

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang serba modern ini kita menjadi dimudahkan dengan teknologi yang ada. Seperti halnya dengan kita mendapat kemudahan untuk suatu informasi karena banyak sekali portal berita di internet, kita bisa mendapatkan informasi dari daerah ke daerah pulau ke pulau bahkan antarnegara. Lalu internet dapat diartikan sebagai jaringan yang sangat luas bahkan mendunia, karena dengan menghubungkan pengguna komputer di seluruh dunia dan di dalam internet terdapat berbagai informasi yang interaktif.

Lalu internet memiliki kelebihan yaitu: (1) bisa mengirim pesan, kata-kata, audio dan visual sekaligus dalam jumlah yang tidak terbatas, (2) waktu untuk mengirim pesan sangat cepat, (3) bisa terus terhubung (online), (4) Informasi bisa didapat secara *realtime*, (5) mengandalkan transaksi, (6) dapat mengembangkan interaksi, antara pengirim dan penerima bisa dalam wujud makhluk hidup atau mesin (Severin Tankard dkk, 2007:448)

Kemunculan internet ini merupakan awal dari revolusi industri dan memunculkan istilah "*new media*". Media baru ini muncul dari inovasi media lama yang sudah tidak ada korelasi di era teknologi sekarang, jika pada awalnya satu benda hanya memiliki satu fungsi layaknya koran untuk dibaca akan tetapi di era sekarang dalam satu tempat kita dapat melakukan banyak hal. (Monanda, 2017 : 3)

Dalam sejarahnya, jurnalisme online ini muncul pada tahun 1990-an, kemunculan jurnalisme online paling luar biasa ditemukan pada 19 Januari

1998. Ketika saat itu Mark Drudge mempublikasikan perselingkuhan presiden Amerika, Bill Clinton dengan Monica Lewinsky. Sejak saat itulah awal kemunculan fenomenal dari jurnalisme online dan berkembang diberbagai negara lain . (Muhaemin dkk, 2019 :100)

Sesuai penjelasan diatas yang berarti dengan internet kita dapat dengan mudah mendapatkan informasi tersebut, karena banyak sekali media online di era sekarang yang tersebar di internet. Mengutip dari laman website *Medcom.id* di Indonesia pada tahun 2020 tercatat 47.000 media massa yang telah terverifikasi dewan pers sebanyak 2.700 terdiri dari media elektronik dan media cetak. Dari 47.000 media yang tersedia tercatat media online paling mendominasi dibandingkan media lainnya. (Nurdifa, 2021 : 1)

Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017, mengatakan bahwa saat itu pengguna internet di Indonesia memiliki jumlah oengguna sekitar 143.26 juta jiwa dari total populasi penduduk di Indonesia sebanyak 262 juta jiwa. Menurut APJII layanan yang diakses didominasi media sosial sebanyak 87.13%.

Hasil tersebut menegaskan bahwa media sosial jika dimanfaatkan dengan baik maka akan dapat berguna bagi creator atau suatu media, dalam hal ini tentunya pengguna Instagram akan berlomba-lomba menyajikan konten dengan visual yang menarik dibanding lainnya agar dapat mendapat engagement yang tinggi atau pengunjung yang banyak.

Lalu, ini jika melihat kemajuan teknologi yang akan terus berkembang maka media yang dapat bertahan dan dilirik khalayak di era saat ini adalah

yang memiliki ciri khas yang unik. Dalam hal ini tidak bisa media hanya dengan publikasi dan isi beritanya saja untuk menarik khalayak pembaca, tentu banyak inovasi yang dilakukan media saat ini. Seperti halnya dengan penggunaan media sosial dalam mendukung pemberitaan, karena disana bisa menambahkan konten-konten yang menarik untuk menarik pembaca.

Seperti halnya infografis dimedia sosial, infografis merupakan media informasi yang disajikan dalam bentuk teks, serta dipadukan dengan beberapa elemen visual seperti gambar, ilustrasi, grafik, dan tipografi. Dengan adanya infografis isi informasi yang rumit menjadi dapat mudah dipahami, pembaca dapat langsung mengerti apa yang dibahas lalu infografis meningkatkan pemasaran pengunjung ke media yang membuat infografis tersebut. Juga lebih terpercaya dan memiliki tingkat validitas yang tinggi karena dalam pembuatan infografis tidak akan menggunakan informasi yang masih simpang siur dan juga meningkatkan para pembaca.

