

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Selain sandang, pangan, dan papan, manusia tidak bisa lepas dari satu kebutuhan lainnya, yaitu kebutuhan informasi. Informasi digunakan oleh manusia untuk mengetahui “apa” (yang telah terjadi, sedang terjadi, maupun akan terjadi) sehingga dapat memecahkan masalah kehidupan sehari-hari. Tanpa informasi, seseorang akan tersesat dalam ketidaktahuan, lumpuh dalam pengambilan keputusan, dan rentan terhadap penipuan.

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat telah lama mengandalkan berbagai jenis media massa. Selama puluhan tahun, media cetak seperti surat kabar dan tabloid, serta media elektronik seperti radio dan televisi, menjadi pilar dalam diseminasi informasi. Media-media ini berperan penting dalam penyebaran berita, pengetahuan, serta hiburan kepada khalayak luas, memengaruhi pola pikir, emosi, dan perilaku masyarakat pada masanya.

Memasuki era revolusi digital, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara informasi diproduksi dan dikonsumsi. Transformasi ini ditandai oleh konvergensi media massa konvensional ke media massa daring melalui situs atau portal berita. Kehadiran situs berita daring memungkinkan khalayak mengakses informasi dengan jauh lebih cepat, tanpa batasan jadwal cetak atau siaran.

Transformasi lebih lanjut terjadi seiring dengan kemunculan dan popularitas media sosial. Platform yang mulanya dirancang dengan tujuan

utama membangun jejaring sosial, seperti *Facebook*, *X* (sebelumnya *Twitter*), dan *Instagram*, secara bertahap mengalami pertambahan fungsi sebagai media publikasi berita. Hal ini menyebabkan arus informasi tidak lagi bersifat satu arah dari media ke publik, melainkan setiap timbal balik khlayak dapat tersampaikan pada media dalam waktu singkat. Akibatnya, media sosial kini menjadi ekosistem informasi yang kuat, melampaui peran portal berita daring sekalipun.

Mengingat setiap individu, tanpa terkecuali, memiliki kebutuhan fundamental terhadap informasi, maka media massa dalam bentuk apapun idealnya bersifat heterogen dan inklusif. Inklusivitas dalam konteks ini berarti media harus mampu menyajikan informasi dalam format yang dapat diakses, diterima, dan dipahami seluruh lapisan masyarakat. Namun pada praktiknya, tidak semua media mampu memenuhi standar inklusivitas, sehingga menyisakan aksesibilitas bagi sebagian masyarakat, salah satunya kelompok dengan keterbatasan pendengaran, yang kemudian akrab disapa “teman Tuli”.

Populasi teman Tuli di Bandung Raya tidak bisa dipandang sebelah mata. Data resmi dari Open Data Jabar mencatat setidaknya terdapat 645 teman Tuli di Kota Bandung, 88 di Kabupaten Bandung, 60 di Kabupaten Bandung Barat, dan 38 di Kota Cimahi. Penting untuk dicatat bahwa angka-angka tersebut merupakan data yang telah dihimpun secara resmi, sehingga populasi riil di lapangan kemungkinan besar lebih tinggi dari yang terdata.

Secara yuridis, hak memperoleh informasi merupakan hak asasi yang fundamental. Konstitusi melalui Pasal 28F UUD 1945 secara tegas menjamin

hak setiap orang untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi demi mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya.

Kemudian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas mengamanatkan kesamaan kesempatan serta penyediaan aksesibilitas dan akomodasi yang layak. Lebih spesifik lagi Pasal 24 Ayat 2 UU tersebut, menyatakan bahwa para penyandang disabilitas berhak untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi melalui media yang mudah diakses.

Jaminan ini diperkuat oleh Peraturan Dewan Pers Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Pedoman Pemberitaan Ramah Disabilitas. Disebutkan bahwa berita dipublikasikan dengan menyediakan juru bahasa isyarat, skrin pembaca, takarir (*subtitle*), serta teknologi yang membantu aksesibilitas informasi bagi penyandang disabilitas, disesuaikan dengan kemampuan masing-masing media.

Keempat instrumen hukum tersebut seharusnya menjadi garansi bahwa tidak ada warga negara yang tertinggal dalam arus informasi. Namun sayangnya, terdapat kesenjangan antara apa yang diatur hukum (*das sollen*) dengan kenyataan (*das sein*). Di lapangan, informasi publik belum sepenuhnya inklusif, sehingga aksesibilitas masih menjadi barang mewah bagi sebagian masyarakat.

