

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi yang sangat cepat tentu menyebabkan peningkatan dalam penggunaan internet. Penggunaan internet di berbagai negara saat ini berkembang sangat pesat, tidak terkecuali di Indonesia.. Dikutip dari databoks, berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dan *Polling* Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tiga tahun terakhir yaitu sebesar, 132,7 juta jiwa pada tahun 2016, sebesar 143,3 juta jiwa pada tahun 2017, dan berjumlah 171,18 juta jiwa pada tahun 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami penambahan sebesar 27,91 juta (10,12%) dari tahun 2017 ke tahun 2018. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi 64,8% dari total penduduk yang mencapai 263,16 juta jiwa. (Databoks, 2019).

Internet digunakan untuk membantu kita dalam kehidupan sehari-hari kita, mulai dari pekerjaan, pendidikan, kesehatan, dan juga hiburan. Media sosial menjadi salah satu pilihan hiburan bagi kita, penggunaan media sosial menjadi salah satu pendukung meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Terdapat berbagai macam *platform* media sosial yang sering digunakan di Indonesia. *Platform* media sosial dibagi menjadi dua kategori yaitu *Social Network* dan *Messenger*. Yang termasuk dalam kategori *Social Network* adalah Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Path, Tumblr, dan

Reddit. Sedangkan yang termasuk dalam kategori *Messenger* adalah Whatsapp, LINE, Facebook Messenger, BBM (Blackberry Messenger), Skype, dan Wechat. Dari berbagai macam platform media sosial tersebut, terdapat beberapa platform yang paling sering digunakan di Indonesia. Berdasarkan data yang dilansir dari datareportal, di Indonesia platform media sosial yang paling sering digunakan adalah Youtube (88%), Whatsapp (83%), Facebook (81%), dan Instagram (80%). Sedangkan untuk LINE sebesar 59% dan Twitter sebesar 52%. (Datareportal, 2019).

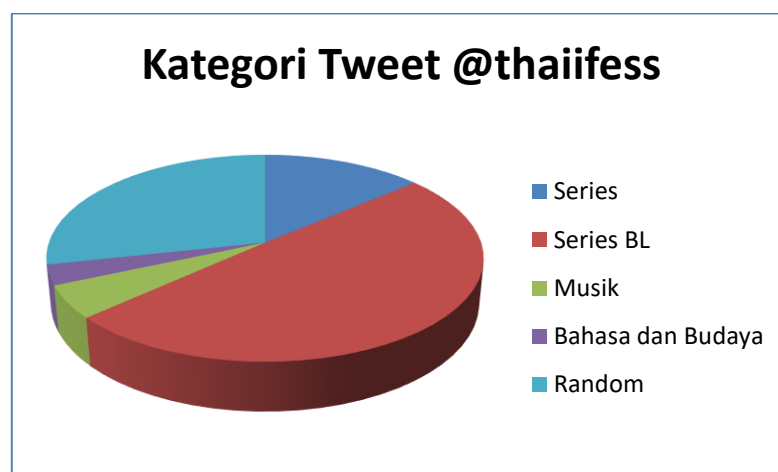
Menurut data internal *Twitter* pada kuartal pertama 2018, pengguna *Twitter* Indonesia tumbuh sebanyak 11%, sementara angka global hanya 10%. Pada kuartal kedua jumlah pengguna *Twitter* Indonesia tumbuh 31%, sedangkan pertumbuhan global hanya 11%. Pada kuartal ketiga, *Twitter* Indonesia mencatat pertumbuhan pengguna aktif harian sebanyak 33%, naik tajam dibandingkan pertumbuhan global yang hanya 9%. Dan puncaknya pada kuartal keempat 2018, rata-rata pertumbuhan pengguna Indonesia sebesar 41%, sedangkan pertumbuhan global tetap 9%. (Sianipar, 2019)

Di media sosial Twitter terdapat beberapa akun yang terintegrasi dengan sistem *auto tweet*, salah satunya dengan menggunakan sistem Biolbe. *Menfess* merupakan singkatan dari dua kata yaitu *Mention* dan *Confess*. Dikutip dari biol.be, *menfess* adalah sebuah pesan atau hanya sekedar kata-kata yang ingin disampaikan untuk seseorang tanpa memberitahukan identitas si pengirim. Salah satu contoh dari akun *menfess* di Twitter adalah akun @thaiifess. Akun @thaiifess ini merupakan akun *menfess* atau *auto tweet* yang membahas berbagai

macam hal mengenai Thailand, seperti *series*, musik, bahasa, budaya, dan sebagainya.

Penulis telah melakukan penelitian singkat terhadap akun @thaiifess selama dua minggu, yaitu mulai dari tanggal 6 April 2020 hingga tanggal 20 April 2020. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data bahwa *series* dengan tema *Boys Love* atau *BL* lebih banyak dibahas di dalam akun @thaiifess ini. Penelitian ini dilakukan dengan cara melihat semua *tweet* yang ada di akun @thaiifess selama kurun waktu yang telah ditentukan dan memilah *tweet-tweet* tersebut ke dalam beberapa macam kategori, kategori-kategori tersebut antara lain; *Series*, *Series Boys Love*, Musik, Budaya dan Bahasa, dan *Random* (yang tidak termasuk dalam kategori lainnya). Berikut adalah diagram hasil dari kategori *tweet* @thaiifess dalam kurun waktu dua minggu mulai dari tanggal 6 April 2020 hingga tanggal 20 April 2020.

