

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini sebagian besar masyarakat dunia sudah mengetahui adanya *Korean Wave*. Salah satu bentuk *Korean Wave* yang memiliki tingkat popularitas tinggi di kalangan masyarakat, terutama para remaja adalah K-Pop atau *Korean Pop*. (Pramestiasri dkk, 2019). K-Pop adalah salah satu budaya dari Korea Selatan yang merupakan musik-musik populer dari negara tersebut. (Riaeni dkk, 2019).

Adanya jumlah penduduk yang tinggi di Indonesia, K-Pop dapat dengan mudah dikenal dan diterima oleh masyarakat Indonesia. Hal ini juga dibuktikan oleh survei yang dilakukan Twitter sepanjang 2019 yang menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi ke-2, yang memiliki jumlah persentase 9,9% dalam hal penayangan video-video K-Pop di Youtube. (So, 2020). Selain itu, Indonesia juga mendapatkan predikat pendengar musik K-Pop terbanyak nomor 2 di dunia berdasarkan data pada media Spotify (Damaledo, 2020). Berdasarkan gambar 1 di bawah, menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi pertama dalam jumlah *tweet* terbanyak mengenai K-pop, hal tersebut dibandingkan dengan 20 negara yang ada dalam daftar Twitter sepanjang tahun 2020-2021 (Sahertian,2021).

GAMBAR 1

Daftar Negara dengan Volume Tweet Terbanyak



Sumber: Twitter, 30 Juni 2021

Kegiatan dengan tema K-Pop saat ini banyak diminati oleh anak muda. Salah satu bentuk atau dampak dari adanya fenomena masuknya budaya K-pop adalah terbentuknya sebuah komunitas yang melakukan banyak aktivitas yang berhubungan dengan K-pop. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah *dance cover* (Berliana, 2020). Komunitas-komunitas yang melakukan kegiatan *dance cover* mulai banyak bermunculan untuk menarik perhatian pada penggemar K-Pop. Kegiatan *dance cover* merupakan sebuah upaya untuk meniru tarian atau gerakan yang dilakukan oleh grup yang pada umumnya merupakan idola KPop, kegiatan ini biasa dilakukan oleh komunitas atau grup *dance*. (Nurhadi dkk, 2019). Para anggota grup *dance cover* pada umumnya juga berusaha untuk berdandan, mulai dari tata rambut, pakaian, bahkan ekspresi dengan semirip mungkin dengan video klip dance yang akan ditiru. Hal ini serupa dengan pendapat Khadijah dkk. (2019: 196), yang mengungkapkan bahwa

ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap *Korean Wave* juga mendorong mereka untuk meniru penampilan tokoh idolanya, mulai dari perilaku, bahasa, busana, kosmetik, dan lain sebagainya. Hal tersebut juga dilakukan terutama pada mereka yang melakukan aksi *cross-dresser dance cover*.

Cross-dresser dance cover merupakan kegiatan *dance cover* yang dilakukan berbeda dari gender penarinya (Berliana, 2020). *Cross-dresser dance cover* dilakukan dengan meniru grup idola mereka yang memiliki lintas gender atau perbedaan gender, seperti kelompok *dance* perempuan yang menirukan *boy group*, atau kelompok *dance* laki-laki yang menirukan *girl group*. Untuk menghayati peran, para *dancer* juga melakukan *cross-dresser*, yaitu menyesuaikan *image* pakaian yang dikenakan oleh idol group baik dalam hal berpakaian, *make up* dan aksesoris yang digunakan (Berliana, 2020).

Rarasati (2017) mengungkapkan bahwa penari *cross-dresser dance cover* hanya bertujuan untuk menunjukkan rasa suka mereka terhadap musik dan tarian yang mereka tiru serta untuk menghibur para fans atau penggemar mereka. Penampilan di atas panggung merupakan cara mereka untuk berkomunikasi mengenai konten keberagaman kepada masyarakat umum. Di sisi lain, penampilan *cross-dresser dance cover* atau tarian yang berlawanan dengan gender memiliki pandangan heteronormatif dari berbagai pihak dan merupakan perkara yang tidak mudah di Indonesia. Hal ini dapat terlihat dalam surat edaran yang diterbitkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dengan nomor 203/K/KPI/02/2016 yang berisi

kriteria pria yang dilarang KPI sebagai pengisi acara, talent, ataupun host (pembawa acara) adalah pria yang menampilkan gaya berpakaian kewanita-wanitaan, riasan wanita, gaya bicara kewanita-wanitaan, bahasa tubuh kewanitaan, menunjukkan promosi atau pembenaran seorang pria untuk berperilaku kewanitaan, menampilkan sapaan kepada pria dengan sebutan yang diperuntukkan untuk wanita, serta menampilkan istilah dan ungkapan yang sering dipergunakan kalangan pria yang kewanitaan. Selain adanya edaran tertulis, di Indonesia identik dengan masyarakat yang menjunjung tinggi agama dan juga norma yang berlaku di lingkungannya. Masyarakat di Indonesia beranggapan bahwa laki-laki dan perempuan sudah memiliki kodrat masing-masing selayaknya gender yang dimiliki, jika berperilaku diluar kodratnya maka dianggap keluar dari norma yang berlaku dan menyalahi kodratnya sesuai dengan gendernya.

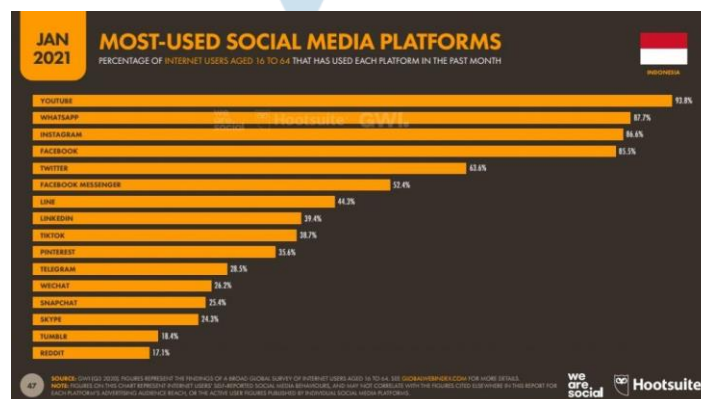
Mengenai peristiwa *cross-dresser* ini, Penarik (2021) bahkan menjabarkan dalam penelitiannya tentang bagaimana *framing* masyarakat terhadap *cross-dresser* melalui media-media berita online yang menganggap bahwa *cross-dresser* adalah orang yang melanggar agama dan perlu diberikan bimbingan karena mengarah kepada pelaku LGBT atau penyuka sesama jenis, bahkan sebagian orang menganggap hal tersebut adalah kriminalitas. Selain itu, *cross-dresser* dianggap juga sebagai penyakit parafilia atau sama dengan fetinisme yang harus dipuaskan. Namun adanya kegiatan *cross-dresser* tidak selalu harus dikaitkan dengan hal-hal yang tidak baik dan diluar norma, tetapi juga

dapat dijadikan sebagai bentuk prestasi dan juga apresiasi terhadap suatu hal.

