

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Industri perfilman terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini terjadi karena industri perfilman merupakan bagian dari sektor industri budaya atau industri ekonomi kreatif dengan memiliki pasar yang sangat luas dan mengglobal (Putri, 2017). Perkembangan yang sangat pesat ini membuat banyak pihak pembuat film berlomba-lomba untuk menayangkan film yang terbaik dan berkualitas bagi penikmat film. Film menjadi media komunikasi massa yang memiliki sifat audio visual serta memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Film dokumenter menjadi salah satu genre film yang dapat menggambarkan aktivitas yang sedang terjadi di waktu tersebut. Film dokumenter merupakan usaha eksplorasi dari para pelaku, orang-orang, dan situasi yang nyata. Di dalam proses pembuatan film dokumenter, para pembuat film tersebut berusaha untuk dapat menampilkan kembali situasi yang nyata dari para pelaku serta orang-orang yang terlibat dalam waktu tersebut serta mampu dalam mengilustrasikan dengan yang baik (Muslim, 2012).

Netflix merupakan salah satu industri perfilman yang bergerak dalam pelayanan *streaming* dengan berbasis langganan yang menawarkan berbagai acara TV dan film (Netflix, n.d). Banyak genre film serta *series* yang ditawarkan oleh Netflix seperti *romance*, *drama*, *horror*, *thriller*,

dokumenter, dan genre lainnya. Salah satu film dokumenter yang sukses ditayangkan oleh Netflix, yaitu film *The Tinder Swindler* yang diproduksi oleh RAW, AGC Studios, dan Gaspin Media, film tersebut bergenre *documentary* dan *crime* (Morris, 2022). Film *The Tinder Swindler* disutradarai oleh Felicity Morris dan diproduksi oleh Bernie Higgins mengangkat isu penipuan pada aplikasi kencan online, Tinder. Film ini menceritakan kisah para korban yang tertipu oleh Simon Leviev yang menggunakan aplikasi Tinder untuk mencari mangsa yang kemudian ia memanipulasi para korbannya secara emosional untuk dapat mendukung gaya hidupnya yang sangat mewah dengan berdalih bahwa ia membutuhkan uang untuk melarikan diri dari “para musuhnya” (IMDb, 2022).

Peneliti memilih film *The Tinder Swindler* (2022) sebagai objek penelitian. Film dokumenter ini berbeda dengan film dokumenter lainnya, terletak pada isu yang diangkat dengan memfokuskan cerita pada kasus penipuan yang terjadi pada aplikasi Tinder. Film ini menayangkan serangkaian aksi yang dilakukan oleh Simon Leviev (pelaku) dari awal hingga akhir untuk mendapatkan keuntungan dari korban. Aksi yang dilakukan dalam film dilakukan juga pada banyak korban lainnya, sehingga dalam melakukan aksinya pelaku akan memiliki tahapan-tahapan yang serupa. Di dalam akun Instagram @whattowatchonnetflix film *The Tinder Swindler* yang ditayangkan di aplikasi streaming Netflix ini menjadi salah satu film dokumenter yang menduduki ‘Top 10 Netflix’ yang ditayangkan di beberapa negara seperti Amerika Serikat, Inggris, Kenya, Kanada, hingga

Indonesia, dari tanggal 7 Februari hingga tanggal 13 Februari 2022 (What to Watch on Netflix, 2022). Film ini telah ditonton hingga 166 juta jam dalam 28 hari pertama (Haslam, 2022) dan mendapatkan ranting 7.1/10 dalam IMDb, film ini pun masuk dalam 5 nominasi di Emmys Award (Emmys Award, 2022).

Masuknya film *The Tinder Swindler* dalam 'Top 10 Netflix' ini menunjukkan bahwa popularitas film dokumenter tersebut banyak menyita perhatian publik karena cerita yang disajikan begitu nyata dan terkait dengan kehidupan masyarakat dalam menggunakan aplikasi kencan online, terlebih aplikasi Tinder (Fitria, 2022). Aplikasi Tinder merupakan sebuah platform kencan online global yang tersedia di lebih 190 negara dan menyediakan lebih dari 40 bahasa. Aplikasi Tinder menjadi tempat untuk orang-orang yang ingin berkencan, bertemu dengan orang baru, memperluas jaringan sosial, serta bertemu dengan penduduk lokal saat berpergian (Tinder, n.d). Dilansir dari Business of Apps, aplikasi Tinder telah diunduh lebih dari 400 juta kali, memiliki 75 juta pengguna aktif bulanan, yang mana 7,8 juta pengguna berasal dari Amerika Serikat. Sekitar 1,5 juta pengguna berkencan setiap minggunya (Iqbal, 2022).