Tak hanya infografis, konten selanjutnya juga dengan pembuatan video dalam pengemasan beritanya. Pengemasan seperti ini juga dapat meningkatkan daya tarik pembaca suatu media karena dilengkapi dengan audio visual. Para pembaca akan mudah mengingat suatu informasi, 2 hal tersebut merupakan contoh konten yang biasanya terdapat dari Instagram suatu media konvensional.

Disini peneliti tertarik dengan strategi *Kumparan.com* dalam menyajikan beritanya dalam platform media sosial dalam hal ini pada media Instagram. Postingan media *Kumparan* dalam Instagram miliknya dinilai memiliki *feed*

yang rapih walaupun dengan banyaknya konten akan tetapi secara nilai estetika media Kumparan ini enak dipandang. Karena juga didukung warna *pallette* warna *turquoise* yang merupakan warna hijau kebiru biruan yang menjadi terlihat lebih menyegarkan mata khalayak pembaca dalam media sosialnya.

Selain pertimbangan dari ketertarikan peneliti akan pemilihan media sosial Kumparancom, disini penulis melaksanakan observasi terlebih dahulu menggunakan kuesioner melalui gform dan dibagikan kepada objek penelitian ini, dengan total 71 orang yang tertarik terhadap official akun media Kumparancom dibanding 3 media lainnya.

Lalu, ciri konten yang dimiliki *Kumparan.com* sendiri yaitu konten rangkuman isi berita yang dikemas dalam bentuk video dan selanjutnya pembaca harus menuju ke link website kumparan. Karena dengan begini khalayak yang penasaran mau tidak mau harus masuk ke dalam website *Kumparan.com* dan ini juga merupakan strategi yang bagus untuk membuat orang mengunjungi website tersebut. Hal ini membuat penulis tertarik dan ingin menggali lagi bagaimana ketertarikan khalayak pembaca terhadap media *Kumparan.com* dalam pengemasan beritanya lewat media sosial.

Setelah menjadi fenomena digital tersebut penulis memilih mahasiswa sebagai objek dalam penelitian ini. Karena memang mahasiswa dalam dunia Pendidikan merupakan strata yang paling tinggi dan penulis mengambil lingkup fokus penelitian yang lebih kecil lagi yaitu anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia periode 2020-2021 dipilih sebagai objek penelitian ini.

Alasan memilih anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia karena mereka juga merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang memang akan bersinggungan langsung dengan bidang kejournalistikan dan nantinya mereka akan menjadi sumber verifikasi informasi yang kredibel dan terpercaya. Dalam observasi pra penelitian penulis mendapatkan hasil bahwa konten video berita dan infografis menjadi konten yang paling menarik minat baca subjek dalam penelitian ini.

Lalu, penulis melihat peluang lembaga pers mahasiswa atau media yang baru merintis untuk mengoptimalkan media sosial dalam penyajiannya karena dirasa pengguna media sosial sangat banyak hingga mencapai 87.13% pada 2017.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti berfokus pada :
Pengaruh Penyajian Berita Di Media Sosial Terhadap Ketertarikan Mahasiswa Untuk Membaca Berita dengan Studi Survei Pada Anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia Periode 2020-2021 Tentang Media Sosial Instagram Kumparan.

Dari fokus penelitian ini, adapun masalah pokok penelitian sebagai berikut menentukan rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana penyajian konten *Kumparancom* dalam menarik ketertarikan anggota Jurnalposmedia periode 2020-2021?
2. Bagaimana ketertarikan minat baca anggota Jurnalposmedia periode 2020-2021?