Kegiatan *cross-dresser dance cover* saat ini dapat ditemui pada berbagai media, salah satunya adalah media sosial Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak nomor 3 di Indonesia. Data tersebut diberikan oleh portal web *andi.link* (2021), yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram di Indonesia mencapai 86,6% dari jumlah populasi di Indonesia, terhitung pada bulan Januari 2021. Jumlah tersebut menempatkan Instagram sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia setelah Youtube dan Whatsapp. Data yang diberikan oleh databoks (2022) menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia pada kuartal IV terhitung sebanyak 92,53 juta pengguna. Angka tersebut menunjukkan adanya peningkatan yang dialami sebanyak 4,37% atau 3,9 juta jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya.

GAMBAR 2

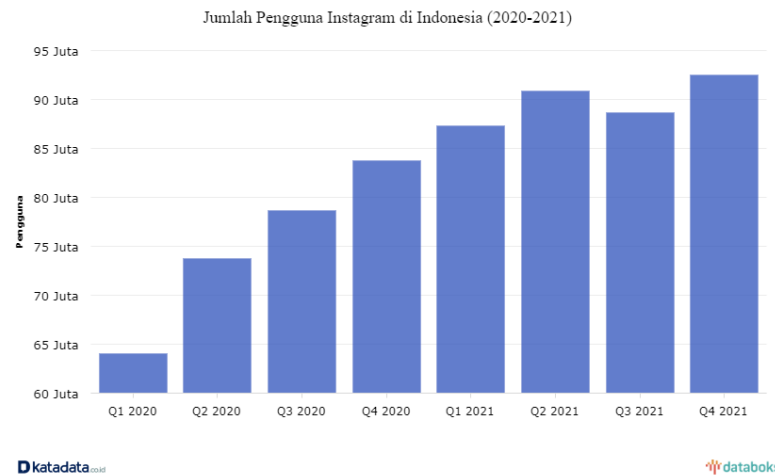
Data Statistik Pengguna Instagram di Indonesia



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

GAMBAR 3

Data Statistik Pengguna Instagram di Indonesia 2020-2021



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial Instagram sangat beragam. Banyaknya pengguna media sosial Instagram akan memudahkan para pembuat konten mencari *viewers* dalam mempublikasikan dan mengekspos karya-karya mereka. Hal ini juga dilakukan oleh *Warschool DC* melalui akun Instagram *@warschool_dc*. Pemilik akun tersebut merupakan tim *dancer* dari Yogyakarta yang melakukan aksi *cross-dresser dance cover*. Kelompok *dancer @warschool_dc* dibentuk pada tahun 2016. Saat ini akun tersebut di media sosial Instagram sudah memiliki *1.086 followers* per tanggal 5 Mei 2023. *Warschool DC* sudah banyak memenangkan perlombaan *dance cover competition*, beberapa diantaranya adalah meraih juara 2 di acara *K-Pop & Modern Dance*

Competition by Indomaret, Halloween Dance & K-Pop Competition by jogjacitymall, dan Oriental Cover Competition yang diadakan oleh Galeria Mall. Warschool DC juga meraih juara 1 pada K-pop Dance Competition yang diadakan oleh market festival Solo pada tahun 2017.

Warschool DC terus menciptakan beragam konten di akun Instagram mereka dengan tujuan menunjukkan kemampuan dance cover mereka, mengekspos aktivitas grup mereka, dan mengenalkan kepada para pengguna Instagram mengenai cross-dresser dance cover. Konten-konten yang disebarluaskan melalui akun Instagram tersebut tentunya akan sangat mudah dijangkau oleh followers @warschool_dc karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Hal tersebut memungkinkan followers @warschool_dc terkena terpaan konten-konten cross-dresser dance cover jika sering mengakses konten-konten cross-dresser dance cover pada akun media social Instagram @warschool_dc. Semakin sering seseorang mengakses konten tersebut, maka semakin besar terpaan media yang didapatkannya. Terpaan adalah kegiatan yang dilakukan seseorang dalam mendengar, melihat, membaca pesan dalam media atau pengalaman dan perhatian terhadap pesan dalam media tersebut (Ardianto, 2014). Terpaan media juga dapat diukur berdasarkan frekuensi atau jumlah tayangan yang dilihat oleh masyarakat (Moriarty, Mitchell, dan Wells 2014:132-133).

Terpaan media yang didapatkan oleh seseorang tentunya akan menimbulkan sebuah efek, yang mana efek tersebut dapat berbeda setiap orang. Effendy (dalam Rizki dan Pangestuti, 2017:259) menyebutkan

bahwa terdapat 3 efek utama yang dapat ditimbulkan dari adanya terpaan media yaitu efek kognitif (pemikiran), efek afektif (perasaan), dan efek behavioral (kebiasaan). Efek kognitif adalah efek yang ditimbulkan atas dasar keyakinan pada seseorang dan pola pikir seseorang terhadap suatu media yang berkaitan juga bagaimana dengan pandangan seseorang tentang suatu hal karena adanya terpaan. Efek afektif adalah efek perasaan yang ditimbulkan dari terpaan media seperti senang, sedih dan sebagainya. Efek behavioral adalah efek terbentuknya suatu kebiasaan yang diciptakan karena adanya suatu terpaan terus menerus. Cangara (dalam Chandra dan Sudarmanti, 2021:82) menyebutkan jika dalam efek kognitif media dapat terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan juga perubahan pendapat. Persepsi ditafsirkan oleh Mulyana (dalam Hermawanti, *et al*, 2021) sebagai suatu proses yang dialami oleh individu dalam memahami suatu hal, fenomena, atau peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar mereka. Febrida dan Oktavianti (2020) menjelaskan bahwa salah satu faktor penyebab munculnya persepsi adalah karena adanya perhatian selektif, dimana seseorang mendapatkan stimulus dengan jumlah yang banyak atau berulang-ulang.