Aplikasi Tinder dapat memberikan keuntungan bagi pengguna untuk mendapatkan pasangan atau teman, tetapi disisi lain aplikasi Tinder memiliki ancaman keamanan privasi bagi penggunannya yang berupa penyalahgunaan data informasi yang dilakukan oleh pelaku penipuan.

Penyalahgunaan data informasi dapat menyebabkan kerugian bagi pengguna lain seperti yang ditayangkan dalam film *The Tinder Swindler*.

Penelitian terdahulu pertama yang merupakan jurnal yang membahas mengenai terpaan tayangan media berupa film, dilakukan oleh Ilona Vicenovie Oisina Situmeang dan Woro Harkandi Kencana dengan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Film Toba Dreams dan *Brand Image Soundtrack* Film Aut Boi Nian Terhadap Minat Atraksi Wisata Danau Toba”. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X1, di mana film tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat wisata ke Danau Toba sebesar 15,3% dan sisanya dipengaruhi faktor lainnya. Sedangkan untuk variabel X2 terdapat pengaruh antara *Brand Image* terhadap minat atraksi wisata Danau Toba. Perbedaan penelitian ini ada pada variabel Y, serta teori yang digunakan. Sedangkan persamaan penelitian ini ada pada variabel X (Situmeang & Kencana, 2019).

Penelitian terdahulu kedua yang serupa dengan penelitian ini, membahas mengenai pengaruh terpaan media pernah dilakukan oleh Leonardo Samuel Simanjuntak dengan judul “Pengaruh Terpaan Drama Korea Terhadap Kriteria Laki-laki Idola Mahasiswa di Yogyakarta”. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara terpaan drama Korea (X) dengan kriteria laki-laki idola drama Korea (Y) dengan nilai koefisien korelasi berada diantara 0,40-0,70 yang artinya kedua hubungan antara variabel X dan Y “cukup berarti”. Penelitian ini memiliki perbedaan

yang dilakukan oleh peneliti dengan perbedaan pada variabel Y sedangkan persamaannya ada pada variabel X yaitu terpaan media (Simanjuntak, 2021).

Penelitian terdahulu ketiga yang serupa dengan penelitian ini, membahas mengenai minat menggunakan pernah dilakukan oleh Ramadhani Desiningrum dengan judul “Pengaruh Resepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Kumparan (Survei Pada Pengikut Instagram @kumparancom). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap variabel minat menggunakan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ada pada variabel X sedangkan persamaannya ada pada variabel Y yaitu minat menggunakan (Desiningrum, 2021).

Pada penelitian ini mahasiswa di Yogyakarta dipilih sebagai responden penelitian. Kota Yogyakarta dikenal sebagai “Kota Pelajar” karena memiliki fasilitas pendidikan yang banyak dibanding kota lainnya dengan banyaknya perguruan tinggi yang berdiri di Kota Yogyakarta. Data terbaru diambil dari PDDikti di tahun 2021 dengan jumlah mahasiswa di Yogyakarta sebanyak 389.699 mahasiswa (BPS, n.d). Selain itu mahasiswa berada pada usia 18-24 tahun, dimana pada usia tersebut film dijadikan sebagai media hiburan bagi mahasiswa yang mampu memenuhi kebutuhan dalam audio-visual, serta dapat melepaskan penat dari kesibukan sehari-hari (Fisipol, n.d). Aplikasi Netflix yang menjadi aplikasi *streaming film*

memiliki target pasar, yaitu pengguna anak muda yang paham dengan teknologi dan memiliki akses jaringan internet, dengan sebagian besar penonton adalah remaja serta mahasiswa (Arun, 2022). Selain itu mayoritas pengguna aplikasi Tinder berada pada usia 18-24 tahun atau 35% yang kemudian disusul dengan pengguna yang berada di usia 25-34 tahun atau 25% (Rizaty, 2022). Sehingga dengan adanya penelitian yang berjudul “Pengaruh Terpaan Tayangan Film *The Tinder Swindler* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Tinder Pada Mahasiswa di Yogyakarta” peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan film terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta yang telah menonton film *The Tinder Swindler*.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, terutama dalam bidang ilmu komunikasi mengenai terpaan tayangan film yang dapat mempengaruhi penonton dalam menggunakan aplikasi online.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi yang belum tersampaikan oleh media serta dapat mengetahui sejauh mana dampak media komunikasi terutama film terhadap minat menggunakan aplikasi di masyarakat.

