

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian analisis yang berjudul “Pengaruh Gaya Komunikasi Selebgram @fadiljaidi terhadap Kepuasan Penonton Pasukan Goib di Instagram *Stories*”. Variabel X dalam penelitian ini adalah gaya komunikasi selebgram @fadiljaidi yang terdiri dari lima sub variabel yaitu, *dramatic* (X1), *animated expressive* (X2), *open* (X3), *Argumentative* (X4), *friendly* (X5). Sedangkan, variabel Y dalam penelitian ini adalah kepuasan penonton Instagram *stories* terdiri dari empat sub variabel, yaitu informasi (Y1), identitas pribadi (Y2), integrase dan interaksi sosial (Y3), hiburan (Y4).

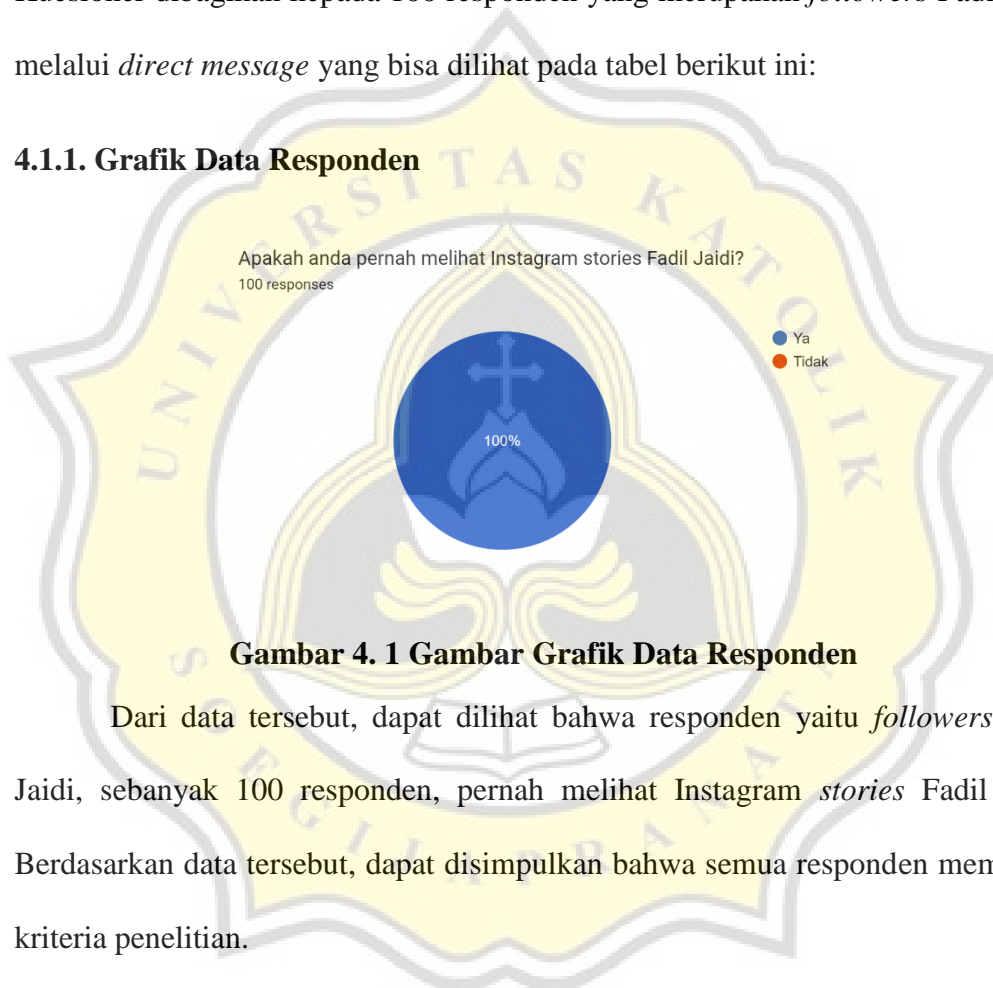
Sampel untuk penelitian ini adalah *followers* akun Instagram selebgram @fadiljaidi. Sebagaimana jumlah sampel minimal yang harus digunakan untuk penelitian yaitu sebanyak 100 orang, selanjutnya peneliti telah mendistribusikan kuesioner hingga mendapatkan sebanyak 100 responden untuk mendapatkan data penelitian sebagai dasar pembuktian hipotesis yang nantinya akan diajukan.