Hal tersebut juga dinyatakan oleh Hermawanti, *et al* (2021) bahwa ketika seseorang menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan media sosial, maka sebuah persepsi akan terbentuk mengenai hal yang ada dalam media sosial tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan jika adanya suatu proses yang didapatkan secara terus menerus dan dalam waktu yang cukup

lama, maka akan memunculkan suatu pemahaman dan pemikiran baru yang dapat memunculkan sebuah persepsi dalam diri seseorang.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adilla (2019) yang berjudul “Persepsi Gender di Media Sosial (Studi atas Persepsi tentang Konstruksi Peran Wanita dalam Akun Instagram @yogaarizona oleh Komunitas Feminis Jejer Wadon Solo”, penelitian tersebut membahas tentang persepsi pesan tentang konstruksi peran wanita dalam akun Instagram @yogaarizona, yang menunjukkan adanya konten *cross-dresser*. Bertitik tolak sebagai sebuah media, maka menurut McQuail dalam Adilla (2019:4) media sosial hampir memiliki peran potensial untuk pencerahan publik, perpustakaan publik, dan pendidikan populer. Selain itu, penelitian lain dengan judul “Realita Belakang Panggung K-pop *Cross Cover Dance* (Studi pada Grup K-pop *Cross Cover Dance “War School”*)” yang dilakukan oleh Rarasati (2017) membuktikan bahwa faktor-faktor internal pendorong yang menjadi latar belakang anggota grup K-Pop *cross-dresser dance cover* berupa minat bakat, eksistensi diri, memacu adrenalin, serta mengisi waktu luang. Faktor eksternal yang mendorong para anggota adalah ajakan teman, visi dan misi yang sama, serta adanya *open recruitment*. Dalam kehidupan sosial di masyarakat anggota grup juga memiliki peran mereka masing-masing.

Selain itu, acuan penelitian lainnya dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fritda Hermawanti, Guntur F. Prisanto,

Kresno Yulianto, dan Poppy Ruliana (2021) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN pada Twitter terhadap Persepsi Profesi Pramugari”, penelitian ini berisi tentang cara media Twitter memberikan pengaruh untuk memunculkan suatu persepsi di masyarakat, tentang rumor pramugari yang dianggap sebagai selingkuhan dari para petinggi BUMN. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa terpaan media di Twitter memberikan pengaruh yang cenderung kuat terhadap persepsi profesi pramugari karena tidak dibutuhkan waktu yang lama untuk membaca tagar tetapi memiliki perhatian yang tinggi untuk mengetahui kasus #GundikLintasBUMN. Sedangkan penelitian lainnya yang dilakukan Ika Chandra W dan Rini Sudarmanti (2021) yang berjudul “Pengaruh Pemberitaan Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat tentang Susu Kental Manis”, menunjukkan hasil yang serupa yaitu jika pemberitaan melalui media massa memberikan pengaruh yang positif, namun tidak terlalu kuat terhadap persepsi masyarakat tentang susu kental manis, karena banyak masyarakat yang mengonsumsi susu kental manis dengan berbagai cara karena adanya pengaruh dari pemberitaan di media. Penelitian lainnya juga yang dilakukan oleh Salsabila Azhar (2019) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme di Media Online terhadap Persepsi Mahasiswa pada Pakaian Syar’i” menunjukkan hasil bahwa terpaan media tidak memberikan pengaruh yang kuat terhadap persepsi mahasiswa tentang pakaian syar’i, dan persepsi yang ditimbulkan dari terpaan media dalam penelitian ini hanya sebesar 2.1%.

Berdasarkan penjelasan tersebut, ditemukan adanya *gap* dalam penelitian terdahulu yang sebagian menyatakan terdapat pengaruh yang kuat dari adanya terpaan media terhadap persepsi, dan sebagian penelitian lainnya menyatakan tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi *followers* pada akun media sosial Instagram @warschool_dc.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ditentukan dengan didasarkan pada latar belakang penelitian, yaitu sebagai berikut:

“Bagaimana pengaruh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian disusun dengan didasarkan pada rumusan masalah yang telah dibentuk, oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc.

D. Manfaat Penelitian

1. Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan rujukan atau acuan materi pembelajaran maupun untuk penelitian lanjutan khususnya berkaitan dengan terpaan konten pada media sosial,

dan persepsi tentang penari *cross-dresser dance cover* sehingga dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu komunikasi.

2. Praktis

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini memberikan penjelasan dan gambaran untuk meningkatkan pembuatan konten *cross-dresser dance cover* atau konten positif lainnya agar dapat memberikan inspirasi, motivasi, serta manfaat bagi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc.

E. Kerangka Teori

Teori terpaan media dan persepsi untuk menganalisis frekuensi tayangan atau stimulus yang diterima oleh *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc, yang meliputi indikator frekuensi, durasi, atensi. Setelah menerima stimulus dari konten media sosial Instagram @warschool_dc, responden akan memiliki persepsi atau tindakan-tindakan yang mencerminkan pemikiran individu terhadap *cross-dresser dance cover*. Persepsi yang diperoleh oleh *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc memiliki dua kemungkinan mengenai konten *cross-dresser dance cover*, yakni dapat berupa positif dan negatif.

1. Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memahami diri sendiri atau memahami suatu pesan yang disampaikan oleh seseorang atau kelompok (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Istilah komunikasi diambil dari bahasa latin *communis*

yang berarti mengikat atau membangun hubungan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata umum yang memiliki arti yang sama, makna yang sama, sehingga komunikasi adalah proses asimilasi persepsi, pikiran dan emosi antara komunikator dan komunikan (Oktarina & Abdullah, 2017). Sedangkan menurut Mufid (2005) komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, figur dan grafik serta memberi, meyakinkan ucapan dan tulisan.