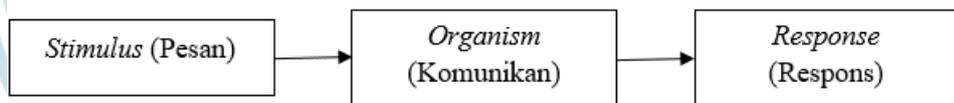
## **E. Kerangka Teori**

### **1. *Stimulus Organism Response Theory***

Teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*) merupakan teori yang berasal dari psikologi, yang kemudian diterapkan pada teori komunikasi, karena terdapat objek yang sama antara psikologi dengan ilmu komunikasi yang meliputi manusia, yang di dalamnya terdapat komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi (Effendy, 1993:254). Pada teori ini, efek khusus yang ditimbulkan terhadap stimulus berupa reaksi, sehingga komunikator dapat mengharapkan serta memperkirakan kesesuaian antara pesan dengan reaksi dari komunikan.

Di dalam Model SOR ini terdapat tiga unsur utama, yaitu *Stimulus* (pesan), *Organism* (komunikan), dan *Response* (respons atau efek) (Effendy, 1993:254). Pada Model SOR (*Stimulus, Organism, Response*) komunikasi merupakan sebuah proses reaksi-aksi, atau dengan kata lain pada teori ini menjelaskan bahwa kata-kata tertentu, simbol, ataupun isyarat nonverbal akan merangsang individu untuk bereaksi secara tertentu, yang dapat berupa positif maupun negatif (Yasir, 2009). Hovland, Janis, dan Kelly (dalam Effendy, 1993:255) menelaah mengenai sebuah respons dan efek dari pesan yang diterima oleh *organism* (komunikan), terjadi karena ada tiga hal penting, yaitu perhatian, pengertian serta pemahaman, dan penerimaan.

**Bagan 1.1 Teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*)**



(Sumber: Effendy, 1993:255)

*Stimulus* (pesan) dari komunikator yang disampaikan pada komunikan mungkin akan dapat diterima ataupun sebaliknya yang mungkin akan ditolak. Komunikasi akan berlangsung dengan baik bila terdapat perhatian dari komunikan. Pada tahap selanjutnya bila komunikan mengerti dan memahami pesan apa yang dimaksud oleh komunikator maka kemampuan komunikan akan dapat dilanjutkan pada proses berikutnya, yaitu penerimaan yang dimana setelah komunikan mengolah pesan tersebut ia akan menerimanya, sehingga

terjadilah sebuah respons atau perubahan dari komunikan terhadap pesan tersebut (Effendy, 1993:225).

Asumsi dasar teori ini adalah penyebab terjadinya perubahan pada perilaku yang terjadi pada individu berdasarkan pada kualitas stimulus yang berkomunikasi dengan organism atau penerima pesan (Yasir, 2009). Menurut Hovland dan Janis (dalam Stone, 2009) untuk dapat mencapai respons atau perubahan pada individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Faktor Sumber (Komunikator)

Komunikator adalah penyampai pesan atau pemberi *stimulus*, sehingga komunikator dituntut untuk memiliki sifat yang dapat dipercaya, memiliki keahlian, serta kredibilitas.

2. Faktor Pesan

Pesan menjadi hal penting dalam sebuah komunikasi, sehingga untuk dapat tersampaikan dengan baik sebuah pesan harus memiliki urutan argumen yang jelas, penggunaan daya tarik emosional dalam pesan, serta penyampaian pesan secara searah atau dua arah.

3. Faktor Audiens (Komunikan)

Diterima atau tidaknya suatu *stimulus* (pesan) yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan ditentukan oleh karakteristik dari komunikan tersebut, yang dapat dilihat dari persuasibilitas, kecerdasan, serta kepribadian dari seorang komunikan.

### 3. Terpaan Media

Shore (1985) dalam Kriyantono (2007:204) terpaan atau *exposure* dapat diartikan sebagai mendengar, melihat, atau membaca pesan dari media massa atau memiliki pengalaman terhadap perhatian dari pesan tersebut, terpaan dapat terjadi pada individu maupun kelompok. *Exposure* lebih dari sekedar mengakses sebuah media dan tidak hanya menyangkut mengenai kedekatan antara fisik seseorang dan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang tersebut terbuka dengan pesan-pesan yang dibawa oleh media itu. Bovee dan Arens (dalam Kriyantono, 2007:205) mengatakan bahwa *media exposure* atau terpaan media berkaitan dengan banyaknya orang yang melihat tayangan dalam media tersebut.