DIAGRAM 1.1
Kategori Tweet @thaiifess



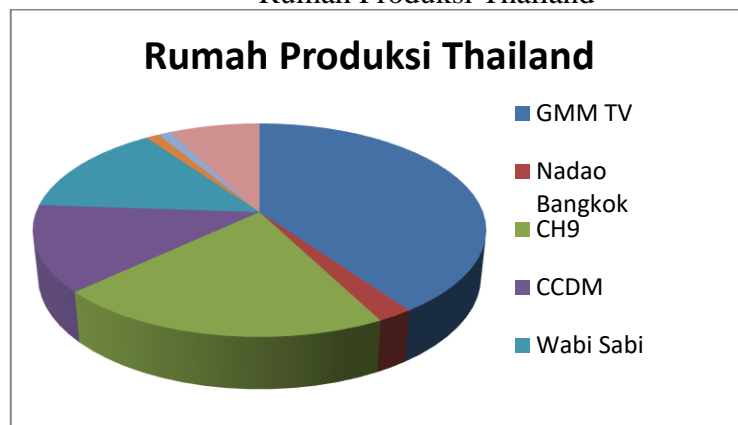
Sumber: Data Primer

Berdasarkan dari penelitian singkat yang telah penulis lakukan, didapatkan hasil sebagai berikut, dalam kurun waktu yang telah ditentukan yaitu selama dua minggu dimulai dari tanggal 6 April 2020 hingga tanggal 20 April 2020 terdapat 2.242 *tweet* di akun @thaiifess. Dari total keseluruhan 2.242 *tweet* tersebut terdapat 308 *tweet* yang membahas tentang *series*, 1.112 *tweet* yang membahas tentang *series Boys Love (BL)*, 115 *tweet* yang membahas tentang musik, 71 *tweet* yang membahas tentang bahasa dan budaya, dan sebanyak 636 *tweet* yang membahas tentang hal-hal *random* yang tidak termasuk dalam beberapa kategori yang sudah disebutkan di atas. Sedangkan untuk data di atas jika diubah ke dalam persentase, berikut data yang didapat, untuk kategori *series* sebesar 14%, kategori *series Boys Love (BL)* sebesar 50%, kategori musik sebesar 5%, kategori bahasa dan budaya sebesar 3%, dan untuk kategori *random* sebesar 28%. Jadi dari data di atas dapat disimpulkan bahwa bahasan tentang *series* dengan *genre Boys love* mendominasi separuh dari bahasan di akun @thaiifess.

Terdapat beberapa rumah produksi di Thailand yang memproduksi beberapa *series boys love*, yaitu GMMTV, Nadao Bangkok, CH9, CCDM, Wabi Sabi, TV Thunder, Mello, dan sebagainya. *Series* Thailand yang sering dibahas di dalam akun @thaiifess adalah *series* Thailand produksi dari GMMTV, hal ini dapat dibuktikan dengan data yang telah penulis dapatkan. Data tersebut didapatkan dengan cara *survey* singkat yang disebar oleh penulis melalui postingan *tweet* yang dikirimkan oleh penulis ke akun *menfess* @thaiifess pada 29 September 2019. *Tweet* tersebut mendapatkan respon berupa beberapa *reply tweet* dari *followers* akun @thaiifess, total *reply tweet* dari postingan tersebut sebanyak

92 *tweet*, yang terbagi ke dalam beberapa jawaban yaitu 37 *tweet* (40%) menjawab *series* produksi GMMTV, 2 *tweet* (2%) menjawab *series* produksi Nadao Bangkok, 19 *tweet* (21%) menjawab *series* produksi CH9, 12 *tweet* (13%) menjawab *series* produksi CCDM, 13 *tweet* (14%) menjawab *series* produksi Wabi Sabi, 1 *tweet* (1%) menjawab *series* produksi TV Thunder, 1 *tweet* (1%) menjawab *series* produksi Mello, dan terdapat 7 *tweet* (8%) yang menjawab lainnya.

DIAGRAM 1.2
Rumah Produksi Thailand

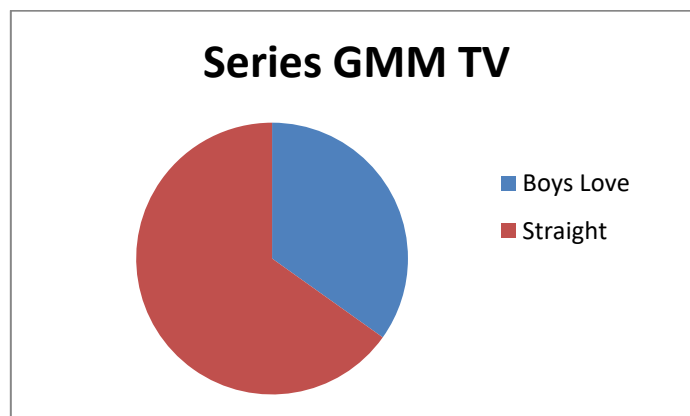


Sumber: Data Primer

GMMTV adalah salah satu agensi dalam bidang industri hiburan di Thailand. GMMTV ini bergerak dalam perindustrian televisi dan berada di bawah naungan GMM Grammy (Thaitubeid, 2019). GMMTV tidak hanya memproduksi *series* dengan kategori *straight* saja tetapi GMMTV juga memproduksi *series* dengan kategori *BL* atau *Boys Love* yang biasa kita kenal dengan *gay*. Berdasarkan data dari *My Drama List*, berikut adalah judul-judul *series* dengan kategori *straight* produksi dari GMMTV dari tahun 2014 hingga saat ini yang berjumlah 43 judul *series*, sedangkan untuk *series* dengan kategori *Boys Love* (*BL*) produksi dari GMMTV berjumlah 23 judul *series* dari tahun 2014 hingga

saat ini. Dari tahun 2014 hingga tahun 2020, GMM TV telah memproduksi *series* dengan kategori *straight* sebanyak 43 judul *series* (65%), sedangkan untuk *series* dengan kategori *BL (Boys Love)* sebanyak 23 judul *series* (35%), jadi jumlah total *series* yang telah diproduksi oleh GMM TV sebanyak 66 judul *series*. Berikut adalah diagram *series* GMM TV berdasarkan kategori yaitu *straight* dan *boys love*.

DIAGRAM 1.3
Series GMMTV



Sumber: Data Primer

Dari total 66 judul *series* yang produksi oleh GMM TV, terdapat beberapa *series* yang sedang tayang yaitu *series* dengan judul *Dark Blue Kiss*, *One Night Steal*, *Blacklist*, dan *A Gift From Whom You Hate*. Dari beberapa *series* di atas, *series* dengan kategori *boys loves* adalah *series* dengan judul *Dark Blue Kiss*. *Series* ini memiliki total *episode* dengan jumlah 12 *episode*. Pasangan utama dari *series* ini adalah Tay Tawan Vihokratana yang berperan sebagai Pete dan New Thitipoom Techaapaikhun yang berperan sebagai Kao. *Series* ini tayang setiap hari sabtu mulai dari tanggal 12 Oktober 2019 dan akan berakhir pada tanggal 28

Desember 2019. Berikut adalah jumlah *viewers series Dark Blue Kiss* dilihat dari akun *Youtube* resmi dari GMM TV pada hari Kamis tanggal 6 Januari 2020.