Berdasarkan pengertian komunikasi tersebut, maka dapat disimpulkan jika komunikasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara individu atau dalam kelompok dengan tujuan untuk menyebarkan dan membagikan informasi baik dalam bentuk pesan-pesan atau simbol yang dapat diterima oleh orang atau kelompok lainnya.

2. Teori S-O-R

Model komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model komunikasi S.O.R (*Stimulus, Organism, Response*). Teori S-O-R yaitu Stimulus-Organisme-Response. Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan

kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Teori ini semula berasal dari psikologi, yang kemudian menjadi teori dalam komunikasi. Hal ini merupakan hal yang wajar karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi (Effendy, 2017).

Menurut (Fisher, 2014), dalam teori S-O-R (Stimulus Organism Response), terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan. Ketiga unsur tersebut antara lain:

a) Pesan (Stimulus)

Pesan merupakan bagian yang terpenting dari komunikasi. Hal ini disebabkan karena pesan adalah subjek yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi, pesan memiliki nilai yang besar karena merupakan inti dari komunikasi. Tanpa pesan, komunikasi antara komunikator dan komunikan tidak akan berjalan.

b) Komunikan (Organism)

Komunikator merupakan unsur yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan terhadap stimulus yang diterima tentunya akan berbeda-beda sesuai dengan bagaimana individu tersebut merespon bentuk stimulus yang diberikan. Dalam mempelajari sikap, ada tiga variabel penting yang mendukung proses pembelajaran, yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Ketiga

variabel ini penting karena akan menentukan bagaimana komunikasi merespon setelah menerima suatu stimulus.

c) Efek (Response)

Efek merupakan dampak dari efek komunikasi, yaitu perubahan sikap/perilaku. Proses perubahan perilaku sikap menggambarkan suatu proses belajar pada individu yang terdiri dari:

- 1) Stimulus atau stimulan yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak. Jika organisme menerima suatu stimulus, berarti individu tersebut memiliki perhatian dan stimulus tersebut efektif, tetapi jika stimulus tersebut ditolak berarti stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi perhatian individu tersebut.
- 2) Setelah stimulus mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan ke proses berikutnya.
- 3) Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- 4) Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

3. Persepsi

Persepsi didefinisikan oleh Mulyana (2010:180) sebagai suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang dalam menerima, mengorganisasi, memilih, serta menafsirkan suatu makna untuk menggambarkan suatu hal atau fenomena. Suatu persepsi tidak hanya mampu dipengaruhi oleh rangsangan fisik, namun juga berkaitan dengan hubungan lingkungan sekitar dan stimulus serta diri masing-masing atau individu. Persepsi dijelaskan juga oleh Walgito (2010: 70), yaitu sebuah makna yang didapatkan oleh seseorang terhadap suatu hal, objek atau peristiwa dengan melalui berbagai proses, yaitu penginderaan, pengorganisasian, dan interpretasi. Pendapat lain terkait persepsi adalah menurut Kotler dan Keller (2012:161-162), diartikan sebagai proses seseorang mulai dari memilih, mengorganisasi, hingga menginterpretasi suatu hal berdasarkan informasi yang dimiliki sebelumnya untuk menciptakan gambaran tentang hal tersebut. Bentuk respon yang timbul akibat adanya persepsi yang terjadi pada diri individu bermacam-macam. Respon yang akan diberikan pada stimulus bergantung pada perhatian yang diberikan oleh seseorang. Oleh karena itu, karena adanya pengaruh yang diberikan oleh pengalaman, perasaan, dan pemahaman individu, maka sebuah persepsi pada individu dapat berbeda. (Reuneker, 2014). Menurut Mulyana (2010:181-182), terdapat tiga hal yang membangun persepsi yaitu:

- a. Penginderaan

Penginderaan adalah kemampuan seseorang dalam memanfaatkan potensi indera mereka dalam menangkap sebuah pesan yang kemudian akan diteruskan ke otak untuk proses registrasi dan interpretasi.

b. Atensi

Atensi adalah perhatian seseorang terkait sebuah kejadian. Untuk mempersepsikan pengertian ini, memerlukan kehadiran suatu objek.

c. Interpretasi

Interpretasi adalah kemampuan dalam memberi makna pada informasi yang diterima yang kemudian menghasilkan suatu gambaran yang dipercaya mewakili objek tersebut.

Menurut Irwanto (2002:71), hasil persepsi tentang objek-objek yang dipersepsikan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a. Persepsi Positif

Persepsi positif menunjukkan segala pengetahuan dan tanggapan oleh individu yang kemudian diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Persepsi positif pada taraf yang tinggi ditunjukkan dengan penerimaan atau dukungan terhadap objek yang dipersepsikan.

b. Persepsi Negatif

Persepsi negatif menunjukkan tidak selarasnya tanggapan dan pengetahuan seseorang terhadap objek atau hal yang dipersepsi.

Persepsi positif pada taraf yang tinggi ditunjukkan dengan penolakan dan pertentangan terhadap objek yang dipersepsikan.

Persepsi positif ataupun persepsi negatif oleh individu terhadap objek yang dipersepsikan bergantung pada cara individu tersebut menghubungkan segala pengetahuannya dengan suatu obyek yang dipersepsikan. Menurut Basri (2002:3), indikator persepsi diartikan sebagai tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang dalam mengenal perangsang (stimulus) dan dapat dilihat melalui tingkatan sebagai berikut:

- 1) Pemahaman, merupakan kesan individu terhadap suatu hal yang kemudian dapat dimengerti makna dan artinya.
- 2) Pengetahuan, merupakan hasil pemahaman yang terekam di dalam memori.
- 3) Sikap, merupakan bentuk perilaku yang menunjukkan setuju atau tidaknya individu tentang pengetahuan tersebut.
- 4) Tanggapan-tanggapan, merupakan reaksi atau tindakan yang mencerminkan pemikiran individu terhadap suatu hal yang dipersepsikan.

