

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap individu memerlukan informasi dengan topik berbeda sesuai kebutuhannya. Sebagai makhluk sosial, informasi telah menjadi kebutuhan pokok kapan dan dimanapun mereka berada. Hadirnya teknologi yang semakin canggih membuat banyak media baru bermunculan di dunia, hingga media yang menghampiri khalayak bukan sebaliknya. Sifat media baru yang ditawarkan memungkinkan pengguna jauh lebih bisa adaptif dan bersosialisasi dengan masif. Dinamika informasi yang beragam diimbangi berbagai macam fitur yang memudahkan dalam mengakses, tentunya dapat mempengaruhi pula preferensi sumber informasi mereka.

Saat ini, berdasarkan data Dewan Pers 47 ribu media profesional ataupun nonprofesional terdapat di Indonesia. 43,3 ribu media diantaranya adalah media dalam jaringan (Setiawan, 2020). Sekitar 374 media yang terdata pada tahun 2021 (detik.com 2 Februari 2022), sehingga total perusahaan pers di Indonesia yang terdata hanya terdapat 1.744 (dewanpers diakses 20 Des 2022). Perkembangan teknologi membuat media massa berinovasi. Di sisi lain dampak dari maraknya media baru mengakibatkan kredibilitas dan kualitas berita menurun. Persaingan antar media yang semakin ketat kerap para jurnalis atau media mengutamakan aktualisasi daripada faktualisasi. Hal itu dikarenakan kebutuhan publik terhadap kecepatan berita, maka jurnalis online memiliki asumsi bahwasannya aktualitas

menjadi hal yang utama. Selain memenuhi kepentingan publik, mereka juga harus memenuhi kebutuhan ekonomi media.

Praktik *clickbait* kerap dijadikan daya tarik oleh para media untuk menarik publik. Sehingga, membuat pembaca kesulitan memilih berita. Maka dari itu, para jurnalis semakin melenceng dari etika keprofesionalannya. Jurnalis mengabaikan kredibilitas dan kualitas berita juga kurangnya tanggung jawab para wartawan terhadap isi informasi pada berita sebagai produk jurnalistik (Rakhmat, 2012:21). Sifat media baru yang mudah diakses menyebabkan munculnya citizen journalism terutama di media sosial, yang dimana dapat mengurangi nilai dari informasi berita. Karena dalam citizen journalism atau jurnalisme warga, aktivitas jurnalistik yang dilakukan bukan oleh wartawan melainkan warga biasa (Asep Syamsul M.Romli 2015:143).

Kementerian komunikasi dan Informatika (Kominfo) menemukan dalam kurun waktu mulai dari Agustus 2018 - awal tahun 2022 tercatat hoaks yang tersebar di beragam media online yakni 9.546 hoaks (tempo.co, 7 Februari 2022). Menurut Ketua Komisi Pengaduan dan Penegakan Etika Pers pada tahun 2021 silam terdapat 620 dugaan pelanggaran kode etik jurnalistik oleh beberapa media yang dimana jumlah tersebut naik jika dibandingkan tahun lalu (kompas.id, 2 february 2022).

Menurut Martínez-Costa, Serrano-Puche, Portilla, & Sánchez-Blanco dalam Stefiani dan Lukki (2019:171), menyatakan bahwa 45% generasi muda menggunakan media sosial untuk mengakses berita. 97% dari mereka memilih *smartphone* dalam mencari informasi. Hal ini dikarekan media tersebut dapat

langsung diakses dengan mudah, pilihan perspektif menjadi luas, lebih beragam berita yang disajikan dan membebaskan pengguna untuk memilih informasi serta mencari berita teraktual.

*Public trust* (kepercayaan publik) mempunyai pengaruh sangat besar terhadap setiap individu dalam menafsirkan berita. Semakin berkembangnya teknologi, berdampak pada kepercayaan publik akan media semakin menurun. Hal ini diakibatkan oleh sifat teknologi yang memiliki bias atau sebuah prasangka sangat besar sehingga dapat menimbulkan hal yang lebih buruk yakni memanipulasi berita. Tanggapan negatif terhadap media ini yang menimbulkan semakin turunnya kepercayaan publik serta konsumsi berita dari media tersebut (Ardèvol et al dalam Stefani 2019:172).

Hoaks, *clickbait*, atau juga informasi yang tidak berkesinambungan ini yang membuat mahasiswa bingung mendapatkan berita informasi yang kredibel. Terutama bagi mahasiswa jurnalistik yang erat kaitannya dengan arus informasi dan media. Mereka juga dituntut untuk terus update dengan apa yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, supaya informasi yang didapat dan datang tidak hanya cepat tetapi juga benar.

Sebagai salah satu pihak yang memiliki rasa ingin tahu begitu tinggi, mahasiswa kerap memanfaatkan digital seperti media sosial sebagai sarana mencari informasi. Mereka akan terus mengisi dirinya dengan berbagai informasi agar dapat bersaing dengan era globalisasi yang terus maju sehingga masuk kedalam kategori *digital native*, yakni generasi yang berkembang dan tumbuh di tengah pesatnya teknologi. Kuatnya kontrol terhadap media yang disajikan internet sebagai media

baru, tentunya memberikan pembaca berbagai pilihan untuk mengakses media sesuai dan memenuhi informasi yang dibutuhkan.

Berdasarkan hasil pra-observasi yang peneliti lakukan sebagaimana fenomena di atas, maka sangat penting bagi mahasiswa untuk memilih media mana yang memiliki kredibilitas tinggi. Nyatanya twitter menjadi media yang diminati oleh mahasiswa sebagai medium pemenuhan informasi. Hal ini didukung oleh adanya 25% pengguna twitter menggunakan media sosial tersebut dengan motivasi untuk mencari berita terbaru, yang dimana ini merupakan presentase tertinggi ketimbang pengguna media sosial lainnya yang hanya 11-16% dari hasil laporan survei *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Selanjutnya hal tersebut didukung oleh kebebasan dan kecepatan twitter menjadi kunci mengapa orang-orang lebih memilih memperoleh informasi teraktual.

Fitur dalam twitter memungkinkan siapa saja untuk berkomunikasi tanpa batas. Tokoh pengguna twitter juga bukan hanya dari kalangan masyarakat, tetapi politikus, kritikus, bahkan jajaran menteri pun memiliki akun dan kerap menuangkan argumennya. Fitur-fitur tersebut meliputi utasan (*tweet*) dengan bata maksimal 280 kata, *retweet*, *space*, *thread*, *autobase*, dan berbagai tampilan lainnya. Interaktifitas twitter dapat dilihat dari adanya pemberian *feedback* atau umpanbalik dari melalui kolom komentar dan *retweet* (posting ulang). Di sinilah bisa terjadi pertukaran opini.