*Media exposure* atau terpaan media akan mencari data audiens mengenai penggunaan media yang dilihat dari jenis media, frekuensi dalam penggunaan media tersebut, serta durasi dalam penggunaannya. Penggunaan jenis media dapat meliputi media audio, audio-visual, print media, serta dapat meliputi kombinasi keseluruhan (Sari, 1993:29).

Di dalam mengukur terpaan media dapat dilihat dari tiga dimensi, yang meliputi:

1. Frekuensi

Mengumpulkan data dari audiens mengenai berapa kali seseorang menggunakan media atau menonton tayangan tersebut dalam harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan (Sari, 1993:29).

## 2. Atensi (Perhatian)

Proses mental ketika rangkaian stimulus menonjol dalam kesadaran saat stimulus lainnya melemah. Perhatian terjadi bila seseorang memfokuskan dirinya pada salah satu indranya serta mengesampingkan masukan-masukan dari alat indra lainnya (Rakhmat, 2021).

## 3. Intensitas (Durasi)

Menghitung berapa lama audiens bergabung dengan media tersebut yang dilihat dari berapa menit audiens tersebut menonton tayangan film tersebut (Sari, 1993:29).

## 4. Minat

Chandra & Rahmawati (2016) menjelaskan mengenai minat menggunakan yaitu sebuah keinginan untuk menggunakan produk, selalu mencoba menggunakannya, serta berlanjut di masa depan untuk tetap menggunakan produk tersebut.

Sudarsono (dalam Harlan, 2014) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor dalam mempengaruhi minat, yaitu:

### 1. Kebutuhan dari dalam

Minat akan muncul dari dalam diri seseorang yang didorong dari kebutuhan yang berkaitan dengan jasmani serta kejiwaan.

## 2. Motif sosial

Minat akan muncul dari dalam diri seseorang yang didorong oleh motif sosial, dengan kebutuhan untuk mendapatkan sebuah validasi serta apresiasi dari lingkungan sekitarnya.

## 3. Emosional

Minat akan muncul dari dalam diri seseorang yang didorong dari intensitas dalam menaruh sebuah perhatian pada kegiatan atau sebuah objek tertentu.

Ferdinand (2014:189) menyatakan bahwa dalam mengukur minat menggunakan dapat dilihat dari empat dimensi, yaitu:

### 1. Minat Eksploratif

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang dengan mencari informasi serta keuntungan dari produk teknologi yang diminati.

### 2. Minat Preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang dengan memprioritaskan produk teknologi yang diminati serta berhak untuk mengabaikan pilihan produk teknologi yang lain.

### 3. Minat Transaksional

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang untuk segera memiliki dan menggunakan produk teknologi tersebut.

### 4. Minat Referensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang untuk mereferensikan produk teknologi yang ia minati kepada orang lain.

Minat menggunakan pada penelitian ini menggunakan tiga dimensi, yaitu minat eksploratif, minat transaksional, dan minat referensial. Ketiga minat tersebut digunakan untuk mengukur ketertarikan seseorang terhadap aplikasi Tinder, yang dilihat dari keingintahuan terhadap aplikasi Tinder dengan mencari informasi, melihat perilaku seseorang untuk segera memiliki dan menggunakan aplikasi Tinder, dan memberikan referensi pada orang lain atas informasi yang telah didapat. Sehingga dengan dimensi tersebut dapat melihat seberapa besar seseorang memiliki minat untuk menggunakan aplikasi Tinder.

#### **5. Film Dokumenter**

Pada awalnya film dokumenter merupakan sebuah film non-fiksi. Film non-fiksi terdapat dua tipe, yaitu film dokumenter dan juga film faktual. Film faktual hanya menampilkan sebuah fakta, sedangkan film dokumenter mengandung fakta serta mengandung subjektivitas dalam pembuatannya. Film dokumenter menyajikan sebuah realita kehidupan masyarakat melalui berbagai macam cara serta dibuat untuk berbagai macam tujuan. Film dokumenter tak pernah lepas dari tujuannya, yaitu sebagai informasi, pendidikan, serta dapat menjadi propaganda bagi individu maupun kelompok tertentu (KN, 2018:9).

