

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA KAMPUS TERHADAP
PENGETAHUAN *SALIENCE* ISU PADA MAHASISWA FISIP
UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Taufik Hidayah

2256031001



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2026

ABSTRAK

PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA KAMUS TERHADAP PENGETAHUAN *SALIENCE* ISU PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

TAUFIK HIDAYAH

Media kampus merupakan salah satu sumber informasi yang berperan dalam menyajikan isu-isu akademik, sosial, dan kelembagaan yang relevan bagi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan *saliency* isu pada mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan melalui rumus Slovin, yaitu 100 orang dari populasi 5.462 mahasiswa aktif FISIP Universitas Lampung. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa motif penggunaan media kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan *saliency* isu mahasiswa, yang terlihat dari hasil persamaan regresi $Y = 14,029 + 0,600X$, nilai t hitung sebesar 12,618 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, serta nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,619. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motif mahasiswa dalam menggunakan media kampus, semakin tinggi pula pengetahuan *saliency* isu yang dimiliki, terutama karena motif informasi menjadi dimensi yang paling dominan.

Kata kunci: motif penggunaan media kampus, pengetahuan *saliency* isu, mahasiswa, media kampus

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MOTIVES FOR USING CAMPUS MEDIA ON KNOWLEDGE OF ISSUE SALIENCE AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES, UNIVERSITAS LAMPUNG

By

TAUFIK HIDAYAH

Campus media are one of the information sources that present academic, social, and institutional issues relevant to students. This study aims to determine the extent to which motives for using campus media influence knowledge of issue salience among students of the Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Lampung. This study employed a quantitative explanatory approach. The sample was determined using the Slovin formula, resulting in 100 respondents from a population of 5,462 active students. The results show that motives for using campus media have a positive and significant effect on students' knowledge of issue salience, as indicated by the regression equation $Y = 14.029 + 0.600X$, a t -value of 12.618 with a significance level of $0.000 < 0.05$, and a coefficient of determination (*R Square*) of 0.619. These findings indicate that the higher the students' motives for using campus media, the higher their knowledge of issue salience, with information motive emerging as the most dominant dimension.

Keywords: motives for using campus media, knowledge of issue salience, students, campus media

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA KAMPUS TERHADAP
PENGETAHUAN *SALIENCE* ISU PADA MAHASISWA FISIP
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh
Taufik Hidayah**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai
Gelar SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2026

Judul Skripsi : **PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA
KAMPUS TERHADAP PENGETAHUAN
SALIENCE ISU PADA MAHASISWA FISIP
UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Taufik Hidayah**

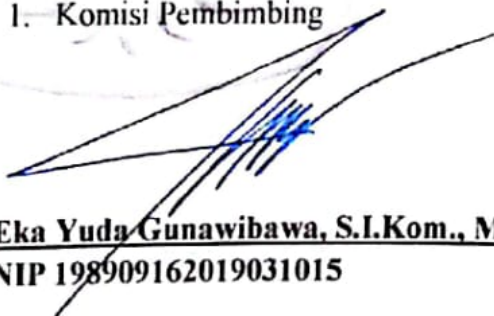
Nomor Pokok Mahasiswa : 2256031001

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

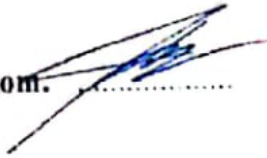

Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIP 198909162019031015

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Agung Wibawa, S. Sos. I., M. Si.
NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom. 

Penguji Utama : Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si. 

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M. Si.

NIP. 19760821200003200

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Mei 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Taufik Hidayah

NPM : 2256031001

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ **PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA KAMPUS TERHADAP PENGETAHUAN *SALIENCE* ISU PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG**” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 18 Mei 2026
Yang membuat pernyataan,



Taufik Hidayah
2256031001

RIWAYAT HIDUP



Taufik Hidayah lahir di kota Bengkulu, provinsi Bengkulu, 15 Juli 2003, merupakan anak dari pasangan Bapak Suryadi dan Mamak Nelly Hasnawati (Alm), anak ketiga dari tiga bersaudara. Penulis memulai jenjang pendidikan dari Taman Kanak-Kanak (TK) Hang Tua pada tahun 2009, kemudian melanjutkan ke pendidikan Sekolah Dasar Negeri 79 Kota Bengkulu, lulus tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Kota Bengkulu, lulus tahun 2019, melanjutkan ke Pendidikan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bengkulu, lulus tahun 2022. Penulis melanjutkan Pendidikan perguruan tinggi pada tahun 2022 melalui jalur Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SMMPTN) di Jurusan Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Semasa menempuh Pendidikan perkuliahan, penulis aktif tergabung dalam organisasi, diantaranya pernah menjadi anggota magang 74 Unit Kegiatan Penerbitan Mahasiswa (UKPM) Teknokra tahun (2023), Anggota Divisi Tulisan Lembaga Penerbitan Mahasiswa (LPM) Republica FISIP tahun (2023-2024), kemudian menjadi Kepala Bidang Jurnalistik Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi (2024), membentuk pers mahasiswa/media kampus Pers Communication (2024). Penulis melaksanakan magang di beberapa tempat, diantaranya, Divisi Jurnalistik Humas Unila Batch 2 selama 6 bulan (2024), kemudian Divisi Reporter Lampung Post Batch 1 selama 6 bulan (2025), kemudian Divisi Redaksi Lampung Geh News selama 7 bulan (2025-2026).

Penulis juga berkesempatan menjadi Tim Media Jurusan Ilmu Komunikasi @Komunikasiunila dalam pembuatan press release jurusan dan konten-konten jurusan, kemudian tergabung dalam Tim Media FISIP dalam pembuatan press release agenda fakultas. Penulis mengikuti pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata

(KKN) Periode 1 tahun 2025 selama tiga puluh hari di Desa Tanjung Harapan, Kecamatan Kotabumi Selatan, Kabupaten Lampung Utara.

Penulis selama berkuliah banyak mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam bidang jurnalistik dari organisasi, magang, dan matakuliah, seperti Jurnalistik Dasar, Penulisan Berita, Pers, sebagai pondasi kuat karier penulis dalam bidang jurnalis/jurnalistik dalam menghadapi dunia professional di media kedepannya.

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji Syukur saya ucapkan kepada Allah Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat yang Allah berikan, penulis dapat melalui tahap demi tahap dengan baik dan selalu mencoba menjadi pribadi yang lebih baik selama masa perkuliahan sehingga proses menyelesaikan penyusunan skripsi ini

Kepada Kedua sosok yang paling berharga dan berpengaruh dalam hidup penulis untuk **(Bapak) Suryadi** terimakasih sudah membesarkan anak bungsumu ini memberikan pendidikan yang terbaik sehingga mencapai pada titik ini yang sebentar lagi mencapai finish dan sudah memberikan izin untuk dapat menempuh perguruan tinggi di lampung. Terimakasih atas segala do'a, dukungan dalam menyelesaikan Pendidikan ini dan **(Mamak) Nelly Hasnawati (Alm)** pada akhirnya anak terakhirmu sebentar lagi akan menyelesaikan pendidikannya, walaupun tanpa hadirmu di dunia. Terimakasih bapak dan mamak.

Kepada Saudara-saudara penulis **(Ayuk) Chairunnisa, S.Tr.Keb** dan **(Abang) Syamsul Rizal, S.E.**, dan **(Ayuk Sepupu) Siti Rahma Hidayatullah, S.Pd.**, dan **(Puang) Suryani** dan **(Ibuk) Yeni** terimakasih atas do'a, arahan dan dukungan baik finansial dan moral kepada penulis selama berkuliah.

Terimakasih.

MOTTO

"Pers adalah instrumen paling baik dalam pencerahan dan meningkatkan kualitas manusia sebagai makhluk rasional, moral, dan sosial."

-Thomas Jefferson

“Kabarkan kebenaran!”

-Leila S. Chudori

“Matilah engkau mati, kau akan lahir berkali-kali”

-Leila S. Chudori, Laut Bercerita

“Pasti doamu yang lancarkan upayaku
Mesti doa yang meluncur dari bibirmu
Dan yang kutahu kau takkan pernah berhenti
Tumbuhku kini semoga sesuai yang kau impi”

-Gemilang, Perunggu

“Rotasikan pandanganmu, ambil sudut yang terbaru
Belum pernah kau coba lihat semua bukan dari matamu
Kelak kau kan mengingat yang membawamu ke sini
Kami pernah di situ, di posisimu, helakan kesahmu”

-33x, Perunggu

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat cinta kasih serta nafas kehidupan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul **“Pengaruh Motif Penggunaan Media Kampus Terhadap Pengetahuan *Salience* Isu Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung”**. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang berkontribusi dan berjasa secara materi maupun non materi dalam membantu dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Adapun ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung serta sebagai dosen penguji yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, serta masukan yang membangun, yang sangat membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini hingga tuntas.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
5. Bapak Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing penulis dalam skripsi ini yang telah memberikan kesediaan waktu, tenaga, pikiran, dan arahan hingga penulis bisa sampai ketitik penyelesaian skripsi
6. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik penulis selama menjalankan perkuliahan di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung

7. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Unila, terimakasih atas ilmu, nasehat, serta bimbingan yang berharga bagi penulis dalam mengembangkan kemampuan akademik maupun non akademik selama proses perkuliahan berlangsung.
8. Teman-teman penulis, Haqa (Ilkom), Masagus (Ilkom), Rico Tarigan (Walhi), Alam putra (Teknokra). Terimakasih sudah mengisi cerita semasa berkuliah di ilmu komunikasi ataupun universitas lampung
9. Kabinet Adhigana (Kelompok Unggul) kepengurusan HMJ Ilmu Komunikasi Periode 2024. Terimakasih sudah memberikan cerita yang menarik dan menjadi kenangan dalam satu periode kepengurusan itu.
10. Pengurus Bidang Jurnalistik periode 2024. Terimakasih sudah memberikan pengalaman berharga dalam menjalankan bidang ini, terkhusus untuk Pers Communication (Perscomm) yang kita bentuk dan kerjakan bersama-sama di 20 Maret 2024 kemarin. Selanjutnya jadi lebih baik lagi ya, kepengurusan selanjutnya 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030.
11. Teman-teman magang 74 UKPM Teknokra. Gilang, Hafis, Nyoman, Eli, Dian, Risma. Terimakasih sudah jadi cerita awal penulis dalam mempelajari dunia pers mahasiswa
12. LPM Republica Periode 2023-2024. Terimakasih sudah memberikan ruang penulis untuk belajar menjadi pers mahasiswa di tingkat fakultas
13. Magang Humas Unila Batch 2. Terimakasih kepada Kak Andri Wijaya, Kak Daffa Alsa Pradika sudah memberikan penulis kesempatan untuk belajar di humas sebagai jurnalis membuat press release
14. Magang Lampung Post Batch 1. Terimakasih atas kesempatannya sudah memberikan ruang belajar pertama menjadi jurnalis di media Teruma di Lampung Post.co dan Metro Tv Lampung
15. Magang Lampung Geh News. Terimakasih kepada Kak Arif Afianto, Kak Puput, Kak Dian Wahyu Kusuma sudah memberikan pembelajaran lebih mengenai berita dan isu-isu lampung pengalaman yang sangat berarti bagi penulis. Terkhusus kepada kakak ku Bella Ibnaty Sardio terimakasih sudah memberikan ilmu jurnalistik kepada penulis sehingga bisa mengepakan

sayap lebih tinggi dalam menjalankan karir sebagai seorang jurnalis seperti Bella Ibraty Sardio ayo cepat tunaikan gelar M.I.kom itu

16. Tim Media Jurusan Ilmu Komunikasi, Tim Fokus Lab, Tim Media FISIP. Terimakasih atas pengalamannya memberikan warna penuh kenangan dalam mengurus media media ini.
17. Kepada Angkatan 2022 Ilmu Komunikasi terimakasih sudah memberikan kenangan dan cerita selama 4 tahun ini teman-teman dari mahasiswa baru hingga sudah fase skripsi menuju berubah status sebagai alumni ilmu komunikasi unila
18. Terimakasih kepada Provinsi Lampung, Bandar Lampung sudah mengizinkan penulis kurang lebih 4 tahun menetap disini sebagai mahasiswa rantau. Kenangan yang tidak ada ganti. Jika bisa bekerja dan menetap disini penulis tidak menolak sedikitpun. Terimakasih Bandar Lampung penulis tidak pernah menyesal memilih untuk berkuliah disini.
19. Dan terakhir, kepada diri penulis sendiri, Taufik Hidayah. Terima kasih sudah berjuang sejauh ini sebagai anak rantau dan berani mengambil keputusan ini. Perlu diingat bahwa Tuhan membawa kita sejauh ini bukan untuk gagal; pasti ada tujuannya. Dan di titik ini, kamu sudah melihat skenario luar biasa itu. Tidak pernah terbayangkan kita sudah berada di titik yang bahkan awalnya tidak pernah terpikir bakal bisa dicapai.

Bandar Lampung, 18 Mei 2026

Penulis

Taufik Hidayah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
SANWACANA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Penelitian	7
1.6 Hipotesis Penelitian.....	10
II. KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Teori Uses and Gratifications	21
2.2.1 Konsep Dasar Uses and Gratifications.....	22
2.2.2 Peran Audiens sebagai Pengguna Aktif.....	23
2.2.3 Penerapan Uses and Gratifications pada Media Kampus	24
2.2.4 Relevansi Teori Uses and Gratifications dalam Penelitian Ini	24
2.3. Motif.....	25
2.3.1 Kategori Motif Penggunaan Media	26
2.3.2 Tujuan dan Peran Motif.....	27
2.3.3 Motif dalam Konteks Media Kampus	28
2.4 Saliency Isu	29
2.4.1 Bentuk dan Dimensi Saliency Isu	30
2.4.2 Tujuan dan Peran Pengetahuan Saliency Isu.....	31
2.4.3 Pengetahuan Saliency Isu dalam Konteks Media Kampus	31
2.5 Media Kampus	32
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Tipe Penelitian.....	34
3.2 Variabel Penelitian	36
3.3 Definisi Konseptual.....	42
3.4 Definisi Operasional	45

3.5 Populasi.....	48
3.6 Sampel.....	49
3.7 Sumber Data.....	51
3.7.1 Data Primer	52
3.7.2 Data Sekunder	52
3.8 Teknik Pengumpulan Data	52
3.8.1 Kuesioner	53
3.8.2 Studi Pustaka.....	55
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
3.10 Teknik Pengolahan Data	56
3.11 Teknik Pemberian Skor	58
3.12 Teknik Pengujian Instrumen	59
3.12.1 Uji Validitas.....	59
3.12.2 Uji Reliabilitas	60
3.13 Uji Asumsi Klasik	61
3.13.1 Uji Normalitas.....	62
3.13.2 Uji Linearitas.....	62
3.14 Teknik Analisis Data	63
3.14.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	63
3.14.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	64
3.15 Uji Hipotesis	65
3.15.1 Uji Signifikansi Parameter (Uji t)	65
3.15.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	68
4.1.1 Uji Validitas.....	68
Keterangan	69
4.1.2 Uji Reliabilitas	70
4.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.2.1 Uji Normalitas.....	72
4.2.2 Uji Linearitas.....	72
4.3 Hasil Analisis Data.....	73
4.3.1 Karakteristik Responden	73
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel X	76
4.3.3 Perbandingan Variabel X Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Y.....	89
4.5.4 Perbandingan Variabel Y Berdasarkan Jenis Kelamin	97
4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	98
4.5 Uji Hipotesis	99
4.6 Pembahasan.....	101
4.6.1 Motif Penggunaan Media Kampus.....	101
4.6.2 Pengetahuan <i>Salience</i> Isu.....	103
4.6.3 Pengaruh Motif Penggunaan Media Kampus terhadap Pengetahuan <i>Salience</i> Isu Mahasiswa	105
4.6.4 Konfirmasi Temuan dengan Teori.....	107
V. PENUTUP	109

