

Pengaruh Motif Menonton Video Animasi Ruangguru terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Pembelajaran

Karina Dyahningtias¹, Riyanto²

¹Penyiaran, Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

krndyn@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

riyantocawas67@gmail.com

Abstract—The digital era is a time where everything is turned on by using technology, especially the massive use of the internet, as an easy, extensive and fast source of information, so that the main door is the internet that requires information. Social interaction in life, which usually form a group of internet users in the virtual community, could hang out, do business, greet each other but can not stay. Internet presence lead to changes in the information revolution, because it provides a rapid change in human life. The birth of Youtube, an online video-based platform, with the web that accesses videos, then you can share, search and view information from all directions. This research uses Uses and Gratifications, because people's behavior is often goal-oriented, in enjoying what is given by the media and determining what is used. This theory provides the idea that there are individual differences due to social and psychological factors that cause audiences to seek, use and respond to media content differently. Uses and Gratification theory is interested in what people are doing to the media, rather than what someone is doing. Therefore, this research focuses on motif as an independent variable as the effect of the use of media, where audiences are actively using the media to meet their needs. With a descriptive quantitative approach, it reveals that the satisfaction of watching video animation has a big influence on the satisfaction of learning information. With the Slovin sampling method, 56 respondents from the population of class XII students of Tunas Jakasampurna High School, obtained a value of $R = 0.349$, and a determinant coefficient of 0.122 which is a squaring of the R value. This illustrates that Information Satisfaction (Y) is influenced by 12.2% of watching (X) and the rest of $(100\% - 12.2\%) = 87.8\%$ is determined by other factors not discussed in this study, so this research can be continued to reveal things that have not been adopted in this study.

Keywords— *uses and gratification, animation, Ruangguru, watching and satisfaction motives.*

Abstrak—Era Digital merupakan massa yang dimana segalanya dihidupkan menggunakan teknologi, terutama penggunaan internet yang masif, sebagai sumber informasi mudah, luas dan cepat, sehingga dalam membutuhkan informasi pintu utamanya adalah internet. Adanya interaksi social dalam kehidupan, dimana pengguna internet biasanya membuat kelompok pada masyarakat maya, dapat bergaul, berbisnis, saling menyapa tetapi tidak bisa menetap. Kehadiran Internet mengakibatkan perubahan revolusi informasi, karena memberikan perubahan yang cepat dalam kehidupan manusia.

Lahirnya Youtube salah satu platform berbasis video online, dengan web yang mengakses video selanjutnya dapat berbagi, mencari dan melihat informasi dari segala penjuru. Penelitian ini menggunakan Uses And Gratifications, karena perilaku orang sering berorientasi terhadap tujuan, dalam menikmati apa yang diberikan media serta menentukan apa yang digunakan. Teori ini memberikan gagasan yang mengatakan terdapat perbedaan individu akibat dari factor social dan psikologis yang mengakibatkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan isi media secara berbeda. Teori Uses and Gratification tertarik pada hal yang dilakukan orang terhadap media, dibandingkan apa yang sedang dilakukan seseorang. Sehingga penelitian ini memfokuskan motif sebagai variabel independent sebagai pengaruh penggunaan media, dimana khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan metode kuantitatif pendekatan deskriptif, mengungkapkan seberapa besar pengaruh kepuasan yang di peroleh menonton video animasi terhadap kepuasan informasi pembelajaran. Dengan sampling metode Slovin diperoleh 56 responden dari populasi kelas XII siswa SMKS Tunas Jakasampurna, diperoleh nilai $R = 0,349$, dan koefisien determinan sebesar 0,122 yang merupakan pengkuadratan dari nilai R. hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan Informasi (Y) dipengaruhi oleh 12,2 % dari menonton (X) dan sisanya sebesar $(100\% - 12,2\%) = 87,8\%$ ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan untuk mengungkap hal-hal yang belum teradopsi pada penelitian ini.

Kata Kunci— *uses and gratification, animasi, Ruangguru, menonton dan motif kepuasan.*

I. PENDAHULUAN

Era Digital merupakan istilah terhadap massa, dimana hampir seluruhnya dapat dihidupkan menggunakan teknologi, dimulai dari *televisi, computer, smartphone*, hingga penggunaan internet secara aktif. Saat ini penggunaan internet merupakan suatu kebutuhan di era ini (Reflianto, 2019). Selain itu, internet menjadi sumber informasi paling mudah, luas dan cepat, dengan kelebihan internet inilah menjadikan orang dapat ketergantungan, sehingga Ketika membutuhkan informasi pintu utamanya adalah menggunakan internet (Halim, 2015). Adanya interaksi *social* dalam kehidupan, dimana pengguna internet (*netter*) biasanya membuat suatu kelompok pada

masyarakat maya, sehingga dapat bergaul, berbisnis, saling menyapa, bahkan mencuri, tetapi tidak bisa menetap, karena tidak memiliki alamat (Riyanto, 2017).