Bill Nichols (2001) dalam Magriyanti (2020) menyebutkan bahwa film dokumenter adalah upaya dalam menceritakan kembali peristiwa atau realitas dengan menggunakan fakta dan data yang ada.

Selain itu, Andi Fachruddin (2012) dalam Magriyanti (2020) menyatakan bahwa karya dokumenter merupakan sebuah film yang menceritakan sebuah peristiwa yang nyata dengan kekuatan ide yang diciptakan oleh pembuat film dengan rangkaian gambar yang menarik, yang menjadi sebuah karya film yang istimewa. Grierson mendefinisikan film dokumenter sebagai sebuah karya ciptaan mengenai kenyataan atau *creative treatment of actuality*. Film dokumenter memiliki titik berat pada fakta atau peristiwa yang telah terjadi. Di dalam pembuatan film dokumenter dilakukan dengan pemikiran serta perencanaan yang matang (Effendy, 1993:214). Adanya fakta dan data dari film dokumenter maka film dokumenter yang memiliki peran dalam mempengaruhi penonton untuk berpikir serta bersikap sesuai dengan fungsi dari sebuah media massa dengan fungsi sebagai sebuah sarana hiburan, informatif, edukatif, serta persuasif (Ardianto, 2007:145).

Film dokumenter dibuat untuk berbagai tujuan, yang salah satunya dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap topik tertentu, orang maupun lingkungan tertentu, dalam proses penggalian peristiwa pada film akan menjadi sebuah misteri yang penuh dengan makna. Berbagai perspektif yang digunakan dalam pembuatan film akan menghasilkan beragam sudut pandang dari peristiwa tersebut (Utami, 2010). Peristiwa yang terjadi dalam film *The Tinder Swindler* menjadi film dokumenter yang memberikan informasi berupa fakta-

fakta yang terjadi dalam kasus penipuan pada aplikasi kencan online, Tinder. Pesan yang terkandung dalam film ini dapat memberikan respons negatif maupun positif bagi penonton, serta memberikan sebuah pandangan terhadap aplikasi Tinder.

## **F. Kerangka Konsep**

### **1. Terpaan Media**

Film menjadi sebuah media dalam memberikan informasi. Isi pesan yang berupa informasi dalam film dapat menjadi sebuah terpaan bagi individu setelah menonton film. Untuk melihat sejauh mana terpaan dari film pada individu dapat diukur dengan frekuensi, durasi, dan atensi.

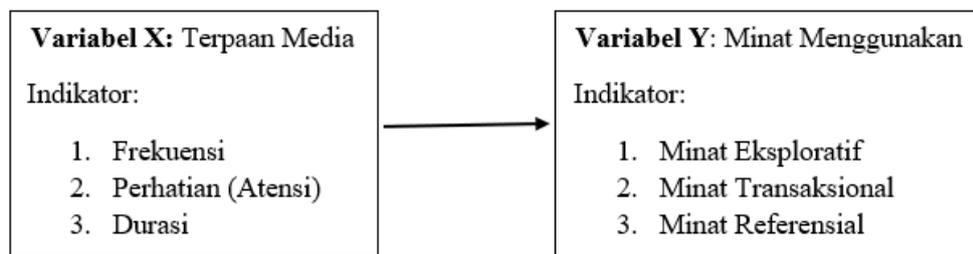
### **2. Minat Menggunakan**

Minat menggunakan merupakan sebuah keinginan dari diri individu setelah mereka mengetahui suatu produk. Hal ini dapat terjadi melalui beberapa proses hingga sampai pada tahapan minat menggunakan. Terpaan media seperti film dapat menjadi salah satu alasan individu untuk memiliki minat menggunakan suatu produk. Untuk melihat sejauh mana minat individu terhadap produk tersebut diukur dengan minat eksploratif, minat transaksional, dan minat referensial.

Untuk melihat sejauh mana respons dari individu maka digunakan Teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*). Teori ini dipakai dalam penelitian ini untuk melihat tahapan individu dari mereka mendapatkan

pesan hingga mereka dapat menerima pesan tersebut hingga terjadi respons setelah menerima pesan.

### Bagan 1.2 Kerangka Konseptual



(Sumber: Peneliti, 2022)

Berdasarkan bagan 1.2, terdapat dua variabel utama yang digunakan pada penelitian ini. Variabel X yaitu terpaan media berperan sebagai variabel independen atau variabel bebas dan variabel Y yaitu minat menggunakan berperan sebagai variabel dependen atau variabel terikat.