Sebelum membahas pada pembuktian dan pembahasan hasil penelitian untuk menghindari bias penelitian yang muncul dari pengumpulan data kuesioner, terlebih dahulu akan dibahas mengenai deskripsi jawaban responden, validitas dan reliabilitas dari item-item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

## 4.1 Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, status dan juga pekerjaan yang saat ini dijalankan. Pengumpulan data terhadap responden dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan dalam bentuk Google Form. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang merupakan *followers* Fadil Jaidi melalui *direct message* yang bisa dilihat pada tabel berikut ini:

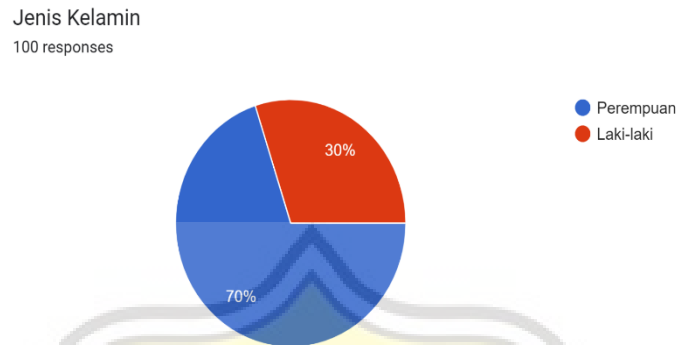
### 4.1.1. Grafik Data Responden



**Gambar 4. 1 Gambar Grafik Data Responden**

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa responden yaitu *followers* Fadil Jaidi, sebanyak 100 responden, pernah melihat Instagram *stories* Fadil Jaidi. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua responden memenuhi kriteria penelitian.

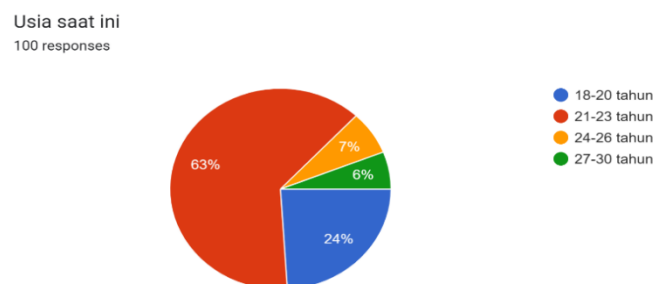
#### 4.1.2. Grafik Data Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin



**Gambar 4. 2. Grafik Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Dari seluruh sampel, jenis kelamin “perempuan” lebih mendominasi dibandingkan dengan lawan jenis kelamin “laki-laki” dengan perbandingan sebesar 70% : 30%. Hasil data ini sama seperti fakta yang ada di lapangan, dimana lebih banyak *followers* berjenis kelamin perempuan, karena dalam Instagram *stories* Fadil Jaidi ketika sedang melakukan sebuah *endorse*, Fadil Jaidi selalu menampilkan gaya layaknya seorang perempuan dan sering kali Fadil Jaidi selalu men-*screenshot* hasil *reply*-an yang dimana perempuan lebih dominan me-*reply story* Fadil Jaidi.