Menurut Ashwin Seshagiri selaku wakil editor digital New york Times sekaligus pakar *software Scot Hacker* mengatakan dalam kolom bertajuk "*Twitter For Journalist*" yang dilansir kompastekno, twitter lebih kreadible jika digunakan

untuk memberitakan peristiwa dan menciptakan suatu hal menjadi trending atau viral diinternet. Hal ini tidak lepas dari karakter twitter yang berdasar pada grafik minat (*nterest graph*), yakni hubungan antara pengguna satu dengan yang lain terjalin berdasarkan kesamaan atau ketertarikan, seperti memiliki ketertarikan pada fokus pada peristiwa politik, bisnis, teknologi, pakaian, musik serta masalah sosial. Semakin banyak orang yang membicarakan suatu hal atau isu, semakin naik pula isu tersebut dan akan menjadi *trending topic*.

Menurut riset *We Are Social*, pada tahun 2022 sekitar 18,45 juta pengguna media sosial Twitter di Indonesia. jika dilihat dari total pengguna Twitter di seluruh dunia yakni sekitar 436 juta, jumlah di Indonesia setara dengan jumlah di Dunia yakni 4,23%. Sedangkan pada tahun 2023 jumlah pengguna twitter di Indonesia mencapai 24 juta dari total jumlah di seluruh dunia yang meningkat 27.4% dari tahun sebelumnya yakni mencapai 556 juta pengguna. Indonesia masih menduduki peringkat ke-5 dengan pengguna media sosial Twitter terbesar di Dunia. Elon Musk menyoroti hal tersebut dengan hendak merilis jumlah maksimal 4000 karakter dalam *tweet* (utusan). Setelah terakhir diubah pada tahun 2018 lalu, yakni dari 140 menjadi 280 karakter. Hal itu terjadi antara adanya komunikasi dua arah yang berlangsung di twitter. Maka, hal ini membuktikan bahwasannya sumber yang tepat atau media yang tepat untuk pertukaran informasi, sehingga menumbuhkan audien yang aktif bukan berita yang pasif. Bahkan media sosial menjadi komoditas media massa.

Hasil riset awal yang dilakukan peneliti kepada 20 responden mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun akademik

2019, menunjukkan hal yang serupa bahwa 73.7% dari mereka menggunakan twitter untuk mencari informasi berita terkini. Selanjutnya, dari hasil survey awal kedua kepada 35 responden mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung menunjukkan, informasi berita yang paling banyak dicari adalah politik yakni 28.6% . Selain itu, dihasilkan pula bahwa terdapat 18 responden dengan presentase 94,7% mengikuti akun twitter media berita, yakni *Kompas.com* dengan 10 responden, *detik.com* dengan 8 responden, *Republika.co.id* dengan 2 responden, dan CNN Indonesia dengan 9 responden.

Akun twitter *@Kompas.com* yang didirikan pada 14 September 2009 merupakan bentuk inovasi media Kompas dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan sebuah informasi agar lebih mudah diakses dan memiliki jangkauan yang luas. Bentuk penyebaran informasi yang dilakukan, yakni dengan cara membuat utasan (*tweet*) dengan melampirkan link suatu berita dari *website Kompas.com*, sehingga khalayak dapat membaca atau mengetahui isu tersebut lebih lanjut atau secara lengkap.

Saat ini, akun tersebut memiliki 8.4 juta pengikut dan hingga saat ini akun *Kompas.com* telah mengunggah 2.2 juta utasan (*tweet*) yang berisi berita. Portal berita ini aktif dalam menyajikan berita yang hangat dibicarakan atau *ter-update*. Jenis-jenis berita yang diunggah oleh *Kompas.com* baik *soft news* hingga *hard news* memiliki konten yang beragam, seperti politik, ekonomi, olahraga, kuliner, dan sebagainya. Kerap berita-berita yang diunggah *Kompas.com* berada di *trending topic*. Dengan akses yang cepat dan mudah membuat segala isu atau keresahan di masyarakat akan naik menjadi pusat perhatian (*trending topic*).

Dengan demikian, melihat definisi Jurnalistik yang merupakan kegiatan merencanakan, mencari, mengumpulkan, menulis, dan menyebarkan berita. Secara konsep, jurnalistik dapat diartikan melalui 3 perspektif, yakni sebagai ilmu, proses, dan teknik. Akun twitter *Kompas.com* mempunyai keterkaitan dengan kajian jurnalistik yakni dalam hal menyebarluaskan suatu berita kepada khalayak. Kecepatan yang dimiliki media sosial dalam mengakses internet dapat memudahkan khalayak dalam memenuhi apa yang dibutuhkan, seperti informasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, *Kompas.com* adalah portal berita yang menyediakan berita online dan twitter merupakan media sosial yang populer dan banyak digunakan khususnya di kalangan mahasiswa. Untuk mencari bahkan mengumpulkan informasi. Oleh karena itu, twitter *Kompas.com* menjadi subjek penelitian. Mahasiswa dikenal sebagai pengguna internet yang aktif dan generasi yang tumbuh di tengah perkembangan digital, maka mahasiswa menjadi objek penelitian ini. Begitupun mahasiswa Ilmu Komunikasi jurnalistik sebagai jurusan yang erat kaitannya dengan arus informasi. Tidak mungkin apabila tidak membuka portal berita. Maka dari itu, sangat penting dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui tingkat kredibilitas, keefektifan dan kepuasan penggunaan media sosial Twitter @*Kompas.com* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berita politik, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik tahun akademik 2019.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan:

- 1) Seberapa besar pengaruh konteks pada berita politik di twitter @kompas.com terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun akademik 2019?
- 2) Seberapa besar pengaruh komunikasi pada berita politik di twitter @kompas.com terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun akademik 2019?
- 3) Seberapa besar pengaruh koneksi pada berita politik di twitter @kompas.com terhadap kebutuhan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun akademik 2019?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan dengan perumusan masalah, adapun tujuan yang menjadi harapan dari penelitian ini, yakni untuk:

- 1) Mengetahui dan menjelaskan seberapa besar pengaruh konteks pada berita politik di twitter @kompas.com terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun akademik 2019.
- 2) Mengetahui dan menjelaskan seberapa besar pengaruh komunikasi pada berita politik di twitter @kompas.com terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung tahun akademik 2019.
- 3) Mengetahui dan menjelaskan seberapa besar pengaruh koneksi pada berita politik di twitter @kompas.com terhadap kebutuhan informasi mahasiswa



Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung tahun akademik 2019.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara akademis maupun praktik dan umum dalam ranah ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu komunikasi.