3. Bagaimana pengaruh dan seberapa signifikan penyajian konten *Kumparancom* dalam menarik minat baca berita anggota Jurnalposmedia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui daya Tarik dari pemberitaan media sosial Instagram Kumparancom terhadap kalangan mahasiswa
2. Untuk mengetahui pengaruh visual dari media sosial Kumparancom dikalangan mahasiswa
3. Untuk mengetahui pengaruh cara penyajian berita di media sosial Instagram Kumparancom dikalangan mahasiswa

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam kegunaanya penelitian ini memiliki 2 kegunaan yaitu kegunaan akademis dan kegunaan praktis :

1.4.1 Kegunaan Akademis

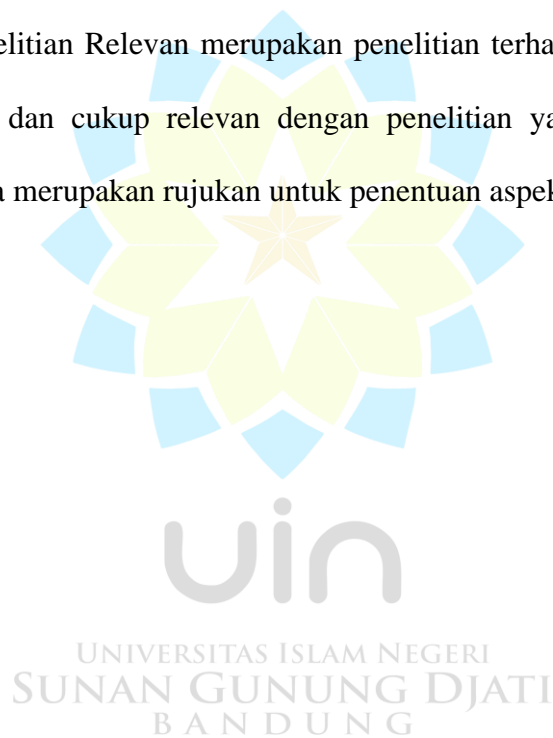
Kegunaan akademis penelitian ini diharapkan penulis bisa memberi kontribusi ilmiah pada dunia Pendidikan yang khusus nya pada bidang Jurnalistik. Umumnya di bidang Ilmu Komunikasi media sosial terhadap individu dan juga penulis mengharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi baru dan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai teori SOR terhadap minat baca berita.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini penulis mengharapkan agar bisa menjadi ukuran pihak terkait sebagai bahan informasi dan menjadi bahan pengembangan agar meningkatkan performa mahasiswa sebagai objek penelitian dalam menjalani profesi sebagai jurnalis dan umumnya penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat mengenai pembahasan minat baca berita dalam media sosial.

1.5 Penelitian Relevan

Penelitian Relevan merupakan penelitian terhadulu yang memiliki keterkaitan dan cukup relevan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis juga merupakan rujukan untuk penentuan aspek penelitian.



Tabel 1 Penelitian Yang Relevan

NO.	JUDUL PENELITIAN	METODE DAN TEORI PENELITIAN	NAMA PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Pengaruh penyajian berita Infografis Tirto.id Terhadap Kepuasan Pembaca (Survei Terhadap Mahasiswa UIN Jakarta Angkatan (2014-2016))	Metode Penelitian Kuantitatif (survei) dan teori use and gratification	Amalia Khaerani (Skripsi) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang bagaimana penyajian berita suatu media terhadap Mahasiswa serta pada pendekatannya menggunakan metode kuantitatif, lalu dalam Teknik pengambilan data dari penelitian ini dan sekarang sama-sama menggunakan metode angket (kuesioner) yang dibagikan kepada responden dan persamaan selanjutnya sama-sama meneliti media massa.	Perbedaannya terletak pada konten yang diteliti, jika pada penelitian sebelumnya hanya konten infografis saja, akan tetapi penelitian sekarang meneliti konten video berita. Lalu, untuk variabel Y nya dalam penelitian ini terhadap kepuasan pembaca sedangkan penelitian sekarang terhadap minat baca.