Tantangan pemenuhan hak Tuli untuk memperoleh informasi akhirnya bermuara pada pertanyaan: reka bentuk media apa yang paling inklusif? Media cetak yang berbasis teks memiliki hambatan linguistik, sebab struktur kalimat dan kerumitan kosakata Bahasa Indonesia sangat berbeda dengan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO) sebagai bahasa bagi mayoritas teman Tuli.

Sementara media radio yang sepenuhnya berbasis suara jelas tidak relevan. Begitupun televisi sebagai media audio-visual, masih menyisakan persoalan: tampilan Juru Bahasa Isyarat (JBI) di sudut layar sering kali terlalu kecil sehingga gerakan isyarat dan detail ekspresi sulit terlihat jelas, selain itu terdapat stasiun televisi masih yang menggunakan Bahasa Isyarat Indonesia (SIBI) yang kaku, tidak alami, dan jarang digunakan teman Tuli dalam berkomunikasi.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengevaluasi aksesibilitas tayangan televisi bagi khalayak Tuli. Meski stasiun televisi telah berupaya menghadirkan Juru Bahasa Isyarat (JBI), implementasinya di lapangan masih menyisakan kendala yang signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Albari dan Putri (2021) misalnya, menemukan bahwa walaupun penggunaan sistem isyarat (SIBI) pada program berita *Seputar iNews Siang* di RCTI berkategori baik, ukuran kotak JBI di layar masih dinilai terlalu kecil. Temuan serupa diperkuat oleh Fadhilah (2024) tentang efektivitas penerjemah bahasa isyarat di televisi bagi SLB Negeri 1 Ngawi, yang menyimpulkan bahwa rasio kotak penerjemah yang kecil justru menyebabkan mata cepat lelah dan sakit saat audiens mencoba fokus menerima informasi.

Selain keterbatasan visual, kecepatan penyampaian pesan juga menjadi hambatan besar. Gerakan isyarat JBI di televisi dinilai terlalu cepat, membuat audiens kerap kali kebingungan. Hal ini berdampak fatal pada penerimaan

pesan, di mana khalayak Tuli justru memberikan respons emosional berupa kesedihan atau kemarahan karena gagal memahami apa yang disampaikan.

Kondisi ini sejalan dengan temuan Ketua Komisi Penelitian, Pendataan dan Ratifikasi Pers, Ninik Rahayu (2022). Ia menyatakan bahwa sampai saat Peraturan Dewan Pers Nomor: 01/Peraturan-DP/II/2021 Tentang Pedoman Pemberitaan Ramah Disabilitas diterbitkan, belum ada media massa di Indonesia yang 100% memenuhi standar aksesibilitas informasi untuk penyandang disabilitas (Sinpo, 2022).

Kekosongan aksesibilitas pada media arus utama inilah yang mendorong teman Tuli mencari alternatif lain. Di antara bentuk media yang beragam, YouTube, Instagram, dan TikTok menjadi solusi bagi teman Tuli untuk mengatasi kesenjangan informasi (*information gap*). Ketiga platform ini berhasil mengisi kekosongan yang sebelumnya tidak dapat dipenuhi oleh media massa konvensional. Kekuatan platform-platform ini terletak pada dominasi konten visual, mulai dari foto dan infografis di Instagram; video pendek yang kreatif di TikTok, Instagram Reels dan YouTube Shorts; hingga video durasi panjang yang mendalam di YouTube.

Baik Instagram, TikTok, maupun YouTube, memungkinkan kreator untuk berkomunikasi secara lebih utuh. Mereka dapat tampil *full screen*, menggunakan bahasa tubuh dan ekspresi wajah secara maksimal. Inklusivitas ini diperkuat oleh fitur *caption*, yang membantu teman Tuli memahami konteks dengan presisi. Fitur-fitur inklusif tersebut telah menjadikan platform digital sebagai sumber informasi paling aksesibel bagi teman Tuli.