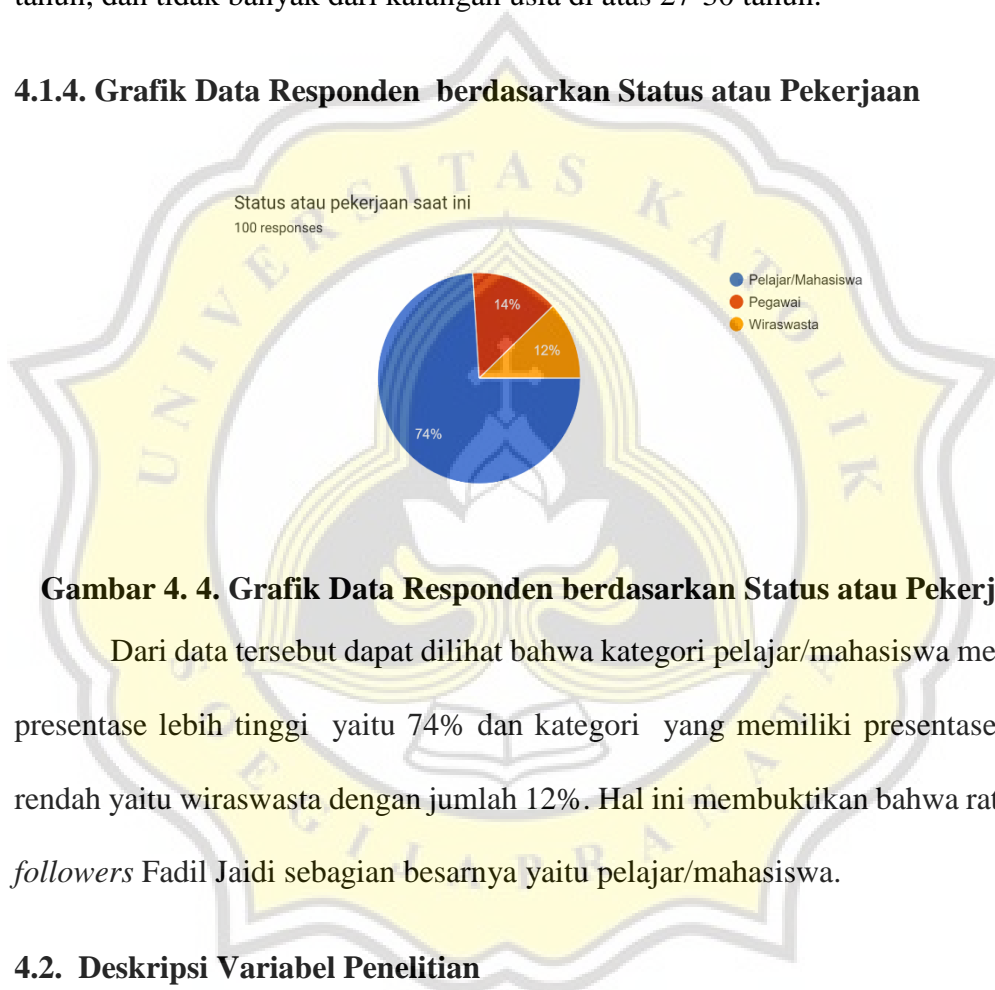
#### 4.1.3. Grafik Data Responden Berdasarkan Usia



**Gambar 4. 3. Grafik Data Responden berdasarkan Usia**

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa kategori usia 21-23 tahun memiliki presentase yang lebih tinggi yaitu 63% dan kategori yang memiliki presentase paling rendah yaitu kategori usia di atas 26 tahun dengan 6%. Hal ini membuktikan rata-rata responden yang melihat Instagram *stories* Fadil Jaidi adalah usia 21-23 tahun, dan tidak banyak dari kalangan usia di atas 27-30 tahun.

#### 4.1.4. Grafik Data Responden berdasarkan Status atau Pekerjaan



**Gambar 4. 4. Grafik Data Responden berdasarkan Status atau Pekerjaan**

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa kategori pelajar/mahasiswa memiliki presentase lebih tinggi yaitu 74% dan kategori yang memiliki presentase lebih rendah yaitu wiraswasta dengan jumlah 12%. Hal ini membuktikan bahwa rata-rata *followers* Fadil Jaidi sebagian besarnya yaitu pelajar/mahasiswa.

## 4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

### 4.2.1. Analisis Indeks Jawaban Terhadap Variabel X (Gaya Komunikasi Selebgram @fadiljaidi di Instagram Stories)

Deskripsi jawaban responden terhadap variabel Gaya komunikasi selebgram @fadiljaidi di Instagram *stories* akan dijabarkan sebanyak 11 pernyataan. Berikut

deskripsi jawaban dari 100 responden terhadap variabel Gaya komunikasi selebgram @fadiljaidi di Instagram *stories*.

