisnis Islam	2.297
Hukum dan Syariah	2.031
Total	8.523

Sumber: ppid.uinsgd.ac.id, September (2025)

Sampel merupakan sebagian dari populasi, perhitungan sampel sangat penting dalam penelitian untuk menentukan jumlah responden yang representatif dari populasi. Tujuan utama dari pengambilan sampel adalah untuk mendapatkan hasil yang akurat dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada, serta meminimalisir *sampling error*.

Jenis sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non - probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, bukan berdasarkan pengacakan dari seluruh anggota populasi. Teknik tersebut dipilih karena penelitian ini memerlukan responden dengan karakteristik spesifik. Adapun *purposive sampling* diterapkan melalui kriteria berikut:

1. Merupakan mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung
2. Pernah menonton siniar "Bocor Alus Politik" tempodotco.

Untuk menentukan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan rumus *slovin formula* didasarkan pada rumus slovin yang dikenal karena kemudahannya dalam penerapan dan pemahaman. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Dengan keterangan:

n : Besar Sampel yang diperlukan.

N : Besar Populasi (jumlah total subjek penelitian).

e : Tingkat Kesalahan atau batas toleransi ketidaktepatan akibat *sampling error*

Nilai kritis atau batas margin kesalahan (*margin of error*) yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebesar 10%. Melalui penetapan persentase kesalahan tersebut terhadap total populasi mahasiswa, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{8.523}{1 + 8.523 \cdot 10\%^2} = \frac{8.523}{1 + 8.523 \cdot 0,1^2} = \frac{8.523}{86,23} = 98,84$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin tersebut, perolehan sampel total sebesar 98,84 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden dari total keseluruhan populasi.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi tahapan penting dalam penelitian guna mendapatkan data yang valid dan reliabel dengan cara yang tepat dalam pengumpulannya (Sugiyono, 2022:213). Teknik pengumpulan data yang digunakan

dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden. Teknik ini dianggap efisien dan tepat ketika peneliti telah mengidentifikasi secara pasti variabel yang akan diukur dan informasi apa yang dituju (Sugiyono. 2022:219). Instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada sampel yang sudah ditentukan yakni mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung secara online melalui *google form* dengan penilaian Skala Likert.

Skala likert merupakan metode pengukuran menggunakan beberapa butir pertanyaan dengan data interval untuk mengukur sikap, persepsi, atau perilaku individu terhadap objek penelitian dengan menjawab lima point pilihan pada setiap butir pertanyaan (Likert, 1932 dalam Budiaji, 2013:2). Variabel penelitian kuantitatif yang diukur menggunakan skala likert akan dipecah menjadi beberapa dimensi dalam penggunaannya. Dimensi ini kemudian diuraikan hingga menjadi sebuah indikator konkret serta dapat diukur dan menjadi acuan penelitian. Berikut tabel nilai skor yang umum digunakan dalam perhitungan data penelitian:

Tabel 1. 3 Skor Penilaian Skala Likert

Uraian Pernyataan dalam Skala Likert			
Kategori	Singkatan	Skor	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	STS	1	Tergantung Hasil Perhitungan
Tidak Setuju	TS	2	
Ragu-ragu	RR	3	
Setuju	S	4	
Sangat Setuju	SS	5	

Sumber: Diadaptasi dari buku Metode penelitian kuantitatif. Alfabeta Bandung.

1.6.7 Operasional Variabel

Berdasarkan pemikiran Sugiyono (2013:37), variabel penelitian dipahami sebagai suatu atribut, sifat, maupun nilai pada subjek penelitian baik berupa individu, objek tertentu, maupun kegiatan atau aktivitas yang mencerminkan beragam variasi perbedaan yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dianalisis guna mendapatkan pemahaman serta penarikan kesimpulan.

1) Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas kerap kali disebut sebagai variabel stimulus atau variabel prediktor. Variabel independen memiliki kedudukan sebagai variabel pengaruh atau menjadi sebab perubahan dari variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Penggunaan Media.

2) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat yang kerap kali disebut variabel output, kriteria, atau konsekuen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau muncul sebagai akibat dari variabel independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Kebutuhan Informasi.