Terdapat sejumlah studi yang telah menyoroti peran media baru bagi teman Tuli. Penelitian Kurniawati (2021) mengenai literasi media baru menemukan bahwa platform digital seperti YouTube dan Instagram kini menjadi rujukan utama karena menyediakan fitur aksesibilitas yang lebih baik, seperti visual yang dominan dan ketersediaan *subtitle*. Temuan ini diperkuat oleh studi Rahmawati dkk. (2019) tentang Pola Komunikasi Kaum Tuli dalam Media Baru. Ia menyimpulkan bahwa media baru mampu mengakomodasi budaya Tuli yang bersifat visual-gestur. Melalui fitur foto, video, dan emoji, teman Tuli dapat mengatasi keterbatasan nonverbal yang selama ini menjadi kendala.

Mayoritas penelitian terdahulu cenderung menyoroti kekurangan media konvensional dan potensi media baru bagi komunitas Tuli. Namun belum banyak literatur yang secara spesifik membedah pengaruh terpaan media, khususnya Reels Instagram, terhadap tingkat kebutuhan informasi aktual bagi teman Tuli. Ketiadaan data empiris ini menyisakan celah pengetahuan mengenai seberapa efektif media seperti KamiBijak dalam menutup kesenjangan informasi, khususnya di wilayah Bandung Raya.

Untuk memahami bagaimana pemanfaatan media ini terjadi di tingkat lokal saat ini, dilakukanlah observasi pra-penelitian terhadap teman Tuli di Bandung Raya. Dari 14 responden, CNN Indonesia menjadi media yang mendominasi (diikuti 8 responden), disusul detik.com (diikuti 6 responden), kemudian Pikiran Rakyat (5 responden), dan media lainnya.

Nama-nama media yang menempati posisi 3 teratas menunjukkan bahwa media *mainstream* memiliki tingkat *brand awareness* yang kuat dan tetap

menjadi rujukan utama bagi Teman Tuli dalam mencari informasi. Namun ternyata, popularitas itu tidak diimbangi dengan penyediaan aksesibilitas yang memadai.

Observasi awal memperlihatkan bahwa hampir semua konten video pada akun Instagram CNN Indonesia tidak dilengkapi *caption*. Begitu pun Pikiran Rakyat yang hanya menyertakan *caption* di beberapa Reels saja. Hal ini tentu menghambat pemahaman Teman Tuli terhadap pesan yang disampaikan, yang pada akhirnya membuat pengukuran kepuasan informasi pada media ini menjadi bias.

Berbeda halnya dengan Reels detikcom yang hampir seluruhnya dilengkapi *caption*. Namun ketersediaan aksesibilitas teknis ini ternyata belum menjamin keterpahaman pesan. Teks yang ditampilkan merupakan kutipan dari berita tulis. Gaya bahasa yang terlalu tekstual ini memiliki struktur yang lebih kompleks dari BISINDO, sehingga informasi tetap sulit dicerna secara utuh.

Di sisi lain, KamiBijak hadir sebagai entitas media yang menawarkan aksesibilitas lebih kuat bagi subjek penelitian. Berdasarkan data pra-penelitian yang sama, akun ini diikuti oleh 6 dari 14 responden. Meski secara kuantitas di bawah CNN Indonesia, KamiBijak memiliki keunggulan fundamental karena dikelola langsung oleh Teman Tuli. Menyajikan informasi dengan bahasa isyarat dan *caption* menjadi daya tarik media ini. Dengan demikian pemilihan KamiBijak sebagai objek utama penelitian, didasarkan pada jaminan bahwa responden benar-benar memiliki aksesibilitas penuh terhadap pesan yang

disampaikan, sehingga pengukuran pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilakukan secara valid tanpa bias hambatan teknis.

Topik mengenai aksesibilitas informasi bagi teman Tuli memiliki relevansi yang tinggi dengan dunia akademik maupun praktik lapangan Jurnalistik: (1) menegaskan prinsip inklusivitas media, (2) mendorong optimalisasi sumber daya manusia dan teknologi media untuk meningkatkan aksesibilitas, (3) menguatkan peran jurnalisme sebagai advokasi sosial, serta (4) mengembangkan kajian akademik.

1.2. Rumusan Masalah

Minimnya media massa yang aksesibel bagi teman Tuli menyebabkan kesenjangan informasi yang signifikan antara mereka dan teman dengar. Hanya sedikit media massa yang mampu menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami oleh teman Tuli, berbanding terbalik dengan kebutuhan setiap individu untuk memperoleh informasi.