##### 1) Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu yang diterima ketika duduk di bangku perguruan tinggi serta menambah pengetahuan dan pengalaman. Diharapkan dapat berkontribusi di bidang ilmu komunikasi terutama yang memiliki keterkaitan dengan media komunikasi seperti media sosial, *new media*, komunikasi massa, pengantar jurnalistik, pengantar ilmu komunikasi, teori komunikasi, jurnalisme online dan sebagainya. Selain itu, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.

##### 2) Kegunaan Praktik

- a. Mahasiswa khususnya mahasiswa jurnalistik, hasil dari penelitian ini semoga mampu memberikan wawasan tentang bagaimana efektivitas media sosial pada era *new media* ini dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. Selain itu, bagi mahasiswa yang akan melanjutkan penelitian serupa penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi literatur, khususnya mengenai keefektifan penggunaan Twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

- b. Lembaga, hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi di ranah Ilmu Komunikasi serta memberi pemahaman dan bahan evaluasi diberbagai media dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan mengumpulkan, mengolah, hingga mempublikasikan suatu informasi, sehingga kebutuhan mahasiswa akan informasi terpenuhi.
- c. Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang keefektifan penggunaan media khususnya media sosial Twitter sebagai media informasi.

### 1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan penggunaan media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi yang pernah dilakukan oleh sejumlah peneliti terdahulu:

- 1) Skripsi bertajuk "*Peran Media Sosial Twitter dalam memenuhi Motif Mahasiswa*" oleh Ghaisani Maulana (2015) dari Prodi Ilmu Komunasi, Universitas Islam Bandung. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan teori motivasi dengan hasil sebagai berikut: Twitter dapat memenuhi kebutuhan *user*, twitter dapat memperoleh wawasan dan antar pengguna dapat berinteraksi. Persamaan penelitian ini adalah meneliti media sosial twitter, namun teori yang digunakan, objek dan subjek penelitian berbeda yang dimana pada penelitian tersebut meneliti twitter secara umum dan objek penelitian mahasiswa Universitas Islam Bandung bukan Universitas Islam Negeri Bandung.

- 2) Skripsi Ratih Rahmah M (2021), Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, bertajuk *“Penggunaan Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Siswa SMA Negeri 79 Jakarta”* menggunakan pendekatan kualitatif dan teori *Uses and Gratifications*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam menggunakan Instagram oleh siswa-siswa SMAN 79 Jakarta memiliki motif yang dilatar belakangi oleh 3 aspek, sebagai berikut: 1) karakteristik media sosial intagram yang cepat dalam menyajikan informasi, 2) para siwa dapat dengan bebas memilih untuk mengikuti berbagai akun yang berkaitan dengan edukasi, 3) intensitas siswa-siswi dalam mengakses instagram dibawah angka 5 dengan durasi 3-12 jam. Persamaannya terdapat pada variabel Y yakni pemenuhan kebutuhan informasi dan teori yang digunakan. Namun, pendekatan, subjek, dan objek berbeda yakni kuantitatif, Twitter dan objek penelitian yakni mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2019.
- 3) Nenden Mega Hidayah, mahasiswa dari prodi Jurnalistik, UIN Bandung tahun 2022. Dalam penelitiannya yang berjudul *“Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Detik com Bagi Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa”* menggunakan metode kuantitatif dan *teori uses and gratification*. Hasil penelitiannya yakni, menyebutkan bahwa tingkat keefektifan penggunaan Instagram Detik com bagi pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa dikatakan efektif dengan kategori yang sedang, dan variabel X (penggunaan media sosial Instagram) dengan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) mempunyai hubungan yang sempurna. Hal ini, dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni kecepatan dan kemudahan informasi,

memenuhi 4 kebutuhan, yakni kognitif, pelepasan ketegangan afektif, integratif sosial. Persamaannya yakni dalam pendekatan, teori yang digunakan, dan objek penelitiannya yakni pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa. Sedangkan yang menjadi perbedaan, yakni subjek penelitian Twitter @Kompas.com serta menggunakan 9 indikator.

- 4) Vini Dwi Okriani, mahasiswa Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat (HUMAS) UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2015 dalam penelitiannya bertajuk "*Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @Diskominfobdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*" menggunakan metode kuantitatif, analisis data regresi linier sederhana, Teori Integrasi Informasi dan Teori Nilai Harapan. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara penggunaan twitter dengan pemenuhan kebutuhan informasi, yakni bernilai 0,801. Persamaannya yakni pada media sosial twitter, variabel Y dan pendekatan kuantitatif. Namun teori yang digunakan dan objek penelitian berbeda yakni *Uses and gratification* dan akun twitter @kompas.com.
- 5) Ulliyah Azmiah, mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, melakukan penelitian pada tahun 2021 bertajuk "*Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @Collegemenfess*". Dalam penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif dan *teori uses and gratification*. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh atau keefektifan pertukaran informasi terhadap kepuasan followers Twitter @collegemenfess dengan nilai  $r_{hitung}$

sebesar 0.761 dengan  $r_{\text{tabel bernial}}$  0.098. kemudian, hubungan antara pertukaran informasi terhadap kepuasan adalah kuat yakni nilai koefisien 0.761. Persamaannya terdapat pada subjek penelitian yakni twitter, teori dan metode penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah pada subjek penelitian yakni twitter kompas.com dan objek penelitian yakni pemenuhan informasi mahasiswa.

- 6) Nurul Afifah. Anne Maryani, Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung melakukan penelitian bertajuk "*The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to FulFillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers*" pada tahun 2020. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial twitter @womanfeeds memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan infotmasi. Pada dimensi konteks dan kolaborasi media sosial memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan dimensi komunikasi dan koneksi tidak berpengaruh secara signifikan. Teori yang digunakan dalam penelitiannya yakni teori uses and gratification dengan pendekatan kuantitatif. Adapun persamaan penelitian ini yakni variabel X tentang penggunaan media sosial twitter dan variabel Y tentang pemenuhan kebutuhan informasi. Sedangkan aspek yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yakni akun twitter @womanfeed dan objek penelitiannya yaitu followers akun tersebut.