Dengan kehadiran Internet mengakibatkan perubahan yang dihasilkan teknologi informasi mengalami revolusi informasi, karena teknologi memberikan perubahan yang amat cepat dalam kehidupan manusia (Ahmad, 2013). Berdasarkan laporan hasil survey yang dikeluarkan oleh *Hootsuite (We Are Social)*, pada tahun 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta, angka ini menunjukkan kenaikan sebesar 17% atau 25 juta pengguna dari tahun sebelumnya. Selain jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta, angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 8,1% atau 12 juta pengguna dibandingkan tahun lalu. Selanjutnya riset yang dilakukan *Hootsuite* mengatakan rata – rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai jam 26 menit per-hari dan 88% orang Indonesia menonton Youtube dengan durasi menonton 26 menit 17 detik (Riyanto, 2020).

Sebagian besar generasi milenial saat ini, merupakan pelajar SMK, mereka dapat menghabiskan waktu dengan menggunakan *gadget*, sehingga dapat ketergantungan terhadap teknologi, namun dengan teknologi membuat para siswa terhubung antara satu dengan yang lain, dan akhirnya mudah dalam mengakses berbagai informasi penting setiap saat (Gideon, 2018). Hal ini sangat berpengaruh pada motivasi belajar siswa di sekolah. Sementara, proses belajar saat ini masih menggunakan model konvensional atau lebih dikenal sebagai *teacher centered learning (TCL)* (Gideon, 2018). Diantara beraneka macam media pembelajaran yang ada saat ini teknologi video dipercaya sangat berfungsi dan cocok dalam model pembelajaran seperti berbasis masalah, hal ini disebabkan dapat menyampaikan karakter, Tindakan dan pengaturan dengan cara memikat dengan menggambarkan secara kompleks dan saling berhubungan dengan masalah (Wuryanti & Kartowagiran, 2016) Penggunaan video animasi di anggap efisien, maka dari itu terjadinya perkembangan video animasi yang disebut sebagai film animasi berbasis pembelajaran (Astuti & Mustadi, 2014).

Animasi sendiri menurut Munir merupakan tampilan yang disusun dengan menggabungkan teks, grafik, dan suara dalam aktivitas gerakan, sehingga menarik, dan membantu memahami kebutuhan informasi (Munir, 2012). Terdapat beberapa portal video, yang dapat digunakan untuk menemukan informasi yang di kemas menggunakan video animasi seperti *Zenius Education* dan *Ruangguru*, dimana video yang diberikan dikemas dengan mencakup konten, wawasan, dan inspirasi digital sebagai sarana menyalurkan informasi atau penyalur pesan (Hasanudin, 2017). *Ruangguru* menjadi salah satu platform yang menyajikan video pembelajaran yang dikemas menggunakan video animasi dan didampingi *master teacher* sehingga siswa memahami pembelajaran yang diberikan oleh pemateri (Ruangguru, 2020). Video animasi yang digunakan oleh ruangguru sendiri menggunakan animasi 2D atau animasi yang memiliki karakter lucu.

Namun menurut Afif Prinsip animasi 2D pada dasarnya digunakan untuk animasi kartun yang memang membutuhkan sesuatu yang awalnya tidak mungkin menjadi mungkin, namun prinsip – prinsip animasi juga dapat digunakan untuk animasi selain kartun (Afif et al., 2017).

Pada ruangbelajar SMK yang ada pada ruangguru, setiap siswa dapat menentukan sendiri *learning journey* yang akan dipilih berdasarkan mata pelajaran, jurusan atau kompetensi keahlian dan kelas. Jurusan Multimedia (MM) menjadi salah satu dari lima jurusan yang dikembangkan Ruangguru (Yunita, 2020). Hal ini sekaligus menjawab sebuah tantangan karena siswa SMK dituntut untuk memiliki satu keahlian agar dapat terserap di dunia kerja (Sumarni, 2015). Sehingga media pembelajaran dirasa perlu agar siswa lebih mudah mencapai kompetensi yang diharapkan. Selain itu Ruangguru memberikan kemudahan untuk siswa, dimana setiap mata pelajaran akan disediakan latihan topik dari level mudah, sedang, sampai kepada level sulit hal ini dilakukan untuk mengasah kemampuan para siswa. Selain itu materi yang diberikan dikemas secara menarik dengan menggunakan infografis dengan bentuk video animasi yang bisa di *download*, hal ini dilakukan agar siswa dapat mengulas kembali pelajaran yang diberikan (Yunita, 2020).

Pada teori *uses and gratification* menekankan kepada pendekatan khalayak dalam hal melihat media, selain itu khalayak mempunyai wewenang dalam memperlakukan media (Nurudin, 2017). Media dikatakan efektif apabila media yang mampu memenuhi kebutuhan setiap khalayak, Artinya khalayak tidak akan menggunakan media jika tidak memberikan pemuasan pada kebutuhan khalayak (Rakhmat, 2012). Selanjutnya dengan video yang disajikan memiliki fakta-fakta menarik atau informasi yang belum diketahui, dan dengan melihat visual dari video yang menarik, dapat lebih mudah dipahami siswa (Ruangguru, 2020).