**Tabel 4. 1. Analisis Indeks Jawaban terhadap Variabel X**

<b>Kode</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Obs</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
X.1	Fadil Jaidi saat membuat <i>story</i> banyak berbicara.	100	1	4	3,69	0,52
X.2	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi menggunakan kata-kata kiasan (contohnya: “Wajahnya bagaikan rembulan”) di Instagram <i>Stories</i> .	100	1	4	3,10	0,83
X.3	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi saat berbicara di Instagram <i>Stories</i> menggunakan permainan suara (Contohnya: menirukan suara perempuan.)	100	1	4	3,41	0,72
X.4	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi melakukan kontak mata saat berbicara di depan kamera.	100	1	4	3,59	0,57
X.5	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi menggunakan ekspresi wajahnya ketika membuat Instagram <i>Stories</i> .	100	1	4	3,69	0,54
X.6	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi menggunakan gerakan badan ketika membuat Instagram <i>Stories</i> .	100	1	4	3,74	0,50
X.7	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi terlihat terbuka dengan <i>followers</i> -nya	100	1	4	3,62	0,56
X.8	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi selalu percaya diri dengan <i>followers</i> -nya	100	1	4	3,76	0,45
X.9	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi suka menyampaikan pendapatnya dengan <i>followers</i> -nya	100	1	4	3,54	0,61
X.10	Dalam Instagram <i>stories</i> , Fadil Jaidi bisa menciptakan kesan kepada <i>followers</i> -nya.	100	1	4	3,70	0,50
X.11	Saya merasa Fadil Jaidi memiliki sikap yang ramah dan sopan terhadap <i>followers</i> -nya ketika menyampaikan pesan.	100	1	4	3,77	0,42
<b>Rata- Rata</b>					<b>3,60</b>	

Berdasarkan data primer yang diperoleh oleh penulis, hasil perhitungan dengan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.1, data ini diambil dari jumlah sampel *followers* Instagram @fadiljaidi dengan objek 100 orang. Dari data tersebut dicari rata-ratanya untuk mengetahui skor tertinggi dengan skala 1 sampai 4 dari 11 pernyataan yang paling banyak diberi nilai 3 atau “Setuju” dan 4 atau “Sangat Setuju” oleh responden dalam pengisian kuesioner tersebut.

Dapat dilihat *mean* tertinggi didominasi oleh item pernyataan kesebelas yaitu “Saya merasa Fadil Jaidi memiliki sikap yang ramah dan sopan terhadap *followers*-nya ketika menyampaikan pesan.” Sebesar 3,77 yang dapat diartikan bahwa responden mendapatkan pesan melalui Instagram *stories* Fadil Jaidi karena responden merasa sikap Fadil Jaidi ramah dan juga sopan kepada *followers*-nya. Dengan memperoleh skor tertinggi, dengan adanya sikap Fadil Jaidi yang ramah dan sopan ketika menyampaikan pesan di Instagram *stories*-nya untuk bisa dipertahankan, karena secara tidak langsung memberikan informasi yang bisa menarik perhatian kepada *followers*-nya.

Sedangkan *mean* terendah diperoleh oleh item pernyataan kedua yaitu “Dalam Instagram *stories*, Fadil Jaidi menggunakan kata-kata kiasan (contohnya: “Wajahnya bagaikan rembulan”) di Instagram *Stories*.” Dengan jumlah 3,10. Dengan terdapatnya skor terendah pada pernyataan pada item nomor dua, penulis menarik kesimpulan ketika Fadil Jaidi dalam pembuatan *story*-nya menggunakan kata-kata kiasan. Upaya untuk menarik lebih lagi *followers* atau dengan sebutan pasukan goib dalam melihat *stories*-nya.

**Tabel 4. 2. Jumlah & Persentase pada Dimensi Indikator X**

Dimensi	Dramatic		Animated Expresive		Open		Argumentative		Friendly	
	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh
<b>Sangat Setuju</b>	53	160	71	212	72	143	66	131	75	149
<b>Setuju</b>	36	107	26	79	26	52	32	63	25	49
<b>Tidak Setuju</b>	9	26	3	8	3	5	3	5	1	2
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	2	7	0	1	0	0	1	1	0	0
<b>TOTAL</b>	100	300	100	300	100	200	100	200	100	200

Menurut Norton dalam Allen, dkk (2017:18), komunikasi mengacu pada kegiatan satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan dalam bentuk verbal atau nonverbal dari komunikator kepada komunikan melalui saluran atau media komunikasi yang terjadi dalam konteks tertentu dan menimbulkan efek atau pengaruh tertentu untuk mendapatkan umpan balik untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan.

Mengacu pada tabel 4.2, dalam dimensi *Dramatic*, yakni komunikasi yang berlangsung cenderung berlebihan, menggunakan kalimat-kalimat kiasan, metafora dan permainan suara mayoritas sebanyak 53% atau 53 orang berpendapat bahwa mereka Sangat Setuju (SS) terhadap hal tersebut, kemudian juga terdapat 36% atau 36 yang Setuju (S). Sementara itu, terdapat juga 9% atau 9 orang yang menyatakan Tidak Setuju dan 2% atau 2 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).