Tabel 1. 4 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Alat Ukur
Variabel Independen (X) Penggunaan Media	Frekuensi	Saya selalu mengakses unggahan episode terbaru Bocor Alus Politik	Skala likert
		Saya menonton lebih dari satu episode Bocor Alus Politik dalam seminggu	Skala likert
		Saya menonton Bocor Alus Politik saat ada informasi yang sedang ramai diperbincangkan	Skala likert

		Saya menonton Bocor Alus Politik karena videonya muncul di beranda (<i>home</i>) atau rekomendasi YouTube saya	Skala likert
	Durasi	Saya selalu menonton Bocor Alus Politik dari awal hingga akhir	Skala likert
		Saya menonton beberapa episode Bocor Alus Politik sekaligus dalam satu waktu	Skala likert
	Atensi	Saya tetap berkonsentrasi meskipun durasi Bocor Alus Politik cukup panjang	Skala likert
		Saya fokus memperhatikan informasi yang dipaparkan dalam setiap episode	Skala likert
		Saya merasa informasi yang disajikan Bocor Alus Politik menarik untuk diperhatikan	Skala likert
		Saya merasa terdorong untuk membaca kolom komentar guna memperdalam wawasan saya terhadap informasi yang sedang dibahas	Skala likert
		Saya ikut memberikan respon (komentar, <i>like</i> , atau <i>share</i>) sebagai bentuk partisipasi terhadap informasi yang dibahas	Skala likert
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik (Y)	Kognitif	Saya merasa informasi yang disajikan Bocor Alus Politik sesuai dengan kebutuhan informasi politik yang saya cari	Skala likert
		Saya merasa setelah menonton Bocor Alus Politik kebutuhan untuk memperoleh informasi politik terpenuhi	Skala likert
		Saya merasa informasi yang disajikan Bocor Alus Politik dikemas secara sederhana	Skala likert
		Saya merasa Bocor Alus Politik membantu saya memahami informasi politik yang rumit	Skala likert
		Saya merasa Bocor Alus Politik memberi perspektif baru yang tidak diketahui sebelumnya	Skala likert
	Afektif	Saya merasa puas setelah menonton Bocor Alus Politik karena kebutuhan informasi politik terpenuhi	Skala likert

		Saya merasa puas dengan penyajian Bocor Alus Politik yang dikemas secara sederhana	Skala likert
		Saya merasa informasi yang disajikan Bocor Alus Politik akurat dalam menggambarkan situasi politik	Skala likert
		Saya merasa informasi yang disajikan Bocor Alus Politik memiliki kredibilitas yang tinggi	Skala likert
	Integratif	Saya mengakses Bocor Alus Politik untuk berbagi wawasan tentang informasi politik	Skala likert
		Saya merasa kepercayaan diri meningkat dalam memberikan perspektif atau sudut pandang baru setelah menonton Bocor Alus Politik	Skala likert
		Saya menggunakan Bocor Alus Politik sebagai bahan diskusi mengenai informasi politik	Skala likert
		Saya mengakses Bocor Alus Politik untuk berinteraksi atau berbagi opini di media digital	Skala likert

Sumber: Data diolah dari instrumen penelitian (2026)

1.6.8 Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, kriteria terhadap data hasil penelitian adalah validitas dan reliabilitas. Validitas adalah derajat ketepatan (keakuratan) antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya pada objek penelitian. Terdapat tiga macam uji validitas instrumen yang dilakukan. Pertama, uji validitas konstruk dengan mengkorelasikan skor item dari instrumen. Kedua, validitas isi dengan membandingkan antara muatan instrumen dengan rancangan yang ditetapkan. Ketiga validitas eksternal diuji melalui perbandingan antara kriteria yang tercantum dalam instrumen dengan kondisi empiris di lapangan (Sugiyono, 2019:352).

Dalam uji validitas yang dilakukan, alat bantu yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 30. Uji validitas dilakukan dengan pengujian instrumen kepada 30 sampel lalu menghitung koefisien korelasi antara skor butir instrumen dengan total instrumen menggunakan korelasi *pearson product moment*. Hasil dari uji validitas akan menampilkan nilai koefisien korelasi (r) dan nilai signifikansi ($Sig.$) yang mengukur antara masing-masing item dengan total skornya. Jika nilai signifikansi yang diperoleh (p -value) $< 0,05$ maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka butir instrumen tersebut dianggap tidak valid dan perlu dikeluarkan atau diperbaiki sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data selanjutnya.