Pada teori *Uses and Gratifications* terdapat beberapa factor penentu yang digunakan setiap khalayak kepada media yang telah dipilih. Philip Palmgren sebagai salah satu yang melakukan riset pada teori ini memperdalam pembahasan terhadap faktor penentu. Pada riset yang dilakukan Philip menggunakan konsep berpikir bahwa setiap khalayak yang menggunakan media akan mendapatkan motif – motif tertentu (Chandra, 2017). Selain itu pada buku McQuail, memberikan penjelasan, bahwa Philip tidak berhenti sampai disana. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Philip juga meneliti tentang apakah motif – motif yang ada telah dipenuhi oleh media yang telah dipilih khalayak. Hal ini dapat dikaitkan dengan nilai ekspektasi (*expectancy value*) khalayak terhadap media yang digunakan. Pada nilai ekspektasi nantinya muncul setelah khalayak menggunakan media (McQuail, 2011). Terdapat sebuah konsep untuk mengukur kepuasan yang disebut *gratification sought* dan *gratification obtained*. Konsep ini masuk kedalam teori nilai pengharapan (*expectancy values*) yang merupakan variasi dari teori *Uses and Gratification* (Kriyantono, 2016).

Media pembelajaran juga memiliki fungsi sebagai alat bantu dalam memperjelas pesan yang disampaikan oleh guru. Selain itu Wardoyo & Faqih Ma'arif, mengatakan video animasi dan simulasi visual merupakan salah satu media pembelajaran berbasis *computer* yang di anggap sesuai kebutuhan siswa serta dipercaya memberikan ketertarikan dan minat siswa dalam memahami materi yang diberikan guru (Wardoyo & Faqih Ma'arif, 2015).

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motif menonton video animasi ruangguru terhadap kepuasan informasi pembelajaran Sehingga nantinya hasil dari penelitian ini diharapkan bisa mempresentasikan kepuasan informasi yang didapatkan dari motif menonton video animasi.

II. LANDASAN TEORI

A. *Teori Uses And Gratification*

Pada penelitian ini akan menggunakan teori *Uses And Gratifications*, pendekatan *Uses and Gratification* merupakan pergeseran terhadap paradigma dari khalayak pasif menuju kearah aktif, artinya perspektif ini lebih melihat yang dilakukan oleh setiap individu terhadap media daripada perkakuan media terhadap individu, individu yang dianggap aktif memiliki kebebasan tidak saja dalam memilih jenis tetapi juga terhadap isi media yang dikonsumsinya (Arianti, 2017). Selanjutnya teori *Uses and Gratification* memberikan sebuah gagasan yang mengatakan terdapat perbedaan setiap individu diakibatkan dari berbagai *factor social* dan *psikologis* antar individu yang mengakibatkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda – beda (Wardhani et al., 2013). Namun permasalahan utama teori *Uses and Gratification* bukan dengan cara apa media bisa mengubah sikap dan perilaku setiap individu, tetapi dengan cara apa media bisa memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial setiap individu (Littlejohn & Karen A Foss, 2011). Selain itu pada *Uses and Gratification* juga lebih tertarik pada hal – hal yang dilakukan seseorang terhadap media, dibandingkan apa yang sedang dilakukan oleh seseorang (Rakhmat, 2012). Selain itu setiap individu dianggap memiliki kecenderungan dalam menentukan media apa yang dapat melengkapi setiap kebutuhan. Sehingga cenderung melupakan media yang dianggap tidak dapat memenuhi kebutuhan (Yuwono, 2013). Maka dari itu riset *Uses and Gratification* memfokuskan motif sebagai variabel independent sebagai pengaruh dari penggunaan media, khalayak secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2012).

B. *Motif Menonton*

Motif merupakan suatu yang dapat menyebabkan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu atau berbuat sesuatu dan untuk mencapai tujuan – tujuan tertentu (Sobur, 2016). Sesuatu yang dicari atau diinginkan khalayak pada saat melihat atau menggunakan satu jenis media tertentu merupakan penjelasan mengenai

Gratification Sought (GS) atau yang sering dikenal sebagai motif pengguna media (Kriyantono, 2016). Dengan kata lain, Ketika khalayak menentukan media yang digunakan dapat dipengaruhi dan diawali dengan motif pemenuhan kebutuhan. Kepercayaan individu terhadap isi media yang diberikan merupakan awal dibentuknya *Gratification sought* (Kriyantono, 2016). Setelah itu kepuasan terjadi ketika khalayak dapat memenuhi kebutuhan dalam penggunaan media massa yang didasari oleh motif dan tujuannya. Khalayak memiliki kemampuan dan kesadaran yang diyakini pada saat memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Arifin mengatakan dengan diawali dari kepercayaan – kepercayaan (*beliefs*) yang diberikan khalayak dan memiliki sifat subyektif dapat menimbulkan motif pencarian kepuasan (GS). Hal ini menimbulkan asumsi dengan khalayak mengakses media akan menimbulkan kepuasan pada khalayak (Arifin, 2013).

