

ABSTRAK

Anshary Madya Sukma (1184050035) : *“Pengaruh Penyajian Berita Di Media Sosial Terhadap Ketertarikan Mahasiswa Untuk Membaca Berita (Studi Survei Pada Anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia Periode 2020-2021 Tentang Media Sosial Instagram Kumparan).”*

Fenomena teknologi yang terus berkembang dengan mengubah hal yang awalnya sulit didapatkan menjadi sangat mudah, seperti mendapatkan informasi saat ini menjadi sangat mudah, walaupun hanya berdiam diri saja. Lalu, melihat fenomena hal tersebut perusahaan media banyak memanfaatkan media sosial yang merupakan hasil dari percepatan teknologi sebagai sarana mereka untuk menyebarkan berita salah satunya perusahaan media Kumparan, dengan melakukan pengemasan yang menarik seperti konten video berita dan infografis membuatnya dapat menarik perhatian para pembacanya.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh konten Instagram Kumparancom (X) terhadap ketertarikan minat baca anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia periode 2020-2021 (Y), yang nantinya barometer dari minat baca tersebut terlihat dari respon kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan) dan konatif (perilaku) dan juga mencari tahu seberapa signifikan pengaruh tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R dari Hovland (1953) yang menjelaskan bahwa bahwa komunikasi akan membuat reaksi tertentu ketika ada stimulus khusus, yang berarti jika disambungkan dalam penelitian ini adalah pengaruh konten Instagram Kumparan (S) kepada anggota Jurnalposmedia 2020-2021 (O) akan menghasilkan respon (R).

Metode penelitian dalam penelitian ini melalui metode kuantitatif dengan langkah penyebaran kuesioner, lalu data tersebut akan diolah menggunakan software statistika, yaitu SPSS dan microsoft excell.

Hasilnya penelitian ini membuktikan bahwa responden menyetujui adanya pengaruh konten Instagram Kumparancom terhadap ketertarikan minat baca dengan skor rata-rata 3.94 . Hal tersebut berasal dari pengaruh variabel independen konten Kumparancom terhadap variabel dependen yang meliputi suatu respon(kognitif, afektif, konatif) dari responden dengan hasil uji regresi linear sederhana (uji f, uji t dan uji signifikansi 5%) dan persentase sebesar 53.9%.

Kata Kunci : Respon, Ketertarikan, Minat Baca, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Anshary Madya Sukma (1184050035) : *“Pengaruh Penyajian Berita Di Media Sosial Terhadap Ketertarikan Mahasiswa Untuk Membaca Berita (Studi Survei Pada Anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia Periode 2020-2021 Tentang Media Sosial Instagram Kumparan).”*

The phenomenon of technology that continues to develop by changing things that were initially difficult to obtain becomes very easy, such as getting information now becomes very easy, even if you just stay silent. Then, many media companies take advantage of social media which is the result of the acceleration of technology as their means to spread the news, one of which is the Kumparan media company, by doing attractive packaging such as video content and infographics that can attract the attention of their readers.

The purpose of this study was to see the effect of Kumparancom's Instagram content (X) on the reading interest of members of the Journalposmedia Student Press Institute for the 2020-2021 (Y) period, which will be a barometer of reading interest seen from cognitive responses (knowledge), affective (feelings) and conative (behavior) and also find out how significant the influence is.

This study uses the S-O-R theory from Hovland (1953) which explains that the communicant will make a certain reaction when there is a special stimulus, which means that being involved in this research is the influence of Kumparan (S) Instagram content to members of the 2020-2021 Journalposmedia (O) will produce a response (R).

The research method in this study is a quantitative method with the steps of distributing questionnaires, the data will then be processed using statistical software, namely SPSS and Microsoft Excel.

*The results of this study prove that respondents agree that Kumparancom's Instagram content has an influence on interest in reading with an average score of 3.94. This comes from the influence of the independent variable Kumparancom content on the dependent variable which includes a response (cognitive, affective, conative) from respondents with simple linear regression test results (f test, t test and 5% significance test) and a percentage of 53.9%.**Keywords:** Response, Interest, Reading Interest, Social Media, Instagram*