Tabel 1 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

NO	JUDUL DAN NAMA PENELITI	METODE DAN TEORI	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Peran Media Sosial Twitter dalam Memenuhi Motif Mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Peran Media Sosial Twitter dalam Memenuhi Motif Mahasiswa Universitas Islam Bandung) <b>Peneliti:</b> Ghaisani Maulana, UNISBA 2015	Metode kuantitatif dan teori motivasi	Menunjukkan bahwa dengan membuka twitter dapat memenuhi kebutuhan user, twitter dapat memperoleh wawasan dan antar pengguna dapat berinteraksi	Persamaan penelitian ini yakni meneliti twitter, pendekatan kuantitatif	Teori, subjek penelitian dimana pada penelitian tersebut meneliti twitter secara umum, dan objek penelitiannya pun berbeda.
2	Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Siswa SMAN 79 Jakarta <b>Peneliti:</b> Ratih R Maulidina, UIN Bandung 2021	Dalam skripsi Ratih menggunakan metode kualitatif dan teori <i>Uses and Gratifications</i>	Siswa-siswi SMA Negeri 79 Jakarta dalam penggunaan instagram memiliki motif yang dilatar belakangi oleh 3 aspek, yakni 1) karakteristik media sosial intagram yang cepat dalam menyajikan informasi, 2) para siwa dapat dengan bebas memilih untuk mengikuti berbagai akun yang berkaitan dengan ranah pendidikan, 3) intensitas siswa-siswi dalam mengakses instagram dibawah angka 5 dengan durasi 3-12 jam.	Persamaan penelitian terdapat pada variabel Y yakni pemenuhan kebutuhan informasi dan teori yang digunakan.	Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, subjek, yakni Twitter @kompas.com dan objek penelitian yakni mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2019.
3	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Detikcom Bagi Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif Akun	Menggunakan metode kuantitatif, teori <i>uses and gratifications</i>	Tingkat keefektifan penggunaan Instagram Detik com bagi pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa dikatakan efektif	Persamaannya yakni pendekatan, teori yang digunakan, dan objek penelitiannya yakni pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa.	Perbedaannya terletak pada subjek penelitian Twitter @Kompas.com serta menggunakan 9 indikator, sedangkan dalam penelitian beliau

	<p>@Detik.com pada Mahasiswa UIN Bandung)</p> <p><b>Peneliti:</b> Nenden M Hidayah, UIN SGD Bandung 2022</p>		<p>dengan kategori yang sedang, dan variabel X (penggunaan media sosial Instagram) dengan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) mempunyai hubungan yang sempurna. Hal ini, dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni kecepatan dan kemudahan informasi, memenuhi 4 kebutuhan, yakni kognitif, pelepasan ketegangan afektif, integratif sosial.</p>		<p>menggunakan 11 indikator</p>
4	<p>Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @Diskominfobdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers</p> <p><b>Peneliti:</b> Vini Dwi Okriani, UIN Sunan Gunung Djadi Badung tahun 2015</p>	<p>Menggunakan metode kuantitatif, Teori Integrasi Informasi dan Teori Nilai Harapan.</p>	<p>Menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel X (penggunaan akun twitter) dengan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) yakni dengan nilai 0,801.</p>	<p>Persamaannya yakni pada media sosial twitter, variabel Y dan pendekatan kuantitatif.</p>	<p>Teori yang digunakan berbeda dan objek penelitian pun berbeda yakni akun twitter @kompas.com.</p>
5	<p>Efektivitas Pertukaran Informasi terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @Collegemenfess.</p> <p><b>Peneliti:</b> Ulliyah Azmiah, UIN Surabaya pada tahun 2021</p>	<p>Menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif dan <i>teori uses and gratification</i>.</p>	<p>Hasil menunjukkan terdapat pengaruh atau keefektifan pertukaran informasi terhadap variabel Y (kepuasan followers akun Twitter) @collegemenfess nilai <math>r_{hitung}</math> sebesar 0.761 dengan <math>r_{tabel}</math> bernial 0.098. kemudian, hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai koefisien 0.761 yang artinya kuat</p>	<p>Persamaan terdapat pada subjek penelitian yakni media sosial twitter, teori dan pendekatan penelitian.</p>	<p>Perbedaannya adalah pada subjek penelitian yakni twitter @kompas.com dan objek penelitian yakni pemenuhan informasi mahasiswa.</p>

6	<p>The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to Fulfillment Information Needs of Skincare &amp; Make Up Followers</p> <p><b>Peneliti:</b> Nurul Afifah dan Anne Maryani, Universitas Islam Bandung 2020</p>	<p>Menggunakan pendekatan kuantitatif dan teori <i>uses and gratification</i></p>	<p>Menunjukkan bahwa penggunaan media sosial twitter @womanfeeds memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Pada dimensi konteks dan kolaborasi media sosial memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan dimensi komunikasi dan koneksi tidak berpengaruh secara signifikan.</p>	<p>Persamaan yakni pada indikator penelitian penggunaan media sosial, diantaranya context, communication dan connexion. Serta media sosial twitter dan pemenuhan kebutuhan informasi</p>	<p>Perbedaan terletak pada objek penelitian dan indikator yang digunakan. Dimana pada penelitian tersebut menggunakan 4 indikator penggunaan media sosial, sedangkan penelitian ini menggunakan 3 indikator penggunaan media sosial.</p>
---	--	---	--	--	--





## 1.6 Kerangka Pemikiran

*Uses and gratification Theory* dipilih dan digunakan untuk penelitian. Teori kegunaan dan kepuasan dikemukakan tahun 1974 oleh tiga ilmuawan yakni Blumer, Katz, dan Gurevitch. Awal mula munculnya Teori ini dari pandangan ketiga ilmuwan tersebut yang menyebutkan bahwa khalayak mempunyai dorongan secara sosial dan psikologis untuk menentukan apa yang diinginkan dari terpaan media.

Dasar asumsi Teori *uses and gratifications* adalah memiliki daya tarik terhadap segala sesuatu yang dilakukan pengguna atau khalayak kepada media, bukan sebaliknya. Maka, dalam teori ini pengguna berperan aktif dan memiliki kendali terhadap media, baik dalam milih dan memilah konten, penggunaan media, pemilihan jenis media sesuai keperluan dan kebutuhan mereka sendiri. Fokus teori *uses and gratification* pada pemenuhan hajat seseorang dan penggunaan untuk memenuhinya (Nawiroh Vera 2016:154), Selain itu, teori kegunaan dan kepuasan memiliki argumen bahwa setiap *user* (pengguna) media memegang kekuatan serta kebijakan cukup tinggi yang dapat berpengaruh pada keefektifan suatu media. Semakin tinggi tingkat penggunaan suatu media, maka semakin besar pula keefektifan media yang digunakan terpengaruh.