Menurut Thoha (2003: 145) terkait proses dalam pembentukan persepsi, ada tahapan-tahapan yang terjadi, yaitu :

- a. Rangsangan atau stimulus

Tahapan ini merupakan awal dari timbulnya sebuah persepsi, tahapan ini berkaitan dengan adanya rangsangan atau stimulus di sekitar lingkungan seseorang.

b. Registrasi

Tahapan registrasi berkaitan dengan adanya penangkapan dan respon dari penginderaan dan saraf seseorang.

c. Interpretasi

Interpretasi sangat bergantung pada pemahaman, kepribadian dan motivasi seseorang. Tahap ini merupakan kemampuan seseorang dalam menangkap dan memberikan makna pada suatu rangsangan yang telah diterima.

d. Umpan Balik (feedback)

Tahapan ini merupakan bentuk umpan balik yang diberikan oleh seseorang setelah melakukan interpretasi terhadap suatu hal atau objek yang dipersepsikan.

Menurut Liliweri (2015:190-216), terdapat beberapa faktor yang secara spesifik mampu mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu stimulus atau rangsangan, yaitu:

a. Faktor Eksternal

- 1) Alamiah, berkaitan dengan tampilan atau esensi suatu peristiwa atau objek yang memiliki kemiripan dengan hal-hal yang ada di dunia.

- 2) Lokasi, yakni kemiripan konteks, atribut, dan identifikasi geometris pada suatu objek.
- 3) Ukuran, yakni perbedaan jarak pandang dan ukuran suatu objek dibandingkan objek lain di sekitarnya.
- 4) Kontras, yakni perbedaan warna suatu objek dibandingkan objek lain di sekitarnya.
- 5) Penonjolan, yakni kemampuan suatu objek tampak lebih menonjol dibandingkan objek di sekitarnya
- 6) Kejelasan, yakni kemampuan suatu objek untuk dapat didengarkan atau dilihat secara jelas.
- 7) Kebaruan, yakni kemampuan suatu objek untuk menampilkan unsur yang baru atau di luar ekspektasi.
- 8) Gerakan, yakni kemampuan suatu objek untuk berpindah posisi yang menjadikannya fokus perhatian.
- 9) Perulangan, yakni kemampuan suatu objek untuk menciptakan kondisi berdasarkan pola yang berulang.
- 10) Suara, yakni kemampuan suatu objek untuk mengeluarkan bunyi yang menjadikannya fokus perhatian.
- 11) Situasi, berkaitan dengan keadaan yang ada disekitar terjainya interaksi.
- 12) Waktu, kondisi dan durasi interaksi berlangsung.

- 13) Lingkungan dan Budaya, yakni keterkaitan suatu objek keyakinan, nilai, dan norma yang berlaku di lingkungan tertentu.
- 14) Kemiripan, yakni kesamaan suatu objek dengan objek lainnya terkait aspek-aspek tertentu.

b. Faktor Internal

- 1) Pembelajaran, berkaitan dengan pemahaman, pengamatan, serta kemampuan dalam memberikan arti pada suatu peristiwa atau objek yang dipersepsikan.
- 2) Kebutuhan, berkaitan dengan adanya suatu motivasi yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan atau menginginkan objek atau peristiwa tersebut.
- 3) Usia, berkaitan dengan umur yang dimiliki seseorang, dimana faktor ini akan memberikan dampak pada gaya hidup, sikap, kontrol diri, kesehatan, serta pengambilan keputusan seseorang.
- 4) Kepentingan, merupakan adanya motivasi untuk terlibat dalam peristiwa atau objek yang ada.

3. Terpaan Media

Menurut Tellis dan Amber (2007:113-114), mendefinisikan terpaan media sebagai sebuah situasi yang terjadi pada masyarakat yang berkaitan dengan aktivitas melihat atau mendengarkan sebuah tayangan pada suatu media. Terpaan media akan mengakibatkan ketertarikan

seseorang ketika memperhatikan obyek tertentu. Tingkat terpaan sangat bergantung pada frekuensi seseorang dalam menonton atau mengamati sebuah hal, karena persediaan respon akan ditunjukkan pada seseorang yang sudah menonton berulang kali dengan seseorang yang baru saja menonton pertama kali. Pendapat serupa juga diberikan oleh Moriarty, *et al* (2014:132-133) dan East (2003:12) yang menyatakan jika tingkat terpaan lebih berkaitan dengan jumlah tayangan yang diterima oleh masyarakat, bukan pada frekuensi tayangan yang ditampilkan. Berdasarkan uraian definisi di atas, dapat diketahui, terpaan media ialah suatu kondisi dimana masyarakat menerima banyak tayangan melalui indera mereka pada sebuah media.

Tubbs dan Sylvia (1996:127) menjelaskan bahwa dalam menggambarkan terpaan media, terdapat 5 elemen yang dijadikan acuan, yakni:

- a. *Selectivity* (kemampuan memilih), berkaitan dengan pilihan yang ditetapkan individu dalam memilih media dan isi yang diinginkan.
- b. *Intentionality* (kesengajaan), berkaitan dengan sikap individu dalam menggunakan atau memilih media tanpa adanya unsur terpaksa.
- c. *Utilitarianism* (pemanfaatan), berkaitan dengan mengambil manfaat dalam menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diinginkan.

- d. *Involvement* (keterlibatan), berkaitan dengan kemampuan individu dalam melibatkan perasaan dan pikiran yang ada dalam mengikuti isi pesan yang disampaikan oleh media.
- e. *Impervious to Influence* (kemampuan melawan pengaruh media), hal ini berkaitan dengan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh individu terhadap setiap isi pesan yang disampaikan oleh media.

Menurut Rosengren dalam (Rakhmat, 2009:66) mengemukakan bahwa terdapat tiga dimensi sebagai indikator yang mempengaruhi terpaan media meliputi:

- a. Frekuensi, indikator ini berkaitan dengan sering atau tidaknya individu menggunakan, menonton, atau mendengarkan suatu media atau konten media. Hal ini dapat diketahui berdasarkan jumlah tayangan yang diterima atau dilakukan oleh individu dalam mengakses sebuah media. Pesan yang akan diterima oleh individu akan semakin melekat sebanding dengan semakin tingginya frekuensi.
- b. Durasi, indikator ini berkaitan dengan lama waktu yang dihabiskan oleh individu dalam menggunakan, menonton atau mendengarkan sebuah media atau konten dalam media.
- c. Atensi, indikator ini berkaitan dengan seberapa tinggi minat dan perhatian individu dalam melakukan pencarian informasi dan memperhatikan suatu media atau konten dalam media,

dalam penelitian ini yaitu konten *cross-dresser dance cover* pada akun Instagram *@warschool_dc*. Atensi merupakan tingkat perhatian seseorang mengenai isi konsumsi dari suatu media dan merupakan suatu proses mencurahkan perhatian pada pesan di media dengan menggunakan indera mereka tanpa melakukan kegiatan lainnya. Ketertarikan dan fokus individu dalam memperhatikan suatu media atau konten dalam media dapat dipengaruhi oleh unsur audio, video, dan sebagainya pada suatu media.