Sedangkan pada buku Kriyantono, McQuail mengatakan kategori motif di bagi menjadi empat yang terdiri dari sebagai berikut : (1) motif informasi, dapat dikatakan sebagai motif jika: khalayak ingin memahami beragam macam peristiwa terhadap setiap kondisi yang berkaitan dengan lingkungan. Selanjutnya khalayak mempunyai keinginan untuk mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa serta kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia. Setelah itu khalayak juga menginginkan untuk mencari bimbingan yang menyangkut berbagai masalah dan yang terakhir khalayak mempunyai keinginan untuk mendapatkan rasa damai dengan menambah pengetahuan. (2) Selanjutnya terdapat Motif Identitas Pribadi, pada motif ini dapat dikatakan sebagai motif jika: khalayak ingin mendapatkan penunjang terhadap nilai yang berhubungan terhadap masalah pribadi. Pada motif ini media digunakan khalayak untuk mengenali pribadi masing – masing dengan nilai yang ada pada media. Selanjutnya khalayak ingin mempunyai kualitas lebih. (3) Selanjutnya pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, pada motif ini khalayak memiliki Motif apabila, khalayak mempunyai keinginan untuk memperoleh pengetahuan tentang empati sosial. Selanjutnya khalayak ingin mendapatkan bahan percakapan dalam berinteraksi sosial dengan orang lain, dan yang terakhir khalayak mempunyai keinginan untuk melaksanakan peran sosial sehingga ingin lebih dekat kepada orang lain sehingga dapat di hargai. (4) Selanjutnya terdapat Motif Hiburan, dimana seseorang dapat memiliki motif hiburan jika: khalayak memiliki keinginan untuk bisa terlepas dari permasalahan yang ada pada dirinya. Selanjutnya khalayak untuk mengisi kekosongan waktu dengan bersantai selanjutnya yang terakhir khalayak ingin mencurahkan emosi dengan memperoleh kesenangan serta hiburan (Kriyantono, 2016). Hal ini dibentuk berdasarkan evaluasi khalayak terhadap isi media selain itu kepercayaan khalayak terhadap apa yang diberikan oleh media mengakibatkan *Gratification Sought* dapat diukur (Lasmawati, 2016). Maka dari itu motif khalayak dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan dari media.

Berdasarkan konsep yang sudah dijelaskan nantinya dapat terlihat khalayak dikelompokkan ke dalam beberapa kepuasan terhadap pengguna media dan selanjutnya khalayak memiliki beragam pemicu dan sebab akibat tertentu dalam menggunakan media (Pradita, 2017).

C. *Kepuasan Informasi*

Pada dasarnya kepuasan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan dengan realita. Tingkat kepuasan mengikuti sejalanannya harapan dengan realita begitu juga sebaliknya (Saputra & Kurniadi, 2019). Harzog juga mengatakan kepuasan yang diinginkan khalayak seperti emosi, perilaku berpengaruh terhadap kontribusi mereka dalam bertindak dan kehendak mereka dalam sebuah pesan (Morissan, 2013). Untuk mengetahui hal – hal khusus seperti apa saja yang dapat diperoleh khalayak setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik merupakan penjelasan lebih spesifik dari *Gratifications obtained* (Kriyantono, 2016). Pada penelitian ini untuk mengukur kepuasan informasi pembelajaran yang diperoleh siswa, yang dihasilkan dari motif menonton video animasi Ruangguru. Kepuasan yang dimaksud adalah setelah menonton video animasi, maka seseorang akan menganggap setiap motif dalam menonton video animasi telah terpenuhi. Pada penelitian Fauzan mengatakan, seseorang sudah dikatakan merasa puas ketika motif informasi terhadap seseorang sudah dapat terpenuhi atau melebihi (*expectation*) (Fauzan, 2015).