Kemudian pada dimensi *Animated Expressive* dimana warna dalam komunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture, dan gerak badan menunjukkan bahwa terdapat mayoritas 71% atau 71 orang yang menyatakan Sangat Setuju (SS) terhadap hal tersebut dan 26% atau 26 orang menyatakan Setuju (S). Sementara itu terdapat 3% atau 3 orang yang Tidak Setuju (TS) dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Kemudian pada dimensi *Open* yakni komunikator bersifat terbuka dan tidak ada yang dirahasiakan sehingga terciptanya rasa percaya diri dan komunikasi bersifat dua arah terdapat mayoritas 72% atau 72 orang yang menyatakan Sangat Setuju (SS) dan 26% atau 26 orang menyatakan Setuju (S). Sementara itu terdapat 3% atau 3 orang yang Tidak Setuju (TS) dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Pada dimensi *Argumentative*, dimana komunikator cenderung suka beragumen dan agresif dalam beragumen didapati mayoritas sebanyak 66% atau 66 orang menyatakan bahwa mereka Sangat Setuju (SS) dan 32% atau 32 orang yang berpendapat bahwa mereka Setuju (S). Sementara itu terdapat 3% atau 3 orang yang Tidak Setuju (TS) dan 1% atau 1 responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Pada dimensi *Friendly*, dimana komunikator bersikap ramah dan sopan dalam menyampaikan pesan kepada komunikan didapati mayoritas sebanyak 75% atau 75 orang menyatakan bahwa mereka Sangat Setuju (SS) dan 25% atau 25 orang berpendapat bahwa mereka Setuju (S). Sementara itu terdapat 1% atau 1 orang yang Tidak Setuju (TS) dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Dari tabel 4.1 juga didapatkan bahwa rata-rata jawaban berada pada nilai 3,60, dimana hal ini menunjukkan pada kriteria Sangat Baik (SB), dimana



mayoritas responden merespon dengan sangat baik bagaimana gaya komunikasi Fadil Jaidi. Dalam gaya komunikasinya, Fadil Jaidi dapat dikatakan memiliki gaya asertif, karena ia mempunyai karakter ceria, ramah, dan humoris. Fadil Jaidi juga menggunakan *story telling* dalam berkomunikasi pada kebanyakan video *endorsement* miliknya. Fadil sering menggunakan ‘*roleplay*’ sebagai cara untuk mempromosikan barangnya dan Video Fadil Jaidi sering diasosiasikan dengan munculnya Pak Muh dan anggota keluarga lainnya sebagai *side character*. Hal ini diterima baik oleh responden dalam penelitian ini.

#### 4.2.1. Analisis Indeks Jawaban Terhadap Variabel Y (Kepuasan Penonton Pasukan Goib di Instagram Stories @fadiljaidi)

Deskripsi jawaban responden terhadap variabel kepuasan penonton pasukan goin di Instagram *stories* @fadiljaidi akan dijabarkan sebanyak 16 pernyataan. Berikut deskripsi jawaban dari 100 responden terhadap kepuasan penonton penonton pasukan goib di Instagram *stories* @fadiljaidi.

**Tabel 4. 3. Analisis Indeks Jawaban terhadap Variabel Y**

No.	Pernyataan Informasi	Obs	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Y.1	Saya merasa puas mendapatkan informasi ketika melihat Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi.	100	1	4	3,40	0,68
Y.2	Saya mendapatkan pengetahuan dalam menjalin hubungan keluarga dalam Instagram <i>Stories</i> dari Fadil Jaidi.	100	1	4	3,28	0,71
Y.3	Setelah menonton, saya mendapatkan inspirasi dari Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi.	100	1	4	3,11	0,73
Y.4	Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi membuat saya memperoleh pertimbangan dalam memutuskan sesuatu.	100	1	4	2,84	0,83
Y.5	Setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya jadi mengetahui selebgram lainnya.	100	1	4	3,24	0,74