TABEL 1.1
Data *Viewers Series Dark Blue Kiss*

<i>Viewers Series Dark Blue Kiss</i>	<i>Part 1</i>	<i>Part 2</i>	<i>Part 3</i>	<i>Part 4</i>
Episode 1	2,926,738	1,245,478	973,389	1,020,192
Episode 2	1,154,919	892,339	914,933	944,856
Episode 3	1,061,930	825,315	725,531	772,560
Episode 4	1,163,201	793,134	901,134	975,919
Episode 5	1,139,764	791,365	736,857	713,983
Episode 6	983,178	734,213	1,486,921	908,230
Episode 7	1,179,960	812,759	746,485	1,126,036
Episode 8	1,065,986	646,066	827,601	690,024
Episode 9	954,622	667,263	754,582	679,791
Episode 10	905,576	580,168	626,312	744,536
Episode 11	923,874	641,646	750,227	1,902,835
Episode 12	1,427,125	958,475	944,699	997,265

Selain *series Dark Blue Kiss* yang baru tayang, GMM TV juga memiliki *series* dengan kategori *Boys Love* dengan judul *SOTUS: The Series* yang tayang pada 20 Agustus 2016 dan berakhir pada 7 Januari 2017 dengan total 15 *episode*. *SOTUS: The Series* memiliki cerita lanjutan atau *season 2* dengan judul *SOTUS S: The Series* yang tayang pada 9 Desember 2017 dan berakhir pada 10 Maret 2018 dengan total 13 *episode*. Yang menjadi pasangan utama dalam *series* ini adalah Singto Prachaya Ruangroj yang berperan sebagai Kongpob dan Krist Perawat Sangpotirat yang berperan sebagai Arthit Berikut adalah jumlah *viewers SOTUS: The Series* dilihat dari akun *Youtube* resmi dari GMM TV pada hari Kamis tanggal 6 Januari 2020.

TABEL 1.2
Data Viewers *SOTUS: The Series*

<i>Viewers SOTUS: The Series</i>	Part 1	Part 2	Part 3	Part 4
Episode 1	7,417,242	3,819,603	3,958,627	3,660,523
Episode 2	4,107,512	3,513,852	3,361,861	3,181,015
Episode 3	3,552,712	3,123,756	3,037,290	3,158,194
Episode 4	3,146,186	2,995,887	2,954,838	3,130,906
Episode 5	3,302,143	3,244,140	3,175,991	3,048,200
Episode 6	2,879,710	2,752,443	3,861,064	3,219,175
Episode 7	3,251,839	2,831,573	2,806,071	2,801,356
Episode 8	3,029,478	3,460,827	2,975,548	3,063,663
Episode 9	3,447,345	3,778,905	3,220,333	2,841,076
Episode 10	3,006,998	3,223,553	2,897,683	2,771,306
Episode 11	2,743,567	2,942,799	3,028,841	2,801,075
Episode 12	2,865,247	2,922,418	2,699,544	2,966,084
Episode 13	3,219,251	3,408,953	5,763,260	3,976,831
Episode 14	3,539,329	3,194,489	5,276,400	3,232,465
Episode 15	2,982,833	2,753,609	3,016,778	3,654,144

Dilihat dari perbandingan *viewers* antara *series Dark Blue Kiss* yang dibintangi oleh Tay Tawan dan New Thitipoom dengan *viewers SOTUS: The Series* yang dibintangi oleh Singto Prachaya dan Krist Perawat dapat dikatakan bahwa penonton atau *viewers* dari *SOTUS: The Series* lebih banyak daripada *series Dark Blue Kiss*. Bukan hanya dilihat dari jumlah *viewers* saja, *SOTUS: The Series* juga memenangkan beberapa *award* dari tahun 2017 hingga saat ini mulai dari *best couple*, *most favorite TV series*, *best rising actor*, *most popular actor*, dan sebagainya. Berikut adalah beberapa *award* yang didapatkan dari tahun 2017 hingga 2019.

TABEL 1.3
Tabel Penghargaan *SOTUS: The Series*

Year	Association	Category	Recipient	Result
2017	V-Chart Awards 2017	Media Recommendation Artist	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
		Most Popular New Artist	Singto Prachaya Ruangroj	Won
	Maya Awards 2017	Star Couple of the Year	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
		Best Rising Actor	Singto Prachaya Ruangroj	Won
	14th Kom Chad Leuk Awards	Most Popular Actor	Singto Prachaya Ruangroj	Won
	KAZZ Awards 2017	Kazz Magazine's Sweetheart	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
		Trending Rookie Actor	Krist Perawat Sangpotirat	Won
	6th Attitude Magazine Awards	Most Favorite Couple of the Year	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
		Most Favorite TV Series of the Year	<i>SOTUS: The Series</i>	Won
2018	7th Attitude Magazine Awards	Most Favorite TV Series of the Year	<i>SOTUS S: The Series</i>	Won
	12th KAZZ Awards	Most Favorite Couple of the Year	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
		Most Popular Teen Actor – Male	Singto Prachaya Ruangroj	Won
	4th Maya Awards	Star Couple of the Year	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won

		Male Rising Star (TV)	Singto Prachaya Ruanroj	Won
	1st Great Stars Social Awards	Social Super Star of the Year – Couple	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
	1st LINE TV Awards	Best Couple	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
	Sanook! Top Vote of the Year	Best Couple	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
	Thailand Headlines Person of The Year Awards 2018	Culture and Entertainment - Most Contributing Enhancement and Chinese followed person	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
	12th OK! Awards	Best Couple	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
	2nd Great Stars Social Awards	Couple of the Year	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
2019	15th Kom Chad Luek Awards	Most Popular actor	Singto Prachaya Ruanroj	Won
		Most Popular Thai Series	<i>SOTUS S: The Series</i>	Won
	13th KAZZ Awards	Most Favorite Couple of the Year	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won
2020	Zoomdara New Year Awards 2019	Best Couple	Krist Perawat Sangpotirat & Singto Prachaya Ruangroj	Won

Sumber: kristsingto, 2020

Berdasarkan dari perbandingan jumlah *viewers* dari *series Dark Blue Kiss* dengan *SOTUS: The Series* serta tabel penghargaan yang diterima oleh *SOTUS: The Series* di atas, penulis memilih *SOTUS: The Series* sebagai *series* yang akan diteliti dalam penelitian skripsi ini. Di dalam penelitian ini yang akan menjadi fokus adalah apakah terpaan dari *series boys love* tersebut dapat mempengaruhi

pengetahuan dari para penonton *series* tersebut ditinjau dari tingkatan pengetahuan dalam aspek kognitif.