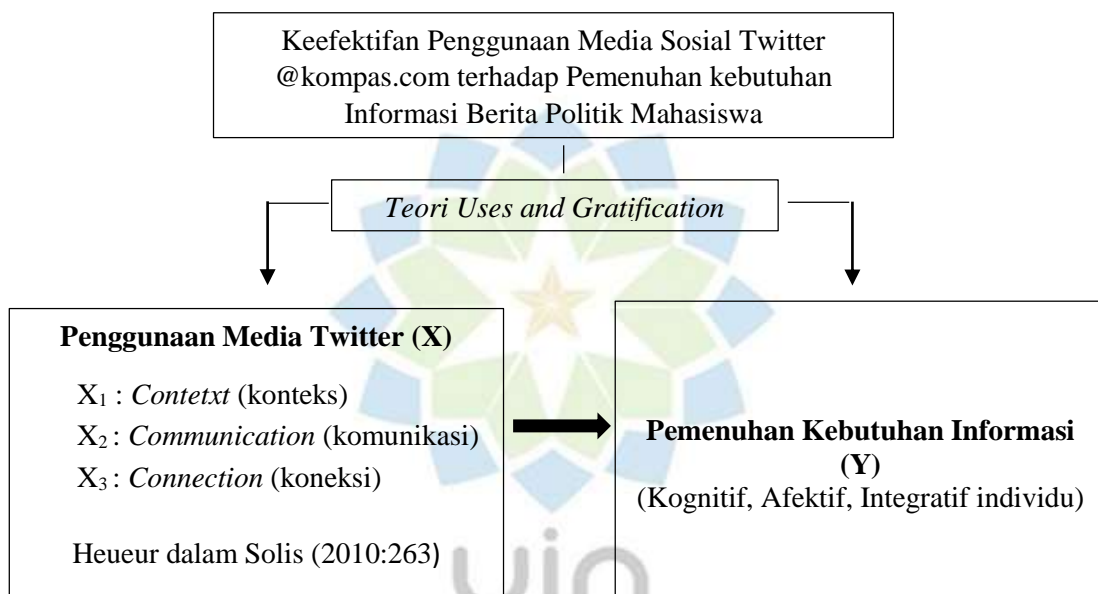
Maka, berlandaskan penjelasan di atas *uses and gratification theory* menjadi teori yang sesuai dengan penelitian tugas akhir ini, karena penelitian ini melihat bagaimana keefektifan penggunaan media sosial Twitter terhadap pemenuhan informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan

Gunung Djati Bandung tahun akademik 2019 yang dimana sesuai dengan asumsi teori *uses and gratifications*. Apabila kebutuhan mahasiswa tersebut dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan mengikuti arus informasi atau isu teraktual terpenuhi, sehingga dapat tersalurkan dengan jelas, maka akan memudahkan mahasiswa dalam menjalani akademisnya, begitupun sebaliknya.

Chris Heueur, *founder Social Media Club* (dalam Solis 2010: 263), mengemukakan bahwa media sosial memiliki elemen-elemen agar menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan efisien, diantaranya: *Context* (konteks), *Communication* (komunikasi), dan *connection* (koneksi). Pada penelitian ini hanya menggunakan 3 elemen, yakni *context*, *communication*, dan *connection*, karena akun @kompas.com merupakan akun lembaga media berita resmi yang dimana tidak semua orang atau pengguna bisa berpartisipasi menjadi bagian dari isi atau sumber berita yang disampaikan. Maka, dengan ketiga elemen tersebut telah menggambarkan akun twitter @kompas.com dalam menyebarkan informasi atau berita melalui twitter dan sesuai dengan karakteristik media sosial twitter itu sendiri.

Adapun klasifikasi media yang dapat memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang dikemukakan oleh ketiga ilmuwan pencetus teori kegunaan dan kepuasan (dalam Severin Tankard, 2005: 357) yang relevan dengan karakteristik penelitian ini, yaitu: kebutuhan kognitif, afektif, dan integratif personal. Kebutuhan kognitif berkaitan dengan penguatan informasi, pemahaman dan pengetahuan responden terhadap lingkungannya. Dasar dari kebutuhan ini adalah pada rasa keingintahuan mahasiswa terhadap berita politik pada akun twitter @kompas.com. Kebutuhan

afektif beerkaitan dengan pangalaman emosional, kesenangan yang dimana dalam penelitian ini melihat bagaimana mahasiswa menyikapi pemberitaan berita politik pada masa kini. Kebutuhan integratif individu berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan mahasiswa dalam menemukan nilai-nilai baru dari berita politik di akun twitter @kompas.com. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian yang dilakukan dapat digambarkan seperti bagan di bawah ini:



## 1.7 Hipotesis

Sugiyono (2009:96), menjelaskan definisi hipotesis adalah jawaban sementara terhadap perumusan masalah, dimana telah dirumuskan dalam bentuk pernyataan-pertanyaan. Hipotesis yang diberikan dikatakan sementara karena baru didasarkan pada teori.. Dalam penelitian, terdapat dua hipotesis, yakni:

- a. Hipotesis Kerja ( $H_a$ ) : hipotesis alternatif/kerja
- b. Hipotesis nol ( $H_o$ ) : Hipotesis nol/statistik

Berdasarkan teori yang digunakan dan kerangka pemikiran di atas,

penelitian yang dilakukan menggunakan hipotesis asosiatif, yakni jawaban sementara terhadap tidak atau adanya korelasi (hubungan) secara signifikan antar variabel, sebagai berikut:

H<sub>a1</sub> : Terdapat pengaruh konteks antara berita politik dalam penggunaan twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2019.

H<sub>01</sub> : Tidak terdapat pengaruh konteks antara berita politik dalam penggunaan twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung angkatan 2019.

H<sub>a2</sub> : Terdapat pengaruh komunikasi antara berita politik dalam penggunaan twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung angkatan 2019.

H<sub>02</sub> : Tidak terdapat pengaruh komunikasi antara berita politik dalam penggunaan twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung angkatan 2019.

H<sub>a3</sub> : Terdapat pengaruh koneksi antara berita politik dalam penggunaan twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung angkatan 2019.

H<sub>03</sub> : Tidak terdapat pengaruh koneksi antara berita politik dalam penggunaan twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung angkatan 2019.

## 1.8 Operasional Variabel

### 1) Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang dapat memengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini, keefektifan penggunaan Twitter Kompas.com menjadi variabel independen (bebas).

### 2) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian yang hendak dilakukan yakni pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa.