No.	Identitas Pribadi					
Y.6	Setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya mendapatkan model/ccontoh dalam berperilaku (misal dalam berucap) dalam sehari-hari	100	1	4	2,98	0,87
Y.7	Setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya mendapatkan banyak pembelajaran tentang hal yang tidak dipelajari dalam sekolah (nilai-nilai kehidupan)	100	1	4	3,02	0,84
Y.8	Setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya mendapatkan hal yang berkaitan melalui <i>story</i> Fadil Jaidi dan kesamaannya dengan diri saya.	100	1	4	2,96	0,84
No.	Integrasi dan Interaksi Sosial					
Y.9	Setelah menonton, saya dapat meningkatkan tenggang rasa dan empati sosial melalui Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi.	100	1	4	3,15	0,75
Y.10	Saya bisa mendapatkan bahan percakapan dengan keluarga atau teman-teman setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi.	100	1	4	3,11	0,76
Y.11	Saya bisa mengikuti trend dan berdiskusi dengan keluarga atau teman-teman ketika menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi	100	1	4	3,17	0,82
Y.12	Setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya dapat mengatasi rasa kesepian	100	1	4	3,19	0,83
Y.13	Setelah menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya dapat berperilaku dan berinteraksi sesuai dengan peran saya dalam keluarga dan masyarakat	100	1	4	3,06	0,77
No.	Hiburan					
Y.14	Saat saya sedang sedih, saya mencari Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi sebagai hiburan	100	1	4	2,99	100
Y.15	Setelah saya menonton Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi, saya bisa bersantai dan mengisi waktu luang di sela-sela pekerjaan atau tugas kuliah	100	1	4	3,21	0,795
Y.16	Ketika saya sedang lelah, saya melihat Instagram <i>stories</i> Fadil Jaidi agar merasa senang	100	1	4	3,04	0,89
<b>Rata-Rata</b>					<b>3,11</b>	

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang sudah dijabarkan pada tabel diatas, variabel Y atau Kepuasan penonton Instagram *stories* @fadiljaidi, dapat dilihat mean tertinggi didominasi oleh item pernyataan ke satu yaitu “Saya merasa puas mendapatkan informasi ketika melihat Instagram *stories* Fadil Jaidi.” Sebesar 3,40 yang dapat diartikan bahwa responden memiliki kepuasan penonton yang tinggi, dengan cara merasa puas mendapatkan informasi ketika melihat Instagram *stories* Fadil Jaidi bisa membuat *followers*-nya menjadi menunggu *update*-an.

Sedangkan *mean* terendah diperoleh oleh item pernyataan keempat yaitu “Instagram *stories* Fadil Jaidi membuat saya memperoleh pertimbangan dalam memutuskan sesuatu.” Dengan jumlah 2,84. Dengan terdapatnya skor terendah pada pernyataan pada item nomor empat, penulis menarik kesimpulan ketika Fadil Jaidi ketika membuat *stories* seharusnya bisa mengajak para *followers*-nya dalam melakukan pertimbangan dalam memutuskan sesuatu. Upaya untuk mengajak melakukan keputusan ketika membuat Instagram *stories*.

**Tabel 4. 4. Jumlah & Persentase pada Dimensi Indikator Y**

Dimensi	Informasi		Identitas Pribadi		Integrasi dan Interaksi Sosial		Hiburan	
	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh
<b>Sangat Setuju</b>	37	187	30	90	36	181	38	114
<b>Setuju</b>	45	223	44	132	44	220	3	117
<b>Tidak Setuju</b>	16	80	21	62	17	85	16	48
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	2	10	5	16	3	14	7	21

<b>TOTAL</b>	100	500	100	300	100	500	100	300
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Sesuai dengan teori yang disampaikan oleh McQuail dalam Finsensus, dkk (2021:22) ,dimana terdapat empat kepuasan dalam penggunaan media, diantaranya adalah Kepuasan informasi, kepuasan identitas personal, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan. Kepuasan penonton bagi setiap penggunanya pasti memiliki berbagai motif tertentu yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Kepuasan yang dimaksud dapat meliputi kepuasan yang dicari pada saat seseorang menggunakan medianya. Indikator untuk mengukur *gratifications obtained* menurut McQuail dalam Finsensus, dkk (2021:22) adalah *information* atau informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan.

Mengacu pada tabel 4.4, dalam dimensi Informasi terdapat empat indikator yang diantaranya:

- a) Mendapatkan informasi mengenai suatu hal
- b) Mendapatkan bimbingan masalah praktis/pendidikan diri sendiri,
- c) Mendapatkan pengetahuan minat umum.

Dalam dimensi ini, terdapat mayoritas 47% atau 47 orang yang Setuju (S), 37% atau 37 orang yang Sangat Setuju (SS) dan 16 % atau 16 orang yang Tidak Setuju (TS).