### G. Hipotesis

**Ho:** Tidak terdapat pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta.

**Ha:** Terdapat pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta.

### H. Definisi Operasional

Tabel 1.1 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Variabel X:</b> Terpaan Tayangan	Frekuensi	1. Mengakses aplikasi <i>streaming</i> lebih dari dua kali dalam sehari	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Mengakses aplikasi <i>streaming</i> lebih dari tiga kali dalam seminggu</li> <li>3. Menonton film tersebut lebih dari satu kali dalam sebulan</li> </ul>	
	Intensitas (Durasi)	4. Lamanya waktu dalam menonton film	
	Atensi (Perhatian)	<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Pengetahuan terhadap jenis film</li> <li>6. Memahami bahasa yang digunakan dalam film</li> <li>7. Mengetahui jalan cerita film</li> <li>8. Memperhatikan setiap adegan dalam film</li> <li>9. Memahami pesan yang terkandung dalam film</li> </ul>	
<b>Variabel Y:</b> Minat Menggunakan	Minat Eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan dalam mencari informasi produk teknologi</li> <li>2. Keinginan dalam mencari keuntungan produk teknologi</li> </ul>	Ordinal
	Minat Transaksional	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Keinginan akan menggunakan produk teknologi di masa depan</li> <li>4. Keinginan akan menggunakan produk teknologi di kehidupan sehari-hari</li> <li>5. Keinginan akan menggunakan produk teknologi secara teratur</li> </ul>	
	Minat Referensial	<ul style="list-style-type: none"> <li>6. Keinginan untuk mereferensikan produk teknologi pada orang lain</li> <li>7. Keinginan untuk mereferensikan produk teknologi lainnya pada orang lain</li> </ul>	

(Sumber: Peneliti, 2022)

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif, di mana spesifikasi dalam penelitian ini sangat sistematis, terencana, serta terstruktur dari awal hingga pembuatan desain penelitian. Dalam definisi lain, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menuntut menggunakan angka, dimulai dari pengumpulan data, penafsiran dari data tersebut, hingga penampilan dari hasil yang diperoleh. Sugiyono (dalam Siyoto & Sodik, 2015) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif diartikan sebagai sebuah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan dalam meneliti populasi atau sampel tertentu.

### **2. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Metode survei merupakan sebuah penyelidikan yang dibuat untuk mendapatkan fakta-fakta dari berbagai gejala yang ada, serta mencari keterangan secara faktual, dari suatu kelompok atau daerah tertentu. Metode survei dilakukan dengan membedah, menguliti, serta mengenal masalah-masalah yang ada dan mendapatkan sebuah pembenaran dari keadaan dan praktik-praktik yang sedang terjadi di lapangan (Bungin, 2005:6). Dengan kata lain metode survei dapat didefinisikan sebagai sebuah metode penelitian dengan menggunakan kuesioner yang menjadi instrumen atau alat yang

digunakan dalam mengumpulkan data penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

Triangulasi merupakan sebuah usaha dalam mengecek keabsahan data atau informasi dalam sebuah penelitian yang dilihat dari berbagai sudut pandang terhadap apa yang telah dilakukan oleh peneliti (Alfansyur & Mariyani, 2020). Triangulasi dilakukan dengan mengurangi ketidakjelasan serta makna ganda ketika data dikumpulkan serta dianalisis. Pada penelitian ini triangulasi data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai proses menguatkan derajat keyakinan (validitas) dan konsistensi (reliabilitas) dari data yang didapat dalam penelitian ini.

### **3. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan internet, dikarenakan keterbatasan jarak, penelitian ini pun menggunakan *google form* sebagai alat penyebaran kuesioner di wilayah Yogyakarta yang dijuluki sebagai “Kota Pelajar” karena banyaknya pusat pendidikan, dengan banyaknya perguruan tinggi yang dibangun (Ciputra, 2022). Sehingga mahasiswa menjadi target responden dalam penelitian ini dengan usia 18-24 tahun.

### **4. Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu yang diteliti oleh peneliti, sedangkan subjek penelitian merupakan sumber data penelitian. Terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* menjadi objek penelitian

yang dilihat dari atensi, durasi, dan frekuensi penonton dari tayangan film *The Tinder Swindler*. Sedangkan para penonton film *The Tinder Swindler* yaitu mahasiswa di Yogyakarta menjadi subjek dalam penelitian ini.