**Tabel 1 2 Variabel Independen (X) dan Dependen (Y)**



Selanjutnya, adapun indikator dari setiap variabel, sebagai berikut:

**Tabel 1 3 Operasional Variabel**

Operasioanl Variabel X				
Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan Akun Media Sosial Twitter Kompas.com (X)	$X_1$ : <i>Contetxt</i> (konteks)	Isi Pesan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kejelasan Informasi</li> <li>- Isi pesan memenuhi 5W+1H</li> <li>- Pembingkaiian (<i>framing</i>) berita</li> </ul>	Skala Liker (1-5)
		Kredibilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi dalam berita politik akurat</li> <li>- Kejelasan sumber berita</li> </ul>	

		Bahasa	Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan informasi politik jelas dapat dipahami
	X <sub>2</sub> <i>Communication</i> (komunikasi)	Format (menyajikan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki tampilan yang menarik</li> <li>- Bentuk pesan memudahkan pengguna dalam mengakses informasi</li> <li>- Penyajian gambar dan video yang mendukung menarik</li> </ul>
		Interaksi (merespon)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan fitur kolom komentar memudahkan dalam memberi tanggapan atau ulasan</li> <li>- Penggunaan fitur <i>retweet</i> memudahkan pengguna dalam membagikan berita</li> </ul>
		Mengembangkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan <i>thread</i> (utasan berkelanjutan) memudahkan pengguna mendapatkan informasi secara lengkap dalam mendalam</li> </ul>
	X <sub>3</sub> : <i>Connection</i> (Koneksi)	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memudahkan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan</li> </ul>

			terutama mengenai berita politik - Akun twitter @kompas.com sering muncul di <i>trending topic</i>
		Ketepatan waktu	- Memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai keadaan politik saat ini - Menyajikan berita atau informasi politik terkini dengan cepat ( <i>up to date</i> )
<b>Operasional Variabel Y</b>			
<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa UIN Bandung angkatan 2019 (Y)	Kebutuhan Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat mengetahui berbagai peristiwa terutama yang menyangkut politik</li> <li>- Menambah pengetahuan tentang keadaan politik terkini</li> <li>- Mampu memahami permasalahan politik yang sedang terjadi</li> <li>- Dapat menghubungkan keterkaitan antara isu-isu berita politik yang diunggah</li> <li>- Dapat menyimpulkan informasi yang disampaikan</li> </ul>	Skala Likert (1-5)

	Kebutuhan Afektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Isu politik yang diangkat @kompas.com membuat penasaran</li> <li>- Isi pesan atau informasi politik yang disajikan akun twitter @kompas.com memuaskan</li> <li>- Isu-isu politik dalam pemberitaan yang diunggah @kompas.com membuat berpikir kritis</li> <li>- Berita politik yang diunggah akun twitter @kompas.com dapat menentukan sikap ketika berhadapan dengan permasalahan-permasalahan politik yang tengah terjadi</li> </ul>	
	Kebutuhan Integratif Individu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperoleh gambaran mengenai peristiwa politik masa kini</li> <li>- Menumbuhkan pribadi yang selektif dalam mengambil keputusan terutama dalam ranah politik</li> <li>- Nilai-nilai yang terkandung dalam berita dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap politik (pemerintah atau sistem politik).</li> <li>- Mempengaruhi sikap serta cara pandang terhadap politik</li> </ul>	

## 1.9 Langkah-langkah dalam Penelitian

### 1.9.1. Lokasi/tempat Penelitian

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang terletak di Jalan A.H. Nasution, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat menjadi lokasi penelitian dan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik tahun akademik 2019 menjadi objek penelitian.



### 1.9.2. Paradigma dan pendekatan

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme. Sugiyono (dalam Nirmala, 2017:45) mengatakan, bahwa penelitian yang berdasar pada filsafat positisme termasuk kedalam penelitian positivistik. maka, penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teori kegunaan dan kepuasan termasuk kedalam jenis penelitian tersebut. Pandangan filsafat positivisme adalah bahwa suatu hal seperti suatu kenyataan, fenomena, permasalahan atau gejala dapat dikelompokkan, diamati, diukur, relatif konsisten, konkrit dan adanya sebab dan akibat.

Penelitian kuantitatif yang mengacu pada paham empiris positivisme memiliki pandangan bahwa pembuktian dari fakta atau kenyataan yang diuji secara empiris dapat mengungkapkan suatu kebenaran. Suharsaputra dalam bukunya tertulis tiga aspek penting yang dikolaborasikan dalam penelitian kuantitatif, yakni: 1) penjelasan mengenai gambaran tentang keinginan untuk memperoleh pemahaman suatu kondisi, kejadian, gejala atau fenomena yang terjadi. 2) Bahan utama dalam melakukan analisis adalah menggunakan data dalam bentuk angka-angka (numerik). 3) Penggunaan statistik untuk menganalisis (Suharsaputra 2012:50). Maka dari itu, penelitian yang hendak dilakukan menjelaskan realitas-realitas mengenai penggunaan media sosial twitter @kompas.com dalam memenuhi kebutuhan informasi berita politik, khususnya untuk mahasiswa Jurnalistik UIN sunan gunung djati Bandung tahun akademik 2019. Data yang disajikan akan berbentuk interval atau secara numerik guna melihat seberapa besar tingkat keefektifan dari penggunaan twitter

@kompas.com dalam memenuhi kebutuhan informasi berita politik.

### 1.9.3. Metode Penelitian

Penelitian yang hendak dilakukan menggunakan metode survey yang dimana mencoba mengukur secara akurat terhadap opini, wawasan, atau perilaku responden dengan menyebarkan angket (kuesioner) kepada sampel yang telah ditentukan dari jumlah populasi. Alur survei penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data primer melalui angket dengan perantara *googleform* kepada responden, yakni mahasiswa Ilmu komunikasi Jurnalistik 2019 tentang efektivitas akun twitter @kompas.com dalam memenuhi kebutuhan informasi berita politik.

### 1.9.4. Jenis Data dan Sumber Data

#### 1) Jenis Data

Dalam penelitian ini, penggunaan jenis data berupa nominal atau dalam bentuk angka karena data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa Ilmu komunikasi Jurnalistik sebagai responden. Mahasiswa yang dituju adalah pengguna twitter dan mengikuti akun twitter @Kompas.com dengan fokus penelitian melihat tingkat keefektifan penggunaan media sosial twitter @kompas.com dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, terutama pada prodi ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung tahun akademik 2019.