Selanjutnya Hemmah dalam penelitiannya mengatakan untuk bisa mendapatkan hasil kepuasan program dengan lebih baik membutuhkan indikator pada penelitian *Uses and Gratifications* agar dibuat lebih spesifik terhadap satu jenis program sehingga menimbulkan kepuasan program lebih baik (Giantika, 2015). Kepuasan informasi merupakan upaya dalam pemenuhan informasi, pada jurnal Fauzan mengatakan bahwa tokoh yang mengusulkan terhadap teori dalam mengukur kepuasan dari informasi adalah Torzkdadel dan Doll. Dimana Torzkdadel dan Doll, mengatakan bahwa terdapat lima dimensi pada model ini yaitu : (1) *content*, (2) *accuracy*, (3) *format*, (4) *ease of use* (5) *timelines* (Fauzan, 2015). Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Saputra & Kurniadi memberitahukan lebih lengkap tentang teori untuk mengukur kepuasan informasi sebagai yaitu : (Saputra & Kurniadi, 2019) (1). Pada dimensi *Content*, mencakup hal yang berkaitan dengan kualitas data, data yang relevan, memiliki kelengkapan data serta manfaat. (2) Selanjutnya Saputra & Kurniadi mengatakan pada dimensi *Accuracy*, pada sistem informasi menyediakan informasi yang integritas, akurat dan memiliki keutuhan data yang dihasilkan, (3) selanjutnya pada dimensi *Format* menurut penelitian yang dilakukan Saputra & Kurniadi menekankan tampilan pada sistem informasi yang diakses dari segi tema, tampilan warna hingga tata letak dan sistem informasi juga memiliki standarisasi dalam keseragaman bentuk. (4) selanjutnya Saputra & Kurniadi juga mengatakan pada dimensi *Ease of use* yang digunakan sebagai alat ukur kepuasan pengguna dari sisi kemudahan

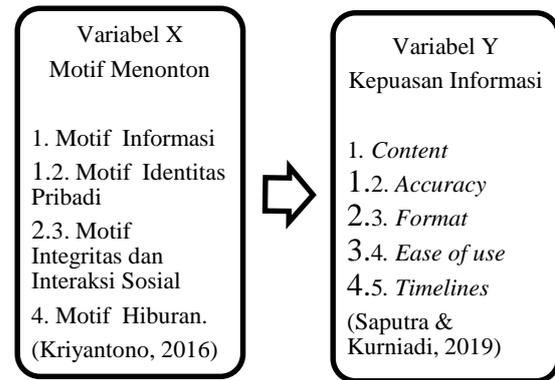
penggunaan atau *user friendly* dalam menggunakan sistem, serta sistem harus efisien dan terdapat panduan pada sistem (5) dan yang terakhir *Timeliness* yaitu dimensi yang digunakan sebagai alat ukur kepuasan pengguna dari sisi ketepatan waktu yang diberikan oleh sistem dalam menyediakan atau menyajikan data serta informasi yang dibutuhkan.

Selanjutnya hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Maka dari itu berdasarkan kerangka teori di atas, hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh motif menonton video animasi terhadap kepuasan informasi pembelajaran.

H_a = Terdapat pengaruh motif menonton video animasi terhadap kepuasan informasi pembelajaran

D. *Kerangka Pemikiran*



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah oleh penulis, menggunakan referensi jurnal (Lasmawati, 2016) dan (Saputra & Kurniadi, 2019).

Keterangan

X : Motif Menonton

Y : Kepuasan Informasi

E. *Metode*

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, dan *survey* sebagai cara perolehan data. Dalam mengumpulkan data primere peneliti menyebarkan kuesioner dengan menggunakan Formulir Google yang diberikan kepada responden. Dengan menggunakan skala likert skor 1 sampai 5 mulai dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), ragu – ragu (R), setuju (S) dan sangat setuju (SS). Objek pada penelitian ini merupakan siswa SMK Tunas Jakasampurna Kelas XII sebagai sumber data premier. Pendidikan kejuruan, SMK merupakan pendidikan menengah yang dikhususkan untuk mempersiapkan dan mengembangkan kompetensi siswa (Irwanti et al., 2014).

Sehingga SMK Tunas Jakasampurna cukup tepat untuk diteliti, karena SMK Tunas Jakasampurna merupakan salah satu sekolah SMK yang memiliki pelajaran animasi sebagai mata pelajaran serta kelas XII. Selain itu siswa diwajibkan untuk membuat satu karya yang dimana siswa harus memiliki referensi atau acuan belajar untuk dapat membuat karya tersebut. Adapun siswa SMK Tunas Jaksampurna

dengan Jurusan Multimedia memiliki jumlah 125 siswa yang terdiri dari tiga kelas. Maka dari itu pada penelitian ini mengambil sebanyak 56 responden untuk ditetapkan sebagai sampel pada penelitian. Berdasarkan dari perhitungan menggunakan rumus Slovin. Alasan menggunakan rumus Slovin karena dalam proses penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan sederhana penghitungannya tidak memerlukan table pada jumlah sampel. (Patarianto, 2015). Rumus slovin digunakan untuk mendapatkan sample representative dengan kriteria siswa SMK Tunas Jakasampurna dengan tiga kelas pada jurusan multimedia kelas XII.