Ardianto dan Erdinaya (2005:164) juga menyatakan bahwa secara spesifik terpaan media dapat ditunjukkan dengan bentuk atau jenis yang ada pada sebuah media, seperti audio, visual atau gabungan dari jenis tersebut. Penelitian ini menggunakan media sosial Instagram, yang merupakan jenis media gabungan atau audio-visual, jenis tersebut ditunjukkan dengan kemampuan media untuk dapat mengunggah konten atau isi pesan yang dapat berupa suara dan dan gambar bergerak. Suleiman (1985:17) menjelaskan bahwa media audio-visual ialah sebuah media yang mampu didengar (*audible*) dan mampu dilihat (*visible*). Kemampuan media audio-visual dalam menyampaikan pesan yang berupa suara dan gambar dikatakan dapat membantu kegiatan komunikasi menjadi lebih efektif jika dibandingkan dengan penyampaian informasi yang dilakukan hanya dengan ucapan, tulisan atau tercetak (Suleiman, 1985:17).

Terpaan pada media audiovisual merupakan suatu aspek penting yang dapat mempengaruhi respon individu sesuai dengan apa yang diharapkan (Scott & Batra, 2003:91). Media audiovisual merupakan sebuah media yang lebih persuasif secara psikologi jika dibandingkan dengan jenis media lain, namun aksesibilitas dalam media ini masih terbatas dalam menjangkau khalayak karena membutuhkan alat bantu tambahan. (Shimp, 2010:428).

F. Kerangka Konsep

Pada penelitian ini, peneliti ingin menguji pengaruh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram *@warschool_dc*, yang terdiri dari dua variabel, yaitu terpaan konten *cross-dresser dance cover* sebagai variabel independen (X) dan persepsi *followers* akun media sosial Instagram *@warschool_dc* sebagai variabel dependen (Y).

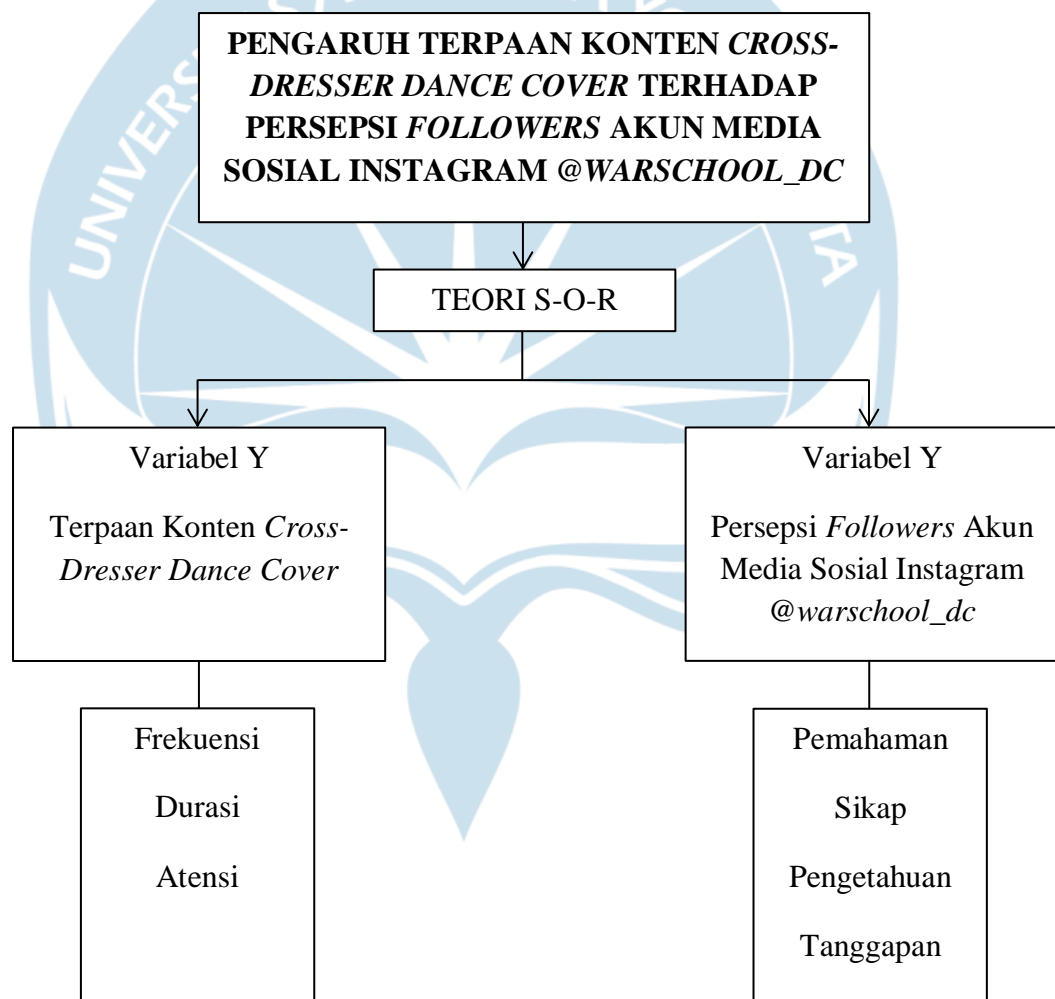
Terpaan media adalah sebuah kondisi dimana khalayak diterpa oleh suatu isi pesan didalam media atau proses media menerpa khalayak melalui kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media oleh khalayak. Penelitian ini berfokus kepada frekuensi individu dalam menonton *cross-dresser dance cover* melalui konten pada Instagram *@warschool_dc*, durasi, dan atensi seseorang dalam menonton konten *cross-dresser dance cover*.