#### 2) Sumber Data

##### a. Sumber Data Primer

Data primer bersumber dari profil akun media twitter *Kompas.com* dan melalui kuesioner penelitian yang dituju kepada responden yakni mahasiswa Jurnalistik tahun akademik 2019 di UIN Bandung.

## b. Sumber Data Sekunder

Sedangkan, data sekunder didapatkan melalui riset data melalui web *Kompas.com*, literatur, buku, artikel jurnal, skripsi dan dan sumber lain yang relevan dengan rumusan masalah dan teori untuk mendapatkan data tambahan.

### 1.9.5. Populasi dan Sampel

#### 1) Populasi

Sarwono (2012:18) dalam bukunya tertulis, bahwa kesatuan yang memiliki karakteristik sama dengan sampel yang dipilih disebut populasi. Sedangkan, Sugiyono (2014:80) dalam bukunya mengartikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi terdiri dari subjek atau objek dengan karakteristik tertentu sesuai dengan yang kriteria yang telah ditetapkan dan dapat menarik suatu kesimpulan. Mahasiswa Ilmu komunikasi jurnalistik UIN Bandung menjadi populasi pada penelitian yang hendak dilakukan. Kemudian mengerucutkan secara spesifik menjadi mahasiswa jurnalistik angkatan 2019 yang terdiri dari 175 mahasiswa/i.

#### 2) Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang diambil sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan (Sugiyono 2015:81). Langkah-langkah untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian disebut pengukuran sampel. Tentunya perlu memerhatikan dalam pemilihan sampel yakni harus representif. Seluruh kriteria populasi mencerminkan sampel yang ditarik dan harus melakukan tindakan sedemikian itu sehingga dapat menjelaskan dan mewakili populasi sesuai kenyataannya..

Dalam mengumpulkan sampel digunakan teknik *purposive sampling*, yakni mengambil sampel sesuai kriteria yang telah ditentukan. Menurut Sugiyono (2016:85), teknik penarikan sampel dengan mempertimbangkan hal tertentu disebut *purposive sampling*. Dari hasil pertimbangan untuk penelitian yang hendak dilakukan menghasilkan beberapa kriteria khusus yang harus dimiliki oleh sampel, yaitu:

- (1) Mahasiswa/i Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun akademik 2019
- (2) Menggunakan media sosial *Twitter*
- (3) Mengikuti akun twitter *kompas.com*

Karena populasi mahasiswa jurnalistik angkatan 2019 telah diketahui yakni 175 mahasiswa/i, maka Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian yang akan dilakukan.

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

Keterangan:

n ; ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : Kesalahan pengambilan sampel atau nilai kritis yang diinginkan

Penentuan sampel minimal ditentukan dengan menetapkan batas kesalahan atau nilai kritis sebesar 10%. Sehingga menghasilkan perhitungan sampel:

$$n = \frac{175}{1 + 175.10\%} = \frac{175}{1 + 175.0,01} = \frac{175}{2,75} = 63.636$$

Dapat ditarik kesimpulan dari perhitungan tersebut, sampel yang diperoleh dari hasil perhitungan yakni sebesar 63,636. Maka, jumlah responden adalah 64 dari total populasi.

### 1.9.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data dilakukan melalui kuesioner. Angket (kuesioner) ialah salah satu teknik untuk mengumpulkan data dalam bentuk beragam pernyataan yang telah disusun dan disebarikan kepada sampel yang telah ditentukan. Peneliti melakukan survey dengan membagikan kuesioner secara online melalui *googleform* kepada mahasiswa jurnalistik UIN Bandung angkatan 2019 yang mengikuti akun twitter *Kompas.com*.

### 1.9.7. Validitas dan Reliabilitas

#### 1) Validitas

Uji validitas penting bagi jenis penelitian kuantitatif karena guna memperoleh pengetahuan besar tingkat keakuratan pada sebuah data yang telah diukur. Instrumen yang valid atau akurat merupakan sebuah alat yang digunakan untuk memperoleh data yang valid (Sugiyono 2016:121). Aplikasi SPSS Versi 26 menjadi alat bantu untuk menguji validitas pada penelitian yang hendak dilakukan. SPSS yakni suatu program analisis statistik yang mudah dan cepat untuk dioperasikan sehingga hasil datanya akurat. Rumus yang dipakai adalah:

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

Sumber: Sugiyono (2018:183)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$x$  = Skor item

$y$  = Skor total

$n$  = banyak variabel

Dengan pengambilam keputusan uji validitas, yakni:

- Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , pernyataan atau instrumen kuisioner berhubungan dengan skor akhir (menyatakan kuesioner valid)
- Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , pernyataan atau intrumen kuesioner tak berhubungan dengan skor keseluruhan (menyatakan kuesioner tidak valid)

## 2) Reliabilitas

Sedangkan, suatu teknik pengujian untuk mencari tahu hasil pengukuran jika dilakukan dua kali dengan data yang sama disebut uji relibilitas. Sugiyono (2016 :3) menyatakan, bahwa reliabilitas diartikan sebagai derajat konsistensi data pada interval waktu tertentu. Biasanya, uji ini digunakan rumus *Alpha Cronbach* yang memiliki nilai koefisien  $> 0,6$ . Jika nilai koefisien melebihi apa yang telah ditentukan rumus tersebut, maka variabel dalam penelitian reliabel.

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

Sumber: Sugiyono (2018:132)

Keterangan:

$r_i$  = Koefisien relibilitas *Alfa Cronbach*

$k$  = Jumlah item soal

$\Sigma Si^2$  = Jumlah variant tiap item

$Si^2$  = Varians total

### 1.9.8. Teknik Analisis Data

Deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memudahkan pembaca untuk memahami dan menafsirkan maksud dari data yang telah diperoleh. Berikut teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1) Skala Likert

Selain itu, penggunaan teknik analisis dengan penilaian skala likert. Skala likert berfungsi untuk menghitung jawaban responden yang didasari oleh tingkat persetujuan atau tidak setuju tentang keadaan atau gejala. Variabel-variabel dalam penelitian akan diukur, diuraikan, dan dipecahkan dalam beberapa dimensi sehingga menjadi beberapa indikator sebagai tolak ukur sehingga memudahkan dalam proses pengukuran dan analisis. Dalam kuesioner terdapat lima tingkatan skala, sebagai berikut:

**Tabel 1.4 Penilaian Skala Likert**

Kategori	Singkatan	Skor	Presentase
Sangat Setuju	SS	5	Sesuai dengan hasil perhitungan
Setuju	S	4	
Ragu-Ragu	RR	3	
Tidak Setuju	TS	2	
Sangat Tidak Setuju	STS	1	