Penelitian ini menyoroti terpaan konten Reels akun Instagram KamiBijak, kemudian mengkorelasikannya dengan pemenuhan informasi yang mereka butuhkan. Untuk menjawab fokus tersebut, peneliti membaginya ke dalam tiga pertanyaan utama, yaitu:

1. Seberapa tinggi tingkat terpaan media Reels Instagram KamiBijak pada teman Tuli di Bandung Raya?
2. Seberapa tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan informasi teman Tuli di Bandung Raya melalui Reels Instagram KamiBijak?

3. Apakah terdapat pengaruh terpaan media Reels Instagram KamiBijak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi teman Tuli di Bandung Raya?

1.3. Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui seberapa tinggi tingkat terpaan media Reels Instagram KamiBijak pada teman Tuli di Bandung Raya.
2. Mengetahui seberapa tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan informasi teman Tuli di Bandung Raya melalui Reels Instagram KamiBijak.
3. Mengkaji eksistensi pengaruh terpaan media Reels Instagram KamiBijak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi teman Tuli di Bandung Raya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat:

1) Secara Akademis

Kajian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya:

- (1) Pengembangan Kurikulum dan Kajian yang Relevan dengan Kebutuhan Sosial

Menegaskan bahwa praktik jurnalisme inklusif bukan sekadar pilihan, melainkan kewajiban untuk menyampaikan pesan pada audiens yang beragam. Lebih lanjut, hasil riset ini relevan untuk

mempertajam pemahaman mengenai keberagaman audiens dalam praktik media massa.

(2) Pengayaan Literatur

Kajian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah, khususnya program studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Temuan dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber rujukan dan landasan faktual untuk riset-riset mendatang.

2) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak langsung bagi industri media dan masyarakat, antara lain:

(1) Penerapan Prinsip Inklusivitas Media

Mengingat khalayak media massa bersifat heterogen, media massa harus aksesibel bagi seluruh masyarakat. Hal ini menuntut optimalisasi sumber daya manusia dan teknologi, seperti peran Juru Bahasa Isyarat (JBI) dalam siaran berita dan pengembangan teknologi *auto-caption* yang lebih efektif.

(2) Advokasi Sosial dan Partisipasi Publik

Penelitian ini menguatkan peran jurnanisme sebagai agen perubahan dan advokasi sosial. Dengan memperbaiki aksesibilitas, jurnanisme membangun kesadaran publik, mendorong kebijakan inklusif, serta menutup kesenjangan informasi untuk mendukung partisipasi penuh teman Tuli di masyarakat.

1.5. Kerangka Pemikiran

1.5.1. Kerangka Teorikal

Konstruk pemikiran dalam penelitian ini dibangun berdasarkan *Uses and Gratifications Theory* (Teori Kegunaan dan Kepuasan) yang

dipelopori Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1977) dalam R. West & Turner (2008). Menurut mereka, audiens memainkan peran aktif dalam memilih media dan isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu. Fokusnya tidak lagi pada “apa yang media lakukan pada khalayak?” namun menjadi “apa yang khalayak lakukan dengan media?”

Teman Tuli—yang mengandalkan komunikasi visual—secara aktif memilih Instagram sebagai sumber informasi yang aksesibel. Fitur-fitur seperti Feed, Story, dan Reels memungkinkan penyampaian informasi secara visual. Terlebih fitur *caption* memegang peranan penting karena mengubah informasi berbasis audio menjadi teks yang dapat dibaca teman Tuli.

Adapun asumsi dasar teori *Uses and Gratifications* menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (dalam West & Turner, 2018):

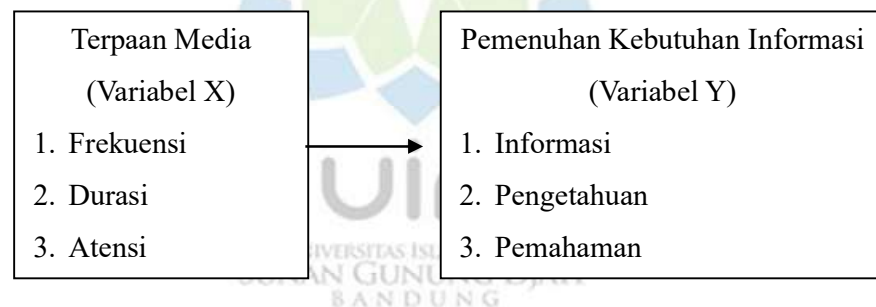
- (1) Khalayak aktif dan berorientasi pada tujuan
- (2) Inisiatif pada khalayak
- (3) Media bersaing dengan sumber lain
- (4) Kesadaran diri khalayak
- (5) Penilaian konten media bergantung pada khalayak