Series BL atau *Boys Love* merupakan *series* yang di dalam ceritanya terdapat alur percintaan yang terjadi antar para pemain, namun satu jenis kelamin lebih spesifiknya laki-laki dengan laki-laki atau biasa kita kenal dan kita sebut dengan sebutan *gay*. Jadi *series BL* adalah *series* yang menceritakan tentang kisah percintaan sesama jenis antara laki-laki dengan laki-laki. Namun tidak semua *series* yang termasuk dalam kategori *BL* menyuguhkan secara langsung atau vulgar tentang hubungan percintaan sesama jenis tersebut. Sebagai contoh adalah salah satu *series* produksi dari Nadao Bangkok dengan judul *Great Man Academy*, di dalam *series* ini tidak ditunjukkan secara langsung bahwa terdapat hubungan percintaan sesama jenis di dalamnya. Sedangkan untuk *series* produksi dari GMMTV lebih banyak menyuguhkan secara langsung atau vulgar tentang hubungan percintaan sesama jenis tersebut, bahkan GMMTV juga memproduksi *series* dengan judul *Our Sky* yang merupakan kumpulan cerita *BL* para pemain dari beberapa *series* yang sudah diproduksi sebelumnya dan sukses. *Series Our Sky* terdiri dari lima episode dengan cerita yang berbeda-beda, setiap episode berisi tentang cerita *BL* dari 5 *series* yang berbeda pula.

Di Indonesia, hal-hal tentang *BL* atau *Boys Love* bisa dikatakan masih tabu untuk ditonton maupun diperbincangkan. Penerimaan masyarakat Indonesia terhadap tayangan yang berupa drama atau *series* baik di televisi maupun di *youtube* yang mengandung unsur LGBT masih dipertanyakan. Bahkan di Indonesia terdapat peraturan yang mengatur tentang penayangan program yang

mengandung unsur LGBT (*Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender*) di televisi. Dilansir dari Komisi Penyiaran Indonesia (2016), KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) mengeluarkan surat edaran yang ditujukan kepada seluruh lembaga penyiaran untuk program yang mengangkat tema LGBT. Edaran ini dikeluarkan pada tanggal 18 Februari 2016 untuk seluruh lembaga penyiaran tentang program yang mengangkat tema LGBT. Selain edaran dari KPI, penolakan terhadap LGBT juga terjadi di Sidang IPU (Inter-Parliamentary Union). Dikutip dari JawaPos.com, Ketua Fraksi PKS Jazuli Juwaini mengatakan dasar negara Pancasila dan UUD 1945 jelas menolak penyebaran apalagi pelegalan LGBT (JawaPos, 2018).

Penelitian sebelumnya yang serupa dengan penelitian ini pernah dilakukan oleh Arlisa Ratnastuti dari Universitas Sebelas Maret Surakarta pada tahun 2019 dengan judul *Kajian New Media Pengaruh Terpaan Tayangan Vlog Bertema Mistis pada Youtube Channel “Jurnalrisa” Terhadap Pemahaman Tentang Gaib Menurut Ajaran Agama Kristen (Studi Kuantitatif di Kalangan Siswa-siswi Kristen SMP N 4 Surakarta Angkatan 2017 dan 2018)*. Penelitian ini menggunakan metode *survey* dan data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hipotesis bahwa terdapat pengaruh terpaan tayangan vlog bertema mistis pada *Youtube Channel “Jurnalrisa”* terhadap pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen sebesar 0,717, dengan hasil koefisien determinasi sebesar 51,4% dan sisanya yaitu sebesar 49,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor pengaruh lainnya. (Ratnastuti, 2019)

Penelitian yang serupa dengan penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Indra Permana dari Universitas Pasundan Bandung pada tahun 2017 dengan judul Pengaruh Tayangan Media Sosial *Youtube* terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen penelitian menggunakan angket. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh media sosial *Youtube* terhadap perkembangan perilaku menyimpang hanya 27,4%, dan tingkat signifikannya $<0,05$ di mana H_0 diterima dan H_1 ditolak. (Permana, 2017)

Penelitian serupa lainnya pernah dilakukan oleh Palma Sari Toding Allo dari Universitas Mulawarman Samarinda pada tahun 2018 dengan judul Pengaruh Terpaan *K-Pop* di *Youtube* terhadap Perilaku pada Komunitas *Soulmate* di Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, teknik penarikan sampel penelitian dengan menggunakan *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan *K-Pop* di *Youtube* memiliki pengaruh terhadap perilaku komunitas *soulmate* sebesar 69,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang digunakan. (Allo, 2018)

Alasan penulis memilih penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui bagaimana terpaan media dari series Thailand bertemakan *BL (Boys Love)* dengan judul *SOTUS: The Series* dapat menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi pengetahuan tentang kehidupan *gay* pada responden yaitu *followers* akun Twitter @thaiifess.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh terpaan *series boys love* SOTUS:The Series produksi GMM TV Thailand terhadap pengetahuan tentang kehidupan *gay* pada *followers* akun Twitter @thaiifess?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan *series boys love* SOTUS:The Series produksi GMM TV Thailand terhadap pengetahuan tentang kehidupan *gay* pada *followers* akun Twitter @thaiifess.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diberikan oleh penulis melalui penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Diharapkan melalui penelitian ini penulis dapat membuktikan adanya teori mengenai pengaruh terpaan *series boys love* SOTUS: The Series terhadap pengetahuan tentang kehidupan *gay* pada *followers* akun Twitter @thaiifess.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh dari terpaan media terhadap pengetahuan seseorang. Serta dapat memberi pengetahuan seberapa besar pengaruh atau efek dari terpaan media terhadap pengetahuan seseorang.

E. Kerangka Teori

1. Terpaan Media atau *Media Exposure*

Menurut Suryawati (2014:37), media massa merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan untuk komunikasi dengan menggunakan alat komunikasi seperti televisi, radio, surat kabar, film dan internet. Beberapa fungsi media massa menurut Widarmanto (2017:11-13) adalah:

a. Menginformasikan

Media massa merupakan tempat bagi para khalayak untuk mendapatkan informasi peristiwa dan hal-hal penting.

b. Mendidik

Di dalam media massa terdapat tulisan dan dari tulisan tersebut dapat membuat para pembacanya mengembangkan intelektual, membentuk watak dan meningkatkan keterampilan.

c. Menghibur

Salah satu fungsi media massa adalah memberikan hiburan dan ditunjukkan kepada pembaca atau khalayaknya.

d. Mempengaruhi

Media massa mempunyai peran dalam mempengaruhi pembaca dan khalayaknya. Pengaruh yang dihasilkan dapat berupa pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), tingkah laku (*conative*).

e. Memberikan respon sosial

Media massa merupakan tempat untuk berpendapat dan menanggapi fenomena dan situasi sosial atau keadaan sosial.

f. Penghubung

Media massa menjadi penghubung antara unsur-unsur yang tidak dapat dilakukan oleh satu orang secara langsung maupun tak langsung.