Kuesioner penelitian disusun berdasarkan dari skala item Fauzan (2015) untuk mengetahui motif menonton yang terdiri dari variabel Motif Informasi (5 *item*), Motif Identitas Pribadi (3 *item*) Motif Integritas dan Interaksi Sosial (5 *item*), Motif Hiburan (4 *item*). Sedangkan pada kepuasan informasi diadopsi dari Saputra & Kurniadi (2019), dengan variabel *Content* (4 *item*), *Accuracy* (4 *item*), *Format* (4 *item*), *Ease of use* (3 *item*), *Timelines* (2 *item*). Hasil data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS dengan metode Analisa Regresi Linier Sederhana.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden yang sudah ditetapkan sebanyak 56 responden, terdiri dari 26 responden laki - laki dan sebanyak 30 responden perempuan. Responden perempuan menjadi responden yang lebih banyak dibanding responden laki-laki. Sebanding dengan populasi siswa SMKS Tunas Jakasampurna kelas XII, jumlah perempuan lebih banyak. Kondisi ini mewakili populasi yang sudah diolah dan di tentukan dalam sampel penelitian.

Obyek yang telah didapatkan selanjutnya di uji dengan menggunakan uji validitas. Hal ini digunakan untuk menentukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan obyek data yang telah dimiliki oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Selanjutnya uji validitas dilakukan dengan menggunakan data yang telah didapat dari kuesioner yang telah dikumpulkan. *Software SPSS 22.0* digunakan untuk mengukur *Pearson Product Moment* dengan korelasi antar item total skor dalam satu variabel. Tingkat signifikansi yang digunakan cukup umum dalam ilmu sosial yaitu sebesar (α) = 0.05 selain itu dinilai cukup mewakili dari jumlah sample (n) = 56 responden, sehingga mendapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0.334.

TABEL 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Motif Menonton	MI1	0,388	>0.334	Valid
	MI2	0,380	>0.334	Valid

	MI3	0,403	>0.334	Valid
	MI4	0,427	>0.334	Valid
	MI5	0,236	>0.334	Valid
	MIP1	0,512	>0.334	Valid
	MIP2	0,165	<0.334	Tidak Valid
	MIP3	0,331	>0.334	Valid
	MIIS1	0,509	<0.334	Tidak Valid
	MIIS2	0,602	<0.334	Tidakvalid
	MIIS3	0,561	>0.334	Valid
	MIIS4	0,337	>0.334	Valid
	MIIS5	0,584	>0.334	Valid
	MH1	0,499	>0.334	Valid
	MH2	0,277	>0.334	Valid
	MH3	0,497	>0.334	Valid
	MH4	0,605	<0.334	Tidak Valid
Kepuasan Informasi	CT1	0,403	>0,334	Valid
	CT2	0,529	>0,334	Valid
	CT3	0,337	>0.334	Valid
	CT4	0,404	>0.334	Valid
	AY1	0,595	>0.334	Valid
	AY2	0,457	>0.334	Valid
	AY3	0,569	>0.334	Valid
	FT1	0,439	>0.334	Valid
	FT2	0,146	<0.334	Tidak Valid
	FT3	0,014	<0.334	Tidak Valid
	FT4	0,541	>0.334	Valid
	EU1	0,316	>0.334	Valid
	EU2	0,230	<0.334	Tidak Valid
	EU3	0,558	>0,334	Valid

	TS1	0,229	<0,334	Tidak Valid
	TS2	0,431	>0,334	Valid

Sumber : Data olahan penulis 2020

Dapat dilihat dari tabel 1 berdasarkan hasil pada pengujian validitas menggunakan SPSS menunjukkan hasil setiap butir pertanyaan dengan koefisien diatas 0,334 dikatakan telah memenuhi syarat validitas. Sedangkan pada item koefisien berada dibawah 0,334 tidak dapat memenuhi syarat dari validitas. Artinya setiap item pertanyaan yang telah memenuhi syarat validitas dapat dijadikan sebagai pertanyaan pada penelitian ini. Selanjutnya uji reliabilitas adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk kuesioner, yang merupakan sebuah indikator atau konstruk. Jika jawaban responden terhadap setiap pernyataan dijawab dengan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu maka kuesioner dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2018).

TABEL 2 Uji RELIABILITAS

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motif Menonton	17	0.738	Reliabel
Kepuasan Informasi	16	0.739	Reliabel

Sumber : Data olahan penulis 2020

Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2 yang menunjukkan angka kolom Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60 dengan angka ini dapat dikatakan konstruk yang ada pada setiap pertanya dari kedua variabel menunjukkan reliabel, yang memiliki arti setiap item pertanyaan jika ditanyakan kepada responden berbeda akan memiliki jawaban sama.