NO.	JUDUL PENELITIAN	METODE DAN TEORI PENELITIAN	NAMA PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
2.	Pengaruh Penggunaan Media Line Today Terhadap Meningkatnya Minat Membaca Berita Di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Kota Jakarta)	Metode Kuantitatif dan Teori New Media	Nida Fauziah dan Reni Nuraeni (Jurnal) Universitas Telkom	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang bagaimana penyajian berita suatu media terhadap Mahasiswa serta pada pendekatannya menggunakan metode kuantitatif, lalu dalam persamaan selanjutnya sama-sama meneliti media massa.	Perbedaanya terletak pada media yang diteliti, jika pada penelitian ini menggunakan media Line Today sedangkan penelitian sekarang meneliti media Kumparan, selanjutnya pada penelitian ini untuk pengambilan data nya menggunakan analisis deskriptif, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan Teknik pengambilan data dari penelitian ini dan sekarang sama-sama menggunakan metode angket (kuesioner) yang dibagikan kepada responden

NO.	JUDUL PENELITIAN	METODE DAN TEORI PENELITIAN	NAMA PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
3.	Pengaruh Konten Akun Instagram @Bassfm Terhadap Sikap Para Follower (Studi Pada Sikap Kognitif, Afektif, Dan Konatif)	Metode Kuantitatif	Andika Rizki Romadhoni (Skripsi) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang bagaimana penyajian berita suatu media terhadap Mahasiswa serta pada pendekatannya menggunakan metode kuantitatif, lalu dalam Teknik pengambilan data dari penelitian ini dan sekarang sama-sama menggunakan metode angket (kuesioner) yang dibagikan kepada responden dan persamaan selanjutnya sama-sama meneliti media massa.	Perbedaannya terletak pada media yang diteliti, jika pada penelitian ini meneliti media Bassfm sedangkan penelitian sekarang meneliti media Kumparancom, lalu perbedaan selanjutnya terletak pada teori yang digunakan, untuk penelitian ini menggunakan teori persuasi sedangkan penelitian sekarang menggunakan teori SOR.

NO.	JUDUL PENELITIAN	METODE DAN TEORI PENELITIAN	NAMA PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
4.	Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Minat Baca Berita Online Follower Akun @Detikcom Di Pekanbaru	Metode Penelitian Kuantitatif dan teori Statistik	Raisha Dwi Mayangsari (Jurnal) Universitas Riau	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang bagaimana penyajian berita di Media Sosial terhadap Mahasiswa serta pada pendekatannya menggunakan metode kuantitatif, lalu dalam Teknik pengambilan data dari penelitian ini dan sekarang sama-sama menggunakan metode angket (kuesioner) yang dibagikan kepada responden dan persamaan selanjutnya sama-sama meneliti media massa.	Perbedaan penelitian terletak pada fokus media yang digunakan, jika pada penelitian ini menggunakan pengaruh media sosial Twitter, sedangkan pada penelitian sekarang meneliti media sosial Instagram, lalu dalam hal media yang diteliti nya berbeda, pada penelitian ini meneliti Detikcom sedangkan pada penelitian sekarang meneliti media Kumparancom

NO.	JUDUL PENELITIAN	METODE DAN TEORI PENELITIAN	NAMA PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
5.	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Baca Masyarakat (Studi Kasus Pada Akun @Komunitaspembacabuku)	Metode Penelitian Kuantitatif	Siska Febrianti, Nining Sudiar dan Rosman H (Jurnal) Universitas Lancang Kuning Pekanbaru	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang bagaimana penyajian berita di Media Sosial terhadap Mahasiswa serta pada pendekatannya menggunakan metode kuantitatif, lalu dalam Teknik pengambilan data dari penelitian ini dan sekarang sama-sama menggunakan metode angket (kuesioner) yang dibagikan kepada responden dan persamaan selanjutnya sama-sama meneliti media massa.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian, jika pada penelitian ini menggunakan masyarakat sebagai objek penelitian, berbeda dengan penelitian sekarang yang menggunakan masyarakat sebagai objek penelitian, terakhir untuk media yang diteliti juga berbeda, pada penelitian ini menggunakan media dari Komunitaspembacabuku sedangkan media yang digunakan pada penelitian sekarang adalah media Kumparancom

1.6 Kerangka Pemikiran

Mulyana (2000) dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* menyebut komunikasi massa adalah suatu komunikasi yang menggunakan media massa baik elektronik maupun cetak dan dikelola oleh suatu lembaga dan ditujukan ke khalayak yang luas dan dibanyak tempat mau itu khalayak yang heterogen ataupun homogen.