Menurut Effendy (1990:10), terpaan atau *exposure* adalah keadaan di mana khalayak secara intens menerima pesan yang disampaikan oleh media massa. Sehingga dengan menerima terpaan dari media massa dapat membuat khalayak memperoleh informasi, pengetahuan serta wawasan yang luas. Sedangkan menurut Kriyantono (2008:209) *Exposure* atau terpaan merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan pada media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut.

Menurut Ardianto dan Erdiana (2006:164) terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media yang dimaksud meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya. Sedangkan frekuensi penggunaan media didapatkan dengan cara mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan) serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan). Sedangkan untuk durasi penggunaan media dapat diketahui dengan cara melihat dari beberapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program. Bersumber pada Rosengren (1974) dalam Rakhmat (2004:66), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang

digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Sedangkan menurut Ardianto et al (2017:167) terpaan media dapat dilihat dari tiga aspek yaitu:

1) Frekuensi:

Seberapa sering komunikasi terpapar oleh media disebut frekuensi. Dalam hal ini paparan dari media dapat berupa komunikasi melihat, mendengarkan atau membaca suatu media. Ketika frekuensi komunikasi terpapar oleh media semakin tinggi maka pesan yang disampaikan akan lebih menempel dan mendapatkan atensi dari komunikasi.

2) Perhatian (*atensi*):

Komunikasi memberi perhatian lebih kepada pesan yang ada di media. Dalam hal ini kegiatan memperhatikan termasuk dengan melihat, membaca dan mendengarkan.

3) Durasi

Waktu yang dihabiskan oleh seorang komunikasi menggunakan suatu media termasuk dari proses melihat, mendengarkan dan membaca.

2. Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2003:128), pengetahuan merupakan hasil dari “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indra

penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Sedangkan menurut Reber (2010:506), pengetahuan memiliki makna kolektif yaitu kumpulan informasi yang dimiliki seseorang atau kelompok atau budaya tertentu. Pengertian pengetahuan secara umum adalah komponen-komponen mental yang dihasilkan dari semua proses apapun, entah lahir dari bawaan atau dicapai lewat pengalaman. Jadi berdasarkan dari beberapa pengertian pengetahuan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah kumpulan informasi yang nantinya akan menghasilkan “tahu” setelah seseorang melakukan pengindraan maupun pengalaman terhadap suatu objek tertentu.

Pengetahuan seseorang terhadap suatu objek mempunyai berbagai macam intensitas atau tingkatan yang berbeda-beda, berikut adalah enam tingkatan pengetahuan di dalam domain kognitif menurut Notoatmodjo (2003:128)

1. Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya atau bisa juga disebut *recall* (memanggil) memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu.

2. Memahami (*Comprehention*)

Memahami suatu objek bukan hanya sekedar tahu, tidak hanya dapat menyebutkan saja, tetapi seseorang tersebut harus dapat mengintrepretasikan secara benar tentang objek yang diketahui tersebut.

3. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi di sini diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi atau objek yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi *real* (sebenarnya). Aplikasi di sini dapat diartikan penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks yang lain.

4. Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan atau memisahkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam suatu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain. Indikasi bahwa pengetahuan seseorang telah sampai pada tingkatan ini adalah jika orang tersebut mampu membedakan, memisahkan, mengelompokkan membuat bagan (diagram) terhadap pengetahuan objek tersebut.

5. Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis merupakan suatu kemampuan seseorang untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian suatu objek tertentu ke dalam bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu bentuk kemampuan menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang telah ada, contohnya dapat membuat kesimpulan tentang film yang telah ditonton sebelumnya dengan menggunakan kata-kata atau bahasa sendiri.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu objek tertentu. Penilaian ini dengan sendirinya didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau

menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada seperti norma-norma yang berlaku dimasyarakat.

Menurut Budiman dan Riyanto (2013:4-7) faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dan merupakan usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan disini ada pendidikan formal dan non formal. Diharapkan semakin tinggi pendidikan formal seseorang maka pengetahuan dan ketrampilan seseorang akan semakin tinggi pula, namun seseorang yang berpendidikan formal rendah tidak mutlak berpengetahuan rendah pula karena pengetahuan juga bisa didapatkan dari pendidikan non formal

2. Informasi / Media Massa

Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Informasi membutuhkan suatu media sebagai penyampai kepada seseorang, media massa merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, hal ini menyebabkan informasi/media massa dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang. Semakin sering seseorang mendapatkan informasi maka akan semakin bertambah pula pengetahuannya, demikian juga jika seseorang jarang mendapatkan informasi maka pengetahuannya juga tidak akan bertambah.

3. Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Seseorang yang mempunyai sosial budaya yang baik maka pengetahuannya akan baik pula demikian juga sebaliknya, jika sosial budaya seseorang kurang baik maka pengetahuannya akan kurang baik pula. Faktor ekonomi juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan, karena seseorang dengan status ekonomi yang berada di bawah rata-rata akan sulit untuk memenuhi fasilitas yang diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan.

4. Lingkungan

Lingkungan juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap pengetahuan, hal ini dikarenakan lingkungan mempengaruhi proses masuknya sebuah pengetahuan ke dalam seseorang karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh seseorang. Lingkungan yang baik akan memberikan pengetahuan yang baik, jika lingkungan kurang baik maka pengetahuan yang akan diterima juga akan kurang baik pula.

5. Pengalaman

Pengalaman di sini bisa didapatkan dari pengalaman pribadi maupun pengalaman dari orang lain. Pengalaman ini bisa meningkatkan pengetahuan seseorang, pengalaman akan suatu permasalahan akan membuat seseorang tersebut mengetahui bagaimana cara menyelesaikan masalah tersebut.

6. Usia

Usia sangat erat hubungannya dengan pengetahuan seseorang, hal ini dikarena semakin bertambahnya usia maka akan semakin berkembang pula daya

tangkap dan pola pikir seseorang sehingga bertambah banyak pula pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang.