Sedangkan reliabilitas bertepatan dengan derajat konsistensi atau kesamaan data (Sugiyono, 2022:193). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika perolehan nilai koefisien reliabilitas mendekati atau melebihi batas koefisien minimum yang telah ditetapkan yakni $> 0,6$. Apabila koefisien reliabilitas instrumen mencapai kriteria tersebut, maka item-item pertanyaan di dalamnya dapat dinyatakan reliabel atau konsisten sehingga bisa digunakan untuk pengumpulan data selanjutnya. Berdasarkan nilai koefisien *alpha*, tingkat reliabilitas dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 5 Kategori Tingkat Reliabilitas

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Sangat Kurang Reliabel
$< 0,21 - 0,40$	Kurang Reliabel
$< 0,41 - 0,60$	Cukup Reliabel
$< 0,61 - 0,80$	Reliabel
$< 0,81 - 0,100$	Sangat Reliabel

1.6.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis perolehan hasil pengumpulan data yang sudah dilakukan. Dalam analisis data, pengelompokan data didasarkan pada variabel dari seluruh responden, penyajian data dari tiap variabel yang diteliti, hingga perhitungan untuk menjawab perumusan masalah dan hipotesis yang telah dirumuskan merupakan tahap yang dijalankan dalam analisis data. (Sugiyono, 2013:244). Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Teknik Statistik Deskriptif

Pernyataan Sugiyono (2019:147) mengenai teknik statistik deskriptif mengarah pada analisis data melalui pendeskripsian atau penggambaran data yang telah dikumpulkan, tanpa dilakukan inferensi dan generalisasi jawaban bagi keseluruhan populasi.

Dalam penelitian ini, Analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung skor total tiap item frekuensi dikali bobot, kemudian dibandingkan dengan skor maksimal untuk memperoleh nilai indeks dalam bentuk persentase (%). Nilai indeks tersebut kemudian dikategorikan menggunakan interval kelas sehingga dapat memperoleh kategori Sangat Rendah - Sangat Tinggi. Rata-rata indeks seluruh item kemudian dihitung untuk menentukan kategori variabel secara keseluruhan. Analisisnya akan menghasilkan tingkat variabel X dan Y sesuai skala yang sudah ditentukan.

2) Teknik Statistik Inferensial

Analisis Regresi Linear Sederhana merupakan teknik analisis statistik inferensial yang digunakan untuk mengukur hubungan sebab-akibat antara variabel X dan Y. Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar efektivitas variabel X terhadap Y. Sebelum memasuki tahapan analisis regresi linear sederhana, terdapat beberapa syarat utama yang perlu dipenuhi dengan tiga analisis melalui uji asumsi klasik sebagai berikut.

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan tahapan pertama yang dilakukan dengan tujuan memastikan apakah dalam model regresi data variabel berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui pengecekan dengan kurva *Kolmogrov – Smirnov* dengan nilai signifikansi $> 0,05$.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan tahapan kedua yang dilakukan untuk memastikan tidak adanya pola tertentu dalam model regresi pada grafik residual. Uji Heteroskedastisitas dilakukan melalui Uji Glejser dengan melihat titik-titik pola yang menyebar dalam *Scatterplot*.

c) Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan tahapan terakhir dalam uji asumsi klasik yang dilakukan dengan tujuan untuk memastikan adanya hubungan yang linear pada variabel X dan Y melalui *P-P Plot*.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan sebab-akibat variabel X dan Y, guna membuktikan hipotesis yang dibuat apakah penggunaan siniar memiliki efek yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen (pemenuhan kebutuhan informasi)

X: Variabel independen (efektivitas penggunaan siniar)

a: Konstanta

b: Koefisien regresi

3) Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan tahapan yang dilakukan untuk membuktikan jawaban sementara dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang dikumpulkan kemudian digeneralisasikan pada populasi. Dalam penelitian ini, terdapat dua kategori hipotesis yang digunakan, yaitu:

a) Hipotesis Kerja (H_a): Hipotesis alternatif/kerja

b) Hipotesis Nol (H_0): Hipotesis nol/statistik

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

a) H_a : Terdapat Efektivitas Penggunaan Siniar Bocor Alus Politik Tempo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa

b) H_0 : Tidak terdapat Efektivitas Penggunaan Siniar Bocor Alus Politik Tempo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Mahasiswa.

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

a) Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji Koefisien Korelasi dilakukan untuk mengukur hubungan antara variabel X dan Y berdasarkan nilai koefisien korelasi. Fokus dalam uji R adalah untuk menentukan arah dan kekuatan hubungan bersifat positif (+) atau negatif (-) dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

b) Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh atau kontribusi variabel X terhadap variabel Y yang diukur melalui persentase (%) dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

c) Uji t (Uji signifikansi parsial)

Uji T dilakukan untuk membuktikan apakah koefisien regresi (b) yang diperoleh signifikan atau tidak. Uji t akan menentukan apakah Hipotesis alternatif (H_a) diterima atau ditolak pada tingkat signifikansi tertentu. Hipotesis alternatif (H_a) diterima dan Hipotesis nol (H_0) ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$.