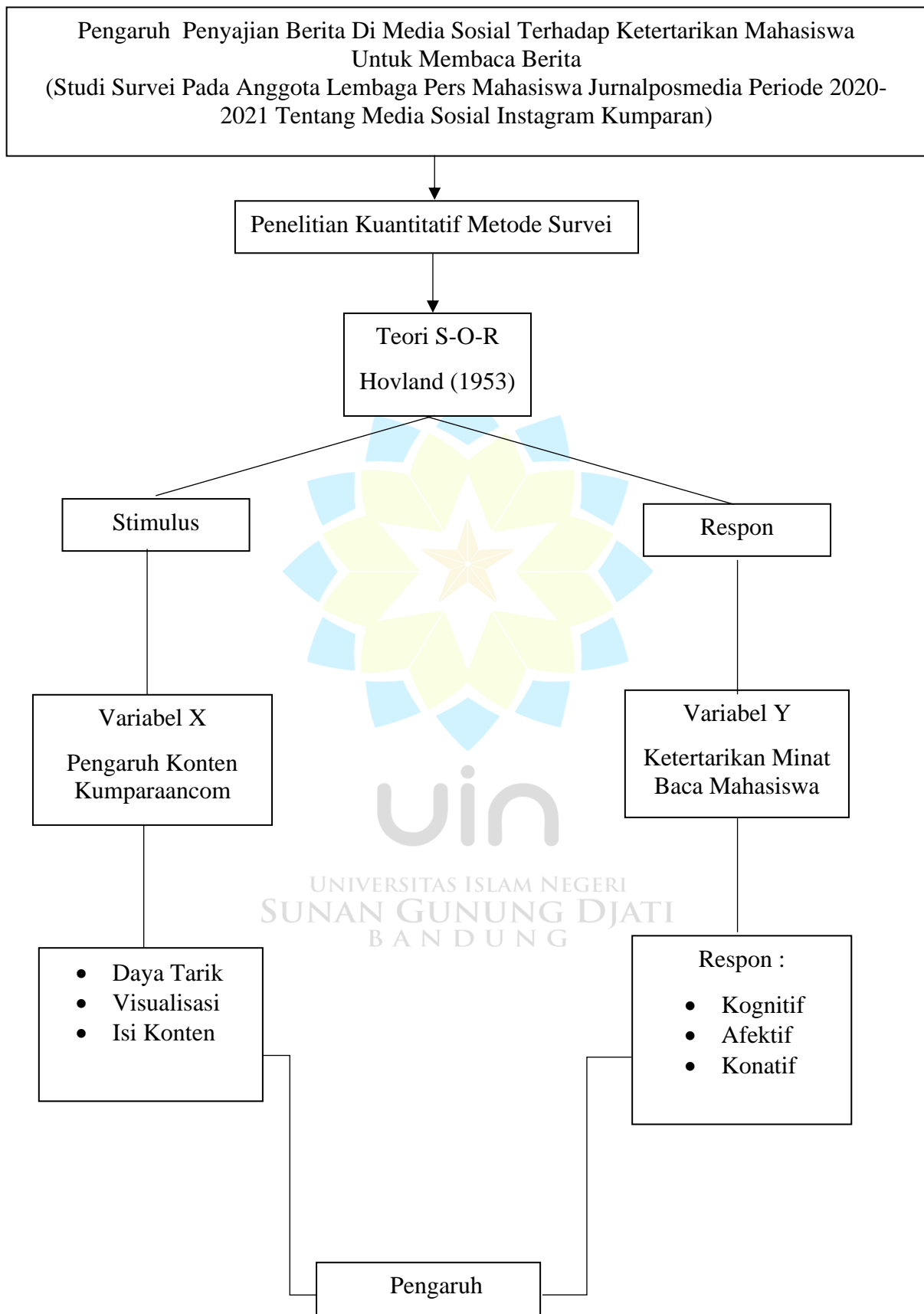
Gebner (1967) mengemukakan bahwa komunikasi massa ini memuat suatu produk yang berupa pesan-pesan komunikasi, lalu produk tersebut akan didistribusikan kepada khalayak secara luas dengan jarak waktu yang tetap, seperti harian, mingguan, dan bulanan. Tahapan produksi ini tidak bisa dilakukan oleh suatu individu melainkan harus secara kelembagaan dan didukung oleh teknologi tertentu sehingga komunikasi massa ini dapat dilakukan oleh masyarakat (Khomsahrial, 2016 : 2)