3. Kultivasi

Menurut Nurudin (2007:166-167) teori kultivasi (*Cultivation Theory*) pertama kali digagas oleh seorang pakar komunikasi dari *Annenberg School of Communication* yaitu Profesor George Gerbner pada tahun 1969. Penelitian ini ditujukan untuk mempelajari bagaimana pengaruh menonton televisi dan seperti apa dunia nyata yang dibayangkan dan dipersepsikan oleh penonton televisi. Sedangkan menurut Wood, dalam Santoso (2010:96) kata *cultivation* sendiri merujuk pada sebuah proses di mana televisi menanamkan suatu keyakinan tentang realitas sosial kepada khalayaknya.

Terdapat dua kategori untuk membedakan penonton televisi menurut Glen M, dkk (1994:214) yaitu *light viewers* dan *heavy viewers*.

1. *Light Viewers* (Penonton Ringan)

Penonton ringan adalah penonton yang menyaksikan televisi dalam kurun waktu sekitar dua jam tiap harinya. Kecenderungan dari penonton ringan ini adalah penonton hanya menonton tayangan televisi sesuai dengan kebutuhan saja, sehingga penonton hanya menonton apa yang ingin ditonton saja, jika tidak suka dengan suatu acara televisi maka televisi akan dimatikan. Penonton ringan ini biasanya tidak mudah dipengaruhi oleh isi tayangan televisi.

2. *Heavy Viewers* (Penonton Berat)

Penonton berat adalah penonton yang menyaksikan televisi dalam kurun waktu lebih dari empat jam. Kecenderungan dari penonton berat ini adalah penonton biasanya duduk di depan televisi dalam kurun waktu yang cukup lama bahkan bisa berjam-jam tanpa peduli apakah tayangan televisi yang ditonton itu disukai atau tidak. Penonton berat ini yang biasanya paling mudah terpengaruh oleh isi tayangan televisi.

Menurut Santoso (2010:98), dalam perkembangannya, Gerbner dan kawan-kawan memperkenalkan faktor-faktor *mainstreaming* dan *resonance*.

1. *Mainstreaming*

Mainstreaming artinya kemampuan memantapkan dan menyeragamkan berbagai pandangan di masyarakat tentang dunia di sekitar mereka. Menurut Gerbner, *mainstreaming* adalah proses “*blurring, blending, and bending*” yang mana merasuk ke dalam diri penonton berat. Melalui terpaan yang konstan dalam tayangannya, televisi berhasil menciptakan *commonality* (kesamaan atau keumuman). Televisi menjadikan penontonnya bersifat homogeny sehingga penonton berat merasa mereka berbagi nilai, orientasi, perspektif dengan orang yang lain. Sehingga televisi menjadi rujukan bersama terhadap pengalaman, keyakinan, dan nilai-nilai.

2. *Resonance*

Resonance mengimplikasikan pengaruh pesan media dalam persepsi realita dikuatkan ketika apa yang dilihat orang di televisi adalah apa yang mereka lihat dalam kehidupan nyata. Penonton yang konsisten menonton tayangan televisi

lebih mungkin merasakan *resonance* (resonansi), televisi berperan dalam penggambaran kembali pengalaman seseorang di dalam tayangannya sehingga televisi menjadi semacam resonansi atau pengulangan terhadap pengalaman nyata di kehidupan penonton. Semakin sering orang menonton tayangan tentang sesuatu yang pernah dialaminya maka akan semakin sering resonansi dialami, sehingga konsekuensi kenangan atau pengalaman di dunia nyata yang pernah dialami menjadi semakin terus terasa dan teringat-ingat.

F. Kerangka Konsep

Media exposure atau terpaan media merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menyikapi sesuatu. Terpaan media dapat merubah sikap seseorang yang terkena terpaan tersebut. *Youtube* bisa menjadi salah satu *platform* media yang memberikan terpaan kepada seseorang jika dilihat secara intens dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, terpaan media dari *Youtube* dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang.

1. Terpaan Media atau *Media Exposure*

Terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media yang dimaksud meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya. Sedangkan frekuensi penggunaan media didapatkan dengan cara mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tenggah

bulanan) serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan). Sedangkan untuk durasi penggunaan media dapat diketahui dengan cara melihat dari beberapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program.

2. Pengetahuan

Pengetahuan adalah kumpulan informasi yang nantinya akan menghasilkan “tahu” setelah seseorang melakukan pengindraan maupun pengalaman terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan seseorang terhadap suatu objek mempunyai berbagai macam intensitas atau tingkatan yang berbeda-beda. Terdapat enam tingkatan dalam pengetahuan yaitu Tahu (*know*), Memahami (*comprehension*), Aplikasi (*application*), Analisis (*analysis*), Sintesis (*synthesis*), dan Evaluasi (*evaluation*). Tahu di sini diartikan hanya sebagai *recall* (memanggil) memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu; Memahami berarti harus dapat menjelaskan secara jelas dan benar tentang objek yang diketahui; Aplikasi adalah kemampuan untuk mempraktekkan materi yang sudah dipelajari pada kondisi *real* atau pada kondisi yang sebenarnya; Analisis adalah kemampuan untuk menjelaskan suatu objek tetapi masih tetap di struktur organisasi tersebut dan masih ada kaitannya satu sama lain, seperti mampu membedakan, memisahkan, mengelompokkan membuat bagan (diagram) terhadap pengetahuan objek tersebut; Sintesis adalah kemampuan menghubungkan atau menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang telah ada, contohnya dapat membuat kesimpulan tentang film yang telah ditonton sebelumnya dengan

menggunakan kata-kata atau bahasa sendiri; Evaluasi adalah kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek.

3. Kultivasi

Kultivasi ditujukan untuk mempelajari bagaimana pengaruh menonton televisi dan seperti apa dunia nyata yang dibayangkan dan dipersepsikan oleh penonton televisi. Kata *cultivation* sendiri merujuk pada sebuah proses di mana televisi menanamkan suatu keyakinan tentang realitas sosial kepada khalayaknya.

Terdapat dua kategori untuk membedakan penonton televisi yaitu *light viewers* (Penonton Ringan) dan *heavy viewers* (Penonton Berat). *Light Viewers* (Penonton Ringan) adalah penonton yang menyaksikan televisi dalam kurun waktu sekitar dua jam tiap harinya. Penonton ringan ini biasanya tidak mudah dipengaruhi oleh isi tayangan televisi. Sedangkan *Heavy Viewers* (Penonton Berat) adalah penonton yang menyaksikan televisi dalam kurun waktu lebih dari empat jam. Penonton berat ini yang biasanya paling mudah terpengaruh oleh isi tayangan televisi.

G. Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki definisi operasional sebagai berikut:

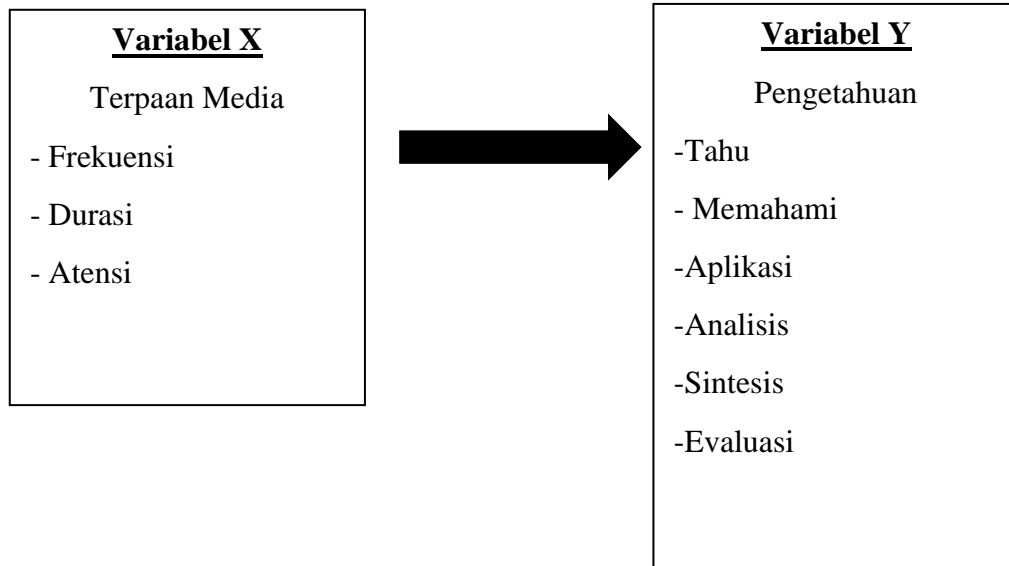
TABEL 1.4
Tabel Definisi Operasional Penelitian

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Terpaan Media (X)	a. Frekuensi	i. Seberapa sering menggunakan media dalam sehari untuk menonton <i>series boys love</i>	Likert
	b. Durasi	i. Seberapa banyak waktu yang digunakan dalam sehari untuk menonton <i>series boys love</i>	
	c. Atensi	i. Perhatian terhadap tayangan dari <i>series boys love</i>	
Pengetahuan (Y)	1. Tahu	i) Mengetahui bahwa <i>LGBT</i> merupakan hal yang legal di Thailand	Likert
	2. Memahami	i) Mengetahui penggambaran hubungan percintaan sesama jenis dalam <i>series</i>	Likert
	3. Aplikasi	i) Bisa menghargai hubungan sesama jenis dalam kondisi <i>real</i> atau di kehidupan nyata seperti yang ditampilkan dalam <i>series</i> .	Likert
	4. Analisis	i) Mampu membedakan orientasi seksual apa saja yang ada di dalam	Likert

		series	
	5. Sintesis	i) Dapat menyimpulkan cerita yang disampaikan dalam series	Likert
	6. Evaluasi	i) Dapat memberikan penilaian terhadap series	Likert

Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan skor jawaban dari responden adalah dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dari responden. Menurut Sugiyono (2014:136) Skala Likert adalah skala yang diunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.. Dalam penelitian akan digunakan empat pilihan jawaban dan pembagian skor untuk masing-masing jawaban. Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) akan mendapat skor 4, untuk jawaban Setuju (S) akan mendapat skor 3, untuk jawaban Tidak Setuju (TS) akan mendapat skor 2, dan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) akan mendapat skor 1.

TABEL 1.5
Hubungan antar Variabel



H. Hipotesis

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2004:164) terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Berdasarkan dari definisi dari Ardianto dan Erdiana, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh dari terpaan *series boys love SOTUS: The Series* produksi GMMTV Thailand terhadap pengetahuan *followers* akun Twitter @thaiifess

H_a: Terdapat pengaruh dari terpaan *series boys love SOTUS: The Series* produksi GMMTV Thailand terhadap pengetahuan *followers* akun Twitter @thaiifess

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:5) penelitian eksplanatif yaitu penelitian dengan metode untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis. Hubungan kausal dalam penelitian ini adalah pengaruh terpaan media terhadap sikap responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Nursiyono (2014:15) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang datanya disajikan dalam bentuk angka-angka dan dapat diukur secara langsung secara matematis. Angka-angka yang dimaksud adalah data berupa angka-angka yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 25.00.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan internet sebagai penghubung, kuesioner akan disebarkan kepada *followers* akun @thaiifess di Twitter. Dikarenakan keterbatasan jarak, peneliti menggunakan *google form* sebagai alat yang digunakan untuk menyebarkan kuesioner kepada responden.

3. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Twitter @thaiifess dengan jumlah sebanyak 43.300 *followers* pada hari Rabu, 16 September 2020.



Gambar 1.1 : Akun Twitter @thaiifess
Sumber: Twitter @thaiifess, 2020

4. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:120) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan gambaran dari populasi oleh karena itu sampel harus benar-benar bersifat representatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik sampling *nonprobability*. Menurut Sugiyono (2016:125) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini jenis teknik pengambilan sampel *nonprobability* yang digunakan adalah *sampling purposive*.

Menurut Sugiyono (2016:126) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena responden harus memiliki kriteria yang sesuai dengan

apa yang diteliti. Dalam penelitian ini, yang akan diteliti adalah pengaruh terpaan series *boys love* produksi GMMTV dengan judul SOTUS: The Series terhadap pengetahuan *followers* akun Twitter @thaiifess, sehingga dalam menentukan responden dibutuhkan sebuah kriteria yaitu semua responden telah menonton series *boys love* produksi GMMTV dengan judul SOTUS: The Series.