Sumber: Sugiyono (2018:92)

## 2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan oleh penelitian yang berkaitan sekaligus syarat statistik yang harus terpenuhi sebelum menganalisis regresi linier berganda. Hal ini guna memperoleh ketepatan model yang akan digunakan dalam pengolahan data. Uji asumsi klasik berdasar OLS (*ordinary least square*) yakni sebuah model regresi dengan cara menghitung kuadrat dari yang terkecil (Duli, 2019:114). Uji asumsi klasik dilakukan dengan cara berikut:

### a. Uji Normalitas

Penggunaan uji normalitas yakni melakukan pengujian terhadap model regresi yang ada di penelitian apakah memiliki residual yang terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang hendak dilakukan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dengan dibantu aplikasi SPSS ver 26. Ketentuan dalam uji ini dalam memperoleh suatu keputusan berlandaskan, apabila:

- Apabila signifikansi bernilai  $> 0.05$ , data tersebut terdistribusi normal
- Apabila signifikansi bernilai  $< 0,05$ , data tersebut tidak terdistribusi normal

### b. Uji Multikolinearitas

Cara melakukan pengujian terhadap suatu model regresi penelitian apakah ada korelasi yang tinggi antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel-variabel independen lainnya. Apabila adanya hubungan linier yang atau mendekati sempurna antara seluruh atau sebagian variabel independen penelitian, maka dapat dinyatakan bahwa suatu model regresi tersebut terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini mengakibatkan pada model regresi tersebut dalam melihat pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikatnya akan mengalami



kesulitan. Guna mengetahui model regresi terdapat gejala multikolinieritas ialah dengan melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai toleransi. Regresi tidak mengalami multikolinieritas jika VIF bernilai  $< 10,00$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,01$  (Ghozali, 2018:107). Aplikasi SPSS ver 26 digunakan untuk menguji multikolinearitas pada pengolahan dari penelitian yang dilakukan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Widarjono, (dalam Duli 2019 :122) mengatakan, uji heteroskedastisitas ialah uji yang memiliki tujuan untuk melihat model regresi terjadi perbedaan variasi dari residual antar pengamatan satu ke yang lainnya. Suatu model regresi dikatakan memenuhi syarat apabila ada persamaan variasi dari residual pengamatan satu ke yang lainnya konsisten atau homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan *glejser* SPSS ver 26 dan mengambil keputusan sesuai ketentuan, yakni apabila:

- Signifikansi bernilai  $> 0.05$ , menyatakan tidak adanya heteroskedastisitas
- Signifikansi bernilai  $< 0.05$ , menyatakan adanya heteroskedastisitas

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Salah satu teknik pengolahan data ini merupakan teknik statistik guna mencari tahu hubungan dari dua atau lebih dimana variabel X (independen) terhadap dependen apakah positif atau negatif. Pendekatan dalam mengestimasi persamaan regresi ini ialah secara simultan atau menyeluruh dengan memasukan semua variabel bebas (independen) dan mengevaluasi variabel x mana yang berpengaruh secara signifikan. Rumus regresi liner berganda, yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Sumber: Sugiyono (2018:192)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel Independen

$\alpha$  = Nilai konstanta

$\beta$  = Nilai Koefisien Regresi

#### 4) Analisis Koefisien Korelasi (R)

Teknik pengolahan menggunakan koefisien korelasi atau *pearson product coefficient correlation* ialah teknik pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel X dan variabel Y. Korelasi yang digunakan yakni secara liner dengan koefisien *person product moment* (r), karena dalam penelitian ini menggunakan skala interval/rasio, dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 1.5 Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018:274)

#### 5) Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Penggunaan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) untuk mengukur besar tingkat kemampuan variabel X terhadap variabel Y dan menentukan kuat atau tidaknya

hubungan antara variabel tersebut. Besaran nilai koefisien determinasi yakni  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Dalam analisis ini, mengetahui nilai-nilai yang menyatakan perbandingan variasi secara menyeluruh dalam nilai variabel independen yang dapat menerangkan variabel terikat, selain dari itu dijelaskan melalui variabel lainnya. Menurut Ratna (2021:81), Jika nilai koefisien determinasi yang diperoleh tinggi yaitu di atas 80% maka diakui baik. Dalam penelitian ini, analisis koefisien determinasi dibantu dengan SPSS versi 26. Nilai determinasi diterangkan dalam bentuk kuadrat dari nilai koefisien korelasi, yakni  $r^2 \times 100\% = n\%$ , yang berarti nilai dari variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) dapat diterangkan oleh variabel X (penggunaan media sosial) sebesar angka  $n\%$ , sisanya  $(100-n)\%$  dijelaskan melalui pengaruh variabel lainnya. Rumus:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien Korelasi

## 6) Uji Hipotesis

Hipotesis ialah pernyataan atau dugaan sementara yang berasal dari perumusan permasalahan. Jenis hipotesis dalam penelitian yang dilakukan ialah hipotesis asosiatif, terdiri dari  $H_a$  dan  $H_0$ . Maka, uji statistik untuk menguji hipotesis ini dengan dibantu SPSS ver 26, yakni:

- a. Uji T (Parsial), yakni mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri dengan formula sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2018:184)

- b. Uji F (Simutan), yakni menunjukkan semua variabel x (bebas) secara keseluruhan (simutan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel y (terikat), pengujian ini dilakukan agar hasilnya semakin kuat. Pengujian ini dilakukan agar hasilnya semakin kuat, dengan formula:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber: Sugiyono (2018:192)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel

### 1.9.9. Jadwal Penelitian

**Tabel 1.6 Waktu dan Period Penelitian**

Tahap	Kegiatan	Bulan					
		Des 22	Jan 23	Feb 23	Mar 23	Apr 23	Mei 23
1	Mencari dan menentukan topik penelitian						
	Melakukan observasi terhadap objek yang akan digunakan sebagai penelitian						
	Mencari referensi dan menentukan permasalahan						
2	Menyusun proposal usulan penelitian						
	Melakukan riset awal						
	Pendaftaran SUPS						
	Pelaksanaan SUPS						
3	Penyusunan Bab 1						
	Penyusunan Bab 2						
	Penyusunan Bab 3						
	Pengumpulan data penelitian melalui kuesioner kepada responden						
	Proses analisis dan pengolahan data						
	Penyusunan Bab 4						
4	Bimbingan akhir skripsi						
	Penadaftaran Sidang Munaqosyah						
	Pelaksanaan sidang Munaqosyah						