1.5.2. Kerangka Konseptual

Hubungan antar variabel dalam kerangka konseptual ini mempostulatkan bahwa tingkat Terpaan Media (Variabel X) berperan sebagai determinan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y). Terpaan media dipengaruhi tiga dimensi: frekuensi konsumsi konten,

durasi konsumsi konten, serta tingkat atensi saat terpapar media. Secara teoretis, intensitas terpaan yang tinggi mengindikasikan bahwa konten dalam media tersebut dianggap relevan oleh individu, sehingga memiliki potensi lebih besar untuk memengaruhi pemuasan kebutuhan mereka.

Dampak dari terpaan tersebut kemudian terefleksi pada tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y). Kepuasan informasi ini diukur melalui tiga indikator: perolehan informasi baru, peningkatan pengetahuan, serta kemampuan khalayak dalam memahami makna di balik informasi yang diterima. Dengan demikian, alur pemikiran ini menyimpulkan bahwa terpaan media akan menentukan sejauh mana teman Tuli memperoleh kepuasan kebutuhan kognitif mereka.



1.6. Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisioner pada populasi yang telah ditentukan.

1.6.2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Berakar pada pemikiran filsafat abad ke-19 yang dipelopori Auguste Comte dan

dikembangkan Emile Durkheim, di mana paradigma ini mengadopsi metode ilmu alam untuk meneliti ilmu sosial dan ilmu perilaku (Gunter, 2000).

Paradigma positivistik sering disebut juga sebagai paradigma objektivitas dan empirisme. Pertama, karena bersifat kuantitatif dan sangat menekankan objektivitas. Kemudian secara metodologis, paradigma ini menggunakan logika deduktif yang digabungkan dengan pengamatan empiris untuk menemukan sebab-akibat (kausal) guna memprediksi pola umum aktivitas manusia.

Berlandaskan filsafat positivisme, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni pendekatan penelitian yang menggunakan pengamatan sistematis untuk mengkaji perilaku manusia dan kemudian dari hasil pengamatan itu ditarik kesimpulan (Rakhmat & Subandy, 2017).

Umumnya penelitian dilakukan pada sampel atau populasi yang representatif. Untuk memperoleh data, digunakan instrumen penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif atau inferensial, menyimpulkan terbukti atau tidaknya hipotesis yang dirumuskan (Sugiyono, 2013).

1.6.3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, yakni metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data (Suryadi dkk., 2019). Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan rumusan masalah yang sedang diteliti. Cara ini bertujuan

memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Sebagai salah satu instrumen pendukung, dalam metode survei memungkinkan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2013).

1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Penelitian kuantitatif ini menghasilkan data berskala ordinal (*ordinal scale*), yakni data kategori dengan perbedaan antardata bersifat jenjang, opsi lebih rendah atau lebih tinggi dibandingkan yang lain, tetapi jarak antardata tidak sama atau tidak diketahui (Suryadi dkk., 2019). Data tersebut diperoleh melalui kuesioner yang telah disusun secara sistematis.

2) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer (*Primary Data*), ialah data yang diperoleh langsung dari sumber data (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, data primer didapat melalui kuesioner yang disebarakan pada responden terpilih sesuai dengan kriteria sampel penelitian.

(2) Sumber Data Sekunder (*Secondary Data*), merupakan data yang tidak diperoleh pengumpul data secara langsung (Sugiyono, 2013). Penelitian ini memanfaatkan literatur ilmiah serta publikasi yang relevan dengan topik penelitian untuk mendukung data primer.

1.6.5. Populasi dan Sampel

Dalam konteks penelitian, populasi merujuk pada keseluruhan himpunan—mencakup subjek, variabel, konsep, atau fenomena—yang

menjadi target utama untuk dipelajari dalam sebuah studi (Wimmer & Dominick, 2011). Mengacu pada definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini ialah Teman Tuli di Bandung Raya—mencakup Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kota Cimahi—yang mengakses Reels KamiBijak.