5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Y.....	47
Tabel 3.3 Pembagian Responden Penelitian Tiap Program Studi.....	51
Tabel 3.4 Kriteria Penelitian Kuesioner.....	59
Tabel 3.5 Kriteria Tingkat reliabilitas.....	61
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X.....	68
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y.....	69
Tabel 4.3 Kriteria Koefisien Reliabilitas.....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas.....	73
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili.....	74
Tabel 4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi.....	75
Tabel 4.11 Distribusi Responden Berdasarkan Media Kampus yang Diikuti.....	76
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Dimensi Motif Informasi.....	79
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Dimensi Identitas Pribadi.....	80
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Dimensi Motif Integrasi & Interaksi Sosial.....	83
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Dimensi Motif Hiburan.....	85
Tabel 4.16 Hasil Penelitian Variabel X.....	86
Tabel 4.17 Perbandingan Mean Variabel X Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Dimensi Kesadaran Isu.....	91
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	99
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	100
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	10
-------------------------------	----

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat global. Internet dan media sosial menjadikan arus informasi semakin cepat, luas, dan interaktif sehingga masyarakat dapat mengetahui isu-isu terkini hanya dalam hitungan detik. Media tidak hanya berperan sebagai penyampai berita, melainkan juga menjadi pembentuk opini publik yang memengaruhi perilaku sosial dan politik (Kaladze, 2023). Media dipandang mampu menyoroti isu tertentu sehingga memperoleh perhatian besar dari publik (Çupi, 2023). Pergeseran ini memperlihatkan bahwa media memiliki kekuatan untuk mengarahkan perhatian masyarakat terhadap isu yang dianggap penting. Dengan demikian, media berfungsi sebagai ruang diskusi dan arena pengetahuan yang berpengaruh terhadap pola pikir masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia, dan tren ini terus meningkat dari tahun ke tahun. Laporan Haryanto (2025) mencatat 212 juta penduduk atau 77% populasi Indonesia telah menggunakan internet, dengan 191 juta di antaranya aktif di media sosial setiap hari. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menambahkan bahwa pada awal 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa atau 79,5% dari populasi nasional (APJII, 2024). Tingkat penetrasi internet tertinggi terdapat pada Generasi Z sebesar 87,02%, sementara kelompok Baby Boomers hanya 60,52% (Liputan6.com, 2024). Secara global, kelompok usia 25–34 tahun

mendominasi pengguna internet sebesar 35,6%, disusul usia 18–24 tahun sebesar 19% (What's the Big Data, 2024). Fakta ini memperlihatkan bahwa generasi muda, termasuk mahasiswa, menjadi kelompok yang paling terkoneksi dengan arus informasi digital.

Dengan dominasi kelompok usia 25–34 tahun sebesar 35,6% dan usia 18–24 tahun sebesar 19% sebagai pengguna internet global, mahasiswa termasuk dalam kelompok yang paling intens terpapar arus informasi digital. Mahasiswa menggunakan internet bukan hanya untuk kebutuhan akademik, melainkan juga untuk hiburan, komunikasi sosial, hingga keterlibatan dalam isu politik. Intensitas paparan ini membuat mahasiswa lebih cepat mengetahui isu-isu baru di tingkat lokal, nasional, maupun global. Namun, banyaknya informasi yang diterima juga menimbulkan tantangan berupa *information overload*, yang dapat memengaruhi kemampuan mereka memilah isu penting dari isu yang kurang relevan. Kondisi ini memunculkan kebutuhan terhadap media yang mampu menyajikan informasi terfokus sesuai konteks kehidupan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian tentang hubungan antara media kampus dan pengetahuan mahasiswa menjadi semakin penting untuk dilakukan.

Dalam konteks kehidupan akademik, media kampus atau pers mahasiswa hadir sebagai salah satu sumber informasi yang dekat dengan realitas mahasiswa. Pers mahasiswa berfungsi sebagai wadah aspirasi, media komunikasi, sarana pendidikan politik, hingga alat kontrol sosial di lingkungan universitas. Berbeda dengan media arus utama, media kampus lebih menitikberatkan pada isu-isu internal kampus yang relevan dengan mahasiswa. Melalui pemberitaan yang mereka hasilkan, media kampus dapat mengangkat isu akademik, kegiatan organisasi, hingga kebijakan universitas yang berdampak langsung pada kehidupan mahasiswa. Dengan demikian, media kampus tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kesadaran kritis mahasiswa terhadap isu-isu yang mereka hadapi sehari-hari.

Meski demikian, media kampus tidak terlepas dari berbagai keterbatasan. Minimnya sumber daya manusia dan finansial membuat produksi konten sering kali kurang konsisten dan tidak seprofesional media arus utama. Persaingan dengan media sosial yang lebih populer juga membuat perhatian mahasiswa terhadap media kampus cenderung berkurang. Selain itu, isu-isu yang diangkat media kampus sering dianggap kurang menarik dibandingkan isu viral di media digital. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara idealisme media kampus yang berupaya menyuarakan isu penting dengan preferensi mahasiswa yang cenderung lebih memilih hiburan. Tantangan ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana media kampus masih efektif memengaruhi pengetahuan mahasiswa mengenai isu-isu publik.

Penelitian terdahulu dalam perspektif Uses and Gratifications Theory menunjukkan bahwa penggunaan media didorong oleh motif tertentu yang bersifat sadar dan terarah. Nugraheni & Widyaningrum (2018) menemukan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya menggunakan media sosial dengan motif dominan untuk memperoleh informasi dan membangun interaksi sosial. Penelitian tersebut menegaskan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan secara aktif memilih media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dian Azhary Nasution (2022) di Universitas Medan Area yang menunjukkan bahwa motif informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan media sosial.

Hubungan antara motif dan hasil penggunaan media juga diperkuat oleh penelitian Martani (2015) yang menemukan adanya hubungan signifikan antara motif penggunaan media dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap breaking news Detik.com. Hasil serupa ditunjukkan oleh Aji & Prihatin Dwihantoro (2024) dalam Jurnal Audiens yang menyatakan bahwa motif penggunaan media berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @ussfeed. Meskipun variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan, kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa motif memiliki konsekuensi terhadap aspek kognitif dan evaluatif audiens.

Selain itu, Tampubolon et al. (2024) menemukan bahwa motif penggunaan berkorelasi dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut aktif akun media digital. Penelitian ini menegaskan bahwa motif informasi mendorong individu untuk lebih terlibat secara kognitif dalam mengakses dan memproses informasi. Sementara itu, Karunia et al. (2021) menekankan bahwa audiens dalam era media digital semakin selektif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan personal, akademik, maupun sosial.

Saliency isu (issue saliency) merujuk pada tingkat menonjolnya suatu isu dalam perhatian publik, yakni seberapa penting isu tersebut dipersepsikan oleh masyarakat pada waktu tertentu. Konsep ini merupakan inti dari teori agenda setting, yang menyatakan bahwa media massa tidak secara langsung menentukan apa yang harus dipikirkan publik, tetapi sangat berpengaruh dalam menentukan isu apa yang dianggap penting. McCombs dan Shaw menjelaskan bahwa saliency terbentuk melalui frekuensi, intensitas, dan penempatan liputan media, sehingga isu yang sering diberitakan akan lebih mudah diingat dan dinilai penting oleh publik (McCombs & Shaw, 1972 ; McCombs, 2015)

Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa motif penggunaan media tidak hanya berkaitan dengan kepuasan, tetapi juga dengan pembentukan pengetahuan terhadap isu. Hopmann, Wonneberger, Shehata, dan Höijer (2016) menemukan bahwa motivasi politik yang tercermin dalam *political interest* berkaitan dengan penggunaan media informasional dan kesadaran terhadap substansi isu referendum. Dalam konteks media sosial, Jiang, Ng, dan Ngien (2022) menunjukkan bahwa motif penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi, seperti *surveillance*, *anticipated interaction*, dan *guidance*, berhubungan dengan proses diskusi informasi yang pada akhirnya memengaruhi pengetahuan mengenai HPV. Sementara itu, Azis & Setyawan (2020) menegaskan bahwa penggunaan media sosial untuk informasi politik juga didorong oleh motif tertentu, seperti *surveillance*, *guidance*, hiburan, dan manfaat sosial. Meskipun demikian, kajian mengenai motif penggunaan media kampus sebagai sumber informasi dan pengaruhnya terhadap pengetahuan *saliency* isu mahasiswa masih relatif terbatas. Padahal, media kampus memiliki karakteristik yang berbeda

karena dikelola oleh mahasiswa dan ditujukan untuk komunitas akademik itu sendiri.

Pers kampus berpotensi menjadi ruang pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa mengenai isu-isu di lingkungan akademik. Ketika mahasiswa memiliki motif informasi yang kuat dalam mengikuti akun atau platform pers kampus, mereka cenderung lebih memperhatikan, memahami, dan mengingat isu-isu yang diberitakan. Dengan demikian, motif penggunaan media kampus dapat berimplikasi pada tingkat pengetahuan salience isu mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan sejauh mana motif penggunaan media kampus berpengaruh terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian Uses and Gratification serta kontribusi praktis bagi peningkatan kualitas pemberitaan pers mahasiswa sebagai sumber informasi akademik.

1.2 Rumusan Masalah

Media kampus memiliki peran penting dalam menyajikan isu-isu sosial, politik, dan akademik yang relevan bagi mahasiswa. Dalam perspektif Uses and Gratifications Theory, mahasiswa dipandang sebagai audiens aktif yang secara sadar memilih media berdasarkan motif tertentu, seperti kebutuhan informasi, identitas pribadi, maupun interaksi sosial. Dengan demikian, penggunaan media kampus bukanlah proses pasif, melainkan tindakan yang didorong oleh kebutuhan dan tujuan tertentu.

Mahasiswa FISIP Universitas Lampung dikenal sebagai kelompok yang dekat dengan dinamika isu sosial dan politik. Dalam konteks ini, pers mahasiswa sebagai media kampus menjadi salah satu sumber informasi yang berpotensi memenuhi kebutuhan tersebut. Namun demikian, sejauh mana motif penggunaan media kampus berpengaruh terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa masih perlu diuji secara empiris.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah motif penggunaan media kampus berpengaruh terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa FISIP Universitas Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa FISIP Universitas Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi massa, khususnya dalam pengembangan teori Uses and Gratifications pada konteks media kampus. Selama ini, penelitian mengenai motif penggunaan media lebih banyak dilakukan pada media arus utama dan media sosial populer, sementara media kampus sebagai ruang komunikasi alternatif di lingkungan akademik masih relatif terbatas dikaji.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas penerapan teori Uses and Gratifications dengan menunjukkan bagaimana motif penggunaan media kampus berkaitan dengan aspek kognitif mahasiswa, khususnya dalam membentuk pengetahuan salience isu. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan relevansi pendekatan audiens aktif dalam memahami perilaku mahasiswa sebagai kelompok intelektual yang selektif dalam memilih sumber informasi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan sejumlah manfaat bagi media kampus di lingkungan FISIP Universitas Lampung:

1. Memberikan gambaran mengenai motif utama mahasiswa dalam menggunakan media kampus sehingga dapat menjadi dasar penyusunan strategi konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens.

2. Memberikan evaluasi mengenai sejauh mana motif penggunaan media kampus berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan salience isu mahasiswa.
3. Memberikan masukan bagi pengelola pers mahasiswa dalam merancang pemberitaan yang lebih relevan, informatif, dan mampu meningkatkan keterlibatan kognitif mahasiswa.
4. Mendorong optimalisasi media kampus sebagai sumber informasi alternatif yang berperan dalam memperluas wawasan serta memperkuat kesadaran mahasiswa terhadap isu-isu akademik dan sosial di lingkungan kampus..

1.5 Kerangka Penelitian

Penelitian ini berangkat dari keinginan untuk memahami sejauh mana penggunaan media kampus yang didorong oleh motif tertentu dapat memengaruhi pengetahuan mahasiswa tentang isu-isu di lingkungan kampus.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media oleh mahasiswa tidak terjadi secara kebetulan, melainkan didorong oleh kebutuhan dan tujuan tertentu. Nugraheni & Widyaningrum (2018) menemukan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial terutama untuk memenuhi kebutuhan informasi dan interaksi sosial. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Dian Azhary Nasution (2022) yang menyatakan bahwa motif informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan media. Penelitian Aji & Prihatin Dwi Santoro (2024) turut menegaskan bahwa motif penggunaan media berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh audiens setelah mengakses media tersebut. Namun demikian, pengaruh langsung antara motif penggunaan media kampus dan pengetahuan salience isu mahasiswa masih belum banyak diteliti.

Untuk menjelaskan hubungan tersebut, penelitian ini menggunakan *Uses and Gratifications Theory* yang dikembangkan oleh Katz et al. (1973). Teori ini memandang audiens sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, identitas

pribadi, integrasi sosial, maupun hiburan. Dengan demikian, mahasiswa bukan sekadar penerima informasi secara pasif, melainkan individu yang secara sadar memilih media kampus karena memiliki motif tertentu.

Dalam penelitian ini, motif penggunaan media kampus dilihat melalui beberapa dimensi utama, yaitu:

1. **Motif informasi**, yaitu dorongan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan kehidupan akademik dan sosial di kampus.
2. **Motif identitas pribadi**, yaitu kebutuhan untuk memperkuat pemahaman diri dan posisi dalam lingkungan kampus.
3. **Motif integrasi dan interaksi sosial**, yaitu keinginan untuk tetap terhubung dengan dinamika organisasi, kebijakan, dan komunitas mahasiswa.
4. **Motif hiburan**, yaitu kebutuhan akan konten yang menarik dan menyenangkan.

Sementara itu, pengetahuan salience isu merujuk pada sejauh mana mahasiswa mengetahui keberadaan suatu isu (kesadaran isu), memahami tingkat kepentingannya (persepsi kepentingan), serta menempatkan isu tersebut sebagai prioritas dalam pemikiran mereka (prioritas isu). Mahasiswa yang memiliki pengetahuan salience isu tinggi tidak hanya mengenali suatu isu, tetapi juga mampu menilai urgensi dan relevansinya dalam konteks kehidupan kampus, sehingga lebih kritis dalam menyikapi berbagai persoalan akademik maupun sosial.