Sedangkan dalam pengujian apakah setiap variabel memiliki pengaruh, antara motif menonton video animasi Ruangguru terhadap kepuasan informasi pembelajaran, maka pengujian hipotesis menggunakan analisis statistik dengan rumus regresi linear sederhana, yang memiliki rumus sebagai berikut $Y = a + bX$ dimana memiliki arti :

X: Variabel Independen (Motif Menonton Video Animasi Ruangguru)

Y: Variabel Dependen (Kepuasan Informasi Pembelajaran)

a : Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b : Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent

TABEL 3 REKAPITULASI PERHITUNGAN STATISTIK

No	Variabel	Koefisien Regresi	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig
1	Konstan (a)	48.587	2.740	2,0048	0,008
2	Motif Menonton	0.254			

Sumber : Data olahan penulis 2020

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan hasil dari regresi linear sederhana, sehingga mendapatkan persamaan dari perhitungan regresi yaitu $Y = 48,587 + 0,254 X$ bilangan konstan (a) sebesar 48,587 dan koefisien variabel motif sebesar 0.254. Sedangkan jika di dibandingkan angka t_{hitung} 2,740 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,0048, yang memiliki tingkat signifikansi 0,008 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Selanjutnya jika dilihat dari perhitungan statistic yang sudah didapatkan, maka hasil dari hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara motif menonton video animasi Ruangguru terhadap kepuasan informasi pembelajaran. Dapat dikatakan bahwa H_a diterima H_0 ditolak.

Untuk dapat mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen, maka dari itu diperlukannya Koefisien determinasi (R^2) (Ghozali, 2018). Besaran R berkisar antara 0 – 1, artinya semakin kecil besara R akan semakin lemah hubungan kedua variabel tersebut. Pada tabel "Model Summary" menunjukkan hasil dari analisa dengan menggunakan *ouput* dari SPSS.

TABEL 4 MODEL SUMMARY

Model	R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.349 ^a	.122	.106	5.52793

Sumber : Data olahan penulis 2020

Hasil perolehan pengolahan data diperoleh seperti tabel Model Summary Hasil regresi sederhana dapat di ketahui bahwa besaran atau nilai $R = 0,349$ dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,122 yang merupakan pengkuadratan dari R atau $= 0.349 \times 0,349 = 0,122$. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan Informasi (Y) dipengaruhi oleh 12,2 % dari Menonton (X) dan sisanya sebesar $100\% - 12,2\% = 87,8\%$ ditentukan oleh faktor – faktor lain yang tidak di teliti saat ini.

IV. KESIMPULAN

Pada penelitian pengaruh motif menonton video animasi Ruangguru terhadap kepuasan informasi pembelajaran dengan menggunakan SPSS 22.0 for windows

mendapatkan hasil dari pengolahan data regresi linier sederhana yang menunjukkan memiliki hasil analisis sebagai berikut : Nilai Koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 48,587 + 0,254 X$ Terdapat nilai konstan dari hasil uji koefisien sebesar = 48,587 dan nilai B = 0,254 serta nilai tingkat signifikan thitung = 0,0001 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Hipotesis pada penelitian ini yang didapatkan dari hasil penghitungan statistik yaitu terdapat pengaruh antara motif menonton video animasi Ruangguru terhadap kepuasan informasi pembelajaran atau H_0 diterima sedangkan H_0 ditolak.

Selanjutnya tabel Model Summary menunjukkan dari data tabel tersebut dapat di ketahui bahwa besaran atau nilai R = 0,349 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,122 yang merupakan pengkuadratan dari R atau = $0.349 \times 0,349 = 0,122$. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan Informasi (Y) dipengaruhi oleh 12,2 % dari Menonton (X) Besaran R berkisar antara 0 – 1, artinya hubungan R pada penelitian ini hanya sebesar 12,2 dan sisanya 87,8 di pengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini tidak bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dan Lasmawati, memiliki korelasi terhadap kedua peneliti dengan besaran yang berbeda. Dalam hal ini memiliki kaitan dengan Teori Uses and Gratification yang dimana Teori ini menjelaskan bahwa khalayak yang dianggap aktif merupakan pengguna media yang memiliki peran penting selanjutnya diasumsikan khalayak yang memiliki tujuan pada saat menggunakan media.

