

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta. Setelah dilakukan penelitian yang dimulai dari pencarian data, pengolahan data, uji statistik, hingga analisis data maka penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder pada mahasiswa di Yogyakarta dengan nilai korelasi sebesar 0.519 yang berada pada 0.40-0.70 atau dengan derajat hubungan korelasi yang cukup berarti atau sedang. Kemudian melalui uji regresi linier sederhana yang telah dilakukan, menghasilkan F hitung $36.068 > F$ tabel 3.09 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh terpaan tayangan film *The Tinder Swindler* terhadap minat menggunakan aplikasi Tinder.

Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini didukung dengan teori yang digunakan oleh peneliti, yaitu Teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*). Di mana *stimulus* (pesan) yang disampaikan dalam film *The Tinder Swindler* kemudian diterima oleh *organism* (penonton) mampu memberikan *response*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu terdapat pengaruh dari tayangan film terhadap minat menggunakan sebesar

26.9%, namun dengan hasil tersebut terdapat faktor luar yang tidak diteliti sebesar 73.1%.

B. Saran

Dari yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat hal menarik di mana adanya pengaruh lain (faktor luar) yang dapat mempengaruhi minat menggunakan aplikasi Tinder, dengan faktor luar sebesar 73.1%, sedangkan dari hasil penelitian ini diperoleh hasil sebesar 26.9%. Sehingga dengan hasil tersebut dapat memberikan peluang untuk melakukan penelitian serupa dengan mencoba untuk mendalami faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi yang belum diteliti pada penelitian ini. Serta dengan adanya hasil penelitian dari minat menggunakan aplikasi Tinder, membuka kesempatan bagi peneliti lainnya untuk dapat memfokuskan penelitian mengenai aplikasi Tinder, yang dapat diteliti dengan melihat penggunaan atau memperdalam minat menggunakan aplikasi Tinder dengan faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150. Diakses pada tanggal 4 Januari 2023, melalui <https://journal.ummat.ac.id/index.php/historis/article/view/3432/pdf>
- Anggraeni, L. (2020, September 18). Mengenal aplikasi tinder yang sedang ramai dibicarakan. *Medcom.id*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, melalui <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/GNl431VN-mengenal-aplikasi-tinder-yang-sedang-ramai-dibicarakan>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Simbosa Rekatama Media.
- Arun, R. (2022, September 13). A case study on netflix marketing strategy. *Simplilearn*. Diakses pada tanggal 11 September 2022, melalui <https://www.simplilearn.com/tutorials/marketing-case-studies-tutorial/netflix-marketing-strategy>
- BPS. (n.d). Jumlah perguruan tinggi, tenaga pendidik dan mahasiswa (negeri dan swasta) di bawah kementerian riset, teknologi, dan pendidikan tinggi/kementerian pendidikan dan kebudayaan menurut provinsi, 2021. *BPS*. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2022, melalui https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/cmdTdG5vU0IwKzBFR20rQnpuZEYzdz09/da_04/1
- Bungin, B. (2005). *Metodologi penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi, dan kebijakan public serta ilmu-ilmu sosial lainnya*. Prenadamedia Group.
- Chandra, I. R., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan computer self efficacy terhadap minat penggunaan e- spt dalam pelaporan pajak. *Jurnal Nominal*, 72-87. Diakses pada tanggal 17

September, melalui <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/viewFile/11477/8332>

Ciputra, W. (2022, Januari 11). Awal mula Yogyakarta dijuluki kota pelajar. *Kompas.com*. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022, melalui <https://yogyakarta.kompas.com/read/2022/01/11/184512078/awal-mula-yogyakarta-dijuluki-kota-pelajar?page=all>

De Vreese, C. H., & Neijens, P. (2016). Measuring media exposure in a changing communications environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2-3), 69-80. Diakses pada tanggal 21 Desember 2022, melalui <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150441>

Desiningrum, R. (2021). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi kumparan (Survei pada pengikut instagram @kumparancom)* [Bachelors dissertation, Jakarta State University]. UNJ Campus Repository. Diakses pada tanggal 13 September 2022, melalui <http://repository.unj.ac.id/16177/>

Dihni, V. A. (2022, Februari 22). Tinder aplikasi kencan terpopuler di dunia. *Databoks*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/22/tinder-aplikasi-kencan-terpopuler-di-dunia>

Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.