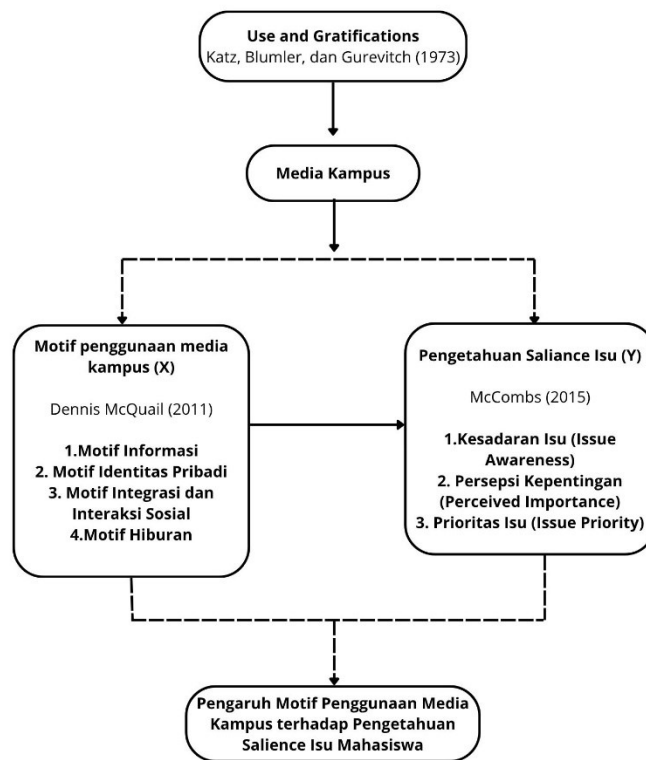
Berdasarkan pemahaman tersebut, pengetahuan salience isu mahasiswa dapat terbentuk melalui motif penggunaan media kampus. Mahasiswa yang memiliki motif informasi yang kuat cenderung lebih aktif mencari, membaca, dan memahami isu-isu yang diberitakan. Motif identitas dan integrasi sosial juga mendorong mahasiswa untuk mengikuti perkembangan isu yang berkaitan dengan kepentingan kolektif. Dengan demikian, semakin kuat motif penggunaan media kampus, semakin besar kemungkinan mahasiswa memiliki tingkat pengetahuan

saliency isu yang lebih tinggi, baik pada aspek kesadaran, persepsi kepentingan, maupun prioritas isu.

Berdasarkan pemikiran tersebut, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan bahwa motif penggunaan media kampus (X) diduga memiliki pengaruh terhadap pengetahuan saliency isu mahasiswa (Y). Pengetahuan saliency isu dalam penelitian ini diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu kesadaran isu, persepsi kepentingan, dan prioritas isu.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini memandang bahwa motif penggunaan media kampus merupakan variabel independen yang terdiri atas dimensi informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Sementara itu, pengetahuan saliency isu mahasiswa merupakan variabel dependen yang terdiri atas dimensi kesadaran isu, persepsi kepentingan, dan prioritas isu. Seluruh dimensi tersebut merupakan pembentuk dari masing-masing variabel, sedangkan pengujian dalam penelitian ini dilakukan pada tingkat variabel secara keseluruhan, yaitu untuk mengetahui apakah motif penggunaan media kampus berpengaruh terhadap pengetahuan saliency isu mahasiswa FISIP Universitas Lampung.

Meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor lain seperti kepuasan atau partisipasi digital dapat memediasi hubungan antara penggunaan media dan hasil kognitif, penelitian ini memfokuskan perhatian pada hubungan langsung antara motif penggunaan media kampus dan pengetahuan saliency isu. Pendekatan ini dipilih agar model penelitian tetap sederhana, terukur, dan sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif (Sugiyono 2013).



Gambar 1. Kerangka Pikir

1.6 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data. Berdasarkan latar belakang, teori yang relevan, serta rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat pengaruh antara motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa FISIP Universitas Lampung.

H1: Terdapat pengaruh antara motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa FISIP Universitas Lampung

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti telah melakukan studi literatur terhadap berbagai penelitian terdahulu yang membahas topik sejenis mengenai motif penggunaan media, media kampus, serta pengaruh penggunaan media terhadap aspek kognitif mahasiswa.

Penelitian-penelitian terdahulu tersebut digunakan sebagai acuan pembandingan sekaligus landasan konseptual dalam menyusun arah penelitian ini. Melalui kajian literatur yang sistematis, peneliti memastikan bahwa isu yang dikaji memiliki dasar empiris yang memadai, serta menghindari duplikasi dan kelemahan metodologis yang pernah muncul pada penelitian sebelumnya.

Meskipun telah terdapat sejumlah penelitian yang menganalisis hubungan antara motif penggunaan media dengan sikap, kepuasan, maupun keterlibatan audiens, masih terdapat celah penelitian (research gap), khususnya dalam konteks media kampus sebagai media internal yang dikonsumsi mahasiswa. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada media sosial umum atau media massa nasional, sementara kajian mengenai pengaruh motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa belum banyak diteliti secara spesifik.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana motif penggunaan media kampus, yang mencakup motif informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, dan hiburan, berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan salience isu mahasiswa. Pengetahuan salience isu dalam penelitian ini mencakup kesadaran terhadap isu, persepsi mengenai tingkat kepentingannya, serta prioritas mahasiswa dalam menempatkan isu-isu penting di lingkungan akademik.

Penelitian-penelitian terdahulu yang telah dikaji kemudian dijadikan referensi empiris dan pijakan teoritis dalam memperkuat argumentasi penelitian ini, baik

dalam pemilihan variabel, perumusan indikator, metode analisis, maupun interpretasi hasil yang relevan dengan objek penelitian yang sedang dilakukan.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Komponen Penelitian	Keterangan
1.	Judul	Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area
	Penulis	Dian Azhary Nasution (2022)
	Metode Penelitian	Menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik survei terhadap 77 mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area. Analisis data menggunakan uji Chi-Square untuk menguji hubungan antara motif penggunaan Instagram (informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, hiburan) dengan tingkat kepuasan mahasiswa.
	Hasil Penelitian	Seluruh variabel motif memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan. Motif hiburan menjadi motif paling dominan (73%). Nilai signifikansi menunjukkan bahwa semakin tinggi motif penggunaan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Hukum UMA dan spesifik pada media Instagram.

No	Komponen Penelitian	Keterangan
	Kontribusi Penelitian	Memberikan bukti empiris bahwa motif penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications dalam konteks Instagram.
2.	Judul	Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Mahasiswa Jurnalistik UIN Jakarta Terhadap Breaking News Detik.com
	Penulis	Gani Wulani Martani (2015)
	Metode Penelitian	Metode kuantitatif deskriptif dengan teknik survei terhadap 95 mahasiswa jurnalistik UIN Jakarta. Analisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengukur hubungan antara Gratification Sought dan Gratification Obtained.
	Hasil Penelitian	Terdapat hubungan kuat antara motif dan kepuasan ($r = 0,782$). Motif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam mengakses breaking news Detik.com.
	Perbedaan Penelitian	Objek media berupa portal berita online (Detik.com), bukan media sosial seperti Instagram
	Kontribusi Penelitian	Membuktikan secara statistik kuat bahwa pemenuhan motif media menghasilkan kepuasan, memperkuat konsep Gratification Sought dan Gratification Obtained.
3.	Judul	Motif Mahasiswa Universitas Katolik

No	Komponen Penelitian	Keterangan
		Widya Mandala Surabaya dalam Menggunakan Media Sosial
	Penulis	Yuli Nugraheni & Anastasia Yuni Widyaningrum (2018)
	Metode Penelitian	Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan 350 responden mahasiswa UKWMS menggunakan stratified random sampling.
	Hasil Penelitian	Motif tertinggi adalah Pass Time, diikuti Information Seeking, Information Sharing, dan Entertainment. Mayoritas mahasiswa menggunakan media sosial 4–6 jam per hari.
	Perbedaan Penelitian	Tidak menguji variabel kepuasan, hanya fokus pada motif penggunaan
	Kontribusi Penelitian	Menunjukkan bahwa mahasiswa adalah pengguna aktif media sosial dengan dominasi motif pengisi waktu, mendukung asumsi dasar teori Uses and Gratifications.
4.	Judul	Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification
	Penulis	Hans Karunia, Nauvaliana Ashri, & Irwansyah (2021)
	Metode Penelitian	Pendekatan eksploratif dengan analisis teoritis terhadap perilaku penggunaan media sosial dalam perspektif Uses and Gratifications.
	Hasil Penelitian	Audiens bersifat aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan

No	Komponen Penelitian	Keterangan
		informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Media sosial memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial pengguna.
	Perbedaan Penelitian	Lebih bersifat kajian teoretis dan eksploratif, bukan penelitian kuantitatif berbasis survei.
	Kontribusi Penelitian	Memperkuat landasan teoretis bahwa teori Uses and Gratifications tetap relevan dalam era digital dan media sosial.
5.	Judul	Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen pada Followers Akun @Batamnewsonline.
	Penulis	Sugiyanto (2022)
	Metode Penelitian	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun Instagram @Batamnewsonline. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 399 responden. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi untuk melihat besaran pengaruh variabel motif penggunaan terhadap kepuasan.
	Hasil Penelitian	Hasil analisis menunjukkan bahwa motif penggunaan Instagram

No	Komponen Penelitian	Keterangan
		berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan followers. Nilai koefisien determinasi sebesar 55% menunjukkan bahwa kepuasan audiens dapat dijelaskan oleh motif penggunaan media sosial, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini secara spesifik menempatkan akun media lokal berbasis Instagram sebagai objek kajian, bukan media massa konvensional ataupun platform digital secara umum. Fokusnya tidak hanya pada intensitas penggunaan media, tetapi pada motif audiens sebagai variabel psikologis yang mendorong konsumsi informasi serta hubungannya dengan tingkat kepuasan. Konteks lokal dan karakteristik followers menjadi pembeda dibanding penelitian sebelumnya yang biasanya meneliti media nasional atau penggunaan media sosial secara luas.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam kajian komunikasi digital khususnya pada penerapan teori Uses and Gratifications di lingkungan media sosial lokal. Hasilnya memperkuat pemahaman bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih

No	Komponen Penelitian	Keterangan
		media yang mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan praktis bagi pengelola media berbasis Instagram untuk merancang konten yang sesuai dengan motif khalayak sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan keterlibatan audiens.
6.	Judul	Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengakses Akun Instagram @ussfeed)
	Penulis	Adam Kusumo Aji, Prihatin Dwihantoro (2024)
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pengakses akun Instagram @ussfeed sebagai responden. Sampel ditentukan secara statistik agar mewakili populasi, kemudian data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan pengguna.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara motif penggunaan media dengan tingkat kepuasan pengguna, yang

No	Komponen Penelitian	Keterangan
		berarti semakin kuat alasan individu menggunakan media seperti mencari informasi, hiburan, atau interaksi semakin tinggi kepuasan yang diperoleh setelah mengakses konten.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berfokus pada hubungan motif penggunaan media dengan kepuasan sebagai aspek afektif pengguna, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan menekankan motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa yang lebih menyoroti aspek kognitif serta konteks akademik.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memperkuat penerapan teori Uses and Gratifications dengan menunjukkan bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhannya, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi pengelola media digital dalam menyusun konten yang relevan untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan khalayak.

Sumber : Diolah oleh peneliti (September, 2025)

Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa penggunaan media memiliki peran penting dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku individu terhadap isu-isu sosial. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motif seseorang dalam mengakses dan mengonsumsi media berhubungan erat dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi serta tingkat kepuasan yang diperoleh. Temuan-temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa khalayak bukanlah pihak yang pasif, melainkan aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, maupun sosialnya.

Jika dilihat dari kesamaan fokus penelitian, studi yang dilakukan oleh (Tampubolon et al (2024);Nugraheni & Widyaningrum (2018);Martani (2015);Dian Azhary Nasution (2022) dapat dikelompokkan sebagai penelitian yang secara langsung menyoroti hubungan antara motif penggunaan media dan efek yang ditimbulkan, baik berupa kepuasan, pemenuhan kebutuhan informasi, maupun perilaku informatif mahasiswa.

Penelitian Gladys Caroline Tampubolon (2024) menunjukkan bahwa motif penggunaan Instagram @beeruindonesia berdasarkan dimensi modality, agency, interactivity, dan navigability memiliki korelasi positif dan signifikan dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi followers. Semakin tinggi motif penggunaan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan informasi yang diperoleh. Temuan ini menegaskan bahwa intensitas dan tujuan penggunaan media sangat menentukan efek kognitif yang dirasakan audiens.

Selanjutnya, penelitian Yuli Nugraheni dan Anastasia Yuni Widyaningrum (2018) menemukan bahwa motif utama mahasiswa dalam menggunakan media sosial adalah pass time dan information seeking. Penelitian ini memperlihatkan bahwa kebutuhan informasi menjadi salah satu pendorong utama penggunaan media, yang secara implisit menunjukkan keterkaitan antara motif penggunaan dan pembentukan wawasan mahasiswa terhadap berbagai isu.

Penelitian Gani Wulani Martani (2015) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses breaking news Detik.com, dengan koefisien korelasi sebesar

0,782. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi gratification sought, semakin besar kemungkinan gratification obtained yang dirasakan mahasiswa.

Sementara itu, penelitian Dian Azhary Nasution (2022) menunjukkan bahwa seluruh dimensi motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penggunaan Instagram pada mahasiswa. Motif hiburan bahkan menjadi faktor dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan.

Dari sisi subjek penelitian, terdapat variasi yang cukup beragam, mulai dari followers akun kesehatan, mahasiswa universitas swasta dan negeri, hingga mahasiswa fakultas hukum. Variasi tersebut menunjukkan bahwa motif penggunaan media bersifat universal pada berbagai kelompok sosial, meskipun jenis motif dominan dapat berbeda sesuai konteks media dan karakteristik audiens.

Dari segi metodologi, mayoritas penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif atau korelasional yang berfokus pada identifikasi hubungan antara motif penggunaan media dan kepuasan atau pemenuhan kebutuhan. Meskipun pendekatan tersebut efektif dalam menguji hubungan antarvariabel, sebagian besar penelitian masih menempatkan variabel efek pada aspek kepuasan, belum secara spesifik mengaitkannya dengan pembentukan pengetahuan salience isu di lingkungan akademik.

Berdasarkan kajian tersebut, peneliti menemukan adanya celah penelitian (research gap) yang masih terbuka, khususnya pada konteks media dan variabel dependen yang digunakan. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada media sosial nasional atau akun komersial, sedangkan kajian mengenai motif penggunaan media kampus sebagai media internal institusi pendidikan dan pengaruhnya terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa masih terbatas.

Selain itu, dari sisi teori, penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengintegrasikan Teori Uses and Gratifications untuk menjelaskan bagaimana motif penggunaan media kampus berkontribusi terhadap pembentukan pengetahuan dan kesadaran mahasiswa terhadap isu-isu kampus. Pendekatan ini

menekankan posisi mahasiswa sebagai khalayak aktif yang secara sadar memilih dan menggunakan media kampus untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik dan sosialnya.

Dari sisi metodologi, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh kausal antara motif penggunaan media kampus (informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, dan hiburan) terhadap tingkat pengetahuan salience isu mahasiswa. Pendekatan eksplanatif ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih sistematis mengenai mekanisme bagaimana kebutuhan dan motif penggunaan media dapat bertransformasi menjadi efek kognitif berupa peningkatan kesadaran dan pemaknaan terhadap isu-isu strategis di lingkungan FISIP Universitas Lampung.

Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan penelitian terdahulu baik dari segi konteks media, fokus variabel, maupun pengembangan efek kognitif dalam kerangka Uses and Gratifications, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya dalam konteks media kampus sebagai sarana pembentukan kesadaran kritis mahasiswa terhadap isu-isu akademik dan sosial.

2.2 Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications (U&G) merupakan salah satu teori utama dalam studi komunikasi massa yang menempatkan khalayak sebagai pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Teori ini dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada awal 1970-an dan berangkat dari asumsi bahwa individu secara sadar memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang mereka rasakan penting dalam kehidupannya.

Berbeda dengan pendekatan efek media tradisional yang melihat audiens sebagai pihak pasif, teori ini menekankan bahwa penggunaan media didorong oleh motif tertentu. Individu menggunakan media karena memiliki tujuan spesifik, seperti mencari informasi, memperkuat identitas diri, membangun relasi sosial, atau memperoleh hiburan. Dengan demikian, fokus analisis tidak lagi semata-mata

pada apa yang dilakukan media terhadap khalayak, melainkan pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media.

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa dipandang sebagai pengguna aktif media kampus yang secara sadar mengakses, memilih, dan memanfaatkan informasi sesuai dengan kebutuhan akademik dan sosialnya

2.2.1 Konsep Dasar Uses and Gratifications

Menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch, kebutuhan yang mendorong individu menggunakan media dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu:

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan sekitar. Dalam konteks media kampus, mahasiswa mengakses berita kampus untuk mengetahui kebijakan fakultas, kegiatan akademik, maupun isu-isu strategis di lingkungan universitas.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman emosional, kesenangan, dan estetika. Mahasiswa dapat menikmati konten inspiratif, profil prestasi, atau berita ringan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan emosional.

3. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan untuk memperkuat identitas diri, kepercayaan diri, dan status sosial. Mahasiswa yang aktif mengikuti perkembangan isu kampus dapat merasa lebih percaya diri dalam berdiskusi dan memiliki posisi sosial yang lebih kuat dalam lingkungan akademik.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan untuk menjalin dan mempertahankan hubungan sosial. Media kampus dapat menjadi sarana bagi mahasiswa untuk merasa menjadi bagian

dari komunitas akademik dan memahami dinamika sosial yang terjadi di dalamnya.

5. Kebutuhan Pelepasan (Escape)

Kebutuhan untuk melepaskan diri dari tekanan rutinitas sehari-hari. Konten ringan atau rubrik non-akademik di media kampus dapat berfungsi sebagai sarana relaksasi dari tekanan tugas dan aktivitas perkuliahan.

Kelima kategori tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media memiliki dimensi yang luas, mencakup aspek kognitif, afektif, dan sosial. Dalam penelitian ini, kebutuhan kognitif menjadi fokus utama karena berkaitan langsung dengan pembentukan pengetahuan salience isu mahasiswa.

2.2.2 Peran Audiens sebagai Pengguna Aktif

Teori Uses and Gratifications menegaskan bahwa audiens memiliki otonomi dalam menentukan pilihan media. Individu secara sadar memilih jenis media, menentukan intensitas penggunaannya, serta mengevaluasi sejauh mana media tersebut mampu memenuhi kebutuhannya. Audiens dianggap mampu:

1. Menentukan media yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya,
2. Mengatur frekuensi dan durasi penggunaan media,
3. Memberikan perhatian selektif terhadap konten yang dianggap relevan,
4. Menilai tingkat kepuasan atau manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi media.

Dalam penelitian ini, mahasiswa dipandang sebagai aktor rasional yang menggunakan media kampus karena memiliki motif tertentu, terutama motif informasi dan penguatan identitas akademik. Tingkat penggunaan media kampus bukan sekadar hasil paparan pasif, melainkan konsekuensi dari kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai oleh mahasiswa.

2.2.3 Penerapan Uses and Gratifications pada Media Kampus

Perkembangan media digital memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications. Hajdarmataj dan Paksoy (2022) menjelaskan bahwa pengguna media sosial saat ini bersifat aktif, selektif, dan partisipatif. Mereka tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga berinteraksi, membagikan, dan memproduksi konten.

Dalam konteks media kampus, mahasiswa menggunakan media tersebut karena memiliki motif yang jelas, antara lain:

1. Mencari informasi terkait kebijakan dan kegiatan akademik,
2. Mendapatkan pemahaman mengenai isu-isu yang berkembang di fakultas,
3. Memperkuat identitas sebagai bagian dari komunitas akademik,
4. Berpartisipasi dalam diskusi atau interaksi sosial di lingkungan kampus.

Motif penggunaan media kampus tersebut kemudian berkontribusi pada pembentukan pengetahuan salience isu, yaitu tingkat kesadaran dan pemahaman mahasiswa terhadap isu-isu yang dianggap penting di lingkungan akademik.

2.2.4 Relevansi Teori Uses and Gratifications dalam Penelitian Ini

Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications sebagai landasan konseptual untuk menjelaskan hubungan antara motif penggunaan media kampus dan pengetahuan salience isu mahasiswa. Mahasiswa diposisikan sebagai khalayak aktif yang menggunakan media kampus secara sadar untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Dengan kerangka ini, penelitian berupaya menjelaskan:

1. Motif apa yang mendorong mahasiswa menggunakan media kampus,
2. Bagaimana motif tersebut memengaruhi intensitas penggunaan media,
3. Sejauh mana motif penggunaan berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan dan kesadaran mahasiswa terhadap isu-isu kampus.

Teori Uses and Gratifications menjadi relevan karena mampu menjelaskan bahwa efek kognitif berupa peningkatan pengetahuan tidak terjadi secara otomatis akibat paparan media, melainkan merupakan hasil dari proses seleksi dan penggunaan media yang didorong oleh kebutuhan dan motif individu. Oleh karena itu, teori ini memberikan dasar teoretis yang kuat untuk memahami bagaimana motif penggunaan media kampus berpengaruh terhadap pembentukan salience isu mahasiswa di lingkungan FISIP Universitas Lampung.

2.3. Motif

Motif merupakan konsep yang mencakup seluruh faktor internal yang mendorong seseorang untuk bertindak, seperti kebutuhan, dorongan, alasan, maupun keinginan yang berasal dari dalam diri individu (Dr. Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, 2021). Motif berfungsi sebagai kekuatan pendorong (*driving force*) yang mengarahkan perilaku seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks komunikasi massa, motif menjelaskan alasan mengapa seseorang memilih dan menggunakan media tertentu (Rahim et al., 2018; Saleh, 2018).

Menurut Sherif dan Sherif, motif meliputi seluruh faktor internal yang mengarah pada perilaku yang bertujuan, termasuk kebutuhan dan dorongan psikologis (dalam Morissan, 2013). Sejalan dengan itu, teori Uses and Gratifications yang dikemukakan Katz, Blumler, dan Gurevitch memandang khalayak sebagai individu yang aktif, yang secara sadar memilih media berdasarkan motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya (Ardianto & Komala, 2004; Kriyantono, 2008).

Teori Uses and Gratifications menekankan bahwa pengguna media tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam menentukan media yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Media dianggap efektif apabila mampu memenuhi motif-motif tersebut (Kriyantono, 2020; Prijana Hadi et al., 2021). Dengan demikian, motif menjadi dasar dalam memahami hubungan antara penggunaan media dan tingkat kepuasan yang diperoleh pengguna.

Philip Palmgreen mengembangkan konsep *Gratifications Sought* (GS) dan *Gratifications Obtained* (GO), yaitu kepuasan yang dicari sebelum menggunakan media dan kepuasan yang benar-benar diperoleh setelah menggunakan media

(Kriyantono, 2020; Pasaribu et al., 2016). Konsep ini mempertegas bahwa motif berkaitan langsung dengan harapan individu terhadap media.

Dalam penelitian terdahulu, motif penggunaan media terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian terhadap akun Instagram @ussfeed menunjukkan bahwa motif penggunaan media berpengaruh sebesar 52,7% terhadap kepuasan pengguna, dengan motif informasi sebagai motif dominan (Aji & Dwihantoro, 2024). Penelitian lain mengenai penggunaan Instagram juga menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara motif penggunaan dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada tingkat kepercayaan 99% (Tampubolon, Wahyudin, & Setiawan, 2024).

2.3.1 Kategori Motif Penggunaan Media

Menurut Dennis McQuail, terdapat empat kategori utama motif penggunaan media, yaitu motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan (McQuail, D, 2011).

1. Motif Informasi

Berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai peristiwa, kondisi sosial, maupun lingkungan sekitar. Motif ini meliputi keinginan mengetahui informasi terbaru, mencari bimbingan atas permasalahan, serta menambah pengetahuan (Dian Azhary Nasution, 2022). Dalam penelitian terhadap akun berita Instagram, motif informasi menjadi motif yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pengguna (Aji & Prihatin Dwihantoro, 2024).

2. Motif Identitas Pribadi

Berkaitan dengan kebutuhan untuk memperkuat nilai diri, memperoleh inspirasi, serta membentuk konsep diri melalui media. Media membantu individu memahami dirinya dan lingkungan sosialnya (Dian Azhary Nasution, 2022).

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Berkaitan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial, menemukan bahan percakapan, serta mempererat relasi dengan orang lain. Media menjadi sarana membangun koneksi dan interaksi sosial (Dian Azhary Nasution, 2022).

4. Motif Hiburan

Berkaitan dengan kebutuhan akan relaksasi, pelepasan ketegangan, dan kesenangan. Dalam beberapa penelitian, motif hiburan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penggunaan media sosial (Gunawan et al., 2017).

Selain kategori klasik McQuail, perkembangan media digital melahirkan pendekatan baru dalam memahami motif, yaitu konsep MAIN (*Modality, Agency, Interactivity, Navigability*) (Sundar dalam Tampubolon et al., 2024). Penelitian terhadap akun @beeruindonesia menunjukkan bahwa motif berdasarkan dimensi modalitas, agensi, interaktivitas, dan navigabilitas memiliki hubungan positif dan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Tampubolon et al., 2024).

2.3.2 Tujuan dan Peran Motif

Dalam konteks penelitian ini, motif diartikan sebagai dorongan internal mahasiswa FISIP Universitas Lampung dalam mengakses dan membaca pemberitaan media kampus. Berdasarkan teori Uses and Gratifications, mahasiswa sebagai khalayak aktif akan memilih media kampus apabila media tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi, memperkuat identitas akademik, mendukung interaksi sosial, maupun memberikan hiburan (Kriyantono, 2020).

Motif informasi diperkirakan menjadi motif utama dalam konteks media kampus, karena mahasiswa membutuhkan informasi terkait kebijakan fakultas, kegiatan organisasi, serta isu-isu akademik. Namun, motif identitas pribadi dan integrasi sosial juga relevan karena media kampus dapat memperkuat rasa memiliki terhadap institusi.

Motif menjadi variabel penting dalam menjelaskan alasan mahasiswa mengakses media kampus, sekaligus menjadi dasar dalam menganalisis hubungan antara penggunaan media kampus dan dampaknya terhadap pemahaman mahasiswa terhadap isu-isu di lingkungan universitas.

2.3.3 Motif dalam Konteks Media Kampus

Media kampus merupakan salah satu bentuk media massa yang beroperasi di lingkungan perguruan tinggi dan berfungsi sebagai sarana informasi, edukasi, serta ruang partisipasi mahasiswa. Dalam perspektif *Uses and Gratifications* (Katz, Blumler, & Gurevitch), mahasiswa dipandang sebagai khalayak aktif yang secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah mengkaji motif penggunaan media, seperti penelitian mengenai penggunaan Instagram, media berita online, dan akun informasi kampus, ditemukan bahwa motif utama penggunaan media meliputi kebutuhan akan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Motif-motif tersebut menjadi dasar bagi individu dalam menentukan apakah suatu media relevan dengan kebutuhannya atau tidak.

Dalam konteks penelitian ini, motif penggunaan media kampus diartikan sebagai alasan atau dorongan yang melatarbelakangi mahasiswa FISIP Universitas Lampung dalam mengakses pemberitaan media kampus. Mahasiswa dapat terdorong oleh kebutuhan untuk memperoleh informasi akademik, memahami kebijakan fakultas, mengikuti perkembangan kegiatan organisasi, maupun untuk merasa terlibat dalam dinamika kehidupan kampus.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketika motif penggunaan media terpenuhi, maka individu akan merasakan kepuasan atau peningkatan pemahaman terhadap isu yang dikonsumsi. Oleh karena itu, semakin kuat motif mahasiswa dalam mengakses media kampus, semakin besar kemungkinan media tersebut berperan dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman mahasiswa terhadap isu-isu yang berkembang di lingkungan universitas.

Dalam konteks media kampus, motif bukan sekadar alasan penggunaan media, melainkan menjadi faktor penting yang menjelaskan bagaimana dan mengapa mahasiswa memilih untuk mengakses media kampus serta bagaimana media tersebut berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman dan keterlibatan mahasiswa terhadap isu-isu kampus.

2.4 Salience Isu

Salience isu merujuk pada tingkat penonjolan dan kepentingan suatu isu dalam persepsi publik. Dalam teori agenda setting, saliience dipahami sebagai hasil dari proses seleksi dan penekanan media terhadap isu-isu tertentu, sehingga isu yang lebih sering muncul dan ditampilkan secara menonjol akan dianggap lebih penting oleh masyarakat. McCombs menjelaskan bahwa saliience tidak hanya berkaitan dengan keberadaan isu di media, tetapi juga dengan intensitas, frekuensi, dan posisi pemberitaan yang membentuk fokus perhatian publik (*McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2015*).

Saliience isu memiliki implikasi penting dalam pembentukan opini publik dan pengambilan kebijakan. Isu dengan tingkat saliience tinggi cenderung menjadi prioritas dalam diskursus publik serta memengaruhi evaluasi masyarakat terhadap aktor politik dan kinerja pemerintah. Penelitian agenda setting menunjukkan bahwa saliience sering kali terbentuk melalui akumulasi liputan media dalam kurun waktu tertentu, bukan hanya dari satu atau dua pemberitaan, sehingga efeknya bersifat bertahap dan berkelanjutan (Salwen, 1988).

Dalam perkembangan media kontemporer, saliience isu juga dipengaruhi oleh media sosial. Paparan insidental terhadap berita yang dibagikan dalam jejaring sosial dapat meningkatkan persepsi kepentingan suatu isu, bahkan pada individu yang sebelumnya kurang tertarik pada isu politik. Dengan demikian, saliience isu saat ini merupakan hasil interaksi antara media massa, media digital, dan karakteristik audiens, bukan semata-mata dominasi satu saluran komunikasi (Feezell, 2018).