Persepsi merupakan suatu bentuk perasaan dan kecenderungan untuk bereaksi yang merupakan hasil menerima, memilih,

mengorganisasi, dan mengartikan suatu objek. Dalam penelitian ini, persepsi merupakan reaksi para khalayak terhadap *cross-dresser dance cover* pada konten Instagram @warschool_dc yang meliputi pemahaman, sikap, pengetahuan, dan tanggapan.

GAMBAR 4

Kerangka Konsep



Sumber: Data diolah peneliti, 2023.

G. Definisi Operasional

TABEL 1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Definisi	Skala
Terpaan Media (X)	Frekuensi	Jumlah atau rutinitas penggunaan media atau konten media yang dilakukan oleh seseorang.	<i>Ordinal</i>
	Durasi	Waktu yang digunakan dalam mengakses media atau konten media.	<i>Ordinal</i>
	Atensi	Perhatian yang diberikan dalam mengakses media atau konten media oleh seseorang.	<i>Likert</i>
Persepsi (Y)	Pemahaman	Kesan individu terhadap suatu hal yang kemudian dapat dimengerti makna dan artinya	<i>Likert</i>
	Sikap	Bentuk perilaku yang menunjukkan setuju atau tidaknya individu tentang pengetahuan tersebut	
	Pengetahuan	Hasil pemahaman yang terekam di dalam memori	
	Tanggapan	Reaksi yang mencerminkan pemikiran individu terhadap suatu hal yang dipersepsikan.	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023.

H. Hipotesis

Hipotesis menjadi jawaban sementara yang digagas oleh peneliti dan dibuktikan kebenarannya pada akhir penelitian. Menurut Masyhuri dan Zainuddin, (2008), hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya atau dapat disebut preposisi *tentative* tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan kerangka teori dan kerangka konsep penelitian Pengaruh Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover* Terhadap Persepsi *Followers* Akun Media Sosial Instagram @warschool_dc, maka hipotesis yang dibuat sebagai berikut :

1. H₀: terpaan konten *cross-dresser dance cover* pada akun Instagram @warschool_dc tidak memiliki hubungan atau pengaruh signifikan terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc.
2. H₁: terpaan konten *cross-dresser dance cover* pada akun Instagram @warschool_dc memiliki hubungan atau pengaruh signifikan terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif dipilih peneliti dalam penelitian ini. Dijelaskan oleh Sugiyono (2018:35-36) metode kuantitatif

ialah jenis penelitian yang menggunakan data statistik atau angka yang didapatkan dengan instrumen penelitian dan kemudian diolah untuk menguji sebuah hipotesis penelitian.

Jenis metode kuantitatif yang digunakan yaitu dengan pendekatan eksplanatif. Pendekatan eksplanatif pada penelitian ini mengumpulkan data dari responden secara langsung dan juga untuk menguji hipotesis. Supriyanto, dkk (2010) menyebutkan jika penelitian eksplanatif adalah penelitian yang menjelaskan tentang hubungan dari beberapa variabel bebas dan tidak bebas dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan juga pengaruh variabel melalui hipotesis. Peneliti menggunakan kuisioner untuk menganalisis pengaruh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc.

2. Subjek, Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) subjek penelitian ialah seseorang atau pihak yang menjadi bagian dalam penelitian sebagai pemberi informasi atau data penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah *followers* pada akun Instagram @warschool_dc pertanggal 19 Juni 2023 tercatat memiliki jumlah sebanyak 1.081 *followers*. Penentuan populasi yang menurut Arikunto (2013) bahwa populasi merupakan jumlah dari semua subjek penelitian. Sementara sampel ialah bagian yang mewakili

keseluruhan populasi yang digunakan dalam penelitian. Populasi yang diteliti adalah *followers* pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan dari populasi yang ada, ditarik sampel hanya *followers* yang masih aktif menggunakan media sosial Instagram dan menonton konten yang diunggah dalam Instagram @warschool_dc. Jenis sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yang merupakan pengambilan sampel dengan didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yaitu sebesar 10%.

Peneliti menggunakan rumus Slovin diatas dan diperoleh:

$$n = \frac{1.081}{1 + 1.081(0,1)^2} = 91,53 \approx 100$$

Didasarkan pada perhitungan tersebut, maka sebanyak 100 orang akan digunakan sebagai responden dalam penelitian ini.

3. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:55) variabel ialah suatu sifat, nilai atau atribut yang ada pada seseorang, kegiatan, atau objek dengan variasi tertentu yang digunakan dalam penelitian inti dipelajari dan diteliti lebih lanjut untuk menarik sebuah kesimpulan. Jenis variabel dalam penelitian ini yaitu variabel X (independen) dan variabel Y (dependen).

Variabel bebas atau independent merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab atau timbulnya variabel dependent. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah terpaan konten, sedangkan variabel terikat atau dependen (Y) yang merupakan variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah persepsi yang merupakan persepsi *followers* akun media social Instagram @warschool_dc.

4. Sumber Data

Dalam pengumpulan data penelitian, sebuah sumber merupakan unsur penting yang perlu diperhatikan. Ketidaksesuaian sumber yang dipilih dengan jenis data dalam penelitian dapat mengakibatkan penyimpangan data dalam penelitian (Bungin, 2007). Penelitian ini memiliki dua jenis data yaitu data primer (utama) dan data sekunder (pendukung). Penelitian ini berfokus pada data primer sebagai data utama, sedangkan data sekunder adalah data yang melengkapi data primer dalam penelitian. Berikut

diberikan definisi mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a. Data Primer

Data ini merupakan data yang bersumber atau diberikan langsung dari subjek dalam penelitian. Pengumpulan data ini diperoleh melalui subjek atau narasumber sebagai penyedia informasi utama dalam penelitian. Penggunaan kuesioner juga dilakukan sebagai metode dalam mengumpulkan data primer dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data dari konten-konten yang terdapat pada akun media sosial Instagram @warschool_dc, terutama pada *feeds* dan *highlight* akun media sosial Instagram @warschool_dc serta referensi buku, jurnal, dokumen, penelitian terdahulu, dan studi kepustakaan yang berkaitan dengan objek dalam penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Kuisisioner

Teknik kuesioner digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data primer atau data utama. Dalam Sugiyono (2018:142) bahwa kuisisioner ialah teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pernyataan atau pernyataan kepada subjek yang diteliti secara tertulis atau tercetak untuk mendapatkan jawaban yang dapat diperlukan untuk pengolahan data penelitian. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah *google form* yang akan diisi oleh para subjek dalam penelitian, yaitu *followers* akun media sosial Instagram *@warschool_dc*.