Teori New Media yang dikemukakan oleh Denis Mcquail dan McLuhan, dalam teori ini media dapat mempengaruhi khalayak setelah menonton atau membaca suatu produk media. Dari gagasan tersebut terlahirlah teori new media yang diaplikasikan dalam internet (Littlejohn, 2009: 410) Denis McQuail juga mendefinisikan *new media* sebagai media elektronik yang mencakup system teknologi seperti sistem penyimpanan, sistem pencarian informasi, sistem transmisi yang melalui kabel maupun satelit, sistem pengendalian menggunakan computer dan sistem penyajian visual (McQuail, 1987 :16)

Untuk kerangka penelitian ini penulis menggunakan teori S-O-R (Stimulus, Organisme, Respon), teori ini dikemukakan oleh Hovland (1953) yang objek dari materialnya adalah manusia yang meliputi komponen seperti sikap, kognisi afeksi, perilaku, opini dan konasi. Teori ini berasumsi bahwa komunikan (Organisme) akan membuat perilaku tertentu ketika ada stimulus khusus, sehingga individu dapat memperkirakan dan mengharapkan kesesuaian antara reaksi dan pesan (Effendy, 2005:254). Teori ini memiliki tiga elemen penting yang akan membantu penulis dalam memecahkan suatu permasalahannya dalam penelitian, sebagai berikut: *Stimulus* (S) pesan yang disampaikan kepada penerima atau komunikan. *Organism* (O) orang yang memberikan respon ketika stimulus disampaikan kepadanya dan *Response* (R) adalah efek perubahan perilaku setelah proses komunikasi antara stimulus yang diberikan terhadap komunikan

Teori S-O-R ini berfokus terhadap pengaruh stimulus yang diberikan pemberi pesan terhadap komunikan, media massa tentu memiliki pengaruh yang besar di era ini lalu efeknya tentu beraneka ragam oleh karena itu teori S-O-R ini sangat relevan bagi penulis untuk meneliti pengaruh penyajian berita di media sosial instagram Kumparancom terhadap minat baca berita di kalangan anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia periode 2020-2021

Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran



1.7 Hipotesis

Didasari latar belakang dan rumusan masalah diatas maka hipotesis dan dugaan sementara ini adalah sebagai berikut :

H01 : Tidak ada pengaruh konten media sosial instagram kumparancom terhadap minat baca berita dikalangan anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia periode 2020-2021

Ha1 : Ada pengaruh konten media sosial instagram kumparancom terhadap minat baca berita dikalangan anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia periode 2020-2021

1.8 Langkah Penelitian

Dalam prosedur penelitian ini peneliti akan memaparkan lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan, metodologi penelitian, populasi sampel, pengumpulan data dan sebagainya akan dirincikan sebagai berikut

1.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ditentukan mengacu pada objek penelitian ini yaitu anggota Jurnalposmedia periode 2020-2021 yang mendiami sekre di Student Center lantai 2 yang berjumlah 93 orang, oleh karena itu penulis menentukan lokasi penelitian di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berlokasi di Jalan A. H Nasution Nomor 105 Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Kode Pos 40614.

1.8.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan pola pikir yang memiliki dasar pada filsafat atau teori tertentu yang pemikirnya dan paradigma itu sendiri berupaya menjelaskan sesuatu hakekat atau fenomena (Pangaribuan, 2008 : 22) penelitian ini menggunakan paradigma pospositivisme dan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini menelaah media sosial terhadap minat baca khalayaknya lalu menggunakan prosedur statistika dan pendekatan deduktif untuk menguji hipotesis pada penelitian ini