2.4.1 Bentuk dan Dimensi Salience Isu

Menurut McCombs dan Shaw (1972), saliience isu berkaitan dengan tingkat kepentingan suatu isu sebagaimana dipersepsikan oleh publik, yang terbentuk melalui proses agenda setting media. Pengetahuan saliience isu pada individu tidak muncul secara tunggal, melainkan dapat dipahami melalui beberapa dimensi utama yang menggambarkan bagaimana seseorang mengenali, menilai, dan memprioritaskan suatu isu. Dimensi-dimensi ini menunjukkan sejauh mana suatu isu menjadi menonjol dalam kesadaran kognitif individu (McCombs, 2015).

1. Kesadaran Isu (Issue Awareness)

Kesadaran isu merujuk pada kemampuan individu untuk mengenali dan mengetahui keberadaan suatu isu. Individu yang memiliki pengetahuan saliience tinggi umumnya mampu menyebutkan isu-isu tertentu sebagai isu penting dalam masyarakat. Kesadaran ini sangat dipengaruhi oleh intensitas dan kontinuitas pemberitaan media, di mana isu yang sering muncul akan lebih mudah diingat dan dikenali publik.

2. Persepsi Kepentingan (Perceived Importance)

Dimensi ini berkaitan dengan penilaian subjektif individu mengenai seberapa penting suatu isu dibandingkan isu lainnya. Saliience isu tercermin ketika individu menempatkan isu tertentu sebagai prioritas utama dalam pikirannya (Salwen, 1988).

3. Prioritas Isu (Issue Priority)

Prioritas isu menunjukkan tingkat urgensi suatu isu dalam agenda pribadi individu. Isu dengan saliience tinggi tidak hanya diketahui dan dianggap penting, tetapi juga menjadi bahan pertimbangan utama dalam diskusi, sikap, maupun pengambilan keputusan. Dalam konteks media modern, prioritas isu juga dapat terbentuk melalui paparan insidental di media sosial, yang memperkuat penonjolan isu meskipun individu tidak secara aktif mencari informasi (Feezell, 2018).

2.4.2 Tujuan dan Peran Pengetahuan Saliency Isu

Pengetahuan saliency isu memiliki tujuan utama untuk membantu individu memahami isu-isu apa yang dianggap penting dalam kehidupan sosial dan politik. Dalam kerangka teori agenda setting, pengetahuan ini berfungsi sebagai mekanisme kognitif yang memungkinkan individu menyusun prioritas terhadap berbagai isu yang hadir di ruang publik. McCombs dan Shaw menegaskan bahwa melalui proses penonjolan isu oleh media, publik tidak hanya mengetahui suatu isu, tetapi juga belajar menilai tingkat kepentingannya dibandingkan isu lain (Mccombs & Shaw, 1972; *McCombs, 2015*).

Selain itu, pengetahuan saliency isu berperan penting dalam pembentukan opini publik dan sikap individu. Isu yang memiliki saliency tinggi cenderung lebih sering dipikirkan, dibicarakan, dan digunakan sebagai dasar penilaian terhadap aktor maupun kebijakan publik. Penelitian menunjukkan bahwa akumulasi liputan media terhadap suatu isu dapat meningkatkan tingkat kepentingan isu tersebut dalam benak publik, sehingga memengaruhi bagaimana individu mengevaluasi realitas sosial dan politik (*Salwen, 1988*).

Di era media digital, pengetahuan saliency isu juga berperan dalam memfasilitasi partisipasi dan kesadaran sosial, terutama melalui media sosial. Paparan insidental terhadap isu-isu yang sering dibagikan dalam jejaring sosial dapat meningkatkan kepedulian dan perhatian individu, bahkan pada kelompok yang sebelumnya kurang tertarik pada isu publik. Feezell, J. T. (2018) menunjukkan bahwa proses ini memperluas peran agenda setting, di mana pengetahuan saliency isu tidak hanya dibentuk oleh media arus utama, tetapi juga oleh interaksi sosial di platform digital.

2.4.3 Pengetahuan Saliency Isu dalam Konteks Media Kampus

Dalam konteks media kampus, pengetahuan saliency isu berperan penting dalam membentuk kesadaran dan prioritas mahasiswa terhadap isu-isu internal maupun eksternal kampus. Media kampus, seperti buletin, majalah, portal berita daring, dan media sosial kampus, berfungsi sebagai sumber informasi utama yang menyoroti berbagai isu akademik, kebijakan kampus, kegiatan kemahasiswaan,

hingga isu sosial yang relevan dengan dunia mahasiswa. Mengacu pada isu-isu yang lebih sering dan lebih menonjol diberitakan oleh media kampus cenderung dianggap lebih penting oleh mahasiswa (*McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2015*).

Pengetahuan salience isu dalam media kampus juga berperan dalam membentuk sikap kritis dan partisipasi mahasiswa. Ketika media kampus secara konsisten menyoroti isu tertentu—misalnya kebijakan akademik, transparansi kelembagaan, atau isu kesejahteraan mahasiswa—maka isu tersebut berpotensi menjadi agenda publik di lingkungan kampus. Akumulasi pemberitaan dari waktu ke waktu dapat meningkatkan persepsi kepentingan isu tersebut, sehingga mahasiswa lebih terdorong untuk mendiskusikan, menyikapi, atau terlibat dalam aksi kolektif (*Salwen, 1988*).

Selain itu, perkembangan media sosial kampus memperkuat peran pengetahuan salience isu melalui paparan insidental dan interaksi sosial antar mahasiswa. Isu yang dibagikan ulang, dikomentari, atau diviralkan di media sosial kampus dapat meningkatkan tingkat penonjolan isu, bahkan bagi mahasiswa yang tidak secara aktif mencari informasi. Penelitian menunjukkan bahwa mekanisme ini efektif meningkatkan salience isu pada kelompok dengan minat awal yang rendah (*Feezell, 2017*).

2.5 Media Kampus

Media kampus merupakan salah satu bentuk media massa yang dikelola oleh mahasiswa dan hadir di lingkungan perguruan tinggi sebagai bagian dari dinamika kehidupan akademik. Media kampus berfungsi sebagai wadah ekspresi mahasiswa, sarana penyebaran informasi, media pendidikan, serta alat kontrol sosial terhadap kebijakan dan realitas yang terjadi di dalam maupun di sekitar kampus (*Hariani, 2018*).

Secara historis, media kampus atau pers mahasiswa (*persma*) memiliki peran strategis dalam perjalanan demokrasi di Indonesia. Pada masa sebelum dan selama Orde Baru, pers mahasiswa tampil sebagai media alternatif yang berani menyoroti kritik terhadap kekuasaan ketika pers umum berada dalam tekanan

politik dan ekonomi. Dalam konteks ini, pers mahasiswa berfungsi sebagai media pergerakan dan sarana perjuangan mahasiswa dalam menyuarakan kepentingan masyarakat marginal (Damayanti et al., 2012) .

Dalam perspektif komunikasi kritis, media kampus dipandang sebagai institusi yang relatif independen karena tidak terikat secara langsung dengan kepentingan modal maupun pemerintah. Oleh karena itu, media kampus memiliki ruang yang lebih luas untuk menyuarakan isu-isu kampus, kepentingan mahasiswa, serta persoalan sosial yang sering kali tidak mendapat ruang di media arus utama. Hal ini menempatkan media kampus sebagai laboratorium demokrasi yang menumbuhkan kesadaran kritis mahasiswa (Damayanti et al., 2012) .

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media kampus mengalami transformasi yang signifikan, khususnya dengan hadirnya media digital dan media online. Media kampus tidak lagi terbatas pada media cetak seperti buletin, tabloid, atau majalah, tetapi juga berkembang dalam bentuk situs web dan platform digital. Digitalisasi media kampus memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat, luas, dan interaktif (Emeraldien1, 2022).

Media kampus berbasis online memiliki keunggulan dalam hal kecepatan penyajian berita, kemudahan akses, serta fleksibilitas dalam penyajian konten. Informasi dapat dipublikasikan secara real time dan diakses oleh mahasiswa kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini menjadikan media kampus online sebagai salah satu sumber informasi utama bagi mahasiswa, khususnya dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik dan kegiatan kemahasiswaan (Hariani, 2018).

Meskipun demikian, media kampus juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya partisipasi mahasiswa, tekanan struktural dari birokrasi kampus, serta kecenderungan pragmatisme dalam pengelolaan redaksi. Tantangan-tantangan tersebut menuntut media kampus untuk terus beradaptasi, meningkatkan profesionalisme jurnalistik, dan memperkuat strategi komunikasi digital agar tetap relevan dan berdaya guna di lingkungan kampus (Damayanti et al., 2012; Emeraldien et al., 2022) .

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, metode kuantitatif merupakan metode ilmiah (*scientific method*) yang berlandaskan pada filsafat positivisme, di mana realitas sosial dianggap bersifat objektif, terukur, dan dapat diuji secara empiris. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang terstandar, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pendekatan eksplanatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*) yang diidentifikasi secara teoritis. Pendekatan ini tidak hanya berupaya menggambarkan fenomena sosial, tetapi juga menguji secara empiris pengaruh antarvariabel, sehingga hasil penelitian dapat menjelaskan seberapa besar pengaruh dan arah hubungan di antara keduanya.

Dalam konteks penelitian ini:

- **Variabel X (*independen*): Motif penggunaan media kampus**, yang dioperasionalkan melalui empat dimensi utama berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan mahasiswa dalam mengakses pemberitaan media kampus.
- **Variabel Y (*dependen*): Pengetahuan salience isu mahasiswa**, yaitu tingkat kesadaran mahasiswa terhadap isu-isu kampus, kemampuan menilai kepentingan isu, serta memprioritaskan isu-isu yang berkembang di lingkungan akademik, baik yang berkaitan dengan kebijakan fakultas, kegiatan akademik, maupun dinamika organisasi dan sosial kemahasiswaan.

Pendekatan eksplanatif ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan sebab-akibat antara motif penggunaan media kampus dan tingkat pengetahuan salience isu mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar bersifat deskriptif, melainkan berorientasi pada pengujian hipotesis dan pembuktian empiris teori komunikasi massa, khususnya *Uses and Gratifications Theory* yang menekankan peran aktif individu dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973).

Selain itu, penelitian eksplanatif juga berfungsi untuk mengetahui arah hubungan antarvariabel, apakah positif atau negatif, serta besar pengaruhnya secara statistik. Melalui analisis kuantitatif seperti uji korelasi dan regresi linier sederhana, peneliti dapat mengukur sejauh mana motif penggunaan media kampus berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan mahasiswa mengenai isu-isu penting di kampus.

Dengan demikian, tipe penelitian ini bersifat verifikatif, karena berupaya menguji teori yang sudah ada melalui pengumpulan data lapangan. Penelitian dilakukan secara sistematis, objektif, dan terukur untuk memperoleh hasil yang dapat digeneralisasikan pada populasi mahasiswa FISIP Universitas Lampung.

Sebagaimana dinyatakan oleh Sugiyono (2013:30), penelitian eksplanatif sangat tepat digunakan ketika peneliti bermaksud menguji hipotesis dan mencari hubungan sebab-akibat antarvariabel yang dapat diukur secara objektif dan numerik. Oleh karena itu, pendekatan ini sesuai untuk menguji sejauh mana motif penggunaan media kampus berperan dalam membentuk salience isu mahasiswa sebagai wujud fungsi informatif dan edukatif media di lingkungan akademik.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:38), variabel penelitian merupakan atribut, sifat, atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian kuantitatif, variabel memiliki fungsi penting untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) antara dua fenomena yang dapat diukur secara empiris, objektif, dan terstandar.

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

1. Variabel Independen (X): Motif Penggunaan Media Kampus

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau diduga menjadi penyebab munculnya perubahan terhadap variabel lain (Sugiyono, 2013:39). Dalam konteks penelitian ini, variabel independen adalah motif penggunaan media kampus, yang diartikan sebagai alasan atau dorongan yang melatarbelakangi mahasiswa dalam mengakses dan menggunakan pemberitaan yang diproduksi oleh media kampus, baik melalui media daring, media sosial, maupun publikasi cetak di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Secara konseptual, motif penggunaan media merujuk pada kebutuhan psikologis dan sosial yang mendorong individu dalam memilih dan menggunakan media tertentu. Konsep ini berakar pada *Uses and Gratifications Theory* yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, & Gurevitch (1973), yang memandang khalayak sebagai individu aktif yang secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasional, identitas pribadi, integrasi sosial, maupun hiburan.

Mahasiswa sebagai khalayak aktif memiliki kebebasan dalam menentukan media apa yang digunakan dan untuk tujuan apa media tersebut diakses. Oleh karena itu,

penggunaan media kampus oleh mahasiswa tidak terjadi secara kebetulan, melainkan didorong oleh kebutuhan tertentu yang ingin dipenuhi.

Dalam penelitian ini, variabel motif penggunaan media kampus diukur melalui empat dimensi utama yang diadaptasi dari klasifikasi kebutuhan dalam teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

a. Motif Informasi

Motif informasi berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan, memahami peristiwa, serta mengikuti perkembangan isu-isu kampus.

Indikator:

1. Keinginan memperoleh informasi terbaru mengenai kebijakan fakultas.
2. Kebutuhan mengetahui kegiatan akademik dan organisasi mahasiswa.
3. Upaya memahami isu-isu penting yang berkembang di lingkungan kampus.

b. Motif Identitas Pribadi

Motif identitas pribadi berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa untuk memperkuat nilai, sikap, dan pemahaman diri sebagai bagian dari civitas akademika.

Indikator:

1. Menggunakan media kampus untuk membentuk atau memperkuat sikap terhadap isu kampus.
2. Mencari referensi untuk menilai benar atau tidaknya suatu kebijakan.
3. Menjadikan pemberitaan kampus sebagai bahan refleksi diri.

c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Motif ini berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa untuk menjalin hubungan sosial serta merasa menjadi bagian dari komunitas kampus.

Indikator:

1. Mengakses berita kampus untuk dapat berdiskusi dengan teman atau dosen.
2. Mengikuti isu kampus agar tetap relevan dalam percakapan sosial.
3. Merasa terlibat dalam dinamika kehidupan kampus.

d. Motif Hiburan

Motif hiburan berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh kesenangan, relaksasi, atau pengalihan dari rutinitas akademik.

Indikator:

1. Mengakses konten media kampus yang bersifat ringan atau menarik.
2. Menggunakan media kampus sebagai selingan dari aktivitas perkuliahan.
3. Merasa terhibur oleh konten tertentu yang dipublikasikan.

Keempat dimensi tersebut memungkinkan pengukuran yang komprehensif terhadap dorongan internal mahasiswa dalam menggunakan media kampus secara kuantitatif. Semakin kuat motif pada dimensi-dimensi tersebut, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk mengakses media kampus dan semakin besar pula potensi pengaruhnya terhadap peningkatan pengetahuan salience isu mahasiswa.

2. Variabel Dependen (Y): Pengetahuan *Salience Isu* Mahasiswa

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen (Sugiyono, 2013:39). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah pengetahuan salience isu mahasiswa, yaitu sejauh mana mahasiswa memiliki kesadaran, penilaian terhadap tingkat kepentingan, serta prioritas terhadap isu-isu yang berkembang di lingkungan kampus, baik yang berkaitan dengan kebijakan akademik, kegiatan organisasi kemahasiswaan, maupun dinamika sosial mahasiswa.