## **5. Jenis dan Sumber Data**

Di dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2005:132). Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari para penonton film *The Tinder Swindler*.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua (Bungin, 2005:132), yang didapatkan dari studi kepustakaan, dengan menelaah buku-buku, sumber internet, jurnal, penelitian terdahulu, dan sumber lainnya yang dapat mendukung penelitian ini. Data sekunder digunakan sebagai data pelengkap dari data primer yang ada.

## **6. Populasi dan Sampel**

Sugiyono (2002) menyebutkan bahwa populasi sebagai wilayah yang spesifik yang terdiri dari objek maupun subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari, yang kemudian ditarik ke dalam kesimpulan. Populasi dapat berupa orang, organisasi, kata-kata, kalimat, simbol-simbol nonverbal, televisi, iklan, radio, surat kabar, dan lain sebagainya (Kriyantono, 2007:149). Prof. Sutrisno Hadi, MA menyatakan bahwa populasi dan sampel memiliki hubungan dengan menjelaskan bahwa sampel merupakan sebagian individu yang diteliti dari keseluruhan individu yang menjadi subjek atau objek dalam penelitian (Narbuko & Achmadi, 2002:107). Sehingga populasi dapat dipahami sebagai keseluruhan objek maupun subjek atau fenomena dalam penelitian, sedangkan sampel dapat dipahami sebagai sebagian dari keseluruhan objek maupun subjek atau fenomena dalam penelitian (Kriyantono, 2007:149).

Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penarikan sampel dalam *purposive sampling* ditentukan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sehingga hanya beberapa anggota dari populasi yang memenuhi kriteria tersebut untuk menjadi sampel penelitian (Suryadi et al., 2019:165). Penentuan kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Telah menonton film *The Tinder Swindler*
2. Mahasiswa di Yogyakarta
3. Usia 18-24 tahun
4. Pelanggan Netflix

Penentuan ukuran sampel responden dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Suryadi et al., 2019:160), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = *Margin error* (dengan margin kesalahan 10%)

Populasi mahasiswa di Yogyakarta berjumlah 389.699 (BPS, n.d), serta *margin error* atau tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 atau dapat dikatakan tingkat keakuratan dari *margin error* tersebut sebesar 90% atau 0,9, maka sampel dalam penelitian ini yang diambil untuk mewakili populasi dari mahasiswa di Yogyakarta, sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{389.699}{1 + (389.699 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{389.699}{3.897,99}$$

$$n = 99,97$$

Setelah dihitung menggunakan rumus Slovin diambil jumlah responden sebanyak 99,97 yang dibulatkan menjadi 100, sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa di Yogyakarta.

## 7. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner yang sering disebut angket

merupakan sebuah instrumen penelitian yang berisikan serangkaian pertanyaan maupun pernyataan yang wajib diisi oleh responden. Kuesioner yang ditujukan kepada responden ini pun bebas dari bias peneliti, hal ini dikarenakan responden yang telah dipilih menjawab atas dasar pemikiran mereka terhadap pertanyaan maupun pernyataan yang diajukan serta tanpa adanya campur tangan dalam menjawab pertanyaan maupun pernyataan dari peneliti (Suryadi et al., 2019:177). Penyebaran kuesioner dibagikan secara online melalui *google form*. Pengisian kuesioner dapat dilanjutkan pada pertanyaan ketika responden telah memenuhi kriteria penelitian yang merupakan penonton film *The Tinder Swindler*, mahasiswa di Yogyakarta, usia 18-24 tahun, dan pelanggan Netflix.

Bentuk kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* atau data berskala ordinal. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa skala *Likert* digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu mengenai fenomena sosial. Pada skala *Likert* terdapat lima alternatif jawaban dan lima bobot nilai, yaitu:

**Tabel 1.2 Skala Pengukuran**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Suryadi et al., 2019:1954)

## 8. Metode Pengukuran Data

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah sebuah ukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian tersebut (Santosa & Ashari, 2005:247). Dalam Menyusun kuesioner minat menggunakan aplikasi, maka validitas kuesioner adalah sejauh mana kuesioner mampu mengukur minat menggunakan aplikasi. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap variabel terpaan tayangan film (X), dan minat menggunakan aplikasi (Y) dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25. Butir item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid jika (Suryadi et al., 2019:186):

$$r_{hit} > r_{tab}$$

Di dalam penelitian ini r tabel dari 30 responden sebagai sampel responden dengan signifikansi 5% adalah 0.374, yang didapat dari rumus  $df = n-2$ . Sehingga pertanyaan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid jika R hitung yang diperoleh dalam pertanyaan lebih dari 0.374.

**Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas Variabel X**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0.611	0.374	Valid
X2	0.694	0.374	Valid
X3	0.535	0.374	Valid
X4	0.660	0.374	Valid
X5	0.797	0.374	Valid
X6	0.718	0.374	Valid
X7	0.701	0.374	Valid
X8	0.782	0.374	Valid
X9	0.646	0.374	Valid

(Sumber: Peneliti, 2022)

Berdasarkan tabel 1.3 dengan sembilan item pertanyaan mengenai variabel terpaan tayangan film menghasilkan r hitung yang melebihi 0.374. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa keseluruhan item pertanyaan dari variabel terpaan tayangan film adalah valid.

**Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.756	0.374	Valid
Y2	0.835	0.374	Valid
Y3	0.916	0.374	Valid
Y4	0.816	0.374	Valid
Y5	0.875	0.374	Valid
Y6	0.875	0.374	Valid
Y7	0.870	0.374	Valid

(Sumber: Peneliti, 2022)

Kemudian untuk tabel 1.4 dengan tujuh pertanyaan mengenai variabel minat menggunakan menghasilkan R hitung yang melebihi 0.374 sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa keseluruhan item pertanyaan dari variabel ini adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan ketepatan sebuah alat ukur penelitian. Suatu alat ukur dapat dikatakan mantap (stabil, dapat diandalkan, dan dapat diramalkan) bila alat ukur tersebut memiliki reliabilitas tinggi dan atau dapat dipercaya. Alat ukur yang mantap tidak akan berubah pengukurannya serta dapat diandalkan, hal ini dikarenakan penggunaan alat ukur yang berkali-kali digunakan akan menghasilkan hasil yang serupa (Nazir, 2014).

Hairun (2020:111) memberikan tingkatan dalam reliabilitas yang berdasarkan intervalnya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.5 Tingkat Reliabilitas**

<b>Interval Skor</b>	<b>Derajat Konsisten</b>
0.00-0.20	Sangat Rendah
0.21-0.40	Rendah
0.41-0.60	Sedang
0.61-0.80	Tinggi
0.81-1.00	Sangat Tinggi

(Sumber: Hairun, 2020:111)

Penelitian ini mendapatkan hasil uji reliabilitas melalui bantuan *software* IBM SPSS Statistics 25, dengan menggunakan analisis *Cronbach's alpha*. Penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* > 0.61.

**Tabel 1.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.848	9

(Sumber: Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada dimensi variabel terpaan tayangan film menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.848 atau melebihi 0.61 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X reliabel dengan derajat konsisten sangat tinggi.

**Tabel 1.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.934	7

(Sumber: Peneliti, 2022)

Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas pada dimensi variabel minat menggunakan menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.934 atau melebihi 0.61 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Y reliabel dengan derajat konsisten sangat tinggi

### 3. Analisis Korelasi

Kriyantono (2006:170) menyatakan bahwa analisis korelasi merupakan sebuah analisis yang dilakukan untuk menguji statistik inferensial yang memiliki tujuan untuk melihat derajat hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan nilai koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 1.8 Nilai Koefisien Korelasi**

<b>Nilai Koefisien Korelasi</b>	<b>Hubungan</b>
< 0.20	Hubungan Sangat Rendah
0.20-0.39	Hubungan Rendah
0.40-0.70	Hubungan Cukup Berarti atau Sedang
0.71-0.90	Hubungan yang Kuat
> 0.90	Hubungan yang Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2018)

## 9. Metode Analisis Data

Mustikoweni (dalam Kriyantono, 2006:181) analisis regresi dilakukan dalam sebuah penelitian untuk mencari tahu bentuk hubungan antar dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini ingin mengetahui hubungan antara terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* dengan minat menggunakan aplikasi Tinder. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, dengan rumus (Kriyantono, 2006:180):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

$Y$  = Minat menggunakan (variabel dependen)

$X$  = Terpaan tayangan film (variabel independen)

$a$  = Nilai *intercept* (konstan) atau  $Y$  apabila  $X=0$

$b$  = Koefisien regresi, besaran variabel dependen yang ditimbulkan oleh variabel independen