Pada dimensi selanjutnya, yakni dimensi identitas pribadi terdapat dua indikator yang diantaranya:

- a) Mendapatkan model perilaku

b) Mendapatkan pemahaman tentang diri sendiri

Kemudian, pada dimensi Identitas Pribadi, yakni bagaimana penonton mendapatkan model perilaku dan pemahaman tentang diri sendiri didapati mayoritas 44% atau 44 orang Setuju (S) dan 37% atau 37 orang Sangat Setuju (SS) dengan pernyataan tersebut. Sementara terdapat 21% atau 21 orang yang Tidak Setuju (TS) dan 5% atau 5 orang yang Sangat Tidak Setuju (STS).

Pada dimensi selanjutnya, yakni dimensi integrasi dan interaksi sosial, terdapat empat indikator yang diantaranya:

- a) Dapat meningkatkan tenggang rasa dan empati sosial
- b) Mendapatkan bahan percakapan,
- c) Mendapatkan teman selain manusia
- d) Mendapatkan bantuan dalam menjalankan peran sosial

Dalam dimensi ini, terdapat mayoritas 44% atau 44 orang yang Setuju (S) dan 36% atau 36 orang yang Sangat Setuju terhadap integrasi dan interaksi sosial oleh Fadil Jaidi. Sementara itu, terdapat juga 17% atau 17 orang yang Tidak Setuju (TS) dan 3% atau 3 orang yang Sangat Tidak Setuju (STS).

Kemudian pada dimensi Hiburan, terdapat tiga indikator yang diantaranya:

- a) Dapat bersantai dan mencari kesenangan
- b) Dapat mengisi waktu luang
- c) Dapat menyalurkan emosi

Dalam dimensi ini, mayoritas responden menjawab 39% atau 39 orang dengan Setuju (S) dan 38% dengan Sangat Setuju (SS). Sementara, terdapat 16%

atau 16 orang yang menjawab Tidak Setuju (TS) dan 7% atau 7 orang yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Dari tabel 4.2 juga didapatkan bahwa rata-rata jawaban berada pada nilai 3,11, dimana hal ini menunjukkan pada kriteria Sangat Puas (SP), dimana mayoritas responden merespon dengan sangat puas dalam menonton stories dari Fadil Jaidi.

#### 4.3 Analisis Data

##### 4.3.1. Analisis Koefisien Korelasi (Pearson Product Moment)

**Tabel 4. 5. Analisis Koefisien Korelasi**

		<b>Correlations</b>	
		Pengaruh Gaya Komunikasi	Kepuasan Penonton
Pengaruh Gaya Komunikasi	Pearson Correlation	1	.498**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	100	100
Kepuasan Penonton	Pearson Correlation	.498**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	100	100

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil uji analisis koefisien korelasi diatas yang menggunakan SPSS 25, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi  $0,001 \leq 0,1$ , maka dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Gaya Komunikasi Selebgram @fadiljaidi terhadap Kepuasan Penonton Pasukan Goib di Instagram *Stories*.

Maka dari hasil uji analisis koefisien korelasi diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Pearson Correlation* antara variabel X dan Y sebesar 0,498. Dapat disimpulkan bahwa sifat dari hubungan variabel X dan Y adalah positif yang memiliki nilai korelasi kuat. Maka hipotesis  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat

hubungan yang kuat antara Gaya Komunikasi Selebgram @fadiljaidi terhadap Kepuasan Penonton Pasukan Goib di Instagram *Stories*.

#### 4.3.2. Uji Normalitas

**Tabel 4. 6. Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.98612294
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.053
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pada tabel 4.8. diketahui bahwa hasil pengujian untuk normalitas dapat dilihat dari nilai *Kolmogorof-Smirnov sig.* sebesar  $0,070 \geq 0,05$  dapat dikatakan bahwa data ini berdistribusi normal yang artinya sampai dari populasi yang telah diambil normal dan telah memenuhi syarat dalam melakukan uji statistik parametrik dan juga termasuk dalam model regresi yang baik.

