

ABSTRAK

Ihsan Mughni Hidayat, Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom Sebagai Media Berbasis Digital (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Bandung)

Di tengah meningkatnya penggunaan YouTube sebagai sumber utama informasi, sangat penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna saat mengakses konten berita di platform tersebut. Salah satu faktor kunci dalam memahami kepuasan pengguna adalah motif mereka dalam menggunakan media sosial, termasuk YouTube. Motif pengguna merujuk pada tujuan atau alasan utama mengapa seseorang menggunakan media sosial tertentu.

Dengan memahami motif pengguna media dan bagaimana motif tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka dalam mengakses konten YouTube dari Narasi Newsroom, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi pengguna media digital, serta memberikan masukan yang berharga bagi praktisi media dalam meningkatkan kualitas konten mereka guna meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan kata lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dinamika penggunaan media digital, khususnya dalam konteks informasi berita, di era digital yang terus berkembang pesat saat ini.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *uses and Gratification*, dengan asumsidasar bahwa khalayak memiliki peran aktif. Khalayak bukanlah penerima yang pasif terhadap apa pun yang disiarkan oleh media. Khalayak memiliki peran dalam memilih dan menentukan isi program media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan pribadi mereka.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, yang artinya sampel dipilih berdasarkan pertimbangan khusus yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Populasi diambil dari Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Angkatan 2020 dengan penentuan jumlah sampel menggunakan Central Limit Theorem yang mendasarkan minimal jumlah responden sebanyak 30, maka pada Sampel penelitian ini sebanyak 47 Mahasiswa, yang terdiri dari setiap jurusan yang ada di Fakultas Dakhwah dan Komunikasi. Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan, motif mempengaruhi kepuasan penonton terhadap program Narasi Newsroom, Secara parsial, hanya motif Informasi dan Integrasi dan Interaksi Sosial yang mempengaruhi kepuasan penonton terhadap program Narasi Newsroom. Berdasarkan hasil uji t motif informasi diperoleh nilai t hitung sebesar 3.847 dengan nilai (Sig.) 0,000, karena nilai t hitung $3.847 > t$ tabel 2.018 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. dan motif Integrasi dan Interaksi Sosial diperoleh nilai t hitung sebesar 4.686 $> t$ tabel 2.018 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel motif Integrasi dan Interaksi Sosial (X_3) memiliki pengaruh paling besar atau dominan terhadap kepuasan penonton tayangan “Narasi Newsroom” di Narasi TV. Selanjutnya, variabel ini dipengaruhi oleh motif Informasi (X_1).

Kata Kunci: Motif Media, Media Online, Kepuasan Media, *Uses and Gratification*