Namun, peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh individu yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Oleh sebab itu, diperlukan pengambilan sampel dari keseluruhan populasi. Sampel yang diambil harus betul-betul mewakili populasi, sebab kesimpulan penelitian akan diberlakukan untuk populasi.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan *nonprobability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel di mana anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih (Sugiyono, 2013). Lebih spesifik, teknik yang digunakan adalah sampel bertujuan (*purposive sampling*), yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2013).

Adapun kriteria sampel yang telah ditetapkan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Merupakan Teman Tuli.
- (2) Berdomisili di Bandung Raya (mencakup Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kota Cimahi).
- (3) Pernah menonton Reels KamiBijak.

Jumlah sampel akan bergantung pada berapa banyak anggota populasi yang memenuhi seluruh kriteria yang telah ditetapkan. Individu dari populasi yang tidak memenuhi salah satu dari kriteria di atas tidak akan dilibatkan sebagai sampel.

1.6.6. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Data untuk penelitian ini akan diperoleh melalui teknik kuesioner, yaitu memberi responden formulir berisi pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab lalu dikembalikan pada peneliti (Creswell, 2012). Teknik ini dianggap efektif apabila peneliti telah memahami variabel yang akan diteliti dan mengetahui informasi apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan bentuk pertanyaan, penelitian ini menggunakan angket tertutup, di mana setiap butir pertanyaan sudah disertai pilihan jawaban. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala likert yang terdiri dari skor 1-4. Poin netral dihilangkan guna menghindari kecenderungan responden untuk bersikap ragu-ragu atau memilih jawaban aman (*central tendency bias*). Selain itu, beberapa instrumen disajikan dalam format pilihan ganda untuk mengklasifikasikan kategori tertentu secara objektif.

Tabel 1.1 Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2

Sangat Tidak Setuju	1
---------------------	---

Sumber: Hadi (2004)

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dan informasi melalui dokumen publik (seperti koran, laporan resmi dan rekaman publik) atau dokumen privat (seperti buku harian, surat atau email) tanpa perlu melakukan kontak langsung dengan partisipan (Creswell, 2009). Penelitian ini membutuhkan dokumentasi untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh melalui kuesioner, sehingga hasil penelitian memiliki kredibilitas lebih tinggi.

1.6.7. Teknik Analisis Data

1.6.7.1. Profil Responden

Analisis profil responden merupakan tahap awal dalam analisis deskriptif. Variabel demografis seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, atau karakteristik lain yang relevan akan diidentifikasi untuk memetakan keberagaman sampel. Hasil analisis ini menunjukkan apakah responden yang terlibat telah memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan dan mewakili populasi yang dituju.

1.6.7.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif variabel dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi data pada setiap variabel yang diteliti. Pada tahap ini, data jawaban responden akan diolah secara statistik guna untuk

mencari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Selanjutnya, hasil perhitungan statistik tersebut akan dikategorisasikan ke dalam interval kelas tertentu (misal: Tinggi, Rendah, atau Sedang) untuk memetakan kecenderungan penilaian responden. Pemetaan ini penting untuk mengetahui kecenderungan setiap variabel sebelum lanjut ke tahap uji instrumen.

1.6.7.3. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah alat ukur benar-benar mewakili studi yang diteliti, yaitu sebuah kondisi di mana pengukuran bebas dari kesalahan non-random dan kesalahan sistematis (Sarwono, 2013). Validitas dinilai berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dan r_{tabel} , dengan ketentuan:

- i. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dianggap tidak valid.
- ii. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dianggap valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu variabel memberikan hasil yang konsisten. Pengukuran yang dianggap reliabel akan terus menunjukkan nilai yang serupa dalam berbagai rangkaian prosedur pengukuran dengan objek yang sama (Sarwono, 2013).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Alpha Cronbach's*, sebab metode ini mampu mengukur konsistensi internal

instrumen secara akurat hanya dengan satu kali pengujian, sehingga lebih efisien untuk kuesioner dengan skala likert.

Menurut Santoso (2019), nilai *Alpha cronbach's* dapat diterima apabila lebih dari 0,6. Semakin mendekati angka 1, semakin tinggi tingkat konsistensi dari instrumen tersebut. Maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

- i. Jika nilai Alpha cronbach's $< 0,6$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.
- ii. Jika nilai Alpha cronbach's $> 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabel.