Penelitian ini memiliki dua variable yaitu : pertama, variabel independen, dalam penelitian ini variabel independen nya adalah pengaruh dari media sosial Instagram dan yang kedua, variabel dependen, yaitu minat baca dikalangan mahasiswa yang berarti penelitian ini mengukur seberapa besar media sosial dapat mempengaruhi minat baca berita terhadap anggota Jurnalposmedia

1.8.3 Metodologi Penelitian

Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari populasi tertentu yang alami dan tidak dibuat-buat lalu peneliti mengumpulkan datanya bisa dengan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2013: 6)

Pada metode survey suatu informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan angket atau kuesioner yang disebar, lalu pada umumnya pengertian survei ini dibatasi dari penelitian yang sudah terkumpul data dari sampel atas populasi dan mewakili seluruh

populasi tersebut dan demikian penelitian survei ini ialah “penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok” .

Pada umumnya yang merupakan objek analisa dalam penelitian survei adalah individu yang sudah memenuhi kriteria peneliti. Penelitian survei dapat digunakan untuk maksud deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran terhadap fenomena sosial tertentu. (Singarimbun, 2002 : 3)

Penelitian ini menggunakan metode survei karena metode ini dapat memberikan gambaran yang cukup detail tentang sebuah kasus dan penulis merasa relevan menggunakan metode survei sebagai untuk penelitian pengaruh penyajian berita di media sosial terhadap minat baca berita di kalangan mahasiswa

1.8.4 Jenis dan Sumber Data

A. Jenis data

Untuk jenis data nya adalah data kuantitatif dan menggunakan metode statistic, dan untuk data yang akan diidentifikasi nya yaitu :

1. Mengukur konten kumpancom dapat menyajikan daya tarik khalayak pembaca dikalangan anggota Jurnalposmedia
2. Mengukur pengaruh visual dari media sosial kumpancom terhadap minat baca dikalangan anggota Jurnalposmedia

3. Mengukur pengaruh penyediaan informasi dari media sosial instagram kumparan terhadap minat baca khalayak dikalangan anggota Jurnalposmedia

B. Sumber data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui kuesioner atau wawancara terhadap anggota jurnalposmedia periode 2020-2021

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data dari hasil pengumpulan melalui riset dan studi literatur penulis seperti dari buku referensi, situs internet, penelitian serupa dan sumber yang terkait dengan penelitian ini

1.8.5 Populasi dan Sampel

Dalam penentuan samplingnya menggunakan teknik penarikan sampel sederhana karena pengambilan objek sampel dari suatu populasi dilakukan secara acak dan juga tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi yang selanjutnya akan dijadikan responden. (Burhan Bungin, 2005 : 105)

Dalam penentuan samplingnya penelitian ini menggunakan Teknik probability sampling yang artinya disetiap populasi ini mereka memiliki

kesempatan yang sama rata untuk dipilihnya, populasi anggota Lembaga Pers Mahasiswa Jurnalposmedia 2021 adalah 93 dan setelah dilakukan obeservasi yang tertarik terhadap Instagram Kumparancom sebesar 72 anggota, lalu metode yang dipakai adalah disporposional sampling maka tidak ada ketentuan khusus pada setiap strata dan tingkatanya

Adapun teknik dalam pengambilan jumlah sampel, penulis menggunakan teknik pengambilan *sampling* dengan rumus Yount, yaitu:

Tabel 2 Besaran Populasi

Besarnya populasi	Besar Sampel
0 – 100	100%
101 - 1.000	10%
1.001 - 5.000	5%
5.001 - 10.000	3%
10.000	1%

Yang artinya pada penelitian ini penulis mengambil 100% sampel dari populasi yaitu sebanyak 72 anggota Jurnalposmedia

1.8.6 Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini memiliki dua Teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Penyebaran Kuesioner atau Angket

Teknik ini merupakan Teknik pengumpulan data dengan mengirim angket kepada objek, penelitian ini

menggunakan angket yang tertutup untuk mempermudah penulis dalam mengumpulkan data nya

2. Studi Literatur

Teknik pengumpulan studi literatur digunakan penulis untuk mengumpulkan data penelitian seperti melalui skripsi, buku referensi, jurnal dan situs internet yang relevan dengan apa yang sedang diteliti