Menurut McCombs dan Shaw (1972), *salience* isu berkaitan dengan tingkat kepentingan suatu isu sebagaimana dipersepsikan oleh publik, yang terbentuk melalui proses *agenda setting* media. Media berperan dalam menonjolkan isu-isu tertentu sehingga isu tersebut menjadi lebih mudah dikenali, dianggap penting, dan diprioritaskan oleh khalayak. McCombs (2015) menjelaskan bahwa *salience* tidak hanya berkaitan dengan keberadaan isu, tetapi juga bagaimana isu tersebut masuk ke dalam agenda kognitif individu.

Dalam konteks penelitian ini, pembentukan *salience* isu tidak semata-mata dipahami sebagai akibat dari paparan media, tetapi juga dipengaruhi oleh motif mahasiswa dalam menggunakan media kampus, sebagaimana dijelaskan dalam *Uses and Gratifications Theory* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Mahasiswa sebagai khalayak aktif secara sadar memilih dan menggunakan media kampus berdasarkan kebutuhan informasional, identitas pribadi, maupun kebutuhan integrasi sosial. Ketika motif penggunaan media kuat terutama motif informasi dan integrasi sosial mahasiswa cenderung lebih memperhatikan, memahami, dan memaknai isu yang diberitakan.

Dengan demikian, pengetahuan *salience* isu mahasiswa dipahami sebagai hasil dari proses kognitif yang melibatkan pengenalan isu, penilaian kepentingan, dan penentuan prioritas isu dalam kesadaran individu.

Variabel pengetahuan *salience* isu dalam penelitian ini diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu:

a. Kesadaran Isu (*Issue Awareness*)

Kesadaran isu menunjukkan sejauh mana mahasiswa mengenali dan mengetahui keberadaan isu-isu kampus yang diberitakan oleh media kampus. Dimensi ini menekankan aspek pengenalan serta pemahaman awal terhadap isu.

Indikator:

1. Kemampuan mahasiswa mengenali isu-isu yang diberitakan oleh media kampus.

2. Kemampuan mengingat dan menjelaskan kembali pokok isi berita kampus.
3. Pemahaman terhadap konteks dan latar belakang isu kampus.

b. Persepsi Kepentingan (*Perceived Importance*)

Persepsi kepentingan menggambarkan penilaian subjektif mahasiswa mengenai tingkat pentingnya suatu isu dibandingkan isu lainnya. Saliency isu tercermin ketika mahasiswa menganggap isu tertentu lebih penting dan relevan bagi kehidupan kampus (Salwen, 1988).

Indikator:

1. Penilaian mahasiswa terhadap tingkat kepentingan isu yang diberitakan.
2. Anggapan mahasiswa mengenai relevansi isu terhadap kepentingan akademik dan kemahasiswaan.
3. Keyakinan bahwa isu tersebut berdampak pada kehidupan kampus.

c. Prioritas Isu (*Issue Priority*)

Prioritas isu menunjukkan sejauh mana mahasiswa menempatkan isu kampus sebagai isu yang mendesak dan layak diprioritaskan dalam perhatian, diskusi, maupun sikap. Isu dengan saliency tinggi tidak hanya diketahui dan dianggap penting, tetapi juga menjadi bahan pertimbangan utama dalam pembentukan sikap (Feezell, 2017).

Indikator:

1. Kecenderungan mahasiswa menjadikan isu kampus sebagai bahan diskusi utama.
2. Kemampuan mahasiswa membedakan isu yang perlu diprioritaskan dan yang kurang penting.
3. Kecenderungan memberikan perhatian lebih terhadap isu tertentu dibanding isu lainnya.

Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin (1–5), mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”, untuk menilai sejauh mana mahasiswa menunjukkan tingkat kesadaran, penilaian kepentingan, dan prioritas terhadap isu kampus.

Dengan demikian, variabel pengetahuan salience isu dalam penelitian ini tidak hanya menggambarkan tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap isu kampus, tetapi juga mencerminkan bagaimana isu tersebut menempati posisi penting dalam agenda pemikiran mahasiswa sebagai hasil dari penggunaan media kampus yang didorong oleh motif tertentu.

3. Hubungan Antara Variabel Penelitian

Secara konseptual, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa motif penggunaan media kampus (X) yang terdiri atas empat dimensi utama, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan, diduga berpengaruh terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa (Y) yang mencakup tiga dimensi, yaitu kesadaran isu, persepsi kepentingan, dan prioritas isu.

Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat dorongan mahasiswa untuk menggunakan media kampus baik untuk memperoleh informasi, memperkuat identitas diri, menjalin interaksi sosial, maupun memperoleh hiburan maka semakin tinggi pula kesadaran mahasiswa terhadap isu-isu kampus, semakin kuat penilaian mahasiswa mengenai pentingnya isu tersebut, serta semakin besar kecenderungan mahasiswa menempatkan isu kampus sebagai prioritas dalam perhatian dan pemikiran mereka.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973), individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Ketika kebutuhan tersebut berkaitan dengan pencarian informasi dan keterlibatan sosial, maka media berpotensi menjadi sumber utama dalam membentuk pemahaman dan kesadaran terhadap isu tertentu. Motif penggunaan media

kampus menjadi faktor penting dalam menjelaskan bagaimana mahasiswa memperoleh dan memaknai isu-isu yang berkembang di lingkungan akademik.

Motif informasi, misalnya, mendorong mahasiswa untuk mencari dan memahami berita kampus secara lebih mendalam, sehingga meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap isu yang diberitakan. Motif identitas pribadi dapat memengaruhi cara mahasiswa menilai kepentingan suatu isu sesuai dengan nilai dan sikap yang mereka anut. Sementara itu, motif integrasi dan interaksi sosial memungkinkan mahasiswa menggunakan isu kampus sebagai bahan diskusi dan partisipasi sosial, yang pada akhirnya dapat meningkatkan prioritas isu dalam perhatian mereka.

Motif penggunaan media kampus tidak hanya menjelaskan alasan mahasiswa mengakses media, tetapi juga berperan sebagai determinan dalam pembentukan pengetahuan salience isu mahasiswa di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

3.3 Definisi Konseptual

Secara teoritis, motif merupakan dorongan atau alasan yang melatarbelakangi individu dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory* yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973), khalayak dipandang sebagai individu yang aktif, rasional, dan selektif dalam memilih media. Individu menggunakan media berdasarkan kebutuhan informasional, afektif, personal, maupun sosial yang ingin dipenuhi.

Dalam konteks penelitian ini, motif penggunaan media kampus didefinisikan sebagai alasan atau dorongan yang melatarbelakangi mahasiswa FISIP Universitas Lampung dalam mengakses dan menggunakan pemberitaan yang dipublikasikan oleh media kampus. Media kampus berfungsi sebagai saluran informasi akademik, sosial, dan kelembagaan yang memuat berbagai isu terkait kebijakan fakultas, kegiatan mahasiswa, serta dinamika kehidupan kampus.

Mahasiswa tidak sekadar menjadi penerima pesan, tetapi secara sadar memilih media kampus karena dianggap relevan dengan kebutuhan mereka, baik untuk memperoleh informasi, memperkuat identitas diri, menjalin interaksi sosial, maupun mendapatkan hiburan.

Menurut Sugiyono (2013), setiap konsep dalam penelitian kuantitatif harus dijelaskan secara konseptual dan dapat dioperasionalkan menjadi indikator terukur. Oleh karena itu, variabel motif penggunaan media kampus dijabarkan ke dalam empat dimensi utama yang merujuk pada klasifikasi kebutuhan dalam teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

1. Motif Informasi

Motif yang berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan, memahami isu-isu kampus, serta mengikuti perkembangan kebijakan dan kegiatan akademik.

2. Motif Identitas Pribadi

Motif yang berkaitan dengan kebutuhan untuk memperkuat nilai, sikap, dan pemahaman diri sebagai bagian dari civitas akademika.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Motif yang berkaitan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial, berdiskusi, serta merasa menjadi bagian dari komunitas kampus.

4. Motif Hiburan

Motif yang berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh kesenangan, relaksasi, atau pengalihan dari aktivitas akademik.

Keempat dimensi tersebut membentuk ukuran konseptual mengenai alasan mahasiswa dalam menggunakan media kampus. Semakin kuat dorongan pada dimensi-dimensi tersebut, semakin tinggi tingkat motif penggunaan media kampus (X) yang dimiliki mahasiswa.

2. Pengetahuan Salience Isu (Y)

Dalam penelitian ini, pengetahuan salience isu merujuk pada sejauh mana mahasiswa menyadari keberadaan isu, menilai tingkat kepentingannya, serta memprioritaskan isu-isu yang diberitakan oleh media kampus. Istilah *salience* menggambarkan tingkat penonjolan suatu isu dalam kesadaran individu, yaitu sejauh mana isu tersebut dianggap penting dan relevan dibandingkan isu lainnya.

Konsep ini berkaitan dengan teori *Agenda Setting* yang menjelaskan bahwa media memiliki kemampuan untuk menonjolkan isu tertentu sehingga isu tersebut dianggap penting oleh khalayak. Namun, berbeda dengan pendekatan klasik yang menekankan pada paparan semata, dalam penelitian ini proses pembentukan salience isu dipahami dalam kerangka khalayak aktif sebagaimana dijelaskan dalam *Uses and Gratifications Theory*. Mahasiswa tidak hanya menerima isu yang disajikan media kampus, tetapi secara aktif memilih, mengakses, dan memaknai informasi sesuai dengan motif penggunaan media yang mereka miliki.

Ketika mahasiswa memiliki motif informasi yang kuat, misalnya, mereka cenderung lebih memperhatikan isu-isu akademik dan kebijakan fakultas. Motif identitas pribadi dapat memengaruhi cara mahasiswa menilai relevansi isu terhadap nilai dan sikap mereka. Sementara motif integrasi sosial mendorong mahasiswa menggunakan isu kampus sebagai bahan diskusi dan partisipasi sosial. Dengan demikian, pembentukan salience isu tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan isu di media, tetapi juga oleh dorongan internal mahasiswa dalam menggunakan media kampus.

Mengacu pada konseptualisasi variabel menurut Sugiyono (2013) serta konsep salience isu dalam teori agenda setting, pengetahuan salience isu dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. Kesadaran Isu (*Issue Awareness*)

Kemampuan mahasiswa untuk mengenali dan mengetahui keberadaan isu-isu yang diberitakan oleh media kampus. Aspek ini mencerminkan tingkat

pengenalan serta pemahaman awal mahasiswa terhadap isu yang berkembang di lingkungan akademik.

2. Persepsi Kepentingan (*Perceived Importance*)

Penilaian subjektif mahasiswa mengenai tingkat pentingnya suatu isu dibandingkan isu lainnya. Aspek ini menunjukkan sejauh mana mahasiswa menganggap isu yang diberitakan relevan dan bermakna bagi kehidupan akademik dan kemahasiswaan.

3. Prioritas Isu (*Issue Priority*)

Kemampuan mahasiswa untuk menempatkan isu tertentu sebagai isu yang perlu mendapat perhatian utama, dipikirkan, atau dibahas lebih lanjut. Aspek ini mencerminkan tingkat urgensi isu dalam agenda pribadi mahasiswa.

Ketiga indikator tersebut menggambarkan proses kognitif mahasiswa dalam membentuk pengetahuan salience isu secara menyeluruh. Semakin kuat motif mahasiswa dalam menggunakan media kampus terutama motif informasi dan integrasi sosial semakin tinggi pula tingkat kesadaran mereka terhadap isu, semakin kuat penilaian mengenai kepentingan isu tersebut, serta semakin besar kecenderungan mahasiswa memprioritaskan isu-isu yang relevan dengan kehidupan akademik dan sosial di lingkungan kampus.

3.4 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013:60), definisi operasional menjelaskan cara peneliti mengoperasionalkan variabel penelitian secara empiris agar dapat diukur menggunakan instrumen penelitian. Dengan demikian, setiap variabel yang telah dijelaskan secara konseptual perlu dijabarkan ke dalam indikator-indikator yang dapat diobservasi dan dinilai melalui kuesioner.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X

Variabel	Dimensi	Pernyataan Kuesioner	Skala
Motif Penggunaan Media Kampus (X)	Motif Informasi	1. Saya mengakses media kampus untuk mengetahui kebijakan fakultas.	1-5
		2. Saya mengikuti berita kampus untuk mengetahui kegiatan akademik.	1-5
		3. Media kampus membantu saya memahami isu-isu yang sedang berkembang.	1-5
		4. Saya menggunakan media kampus untuk memperoleh informasi terbaru.	1-5
		5. Saya merasa media kampus penting sebagai sumber informasi kampus.	1-5
	Motif Identitas Pribadi	1. Berita kampus membantu saya membentuk sikap terhadap isu kampus.	1-5
		2. Saya menggunakan media kampus sebagai referensi dalam menilai suatu isu.	1-5
		3. Media kampus membantu saya memahami peran saya sebagai mahasiswa.	1-5
		4. Saya merasa pemberitaan kampus sesuai dengan nilai yang saya yakini.	1-5
		5. Informasi dari media kampus memengaruhi cara pandang saya terhadap kebijakan kampus.	1-5
	Motif Integrasi & Interaksi Sosial	1. Saya mengakses media kampus agar dapat berdiskusi dengan teman.	1-5
		2. Media kampus membantu saya tetap terhubung dengan lingkungan kampus.	1-5
		3. Saya mengikuti isu kampus agar tidak tertinggal informasi dalam pergaulan.	1-5
		4. Saya membagikan berita kampus kepada teman atau melalui media sosial.	1-5
		5. Saya merasa lebih terlibat dalam kehidupan kampus melalui media kampus	1-5
	Motif Hiburan	1. Saya mengakses media kampus untuk mendapatkan konten yang menarik	1-5
		2. Media kampus menjadi selingan	1-5

Variabel	Dimensi	Pernyataan Kuesioner	Skala
		dari aktivitas perkuliahan.	
		3. Saya menikmati konten ringan yang dipublikasikan media kampus.	1-5
		4. Saya merasa terhibur dengan beberapa pemberitaan kampus.	1-5
		5. Media kampus membantu saya mengurangi kejenuhan akademik	1-5

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Y

Variabel	Dimensi	Pernyataan Kuesioner	Skala
Pengetahuan Saliency Isu Mahasiswa (Y)	Kesadaran Isu (Issue Awareness)	1. Saya mengetahui isu-isu kampus yang sedang diberitakan oleh media kampus.	1-5
		2. Saya memahami pokok permasalahan dari isu kampus yang diberitakan media kampus.	1-5
		3. Saya dapat mengingat kembali isu kampus yang pernah saya baca di media kampus.	1-5
		4. Informasi dari media kampus membantu saya mengenali isu-isu yang terjadi di lingkungan kampus.	1-5
		5. Saya menyadari perkembangan isu kampus setelah membaca pemberitaan media kampus.	1-5
	Persepsi Kepentingan (Perceived Importance)	1. Isu-isu yang diberitakan media kampus menurut saya penting untuk diketahui mahasiswa.	1-5
		2. Isu kampus yang diberitakan media kampus relevan dengan kehidupan akademik saya.	1-5
		3. Saya menilai isu kampus yang diberitakan dapat berdampak pada mahasiswa.	1-5
		4. Dibandingkan isu lain, isu kampus memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi saya.	1-5
		5. Saya merasa isu kampus yang diberitakan media kampus bermakna bagi saya sebagai mahasiswa.	1-5
	Prioritas Isu (Issue Priority)	1. Isu kampus menjadi salah satu perhatian utama saya sebagai mahasiswa.	1-5

Variabel	Dimensi	Pernyataan Kuesioner	Skala
		2. Saya menganggap isu kampus perlu mendapat perhatian lebih dibandingkan isu lainnya.	1–5
		3. Saya sering menjadikan isu kampus sebagai bahan diskusi dengan teman atau lingkungan sekitar.	1–5
		4. Isu kampus memengaruhi cara saya berpikir atau bersikap sebagai mahasiswa.	1–5
		5. Saya dapat membedakan isu kampus yang perlu diprioritaskan dan yang kurang penting	1–5

3.5 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian kuantitatif harus memiliki kesamaan ciri yang relevan dengan tujuan penelitian agar hasilnya dapat digeneralisasikan.