1.6.7.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat yang harus dilakukan sebelum menguji regresi linear. Sebuah model disebut layak digunakan jika memenuhi asumsi, dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin (Santoso 2019). Berdasarkan model regresi yang digunakan dan jenis data yang diperoleh, penelitian ini perlu memenuhi asumsi-asumsi klasik sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai variabel pengganggu (*residual*) terdistribusi normal atau tidak (Duli, 2019). Model regresi dikatakan baik apabila memiliki nilai *residual* yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tapi pada nilai residualnya.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *P-Plot*, uji *Chi Square*, *Skewness* dan *Kurtosis* atau uji *Kolmogorov Smirnov*. Tidak ada satu metode yang paling baik atau paling tepat. Menurut Widarjono (2010, dalam Duli, 2019), pengujian dengan metode grafik sering kali menimbulkan perbedaan persepsi amun tidak menjamin pengujian statistik lebih baik.

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas yaitu:

- i. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.
- ii. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam model regresi linear. Menurut Widarjono (2010), jika di antara variabel-variabel bebasnya terdapat korelasi tinggi, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya terganggu (dalam Duli, 2019).

Untuk menguji gangguan multikolinearitas, alat yang sering digunakan ialah *variance inflation factor* (VIF), korelasi *pearson* antara variabel-variabel bebas, atau dengan melihat *eigenvalues* dan *condition indeks* (CI).

Terdapat dua dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas:

Melihat nilai tolerance:

- i. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terdapat multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- ii. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terdapat multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai VIF:

- i. Jika nilai VIF $< 10,0$ maka tidak terdapat multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- ii. Jika nilai VIF $> 10,0$ maka terdapat multikolinearitas terhadap data yang diuji.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Widarjono (2010) uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan melihat apakah terdapat perbedaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain (dalam Duli, 2019). Jika bersifat konstan disebut homoskedastisitas, jika berubah-ubah disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya terdapat kesamaan varian atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

- i. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- ii. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

1.6.7.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear merupakan inti dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan memodelkan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas

dengan variabel terikat. Lebih lanjut, penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Berbeda dengan analisis regresi linear berganda, metode ini melibatkan dua atau lebih variabel bebas (Duli, 2019). Pendekatan ini dianggap lebih realistis untuk menjelaskan fenomena yang kompleks, mengingat bahwa dalam realitas, sebuah kejadian jarang dipengaruhi faktor tunggal.

Persamaan yang merepresentasikan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

α = Konstanta, nilai Y ketika variabel X bernilai 0

β = Koefisien regresi, menunjukkan seberapa besar perubahan Y untuk setiap perubahan satu unit X, dengan asumsi variabel lain konstan

ϵ = *Error term* atau residual, mewakili faktor-faktor lain yang memengaruhi Y namun tidak dapat dimasukkan dalam X

1.6.7.6. Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Suyono (2018) mendefinisikan koefisien determinasi sebagai alat untuk mengukur kontribusi yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien yang dikenal dengan simbol R^2 ini

menunjukkan seberapa besar proporsi variasi pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

Nilainya antara 0 hingga 1, sehingga $0 \leq R^2 \leq 1$. Lebih lanjut, dapat dibuat kriteria pengujian sebagai berikut:

- i. Jika nilai R^2 rendah (mendekati 0), variabel bebas dianggap hanya mampu menjelaskan sedikit sekali variasi pada variabel terikat.
- ii. Jika nilai R^2 tinggi (mendekati 1), variabel bebas dianggap mampu menjelaskan sebagian besar variasi pada variabel terikat.

2) Uji Serentak/Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara serentak (simultan) memengaruhi variabel terikat. Tingkatan signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Adapun ketentuan uji F, sebagai berikut (Ghozali, 2016 dalam Rizqulloh, 2024):

- i. Jika nilai signifikan $F > 0,05$, maka variabel bebas secara serentak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- ii. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3) Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik T digunakan untuk mengetahui sejauh mana satu variabel bebas secara individual memengaruhi variabel terikat. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, yang berarti terdapat probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5% terhadap kesimpulan yang diambil.

Adapun kriteria dari uji statistik T (Ghozali, 2018 dalam Rizqulloh, 2024):

- i. Jika nilai signifikansi uji $T > 0,05$, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- ii. Jika nilai signifikansi uji $T < 0,05$ maka variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