1.8.7 Validitas dan Realiabilitas

A. Validitas

Validitas adalah suatu pengujian yang ditujukan untuk mengetahui instrument kuesioner terhadap konsep yang perlu diukur (Suryadi & Darmawan, 2019: 186). Validitas terdiri dari 3 jenis yaitu Ada tiga jenis validitas yaitu validitas isi, validitas kriteria, dan validitas konsep. Disini peneliti menggunakan validitas isi yang menunjukkan inti yang mewakili variable yang akan diukur

Dalam uji validitas, dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara skor instrument dengan total instrument menggunakan rumus uji korelasi pearson oleh Karl Pearson yang mengacu pada teori Sir Francis Galton

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r_{xy} : r hitung

n : banyaknya responden

x : Skor pada item ke- i

y : jumlah skor yang didapat tiap responden

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat dikatakan korelasi antara variabel x dan y sangat kuat apabila nilai $r < 0.8$ sampai 1 atau dalam uji validitas ini bisa menggunakan aplikasi statistika SPSS sebagai berikut :

1. Masuk ke Aplikasi SPSS
2. Masukkan data kuesioner variabel X dan variabel Y
3. Cari opsi "Analyze" pada tab bagian atas spss
4. Klik "Scale" dan pilih opsi Realibility Analysis
5. Setelah itu untuk melihat data sudah realibel lihat di tabel "Reliability Statistics"
6. Selanjutnya untuk melihat data sudah valid terlihat di tabel "Item-Total Statistics"

Instrumen dapat dinyatakan valid ketika nilai r hitung melebihi r tabel maka dinyatakan valid

B. Reliabilitas

Instrumen yang baik harus dilakukan dengan pengukuran yang benar dan konsisten, terdapat dua aspek alat ukur reliabel, yang pertama konsistensi internal dan yang kedua stabilitas (Murti, 2011 :8)

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji alpha cronbach dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(\frac{sr^2 - \sum st^2}{sx^2}\right)$$

Keterangan :

A : koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

K : jumlah item pertanyaan yang diuji

st^2 : jumlah varian skor item

sx^2 : varian skor-skor tes (seluruh item K)

Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisien alfa > 0,60 atau bisa melihat dengan SPSS dengan langkah yang sama seperti Uji Validitas dengan melihat nilai Cronbach Alpha.

1.8.8 Teknik Analisis Data

Untuk tahapan pengambilan kesimpulan perlu Langkah-langkah yang pengolahan data dalam menganalisis penelitian, sebagai berikut :

1) Penyeleksian data

Setelah data terkumpul maka harus memastikan bahwa hasil dari kuesioner tidak rusak atau hilang dan jika semuanya sudah siap maka hasil tersebut dapat diproses, lalu tahapannya sebagai berikut :

- a. Analisis data, dengan mengolah seluruh data yang diperoleh lalu menganalisisnya menggunakan analisis tabulasi sederhana

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P : bilangan persentase yang dicari

F: frekuensi jawaban

N : Jumlah responden

- b. Lalu selanjutnya menentukan nilai dari kuesioner yang menggunakan skala Likert yang setiap item pertanyaannya memiliki 5 pilihan dengan poin yang berbeda

Sangat Setuju (SS) bernilai 5

Setuju (S) bernilai 4

Ragu-ragu (RR) bernilai 3

Tidak setuju (TS) bernilai 2

Sangat tidak setuju (STS) bernilai 1

- c. Setiap nilai dikalikan jumlah pertanyaan dan dikalikan dengan jumlah responden

- d. Melihat hasil analisis korelasi untuk melihat pengaruh antara variable menggunakan rumus *correlation product moment*

2) Menafsirkan harga koefisien dengan kriteria sebagai berikut:

0,80 - 1,000 : sangat kuat

0,60 - 0,799 : kuat

0,40 - 0,599 : sedang

0,20 - 0,399 : rendah

0,00 - 0,199 : sangat rendah

3) **Melakukan uji hipotesis dengan Langkah** sebagai berikut:

Rumus mencari nilai t, menentukan taraf signifikan 5%

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

untuk memperkuat pengambilan keputusan uji hipotesis peneliti juga akan melakukan uji f dan uji t pada hasil penelian