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung yang menjadi pembaca atau pengguna media kampus

Data mengenai jumlah mahasiswa aktif FISIP Universitas Lampung diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung tahun 2024, yaitu sebanyak 5.462 mahasiswa. Jumlah ini mencakup seluruh mahasiswa aktif dari Sembilan program studi.

Populasi ini dipilih karena mahasiswa FISIP merupakan bagian dari komunitas akademik yang memiliki akses langsung terhadap media kampus, baik melalui kanal cetak, website, maupun media sosial. Selain itu, mahasiswa FISIP juga merupakan kelompok yang relevan dengan fokus penelitian ini karena memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dalam isu-isu sosial, politik, dan komunikasi di lingkungan kampus.

3.6 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel digunakan apabila populasi penelitian terlalu besar sehingga tidak memungkinkan peneliti meneliti seluruh populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus mampu mewakili populasi sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara tepat.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun akademik 2022–2025 yang berjumlah 5.462 mahasiswa berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung tahun 2024.

Karena jumlah populasi tersebut cukup besar, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2013:87), yaitu:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (error tolerance)

Dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,10), maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{5462}{1 + (5462 \times 0,10^2)} = \frac{5462}{1 + 54,62} = \frac{5462}{55,62} = 98,2$$

Hasil perhitungan tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden agar memudahkan dalam proses pembagian sampel serta pengolahan data penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden untuk kebutuhan analisis penelitian, dengan teknik purposive sampling sesuai kriteria responden yang telah ditentukan untuk menggambarkan populasi sebanyak 5.462 mahasiswa dengan tingkat kesalahan 10% dan tingkat kepercayaan sebesar 90%.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Metode ini dipilih karena peneliti menetapkan kriteria tertentu dalam menentukan responden yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2013), purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini responden dipilih dari mahasiswa aktif di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang pernah mengakses media kampus serta mengetahui informasi mengenai isu mahasiswa. Kriteria tersebut digunakan agar responden memiliki pengalaman langsung dalam mengonsumsi informasi dari media kampus sehingga dapat memberikan jawaban yang relevan terhadap variabel penelitian yang dikaji.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden. Penentuan jumlah tersebut mempertimbangkan keterbatasan waktu penelitian serta kebutuhan analisis data kuantitatif yang tetap memungkinkan dilakukannya pengolahan statistik secara memadai. Dalam proses pengambilan sampel, mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi menjadi responden dengan jumlah terbanyak yaitu 24 orang, karena mahasiswa pada program studi tersebut memiliki keterkaitan yang lebih erat dengan bidang komunikasi dan media sehingga dianggap memiliki pemahaman yang lebih relevan terhadap penggunaan media kampus.

Selain itu responden juga diambil dari program studi lain yang terdapat di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung agar

penelitian tetap memperoleh gambaran yang lebih beragam mengenai mahasiswa FISIP secara umum. Distribusi responden dalam penelitian ini disajikan pada tabel 3.5.

Tabel 3.3 Pembagian Responden Penelitian Tiap Program Studi

No	Program Studi	Jumlah Responden
1	Ilmu Komunikasi	24
2	Ilmu Pemerintahan	17
3	Ilmu Administrasi Negara	13
4	Ilmu Administrasi Bisnis	12
5	Hubungan Internasional	11
6	Sosiologi	9
7	D3 Perpustakaan	5
8	D3 Hubungan Masyarakat	5
9	D3 Perkantoran	4
	Total	100

Sumber : Diolah oleh peneliti (November, 2025)

Melalui teknik purposive sampling tersebut peneliti dapat memilih responden yang memenuhi kriteria penelitian serta memiliki pengalaman dalam mengakses media kampus. Distribusi responden dari berbagai program studi juga diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pandangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung terhadap isu yang diteliti secara lebih komprehensif.

3.7 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2013:137), sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian kuantitatif, sumber data digunakan untuk mengumpulkan informasi yang dapat diukur secara empiris guna menjawab

rumusan masalah dan menguji hipotesis. Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

3.7.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:138). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner menggunakan platform Google Form, yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung sebagai responden penelitian.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya (Sugiyono, 2013:141). Data ini tidak diperoleh langsung dari responden, melainkan dari dokumen, laporan, atau publikasi yang relevan dengan penelitian.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224), teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan terukur agar hasil yang diperoleh dapat dianalisis secara statistik dan menghasilkan kesimpulan yang objektif dan valid. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan pendekatan kuantitatif, di mana data diperoleh dari responden melalui instrumen terstruktur serta diperkuat dengan literatur ilmiah yang relevan.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan dua teknik utama, yaitu kuesioner (angket) sebagai sumber data primer dan studi pustaka sebagai sumber data sekunder. Kedua teknik ini saling melengkapi: kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data empiris di lapangan secara langsung dari responden, sedangkan studi pustaka digunakan untuk memperkuat dasar teoritis dan memberikan konteks ilmiah bagi hasil penelitian.

3.8.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:230), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini digunakan karena sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang menuntut data bersifat terukur, sistematis, dan dapat dianalisis secara statistik. Dalam penelitian ini, kuesioner berfungsi sebagai instrumen utama untuk memperoleh data primer mengenai variabel motif penggunaan media kampus (X) dan pengetahuan salience isu mahasiswa (Y) pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dirumuskan dalam definisi operasional variabel. Untuk variabel motif penggunaan media kampus (X), butir pernyataan dirancang untuk mengukur empat dimensi utama berdasarkan teori (McQuail, D, 2011), yaitu:

1. Motif Informasi, yang mengukur dorongan mahasiswa dalam memperoleh informasi dan memahami isu-isu kampus.
2. Motif Identitas Pribadi, yang mengukur sejauh mana media kampus digunakan sebagai referensi dalam membentuk sikap dan pandangan terhadap isu kampus.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, yang menilai dorongan mahasiswa menggunakan media kampus untuk menjalin keterhubungan sosial dan berdiskusi mengenai isu kampus.
4. Motif Hiburan, yang mengukur penggunaan media kampus sebagai sarana relaksasi atau selingan dari aktivitas akademik.

Sementara itu, variabel pengetahuan salience isu (Y) (McCombs, 2015) diukur melalui tiga dimensi utama yaitu:

1. Kesadaran Isu (Issue Awareness), yang menunjukkan kemampuan mahasiswa mengenali dan mengetahui isu-isu yang diberitakan oleh media kampus.

2. Persepsi Kepentingan (Perceived Importance), yang mencerminkan penilaian mahasiswa terhadap tingkat pentingnya suatu isu dibandingkan isu lainnya di lingkungan kampus.
3. Prioritas Isu (Issue Priority), yang menggambarkan sejauh mana mahasiswa menempatkan isu tersebut sebagai isu yang perlu mendapat perhatian utama dalam kehidupan akademik dan kemahasiswaan.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin, di mana responden diminta memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan sesuai dengan tingkat persetujuan mereka. Skala jawaban terdiri dari: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5).

Penggunaan skala Likert dipilih karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan tingkat penilaian responden terhadap objek penelitian secara kuantitatif serta memudahkan proses analisis statistik.

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form, menyesuaikan dengan karakteristik responden yang merupakan mahasiswa aktif dan terbiasa dengan teknologi digital. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mengirimkan tautan formulir kepada mahasiswa, disertai penjelasan mengenai tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan data, serta petunjuk pengisian kuesioner.

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif FISIP Universitas Lampung yang pernah atau sedang menggunakan media kampus. Pengumpulan data dilakukan hingga jumlah responden mencapai 100 mahasiswa, sesuai dengan hasil perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%. Seluruh data yang masuk tersimpan secara otomatis dalam Google Drive peneliti dan selanjutnya diunduh dalam bentuk spreadsheet (Excel) untuk dilakukan proses *data cleaning* dan analisis menggunakan perangkat lunak statistik.

Metode kuesioner daring dipilih karena memiliki sejumlah keunggulan, antara lain efisiensi waktu dan biaya, jangkauan responden yang luas, serta kemampuan sistem dalam merekam data secara otomatis sehingga meminimalkan risiko kesalahan input. Selain itu, metode ini memberikan fleksibilitas bagi responden untuk mengisi kuesioner kapan saja dan di mana saja, sehingga diharapkan dapat menghasilkan jawaban yang lebih objektif dan akurat.

3.8.2 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, baik berupa buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dokumen institusi, maupun sumber resmi lainnya. Menurut Sugiyono (2013:291), studi pustaka berfungsi untuk memperkuat dasar teori, memperjelas variabel penelitian, serta memberikan kerangka konseptual yang akan digunakan dalam proses analisis data. Melalui studi pustaka, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai penelitian-penelitian terdahulu sehingga penelitian yang dilakukan memiliki landasan ilmiah yang kuat dan sistematis.

Dalam penelitian ini, studi pustaka dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang mendukung variabel motif penggunaan media kampus (X) dan pengetahuan salience isu mahasiswa (Y). Peneliti menelaah literatur yang berkaitan dengan McQuail, D (2011) dan *Uses and Gratifications Theory* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973) sebagai landasan konseptual variabel motif, serta teori *Agenda Setting* (McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2015) sebagai dasar konseptual dalam memahami pembentukan salience isu.

Berbagai penelitian terdahulu yang relevan, termasuk penelitian mengenai motif penggunaan media sosial, motif pencarian informasi, serta pengaruh penggunaan media terhadap kepuasan dan pemahaman isu, turut dikaji untuk memperkuat argumentasi teoritis penelitian ini. Kajian literatur tersebut membantu peneliti memahami bahwa mahasiswa sebagai khalayak aktif menggunakan media berdasarkan kebutuhan tertentu, dan bahwa isu yang dianggap penting oleh

mahasiswa terbentuk melalui proses kognitif yang dipengaruhi oleh penggunaan media.

Studi pustaka dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai pendukung teori, tetapi juga sebagai alat bantu dalam menganalisis hasil penelitian. Hasil tinjauan pustaka digunakan untuk menginterpretasikan temuan lapangan dan mengaitkannya dengan teori maupun penelitian sebelumnya, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif. Selain itu, studi pustaka membantu peneliti dalam mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*), merumuskan hipotesis, serta memperjelas kontribusi penelitian terhadap pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya dalam konteks penggunaan media kampus dan pembentukan salience isu mahasiswa.

3.9 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung, yang beralamat di Jalan Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No. 1, Gedong Meneng, Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi objek penelitian, yaitu mahasiswa FISIP yang menjadi khalayak utama media kampus sebagai sumber informasi seputar isu-isu kampus.

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Januari hingga Februari 2026, yang meliputi beberapa tahap kegiatan, yaitu persiapan penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form, pengumpulan data, dan analisis hasil penelitian.

Pemilihan waktu tersebut dipertimbangkan karena pada periode tersebut kegiatan perkuliahan sedang berlangsung aktif, sehingga memudahkan peneliti untuk menjangkau responden yang merupakan mahasiswa aktif FISIP Universitas Lampung.

3.10 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan langkah yang dilakukan setelah data dikumpulkan dari responden untuk kemudian diolah dan dianalisis agar

menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2013:247), pengolahan data bertujuan untuk menyusun data mentah menjadi informasi yang bermakna melalui proses pengkodean, tabulasi, dan analisis statistik.

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui kuesioner online menggunakan Google Form diunduh dalam bentuk file spreadsheet (Excel). Selanjutnya, peneliti melakukan pemeriksaan dan penyaringan data (*data cleaning*) untuk memastikan tidak terdapat data ganda, jawaban kosong, atau respons yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian. Setelah data dinyatakan lengkap dan layak dianalisis, langkah berikutnya adalah melakukan pengkodean (*coding*), yaitu memberikan kode angka pada setiap jawaban responden sesuai dengan skala Likert lima poin yang digunakan, mulai dari angka 1 untuk Sangat Tidak Setuju hingga angka 5 untuk Sangat Setuju.

Data yang telah dikodekan kemudian dimasukkan ke dalam program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk diolah secara statistik. Proses pengolahan meliputi tabulasi data, yaitu pengelompokan dan perhitungan frekuensi jawaban responden untuk setiap item pernyataan. Hasil tabulasi ini digunakan untuk mengetahui distribusi data serta menggambarkan kecenderungan jawaban responden terhadap variabel motif penggunaan media kampus (X) dan pengetahuan salience isu mahasiswa (Y).

Tahap berikutnya adalah penghitungan skor rata-rata (*mean*) dari setiap indikator dan dimensi untuk mengetahui tingkat motif penggunaan media kampus serta tingkat pengetahuan salience isu mahasiswa. Nilai rata-rata tersebut kemudian diinterpretasikan untuk melihat kecenderungan kategori rendah, sedang, atau tinggi.

Selanjutnya dilakukan analisis statistik inferensial, meliputi:

1. Uji Validitas, untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.
2. Uji Reliabilitas, untuk menguji konsistensi instrumen penelitian.

3. Uji Normalitas, untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak sebagai syarat dalam analisis regresi.
4. Uji Linieritas, untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat linier.
5. Uji Statistik Deskriptif, untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian seperti nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi.
6. Uji Regresi Linier Sederhana, untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y serta arah hubungan yang terbentuk.
7. Uji Signifikansi Parameter (Uji t), untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
8. Uji Koefisien Determinasi (R^2), untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel X dalam menjelaskan variabel Y.

Melalui tahapan tersebut, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan data, tetapi juga menguji secara empiris pengaruh motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa berdasarkan hasil analisis statistik yang objektif dan terukur.

3.11 Teknik Pemberian Skor

Teknik pemberian skor digunakan untuk mengubah jawaban responden dalam bentuk pernyataan kualitatif menjadi data kuantitatif yang dapat diolah secara statistik. Menurut Sugiyono (2013:133), pemberian skor dilakukan dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial.

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dalam kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin, di mana responden diminta memberikan penilaian sesuai dengan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan. Pemberian skor dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Kriteria Penelitian Kuesioner

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.12 Teknik Pengujian Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan dengan variabel penelitian. Agar hasil pengukuran dapat dipercaya, instrumen perlu diuji terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat keabsahan (validitas) dan keandalannya (reliabilitas).