#### 4.3.3. Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 4. 7. Analisis Regresi Linier Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.341	8.723		.039	.969



	Pengaruh Gaya Komunikasi	1.247	.219	.498	5.688	<,001
--	--------------------------	-------	------	------	-------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Penonton

Dari hasil uji regresi linier menggunakan program SPSS diatas, nilai regresi linier akan diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$y = 0,341 + 1,247x$$

Berdasarkan hasil uji regresi di atas, didapatkan nilai koefisiensi sebesar 1,247. Maka, setiap variabel Pengaruh Gaya Komunikasi mengalami kenaikan 1%, nilai partisipasi variabel Kepuasan Penonton Instagram *Stories* juga bertambah 1,247.

#### 4.3.3.1. Koefisien Determinasi

**Tabel 4. 8. Koefisien Determitasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498 <sup>a</sup>	.248	.241	8.027

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Gaya Komunikasi

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui besarnya  $R^2$  adalah 0,241. Maka dapat disimpulkan bahwa 24,1% variabel kepuasan penonton dapat dijelaskan oleh variabel gaya komunikasi. Sedangkan sisanya ( $100\% - 24,1\% = 75,9\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

#### 4.3.3.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4. 9. Uji Statistik F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	2084.712	1	2084.712	32.357	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	6314.038	98	64.429		
	Total	8398.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penonton

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Gaya Komunikasi

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui nilai F hitung yaitu 32,357 dengan signifikansi 0,001 yang mana < dari 0,05, Maka model regresi dapat digunakan dalam memprediksi Kepuasan Penonton atau dapat dikatakan variabel Gaya Komunikasi memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Penonton.

#### 4.4. Pembahasan

##### 4.4.1. Pengaruh Gaya Komunikasi (X) terhadap Kepuasan Penonton (Y)

Menurut Norton dalam Allen, dkk (2017:18) Gaya Komunikasi dapat didefinisikan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbali dan para verbali, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Gaya Komunikasi adalah jendela untuk memahami bagaimana dunia memandang seseorang sepenuhnya sebagai suatu kepribadian unik. Hal ini mempengaruhi hubungan seseorang, karir dan kesejahteraan emosional. Gaya komunikasi yang diterapkan setiap orang berbeda-beda tergantung bagaimana situasi yang dihadapinya saat berkomunikasi dan aspek-aspek dalam gaya komunikasi. Aspek-aspek yang berbeda akan menimbulkan gaya komunikasi yang

berbeda pula. Sementara Kepuasan khalayak sebagai pengguna media merupakan hal yang harus diperhatikan media dalam penggunaan media massa. Dengan adanya kepuasan khalayak atau responden tentunya akan bisa memperoleh perasaan senang ataupun lega dalam menerima sebuah informasi atau hiburan yang akan tersaji di media massa. Hal tersebut yang nantinya akan mengukur tingkat kepuasan penonton. Kepuasan khalayak akan mempunyai dampak yang positif bagi mediana itu sendiri. Semakin banyak khalayak puas pada sebuah Instagram *stories* di media massa maka akan tinggi pula dengan tingkat penonton *stories*-nya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Gaya Komunikasi Selebgram @fadiljaidi terhadap Kepuasan Penonton Pasukan Goib di Instagram *Stories*. Selain itu pada tabel 4.9, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari Gaya Komunikasi Fadil Jaidi terhadap Kepuasan Penonton. Menurut tabel 4.10, bahwa gaya komunikasi Fadil Jaidi berpengaruh sebesar 24,1% terhadap kepuasan penonton. Sedangkan sisanya yang sebesar 75,9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Maka hal ini menjelaskan bahwa media sosial Instagram tentunya memudahkan manusia untuk berekspresi dan mengungkapkan diri seperti bagaimana gaya komunikasi dari Fadil Jaidi mampu memberikan kepuasan kepada penonton meskipun hanya berpengaruh sebesar 24,1%. Media sosial Instagram sebagai salah satu wadah untuk memudahkan penggunanya untuk menampilkan diri seorang individu dengan adanya fitur-fitur unik dan menarik yang telah tersedia dalam media sosial Instagram tersebut (Reni , dkk 2021:3).

Dalam gaya komunikasinya, Fadil Jaidi memiliki gaya komunikasi asertif yang mampu mempengaruhi kepuasan penonton. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa gaya komunikasi yang asertif memberikan dukungan maksimal. Dukungan pengawasan yang dirasakan meningkatkan kepuasan masyarakat dengan komunikasi harga diri berbasis organisasi. Kepuasan dengan komunikasi menumbuhkan ikatan emosional yang kuat dengan organisasi dan ikatan emosional dengan organisasi mengurangi ketidakhadiran audiens.