Berdasarkan hasil penelitian ini, masih dapat dilakukan penelitian-penelitian lanjutan untuk dapat mengungkapkan faktor-faktor lain yang belum dapat terungkap dalam penelitian ini yang artinya penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam mengungkapkan faktor-faktor lain yang belum dapat diungkap dalam penelitian saat ini. Atau penelitian Menonton Video animasi untuk memperoleh informasi kepuasan dapat dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [2] Hasanudin, C. (2017). *Media Pembelajaran: Kajian Teoritis dan Kemanfaatan* (1st ed.). CV Budi Utama.
- [3] Kriyantono, R. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (6th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- [4] Littlejohn, S. W., & Karen A Foss. (2011). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- [5] McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- [6] Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- [7] Munir. (2012). *Multimedia Konsep dan Aplikasi Dalam Pendidikan*.
- [8] Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa* (8th ed.). Rajawali Pers.
- [9] Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- [10] Sobur, A. (2016). *Psikologi Umum*. Pustaka Setia.
- [11] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- [12] Wardhani, A. C., Hamid, F., & Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa* (kedua). Ghalia Indonesia.
- [13] Afif, N., Sulistiyono, A., & Purwacandra, P. P. (2017). *Penciptaan Film Animasi " Afeksi " Dengan Teknik Digital 2 Dimensi Melalui Pendekatan Surealis*. 3(1), 33–56.
- [14] Ahmad, A. (2013). Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam) Online Media Development and Phenomenon of Disinformation (Analysis of Islamic sites). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 177–186.
- [15] Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram Dan Path. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>
- [16] Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(2), 195–211. <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.353>
- [17] Astuti, Y. W., & Mustadi, A. (2014). Pengaruh Penggunaan Media Film Animasi Terhadap Keterampilan Menulis Karangan Narasi Siswa Kelas V Sd. *Jurnal Prima Edukasia*, 2(2), 250. <https://doi.org/10.21831/jpe.v2i2.2723>
- [18] Chandra, F. S. (2017). *Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial LinkedIn sebagai Jejaring Sosial yang Berorientasi pada Dunia Bisnis dan Profesional di Indonesia*. 5.
- [19] Fauzan, M. (2015). Pengaruh Motif Menonton Program Acara Mata Lensa ANTV terhadap Kepuasan Informasi Fotografi Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jom Fisip*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- [20] Giantika. (2015). Pengaruh Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton Program Musik Inbox SCTV (Studi Kasus Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun). *Komunikasi*, VI(September), 24–32.
- [21] Gideon, S. (2018). Peran Media Bimbingan Belajar Online “Eruangguru” • Dalam Pembelajaran Ipa Bagi Siswa Smp Dan Sma Masa Kini: Sebuah Pengantar. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 167. <https://doi.org/10.33541/jdp.v11i2.813>
- [22] Halim, N. A. (2015). Penggunaan Media Internet Di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman. *Risalah*, 26(P 2969), 132–150.
- [23] Hemmah, C. L. (2009). Uses and gratifications of the Food Network. *Journal of Advertising*, 34(2), 57–70. <http://books.google.com/books?id=eqTZAAMAAMAJ&pgis=1>
- [24] Irwanti, Y. D., Sudira, P., & Yogyakarta, U. N. (2014). Evaluasi Uji Kompetensi Siswa Keahlian Multimedia Di Smk Se-Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 4(November 2014), 420–433.
- [25] Lasmawati. (2016). *Pengaruh Motif Menonton Program Berita "Warta Riau" Televisi Republik Indonesia LauhBaru Timur Kecamatan Payung Sekaki Pekanbaru*. 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- [26] Patariato, P. (2015). Analisa Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Sidoarjo Gedangan. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, IV(2), 1115–1135. [3/Record/com.mandumah.search:/http](http://Record/com.mandumah.search:/http)
- [27] Pradita, A. (2017). Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- [28] Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- [29] Reflianto, S. (2019). Pendidikan dan tantangan pembelajaran berbasis teknologi informasi di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/et.v2i2.101343>
- [30] Riyanto. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. *InterKomunika*, 2(1), 61–69. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i1.16>
- [31] Saputra, A., & Kurniadi, D. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna

Sistem Informasi E-Campus Di Iain Bukittinggi Menggunakan Metode Eucs. *Jurnal Vokasional Teknik Elektronika Dan Informatika*, 7(3), 58–66.

- [32] Sumarni, T. (2015). *Pengembangan Multimedia Pembelajaran Petiseri Untuk siswa Tingkat XI SMK*. 5, 132–144.
- [33] Wardhani, A. C., Hamid, F., & Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa* (kedua). Ghalia Indonesia.
- [34] Wardoyo, T. C. T., & Faqih Ma'arif, M. E. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Animasi Pada Mata Pelajaran Mekanika Teknik Di SMK Negeri 1 Purworejo. *E-Journal Pend. Teknik Sipil Dan Perencanaan*, 3(3), 1.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/sipil/article/view/4171>
- [35] Wuryanti, U., & Kartowagiran, B. (2016). *Pengembangan Media Video Animasi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar dan Karakter Kerja Keras Siswa Sekolah Dasar*. 232–245.
- [36] Yunita, O. (2020). *Telah Hadir! ruangbelajar SMK Khusus untuk Kamu*. Ruangguru. <https://blog.ruangguru.com/telah-hadir-ruangbelajar-smk-khusus-untuk-kamu>
- [37] Yuwono, E. (2013). Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show " Dahsyat " Di RCTI. *E-Komunikasi*, 1(1).
<https://www.neliti.com/publications/80259/kepuasan-masyarakat-surabaya-dalam-menonton-program-variety-show-dahsyat-di-rcti>
- [38] Riyanto, A. D. (2020). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020.
- [39] Ruangguru. (2020). Semangat Celyn Menumbuhkan Mood Belajar Melalui Video. May,17.
<https://blog.ruangguru.com/tumbuhkan-mood-belajar-melalui-video>
- [40] Yunita, O. (2020). *Telah Hadir! ruangbelajar SMK Khusus untuk Kamu*. Ruangguru. <https://blog.ruangguru.com/telah-hadir-ruangbelajar-smk-khusus-untuk-kamu>