Menurut Sugiyono (2013:267), pengujian instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta menghasilkan data yang konsisten apabila digunakan berulang kali. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan dua tahap pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan program SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

3.12.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013:268), item pernyataan dikatakan valid apabila memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Korelasi Product Moment Pearson, yaitu:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden

X = Skor setiap item pertanyaan

Y = Skor total variabel

Hasil uji validitas dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Jika r hitung $>$ r tabel (0,361) dan nilai signifikansi $<$ 0,05, maka butir pernyataan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung \leq r tabel, maka item dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam analisis selanjutnya.

3.12.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan berulang kali. Menurut Sugiyono (2013:270), reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan stabil dalam menghasilkan data.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yaitu:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)

k = Jumlah butir pertanyaan

$\Sigma\sigma_{\beta}^2$ = Jumlah varians tiap butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

Rumus ini digunakan untuk menghitung konsistensi internal antarbutir pernyataan dalam satu variabel. Penghitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Menurut Sugiyono (2013), kriteria tingkat reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Kriteria Tingkat reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha (α)	Kriteria Reliabilitas
0,00 – 0,20	Sangat rendah
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Cukup
0,61 – 0,80	Tinggi
0,81 – 1,00	Sangat tinggi

Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, yang menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

3.13 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi untuk memastikan bahwa data penelitian memenuhi persyaratan analisis statistik parametrik. Menurut Sugiyono (2013:275), uji asumsi klasik berfungsi untuk menguji kelayakan model regresi, agar hasil analisis yang diperoleh tidak menyimpang dan dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas, karena penelitian hanya menggunakan dua variabel (X dan Y) dengan analisis regresi linear sederhana. Kedua uji ini bertujuan untuk

memastikan bahwa data berdistribusi normal dan hubungan antara variabel bersifat linear.

3.13.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:276), data yang berdistribusi normal akan menghasilkan estimasi parameter yang lebih akurat dalam analisis regresi.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan bantuan program SPSS versi 25. Kriteria pengujiannya adalah:

- A. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- B. Jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.13.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) bersifat linear atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:278), hubungan yang linear menunjukkan bahwa perubahan pada variabel bebas akan diikuti oleh perubahan yang searah dan proporsional pada variabel terikat.

Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan dengan menggunakan uji ANOVA (Analysis of Variance) pada tabel Test for Linearity melalui program SPSS versi 25. Kriteria pengujian adalah:

- A. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dan Y bersifat linear.
- B. Jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$, maka hubungan antara variabel X dan Y tidak bersifat linear.

3.14 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah terakhir dalam penelitian untuk mengolah, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2013:277), analisis data dalam penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis melalui perhitungan statistik agar dapat diketahui hubungan antarvariabel secara objektif.

3.14.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian, seperti profil responden dan distribusi jawaban terhadap setiap variabel. Menurut Sugiyono (2013:278), statistik deskriptif berfungsi untuk mengorganisasi dan meringkas data numerik agar mudah dipahami melalui ukuran-ukuran seperti rata-rata (*mean*), persentase, dan frekuensi.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan terhadap hasil kuesioner yang diisi oleh 100 responden mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Data yang diperoleh diolah menggunakan program SPSS untuk mengetahui distribusi frekuensi, persentase jawaban, serta nilai rata-rata (*mean*) dari setiap indikator pada variabel penelitian.

Hasil analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat motif penggunaan media kampus (X) yang terdiri atas dimensi motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Selain itu, analisis deskriptif juga digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan salience isu mahasiswa (Y) yang meliputi dimensi kesadaran isu (*issue awareness*), persepsi kepentingan (*perceived importance*), dan prioritas isu (*issue priority*).

Data deskriptif ini memberikan pemahaman awal mengenai kecenderungan sikap dan penilaian responden sebelum dilakukan analisis inferensial, seperti uji korelasi dan regresi linier sederhana, untuk menguji pengaruh motif penggunaan media kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa.

3.14.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (2013:279), analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel bebas serta mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang ditimbulkan.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media kampus (X) terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa (Y).

Model regresi linier sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Pengetahuan Salience Isu Mahasiswa)

a = Konstanta regresi, yaitu nilai Y apabila X = 0

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan arah dan besarnya pengaruh variabel X terhadap Y

X = Variabel bebas (Motif Penggunaan Media Kampus)

Untuk memperoleh nilai konstanta (a) dan koefisien regresi (b), digunakan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{N(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{N}$$

Keterangan:

N = Jumlah responden

ΣX = Jumlah seluruh skor variabel bebas

ΣY = Jumlah seluruh skor variabel terikat

ΣXY = Jumlah hasil perkalian antara X dan Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dari skor variabel X

Koefisien regresi (b) menunjukkan arah hubungan antara variabel X dan Y . Jika nilai b bernilai positif, maka semakin tinggi motif penggunaan media kampus, semakin tinggi pula pengetahuan salience isu mahasiswa. Sebaliknya, jika b bernilai negatif, maka peningkatan motif penggunaan media kampus akan diikuti oleh penurunan pengetahuan salience isu mahasiswa.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh tersebut, digunakan uji t dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka variabel motif penggunaan media kampus berpengaruh secara signifikan terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa.

3.15 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X , Motif Penggunaan Media Kampus) terhadap variabel terikat (Y , pengetahuan salience isu mahasiswa). Menurut Sugiyono (2013:279), uji hipotesis dalam penelitian kuantitatif dilakukan untuk menguji kebenaran dugaan sementara yang telah dirumuskan berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu.

3.15.1 Uji Signifikansi Parameter (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (2013:281), uji t digunakan dalam analisis regresi linier sederhana untuk menguji signifikansi hubungan antara dua variabel.

Rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Keterangan:

t = nilai uji t

b = koefisien regresi

S_b = standar error dari koefisien regresi

Kriteria pengujian:

- A. Jika nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Motif Penggunaan Media Kampus terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa.
- B. Jika nilai Sig. \geq 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel.

3.15.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (2013:283), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat kecocokan model regresi terhadap data.

Rumus koefisien determinasi adalah:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi (dalam persentase)

R^2 = Nilai koefisien korelasi yang dikuadratkan

Interpretasi hasil:

- A. Nilai R^2 berada antara 0 dan 1.
- B. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- C. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan media kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan salience isu mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan persamaan $Y = 14,029 + 0,600X$, yang berarti setiap kenaikan satu satuan pada motif penggunaan media kampus akan diikuti oleh kenaikan pengetahuan salience isu mahasiswa sebesar 0,600. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 12,618 lebih besar daripada t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,619 menunjukkan bahwa motif penggunaan media kampus mampu menjelaskan 61,9% variasi pengetahuan salience isu mahasiswa, sedangkan 38,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa motif informasi merupakan dimensi yang paling dominan dalam variabel motif penggunaan media kampus, dengan nilai mean sebesar 4,30, diikuti oleh motif identitas pribadi sebesar 3,97, motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 3,95, serta motif hiburan sebesar 3,79. Pada variabel pengetahuan salience isu, dimensi kesadaran isu memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 4,08, diikuti oleh persepsi kepentingan sebesar 3,91, dan prioritas isu sebesar 3,89. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan media kampus terutama untuk memenuhi kebutuhan informasi, dan penggunaan tersebut berkontribusi pada meningkatnya kesadaran, penilaian kepentingan, dan perhatian mahasiswa terhadap isu-isu yang berkembang di lingkungan kampus.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa semakin tinggi motif mahasiswa dalam menggunakan media kampus, maka semakin tinggi pula pengetahuan salience isu yang dimiliki mahasiswa. Temuan ini menunjukkan

bahwa media kampus tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk perhatian, pemahaman, dan kesadaran mahasiswa terhadap isu-isu kampus. Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat relevansi Uses and Gratifications Theory, yang memandang mahasiswa sebagai khalayak aktif yang secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi pengelola media kampus

Pengelola media kampus di lingkungan FISIP Universitas Lampung disarankan untuk lebih memprioritaskan penyajian konten yang bersifat informatif, aktual, dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Hal ini penting karena hasil penelitian menunjukkan bahwa motif informasi merupakan motif yang paling dominan dalam penggunaan media kampus. Oleh karena itu, media kampus perlu memperkuat pemberitaan mengenai kebijakan fakultas, kegiatan akademik, isu organisasi kemahasiswaan, serta berbagai persoalan yang memiliki dampak langsung terhadap mahasiswa. Dengan penyajian informasi yang lebih terarah, media kampus diharapkan dapat semakin meningkatkan pengetahuan salience isu mahasiswa terhadap berbagai isu yang berkembang di lingkungan kampus.

2. Bagi media kampus sebagai lembaga pers mahasiswa

Media kampus disarankan untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengemas isu-isu kampus secara lebih menarik, konsisten, dan mudah dipahami oleh mahasiswa. Penyajian konten yang informatif tetapi tetap komunikatif akan membantu mahasiswa lebih mudah mengenali, memahami, dan memprioritaskan isu-isu penting di lingkungan akademik. Selain itu, media kampus juga perlu mendorong keterlibatan mahasiswa melalui rubrik

diskusi, opini, atau forum interaktif agar fungsi media kampus tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan perhatian dan kesadaran kritis mahasiswa terhadap isu kampus.

3. Bagi mahasiswa FISIP Universitas Lampung

Mahasiswa disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan media kampus sebagai salah satu sumber informasi utama mengenai dinamika akademik, sosial, dan organisasi di lingkungan universitas. Mahasiswa tidak hanya perlu membaca informasi yang disajikan, tetapi juga diharapkan mampu menelaah, mendiskusikan, dan menempatkan isu-isu kampus sebagai bagian dari perhatian akademik mereka. Semakin tinggi keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan media kampus, maka semakin besar pula peluang meningkatnya pengetahuan salience isu mahasiswa terhadap berbagai persoalan yang berkembang di lingkungan kampus.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga turut memengaruhi pengetahuan salience isu mahasiswa, seperti intensitas penggunaan media, kualitas informasi, kepercayaan terhadap media, atau partisipasi digital mahasiswa. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian, baik pada fakultas lain, universitas lain, maupun pada jenis media kampus yang berbeda, sehingga diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pengaruh penggunaan media kampus terhadap pembentukan pengetahuan dan kesadaran isu mahasiswa

DAFTAR PUSTAKA

- (APJII), A. P. J. I. I. (2024). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aji, A. K., & Prihatin Dwihantoro. (2024). Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengakses Akun Instagram @ussfeed). *Jurnal Audiens*, 5(2), 334–348.
<https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.374>
- Azis, H., & Setyawan, A. (2020). *Motif Penggunaan Media Informasi Politik oleh Anak Muda Tionghoa di Media Sosial Motives for the Use of Political Information Media by Chinese Youth in Social Media*. 5(1), 1–16.
- Çupi, D. (2023). *The Contribution of the Media in Raising Public Awareness on the Environment BT - Environmental Debates in Albania: Media Discourse during the Post-Communist Period* (D. Çupi (ed.); pp. 235–244). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-39760-8_10
- Damayanti, I., Angriawan, S., S, R. P., Komunikasi, J. I., Komunikasi, F., & Surakarta, U. M. (2012). *PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PERSMA SEBAGAI MEDIA PERGERAKAN MAHASISWA*. 1(1), 30–39.
- Data, W. the B. (2024). *Internet usage statistics by age group*. <https://whatsthebigdata.com/internet-statistics>
- Dennis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail*.
- Dian Azhary Nasution. (2022). *Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area*.

Skripsi, PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA, 4(1), 24–33.
<http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom/article/view/1148>

Dr. Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, I. I. I. (2021). *Komunikasi Massa* (Tim Qiara Media (ed.)). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.

Feezell, J. T. (2018). Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research Quarterly*, 71(2), 482–494.
<https://doi.org/10.1177/1065912917744895>

Fikry Zahria Emeraldien¹, Alfina Nurhayati², Choe Rotuzzakia³, M. I. R. (2022). *Jurnal Ilmu Komunikasi POLA KOMUNIKASI PERS MAHASISWA UINSA SURABAYA* Pendahuluan Perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan tertinggi memberikan kesempatan kepada mahasiswa dengan memberikan fasilitas untuk pengembangan kompetensi akademik . *Sebagai temp.* 12(2).

Hariani. (2018). Eksistensi media sosial washilah online sebagai sumber informasi mahasiswa jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar. *EKSISTENSI MEDIA KAMPUS WASHILAH ONLINE SEBAGAI SUMBER INFORMASI MAHASISWA JURNALISTIK FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR*, 6(1), 1–7.

Haryanto, A. T. (2025, March 10). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta di 2025. *DetikInet (Detik.Com)*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7816040/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-di-2025>

Hopmann, D. N., Wonneberger, A., Shehata, A., & Ho, J. (2016). *UvA-DARE (Digital Academic Repository) Selective media exposure and increasing knowledge gaps in Swiss referendum campaigns Selective Media Exposure and Increasing Knowledge Gaps in Swiss Referendum Campaigns*.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/edv002>

Jiang, S., Yi, A., Ng, K., Ngien, A., Yi, A., & Ng, K. A. I. (2022). The Effects of Social Media Information Discussion , Perceived Information Overload and

Patient Empowerment in Influencing HPV Knowledge The Effects of Social Media Information Discussion , Perceived Information Overload and Patient Empowerment in Influencing HPV Knowledge. *Journal of Health Communication*, 00(00), 1–9.

<https://doi.org/10.1080/10810730.2022.2115591>

Kaladze, N. (2023). Mass Media Effects and News Items. *Caucasus Journal of Social Sciences*, 1(1), 142–149. <https://doi.org/10.62343/cjss.2008.8>

Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104.

<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.

<http://www.jstor.org/stable/2747854>

Lampung, B. P. S. K. B. (2025). *Banyaknya Mahasiswa Universitas Lampung menurut Fakultas, 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung.

<https://bandarlampungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODc0IzI=/banyaknya-mahasiswa-universitas-lampung-menurut-fakultas.html>

Liputan6.com. (2024). *Survei APJII: Penetrasi pengguna internet Indonesia mencapai 79% di tahun 2024*.

<https://www.liputan6.com/citizen6/read/5518803/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-indonesia-mencapai-79-di-tahun-2024>

Martani, G. W. (2015). Hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa jurnalistik uin jakarta terhadap breaking news detik.com. In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.

McCombs, M. (2015). Agenda Setting, Media Effects on. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (Second Edi, Vol. 1). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95007-4>

- Mccombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
<https://doi.org/10.1086/267990>
- Nugraheni, Y., & Widyaningrum, A. Y. (2018). Motif Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Dalam Menggunakan Media Sosial. *Repository Jurnal Komunikasi*, 6(2), 63–91.
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/1706>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabet.
- Salwen, M. B. (1988). Effect of Accumulation of Coverage on Issue Saliency in Agenda Setting. *Journalism Quarterly*, 65(1), 100–106.
<https://doi.org/10.1177/107769908806500113>
- Sugiyanto. (2022). PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Followers @Batamnewsonline). *SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM) YOGYAKARTA*, 64, 57–67.
- Tampubolon, G. C., Wahyudin, U., & Setiawan, A. (2024). Hubungan Motif Penggunaan dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers Aktif @beeruindonesia. *Bulletin of Community Engagement*, 4(Hubungan Motif Penggunaan dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers Aktif @beeruindonesia), 50–59.
<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>