Penggunaan *google form* dilakukan karena subjek penelitian yang lokasinya tidak diketahui oleh peneliti, sehingga dengan penggunaan kuesioner *online*, akan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data. Kemudian kuisisioner dalam penelitian ini juga menggunakan alat ukur berupa skala *likert* dan skala ordinal. Pengukuran dengan skala ordinal ini ialah skala yang menunjukkan adanya tingkatan atau ranking dari jawaban yang diberikan, dari rendah ke tinggi ataupun sebaliknya. (Kriyantono, 2008:135). Menurut Ghozali (2013) menjelaskan bahwa pengukuran persepsi pada seseorang dapat dilakukan dengan penggunaan skala *likert*. Oleh karena itu, peneliti juga menggunakan skala *likert* dengan struktur sebagai berikut :

TABEL 2
Penilaian Skala Likert

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Netral (N)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Ghozali (2013)

Skala likert dan skala ordinal ini menjadi pedoman derajat persetujuan terhadap setiap pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Khususnya pada *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel bebas (X) yaitu terpaan media dan variabel terikat (Y) yaitu persepsi dengan disediakan pilihan-pilihan jawaban tertentu.

b. Studi Kepustakaan

Peneliti melakukan studi kepustakaan dengan cara menganalisis berbagai referensi yang ada seperti buku, penelitian atau jurnal terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

J. Metode Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah indikator kevalidan atau kesahihan yang ditunjukkan pada suatu instrumen atau data. Penentuan tingkat

kevalidan instrumen pada penelitian dengan membandingkan nilai korelasi hitung dengan korelasi tabel pada taraf signifikansi yang telah ditentukan oleh peneliti. (Ghozali, 2018:51). Kuesioner yang digunakan akan diuji kevalidan tiap butir instrumennya untuk mendapatkan tingkat kelayakan setiap butir instrumen. Pengujian akan dilakukan dengan bantuan SPSS dan menggunakan teknik *pearson correlation*.

Jika hasil menunjukkan nilai korelasi pada butir soal hitung $(r_{xy}) \geq r_{tabel}$, maka data atau instrumen dianggap valid dan dapat digunakan. Instrumen yang tidak valid ditunjukkan dengan hasil perhitungan hitung $(r_{xy}) \leq r_{tabel}$ pada butir soal yang diuji.

b. Uji Reliabilitas

Kemampuan instrumen untuk dapat mengukur suatu nilai secara konsisten dapat diuji menggunakan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Suatu indeks reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai r tidak kurang dari 0,60. (Ghozali, 2018).

K. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode atau cara mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga mudah untuk dipahami untuk dapat menemukan solusi dalam sebuah permasalahan, terutama

masalah dalam penelitian tersebut. Berikut yang merupakan teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu :

1. Melakukan penyebaran kuisioner online berupa *google form* yang sudah diuji validitas dan realibitas data dengan menggunakan SPSS 21.0 yang kemudian dibagikan *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc. Peneliti membagikan kuisioner tersebut melalui fitur *Direct Message* pada Instagram.
2. Melakukan pengecekan data dan kelengkapan identitas.
3. Kemudian dari pernyataan-pernyataan yang telah diisi, peneliti menghitung dan menganalisis angka-angka yang didapat melalui perhitungan statistik. Pada analisa pertama setelah mendapat hasil dari perhitungan statistik, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan setiap jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lalu menggunakan analisa verifikatif.

a. Uji Linearitas

Linearitas merupakan keadaan dimana masing-masing variabel memiliki hubungan yang terikat dan bersifat linier atau lurus. Uji lineritas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25.0. dan dalam menentukan bagaimana keterkaitan hubungan antara terpaan media dan persepsi dimana peneliti akan melihat dari arah titik-titik pada grafik hasil analisa

SPSS 25.0 berbanding lurus atau tidak. Hal tersebut akan disertai dengan ketentuan hasil pada perhitungan dapat dilihat pada tabel Anova, yaitu pada kolom signifikansi $> 0,05$.

b. Uji koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan perubahan variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi memiliki nilai dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perilaku variabel dependen.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model bekerja secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis dari Uji F adalah:

- i. H_0 : variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- ii. H_1 : variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian ditetapkan dengan membandingkan nilai Sig. hitung dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($\alpha = 0,05$). Untuk

kriteria uji, jika nilai Sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan jika nilai Sig. > 0,05 maka H0 tidak ditolak.

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2012: 270) mengemukakan bahwa analisis regresi digunakan oleh peneliti bila ingin mengetahui bagaimana variabel dependen atau kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau predictor secara individual. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Bentuk umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan :

Y = Persepsi

a = Konstanta

β = Koefisien Variabel Independen

X = Terpaan Media

Untuk pengolahan data pada penelitian ini, dilakukan tahap-tahap sebagai berikut:

a. *Editing*

Memeriksa kembali jawaban atau data responden, apakah setiap pertanyaan sudah dijawabnya, apakah cara menjawabnya sudah benar dan sebagainya. Data yang salah disisihkan atau tidak

dipergunakan. Peneliti memeriksa setiap lembar jawaban dan memilih kuesioner yang memenuhi persyaratan, yaitu semua pertanyaan dijawab dengan benar.

b. *Coding*

Memberikan tanda atau kode agar mudah memeriksa jawaban. Peneliti memasukkan nilai-nilai setiap jawaban ke dalam tabel SPSS 21.00, dengan rincian nilai Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Netral (N) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1.

c. *Tabulating*

Menggolongkan kategori data dalam tabel-tabel, baik tabel frekuensi maupun tabel skor atau nilai, sesuai dengan keperluannya. Contoh: peneliti memasukkan jawaban dari 30 responden ke dalam tabel validitas dan reliabilitas untuk mengecek apakah kuesioner yang digunakan valid dan reliabel.

d. *Interpretasi Data*

Menafsirkan dan menerangkan hasil yang diperoleh dari data-data yang telah terkumpul. Peneliti membaca dan memahami hasil dari perhitungan data yang terkumpul, kemudian menganalisis dan membahasnya di dalam bagian pembahasan.