Emmys. (2022, n.d). The tinder swindler: Awards & nomination, 5 nominations. *Emmys*. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2022, melalui <https://www.emmys.com/shows/tinder-swindler>

Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fisipol. (n.d). Film bisa menjadi panduan gaya hidup generasi millennials. *UGM*. Diakses pada 27 Oktober 2022, melalui <https://fisipol.ugm.ac.id/film-bisa-menjadi-panduan-gaya-hidup-generasi-millennials/>

- Fitria, L. (2022, Februari 7). Review the tinder swindler, film dokumenter yang menguak penipuan di aplikasi kencan. *Kompas*. Diakses pada tanggal 09 Oktober 2022, melalui <https://www.kompas.com/parapuan/read/533131810/review-the-tinder-swindler-film-dokumenter-yang-menguak-penipuan-di-aplikasi-kencan>
- Hairun, Y. (2020). *Evaluasi dan penilaian dalam pembelajaran*. Deepublish.
- Harlan, D. (2014). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan dan risiko persepsian terhadap minat bertransaksi menggunakan e-banking pada umkm di kota Yogyakarta* [Bachelors dissertation, Yogyakarta State University]. UNY Campus Repository. Diakses pada tanggal 15 September 2022, melalui <https://eprints.uny.ac.id/16809/1/Full%20Skripsi.pdf>
- Haslam, O. (2022, April 20). Netflix viewers watched ‘the tinder swindler’ for 166 million hours making it its most-watched documentary. *iMore*. Diakses pada tanggal 08 September 2022, melalui <https://www.imore.com/netflix-viewers-watched-tinder-swindler-166-million-hours-making-it-its-most-watched-documentary>
- IMDb. (2022, n.d). The tinder swindler. *IMDb*. Diakses pada 3 Septmber 2022, melalui <https://www.imdb.com/title/tt14992922/>
- IMDb. (2022, n.d). *The tinder swindler* [Photo]. *IMDb*. https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.imdb.com%2Ftitle%2Ftt14992922%2F&psig=AOvVaw1YfLXLc5MyXFJH0Hc0ePQj&ust=1673921934424000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCKCviqWDy_wCFQAAAAAdAAAAABAE
- Iqbal, M. (2022, n.d). Tinder revenue and usage statistic (2022). *Business of Apps*. Diakses pada tanggal 09 September 2022, melalui <https://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/>
- KN, A. M. (2018). *Produksi program tv drama manajemen produksi dan penulisan naskah*. Gramedia.

- Kriyantono, R. (2007). Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktik riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran. Kencana.
- Magriyanti, A. A., & Rasminto, H. (2020). Film dokumenter sebagai media informasi kompetensi keahlian smk negeri 11 semarang. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(2), 123-132. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, melalui <https://doi.org/10.51903/pixel.v13i2.322>
- Morris, F. (Director). (2022). *The tinder swindler* [Film]. RAW; AGC Studios, Gaspin Media; Netflix.
- Muslim, M. (2012). Pengaruh terpaan film sexy killers terhadap kepercayaan mahasiswa pada pemilihan presiden 2019 (Studi kasus pada mahasiswa institut pertanian bogor). *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 26(2), 493-499. Diakses pada tanggal 01 September 2022, melalui <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/2772/2074>
- Narbuko, C. & Achmadi, H. (2002). *Metodologi penelitian*. Bumi Aksara.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Netflix. (n.d). Apa itu netflix? *Netflix*. Diakses pada tanggal 02 September 2022, melalui <https://help.netflix.com/id/node/412>
- Putri, I. P. (2017). Industri film Indonesia sebagai bagian dari industri kreatif indonesia. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(1), 24-42. Diakses pada tanggal 01 September 2022, melalui <https://doi.org/10.25124/liski.v3i1.805>
- Rakhmat, J. (2021). *Psikologi komunikasi: edisi revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Rizaty, M, A. (2022, Januari 24). Pelanggan netflix dunia capai 221,84 juta pada kuartal iv 2021. *Databoks*. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2022, melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/24/pelanggan-netflix-dunia-capai-22184-juta-pada-kuartal-iv-2021>

- Rizaty, M, A. (2022). Pelanggan netflix dunia capai 221,84 juta pada kuartal iv 2021. *Databoks*. Diakses pada 17 Oktober 2022, melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/24/pelanggan-netflix-dunia-capai-22184-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Rizaty, M. A. (2022, Juli 27). Pengguna tinder di dunia tembus 20 juta orang per kuartal i/2022. *Data Indonesia*. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2022, melalui <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tinder-di-dunia-tembus-10-juta-orang-per-kuartal-i2022>
- Santosa, P. B. & Ashari. (2005). *Analisis statistic dengan microsoft excel dan spss*. Andi.
- Sari, E. S. (1993). *Audiens research: pengantar studi penelitian terhadap pembaca, pendengar, pemirsa*. Andi Offset.
- Simanjuntak, L. S. (2021). *Pengaruh terpaan drama korea terhadap kriteria laki-laki idola mahasiswa di yogyakarta* [Bachelors dissertation, University of Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Campus Repository. Diakses pada tanggal 12 September 2022, melalui <https://e-journal.uajy.ac.id/26305/>
- Situmeang, I. V. O., & Kencana, W. H. (2019). Pengaruh terpaan film toba dreams dan brand image soundtrack film aut boi nian terhadap minat atraksi wisata danau toba. *IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(3), 117-130. Diakses pada tanggal 10 September 2022, melalui <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/685>
- Siyoto, S. & Sodik, A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Stone, D. L., & Lukaszewski, K. M. (2009). An expanded model of the factors affecting the acceptance and effectiveness of electronic human resource management systems. *Human Resource Management Review*, 19(2), 134-143. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023, melalui <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.11.003>

- Sugiyono. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif dan r&d*. ALFABETA.
- Suryadi, E., Darmawan, D. & Mulyadi, A. (2019). *Metode penelitian komunikasi: dengan pendekatan kuantitatif*. Remaja Rosdakarya
- Tinder. (n.d). Ikhtisar tinder: Apa itu tinder? *Tinder*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, melalui <https://www.help.tinder.com/hc/id/articles/115004647686-Ikhtisar-Tinder>
- Tinder. (n.d). Jadi kenapa memilih aplikasi kencan seperti tinder? *Tinder*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022, melalui <https://tinder.com/id/about>
- Tinder. (n.d). *Tinder* [Photo]. *Tinder*. https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ftinder.com%2Fid&psig=AOvVaw3tckYr9TvgiWx2BjkCtzAV&ust=1673921886001000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCNithI6Dy_wCFQAAAdAAAAABAE
- Utami, C. D. (2010). Film Dokumenter Sebagai Media Pelestari Tradisi. *Acintya*, 2(1). Diakses pada tanggal 23 September 2022, melalui <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/acintya/article/view/93>
- What to Watch on Netflix [@whattowatchonnetflix]. (2022, Februari 16). “*and here are this week’s top 10 movies globally, in the US, UK, Brazil, India, Kenya, Canada, indonesia & Turkey* [Photo]. Instagram. Diakses pada tanggal 08 September 2023, melalui <https://www.instagram.com/p/CaAyN16MbZE/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Yasir. (2009). Pengantar Ilmu Komunikasi. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

LAMPIRAN

Data Responden:

1. Nama: ...
2. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia:
 - 18
 - 19
 - 20
 - 21
 - 22
 - 23
 - 24
4. Asal Perguruan Tinggi: ...

Keterangan

- STS** Sangat Tidak Setuju
TS Tidak Setuju
N Netral
S Setuju
SS Sangat Setuju

VARIABEL X: Terpaan Tayangan Film *The Tinder Swindler*

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Frekuensi</i>						
1	Saya mengakses aplikasi Netflix lebih dari 2 kali dalam sehari					
2	Saya mengakses aplikasi Netflix lebih dari 3 kali dalam seminggu					
3	Saya menonton film <i>The Tinder Swindler</i> lebih dari 1 kali dalam sebulan					
<i>Intensitas (Durasi)</i>						
4	Saya menonton film <i>The Tinder Swindler</i> full (awal-akhir) selama 1 jam 54 menit					
<i>Atensi (Perhatian)</i>						
5	Saya mengetahui film <i>The Tinder Swindler</i> merupakan film dokumenter					
6	Bahasa yang digunakan dalam film <i>The Tinder Swindler</i> mudah dipahami					
7	Saya mengetahui sepenuhnya jalan cerita film <i>The Tinder Swindler</i> dari awal hingga akhir					
8	Saya intens dalam memperhatikan adegan-adegan pelaku penipuan saat melakukan aksinya					
9	Saya memahami pesan yang disampaikan dalam film <i>The Tinder Swindler</i>					

VARIABEL Y: Minat Menggunakan Aplikasi Tinder

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Minat Eksploratif</i>						
1	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , sebelum menggunakan aplikasi Tinder, saya akan mencari informasi melalui ulasan para pengguna sebelumnya					
2	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , sebelum menggunakan aplikasi Tinder, saya akan mencari informasi tentang keuntungan yang saya dapat jika menggunakan aplikasi Tinder					
<i>Minat Transaksional</i>						
3	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , saya akan menggunakan aplikasi Tinder di masa depan untuk mencari pasangan					
4	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , saya akan menggunakan aplikasi Tinder dalam kehidupan sehari-hari untuk mencari pasangan					
5	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , saya akan menggunakan aplikasi Tinder secara teratur untuk mencari pasangan					
<i>Minat Referensial</i>						
6	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , saya akan mereferensikan					

	aplikasi Tinder kepada orang terdekat atau orang lain					
7	Setelah menonton film <i>The Tinder Swindler</i> , saya akan mereferensikan aplikasi yang lainnya kepada orang terdekat atau orang lain					