Menurut Sugiyono (2016:128) salah satu cara untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah sampel

λ^2 = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar

Q = Peluang salah

d = Perbedaan antara sampel yang diharapkan dengan yang terjadi. Perbedaan bisa 1%, 5%, dan 10%

Dalam penelitian ini, berdasarkan dari rumus tersebut dan berdasarkan dari tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10% menurut Sugiyono (2016:131) maka dari jumlah populasi sebanyak 43.300 orang didapatkan jumlah sampel dengan taraf kesalahan 10% adalah sebanyak 269 orang. Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan sampel sejumlah 269 orang dari seluruh jumlah *followers* akun Twitter @thaiifess.

5. Proses Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:187) data primer merupakan data yang sumber datanya langsung diberikan kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari kuesioner yang akan dibagikan kepada *followers* akun Twitter @thaiifess dengan jumlah sampel sebanyak 269 orang. Pembagian kuesioner ini akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada *followers* akun Twitter @thaiifess.

6. Metode Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Pertanyaan maupun pernyataan yang terdapat pada sebuah kuesioner perlu diuji validitasnya, uji validitas dilakukan saat sebelum kuesioner disebar kepada responden. Menurut Sugiyono (2016:168) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan kepada 30 orang responden sebagai uji coba. Hasil dari uji validitas ini dihitung dengan menggunakan dasar aplikasi SPSS versi 25.00 dan menggunakan dasar perhitungan dari *pearson product moment*. Menurut Sugiyono (2014:248) harga butir instrumen *valid* jika nilai $r > r$ tabel, sehingga item soal dianggap valid jika memiliki nilai r lebih besar dari tabel dan memperoleh nilai signifikansi < 0.05 dengan rumus penghitungan sebagai berikut

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

Keterangan:

r_{XY} = Koefisien Korelasi

N = Banyaknya Sampel

$\sum X$ = Jumlah perkalian variabel X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel Y

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan kepada 30 responden sehingga item soal akan dikatakan valid jika nilai r hitungannya lebih besar dari 0.361. Untuk variabel X yaitu terpaan media, uji validitas menggunakan *pearson product moment* diujikan kepada 4 item soal, diperoleh hasil bahwa seluruh item soal memiliki nilai $r > 0.361$ dan memperoleh nilai signifikansi < 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal valid. Hasil dari uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 1.6
Hasil Uji Validitas Variabel X

Item no.	R	>=<	r tabel	Signifikansi	>=<	Sig 5%
1	0,703	>	0,361	0,000	<	0,05
2	0,803	>	0,361	0,000	<	0,05
3	0,703	>	0,361	0,000	<	0,05
4	0,656	>	0,361	0,000	<	0,05

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2021

Sedangkan untuk variabel Y yaitu pengetahuan, uji validitas menggunakan *pearson product moment* diujikan kepada 12 item soal, dan diperoleh hasil bahwa seluruh item soal memiliki nilai $r > 0.361$ dan memperoleh nilai signifikansi < 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal valid. Hasil uji validitas variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 1.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item no.	r	>=<	r tabel	Signifikansi	>=<	Sig 5%
1	0,577	>	0,361	0,000	<	0,05
2	0,512	>	0,361	0,000	<	0,05
3	0,549	>	0,361	0,000	<	0,05
4	0,651	>	0,361	0,000	<	0,05
5	0,729	>	0,361	0,000	<	0,05
6	0,741	>	0,361	0,000	<	0,05
7	0,415	>	0,361	0,000	<	0,05
8	0,665	>	0,361	0,000	<	0,05
9	0,688	>	0,361	0,000	<	0,05
10	0,662	>	0,361	0,000	<	0,05
11	0,777	>	0,361	0,000	<	0,05
12	0,696	>	0,361	0,000	<	0,05

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2021

b. Uji Reliabilitas

Tidak hanya uji validitas, uji reliabilitas juga perlu dilakukan sebelum kuesioner disebarkan kepada seluruh responden. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:140) reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya, bila alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil dari pengukuran tersebut relative konsisten, maka alat pengukuran itu reliable. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas instrumen akan dilakukan kepada 30 orang responden dan penghitungan untuk uji reliabilitas ini akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.00. Penghitungan ini dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan pedoman sebagai berikut.

TABEL 1.8
Interpretasi Nilai Reliabilitas

Nilai r	Interpretasi
0,800 – 1,00	Tinggi
0,600 – 0,800	Cukup
0,400 – 0,600	Agak rendah
0,200 – 0,400	Rendah
0,000 – 0,200	Sangat rendah

Sumber : Arikunto dalam Astowo dan Setuju, 2016

Dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrument maka dilakukan uji reliabilitas yang dilakukan kepada 30 orang responden. Hasil dari uji reliabilitas untuk variabel X adalah

TABEL 1.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

r hitung	Interpretasi
0,782	Cukup

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2021

Dilihat dari hasil pengolahan data tersebut maka dapat dikatakan bahwa butir instrument penelitian untuk variabel X memiliki reliabilitas yang cukup.

Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas dari variabel Y adalah sebagai berikut:

TABEL 1.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

r hitung	Interpretasi
0,755	Cukup

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2021

7. Metode Analisis Data

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan sebagai uji prasyarat karena untuk melakukan uji t, nilai residual mengikuti distribusi normal. Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5% sehingga data berdistribusi normal ketika nilai signifikansi $>0,05$.

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui kuatnya hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam koefisien korelasi (Sugiyono, 2010:226). Menurut Sugiyono (2010:225) hubungan dua variabel atau lebih dikatakan positif apabila

nilai suatu variabel ditingkatkan, maka variabel lain akan meningkat pula, begitu juga sebaliknya, jika nilai satu variabel turun, maka nilai variabel lainnya juga akan turun. Hubungan dua variabel dikatakan negatif apabila nilai suatu variabel dinaikkan, maka akan menurunkan nilai dari variabel yang lain dan sebaliknya. Misalkan dengan semakin tinggi tingkat terpaan media akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap sikap, semakin rendah tingkat terpaan media akan semakin rendah pula pengaruh terhadap sikap, hubungan ini termasuk dalam hubungan positif. Sedangkan dalam hubungan yang negatif, apabila terpaan media semakin tinggi maka pengaruh terhadap sikap akan semakin rendah, begitu pula sebaliknya.

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Setelah kuesioner dibagikan kepada responden melalui *google form* dan data sudah didapatkan, maka data tersebut akan dianalisis menggunakan beberapa metode analisis data. Metode analisis data pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa regresi sederhana. Menurut Sugiyono (2016:247) metode analisa data dengan regresi sederhana digunakan apabila hanya terdapat satu prediktor atau variabel X yang memiliki hubungan dengan variabel Y. Secara umum persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Y' = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen