

**PENGARUH TERPAAN KONTEN CROSS-DRESSER DANCE
COVER TERHADAP PERSEPSI FOLLOWERS AKUN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @WARSCHOOL_DC**



SKRIPSI

Oleh:

FRANSISCA JOVINCA MEGA KRISTIANI
MULYATNOPUTRI

16 09 05866

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

PENGARUH TERPAAN KONTEN *CROSS-DRESSER DANCE COVER* TERHADAP PERSEPSI *FOLLOWERS* AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @*WARSCHOOL_DC*



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

FRANSISCA JOVINCA MEGA KRISTIANI
MULYATNOPUTRI

16 09 05866

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *CROSS-DRESSER DANCE COVER* TERHADAP
PERSEPSI *FOLLOWERS* AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @*WARSCHOOL_DC***

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

FRANSISCA JOVINCA MEGA KRISTIANI MULYATNOPUTRI

16 09 05866

disetujui oleh :



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover* Terhadap Persepsi *Followers* Akun Media Sosial Instagram @warschool_dc.

Penyusun : Fransisca Jovinea Mega Kristiani Mulyatnoputri

NPM : 160905866

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 28 Juni 2023

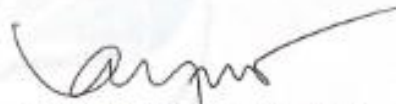
Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian I Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama




Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Penguji I



Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fransisca Jovinca Mega Kristiani Mulyatnoputri

NPM : 1609005866

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover* Terhadap Persepsi *Followers* Akun Media Sosial Instagram @warschool_dc

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi, maupun pencurian hasil karya lain.

Bila dikemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Saya yang menyatakan

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp featuring the Garuda emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', 'TGL. 20 METEBA TEMPEL', and 'CB66BAKX4466V4870'. A black ink signature is written over the stamp.

Fransisca Jovinca MKM

FRANSISCA JOVINCA MEGA KRISTIANI MULYATNOPUTRI

No. Mhs: 160905866/KOM

Pengaruh Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover* Terhadap Followers Akun Media Sosial Instagram @warschool_dc

ABSTRAK

Media Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan termasuk di Indonesia. Ada banyak informasi dan unggahan-unggahan sebagai bentuk hiburan yang dibagikan oleh banyak orang. Sebagai media yang mudah diakses oleh masyarakat, grup *War School DC* menggunakan Instagram sebagai media untuk promosi dan berbagi hiburan dengan tema *cross-dresser dance cover*. *Cross-dresser dance cover* adalah bentuk seni dengan menyesuaikan grup aslinya namun dibawakan oleh lawan jenis (laki-laki menggunakan pakaian perempuan dan sebaliknya) sehingga dapat memunculkan banyak persepsi dari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc.

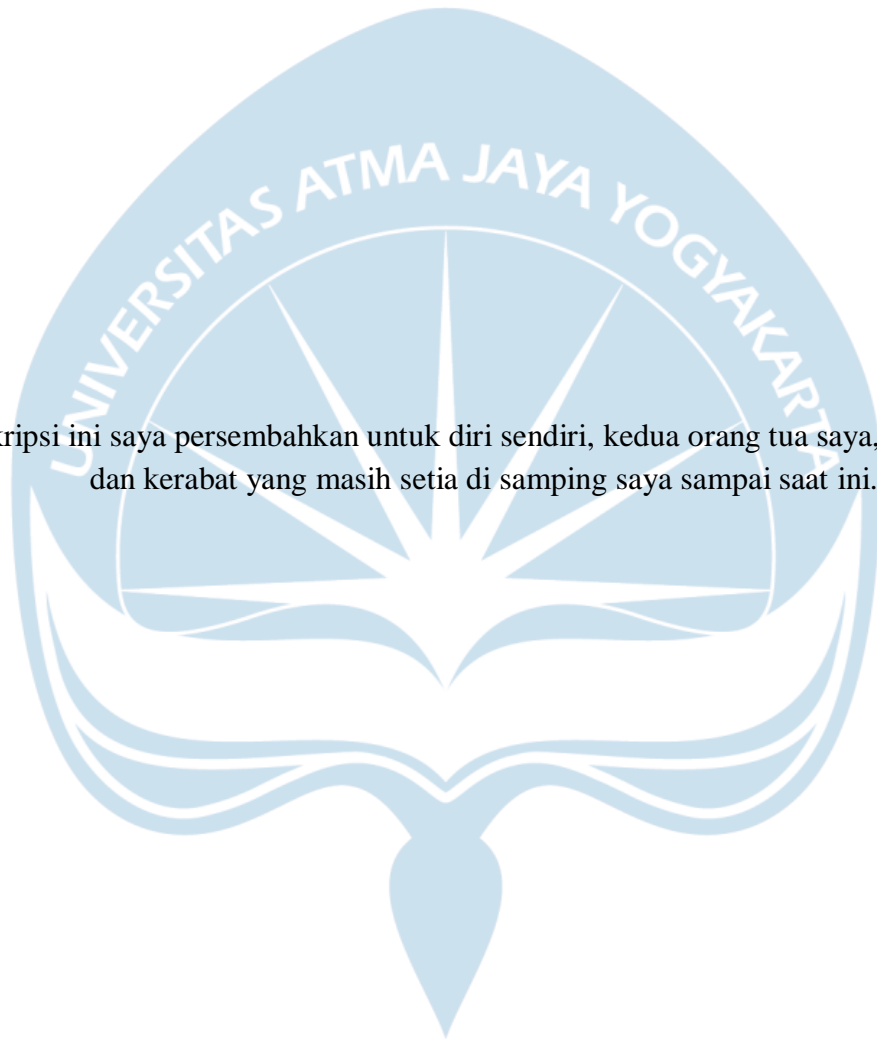
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif eksplanatif dengan analisis regresi sederhana. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang merupakan *followers* dari akun Instagram @warschool_dc. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan populasi semua *followers* dari akun Instagram @warschool_dc.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X dalam penelitian, yaitu terpaan konten media sosial pada akun Instagram @warschool_dc memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi *followers* dalam penelitian ini sebagai variabel Y. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa besaran pengaruh yang diberikan oleh variabel terpaan media sosial sebesar 28,7% terhadap variabel persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan jika terpaan konten media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi *followers* akun Instagram @warschool_dc tentang *cross-dresser dance cover*.

Kata kunci: Terpaan Media, Persepsi, Media Sosial, Instagram, *Cross-Dresser Dance Cover*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri sendiri, kedua orang tua saya, keluarga dan kerabat yang masih setia di samping saya sampai saat ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas kasih dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini menjadi salah satu syarat yang harus diselesaikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu R.A. Vita N.P. Astuti, S.Pd, M.Hum, Ph.D., selaku dosen pembimbing pertama saya yang telah memberikan pendampingan dan membantu proses pembuatan skripsi saya sejak awal.
2. Bapak Ranggabumi Nuswantoro, MA., selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan pendampingan secara penuh penulisan skripsi saya hingga selesai.
3. Seluruh dosen dan staff FISIP UAJY yang telah mengajar dan memberikan layanan dan fasilitas terbaik selama proses perkuliahan.
4. Papa di Surga yang sudah menjadi orang tua terbaik bagi saya selama saya hidup di dunia, dan mama yang telah sabar membimbing dan membesarkan saya sampai saat ini.
5. Seluruh keluarga besar yang selalu menanyakan kapan kelulusan penulis, terima kasih karena selalu memberikan motivasi untuk penulis.
6. Vita, Agata, Angela, Tere selaku sahabat saya sejak kecil. Terima kasih karena selalu mendengarkan keluh kesah sekaligus menjadi sandaran saya sampai saat ini.
7. Pupung, yang telah bersama saya sejak 2015. Terima kasih karena selalu sabar dan menguatkan saya dalam kondisi apapun, termasuk saat proses penulisan skripsi.
8. Sarah, Verina, Ocep, Amei, Stella, Medha, Oliv, Catherine, Adelia, Katya, Joy, dan seluruh sahabat saya yang lain, yang baru saya kenal selama di perkuliahan. Terima kasih, karena tanpa kalian mungkin penulis tidak bisa sampai di titik ini.

9. Seluruh member NCT, NCT127, WayV, NCT Dream, terutama Haechan yang selalu menghibur hari-hari saya sampai saat ini melalui karya-karya kalian.
10. Seluruh teman-teman angkatan 2016 yang juga masih berjuang dalam mengerjakan skripsi sampai tahun ini, terima kasih karena mau saling membantu dalam penulisan skripsi dan mengurus berkas-berkas skripsi bersama. Terlebih untuk Adel, Katya, dan Puchi.
11. Para responden yang telah memberikan masukan dan dukungan dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis.
12. Semua orang yang baru saya kenal selama merantau di Jogja, terima kasih karena telah membantu saya bisa bertahan di kota ini.

Yogyakarta, 14 Juni 2023



Fransisca Jovinca MKM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kerangka Teori.....	12
1. Komunikasi	12
2. Teori S-O-R.....	13
3. Persepsi	16
3. Terpaan Media.....	21
F. Kerangka Konsep	25
G. Definisi Operasional	27
H. Hipotesis	28
I. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Subjek, Populasi dan Sampel Penelitian	29
3. Variabel Penelitian.....	30
4. Sumber Data.....	31
5. Teknik Pengumpulan Data	32

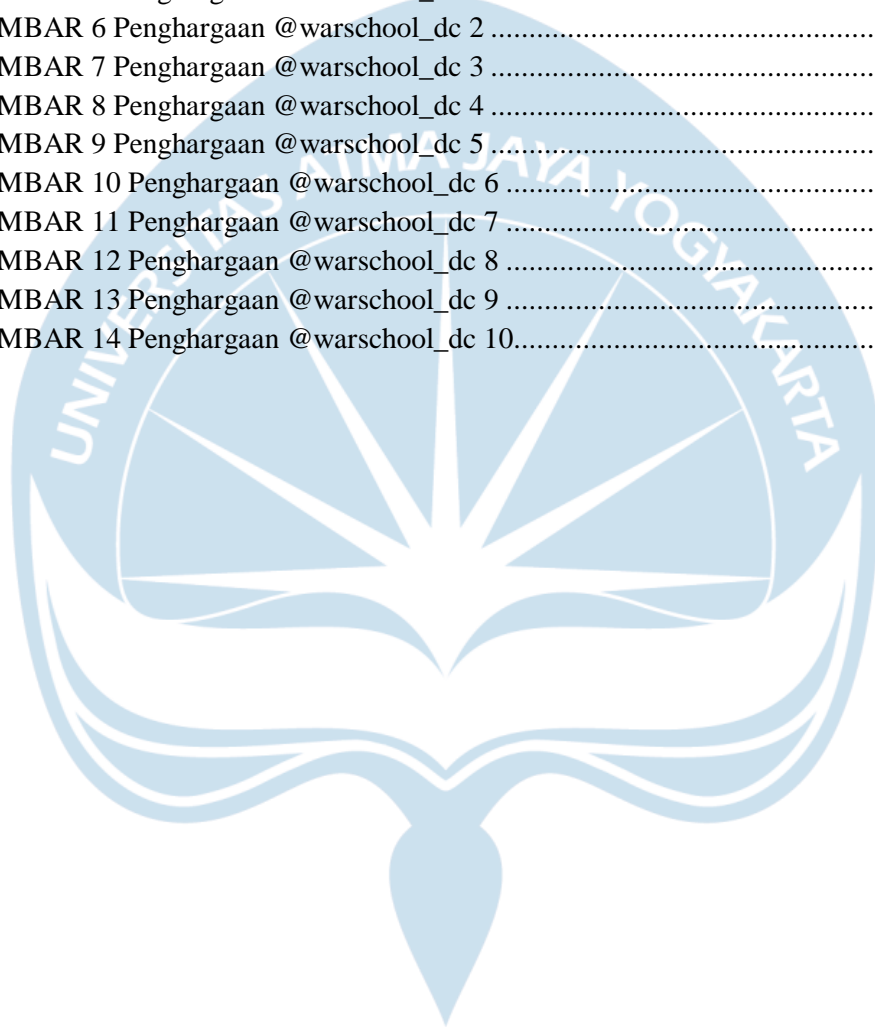
J. Metode Pengujian Instrumen	34
K. Teknik Analisis Data	35
BAB II.....	35
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	35
A. <i>Group Dance</i> WARSCHOOL DC	35
BAB III.....	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Temuan Data	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Linearitas	51
3. Distribusi Frekuensi	52
4. Distribusi Frekuensi Dimensi Durasi.....	54
5. Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi	62
6. Uji Koefisien Determinasi.....	75
7. Uji F.....	76
8. Uji Regresi Sederhana.....	77
B. Pembahasan.....	79
BAB IV	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
C. Batasan Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Definisi Operasional	27
TABEL 2 Penilaian Skala Likert	34
TABEL 3 Uji Validitas Variabel X.....	48
TABEL 4 Uji Validitas Variabel Y.....	49
TABEL 5 Uji Realibilitas Variavel X	50
TABEL 6 Uji Realibilitas Variabel Y	51
TABEL 7 Uji Linearitas	52
TABEL 8 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X1)	55
TABEL 9 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X2)	56
TABEL 10 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X3)	56
TABEL 11 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X4)	57
TABEL 12 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X5)	58
TABEL 13 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X6)	59
TABEL 14 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X7)	60
TABEL 15 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X8)	61
TABEL 16 Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X9)	62
TABEL 17 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y1)	62
TABEL 18 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y2)	63
TABEL 19 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y3)	64
TABEL 20 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y4)	65
TABEL 21 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y5)	66
TABEL 22 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y6)	66
TABEL 23 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y7)	67
TABEL 24 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y8)	68
TABEL 25 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y9)	69
TABEL 26 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y10)	70
TABEL 27 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y11)	70
TABEL 28 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y12)	71
TABEL 29 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y13)	72
TABEL 30 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y14)	73
TABEL 31 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y15)	74
TABEL 32 Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y16)	75
TABEL 33 Uji Koefisien Determinasi	76
TABEL 34 Uji F	77
TABEL 35 Uji Regresi Sederhana	78

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Daftar Negara dengan Volume Tweet Terbanyak	2
GAMBAR 2 Data Statistik Pengguna Instagram di Indonesia	5
GAMBAR 3 Data Statistik Pengguna Instagram di Indonesia 2020-2021	6
GAMBAR 4 Kerangka Konsep	26
GAMBAR 5 Penghargaan @warschool_dc 1	41
GAMBAR 6 Penghargaan @warschool_dc 2	42
GAMBAR 7 Penghargaan @warschool_dc 3	42
GAMBAR 8 Penghargaan @warschool_dc 4	43
GAMBAR 9 Penghargaan @warschool_dc 5	43
GAMBAR 10 Penghargaan @warschool_dc 6	44
GAMBAR 11 Penghargaan @warschool_dc 7	44
GAMBAR 12 Penghargaan @warschool_dc 8	45
GAMBAR 13 Penghargaan @warschool_dc 9	45
GAMBAR 14 Penghargaan @warschool_dc 10.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisisioner Penelitian	98
---	----



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.

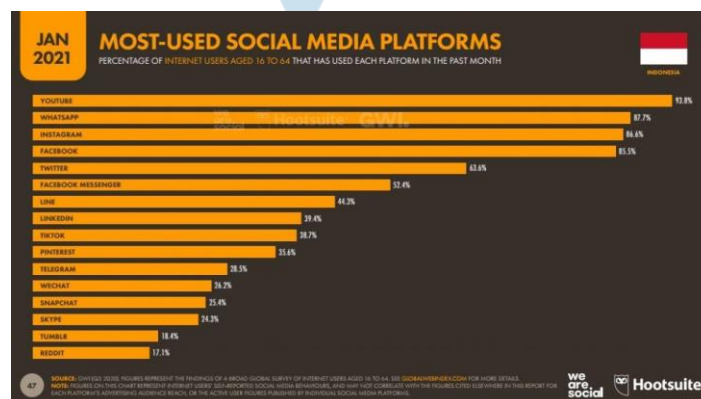
Mengenai peristiwa *cross-dresser* ini, Penarik (2021) bahkan menjabarkan dalam penelitiannya tentang bagaimana *framing* masyarakat terhadap *cross-dresser* melalui media-media berita online yang menganggap bahwa *cross-dresser* adalah orang yang melanggar agama dan perlu diberikan bimbingan karena 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

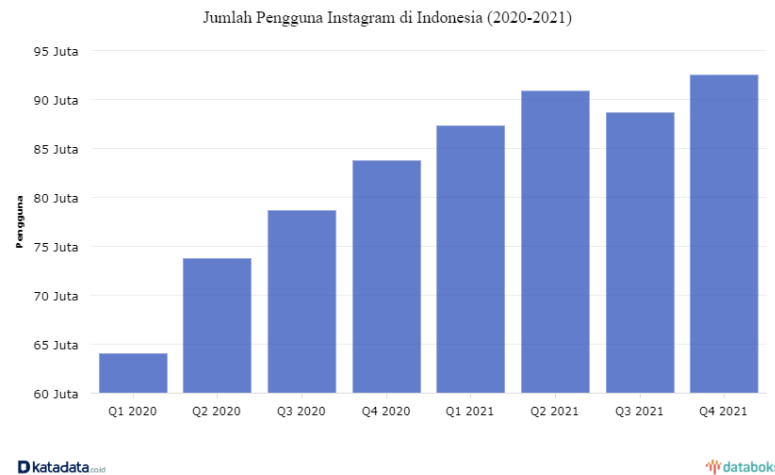
Data Statistik Pengguna Instagram di Indonesia



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).

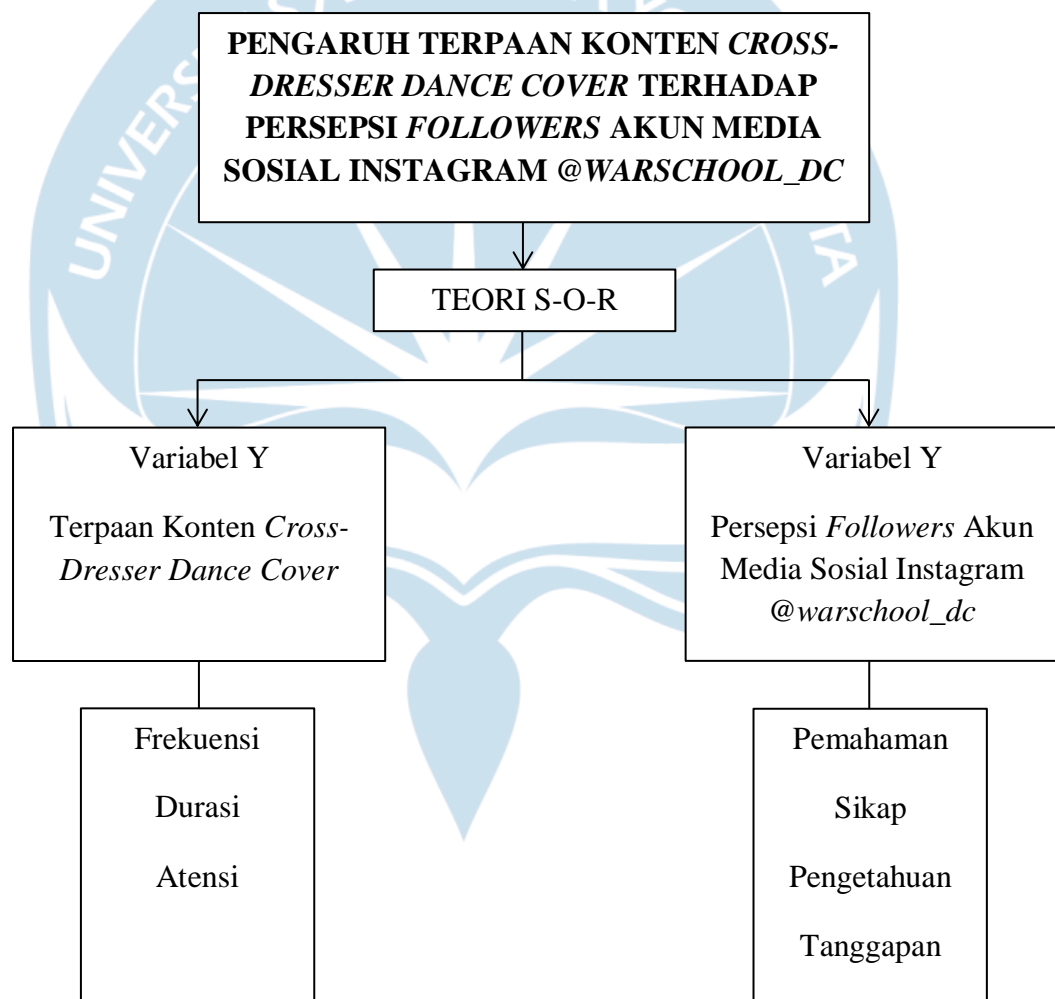
Terpaan media adalah sebuah kondisi dimana khalayak diterpa oleh suatu isi pesan didalam media atau proses media menerpa khalayak melalui kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media oleh khalayak. Penelitian ini berfokus kepada frekuensi individu dalam menonton *cross-dresser dance cover*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

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. *Group Dance WARSCHOOL DC*

Akun *@warschool_dc* merupakan sebuah akun dari *group cross-dresser dance cover* yang ada di Yogyakarta. *Group dance @warschool_dc* terbentuk pada Juni 2016. Pada awalnya *group dance* ini memiliki nama *Strawberry Shortcake*, kemudian mereka mengubah nama menjadi *Warschool DC*. *Warschool DC* adalah sebuah grup yang melakukan kegiatan *cross-dresser dance cover* pada video klip dari lagu-lagu *girlgroup* Korea yang cukup terkenal (Wawancara online admin *@warschool_dc*, 2023)

Pada akun media sosial Instagram *@warschool_dc*, akun tersebut memiliki *followers* sebanyak 1.082 per tanggal 15 Juni 2023 dan *following* sebanyak 234. Akun tersebut memiliki jumlah konten sebanyak 171 konten *feed* Instagram, dan 6 *highlight*. Konten-konten tersebut terdiri dari foto dan video. Akun *@warschool_dc* juga aktif mengunggah konten terutama jika saat musim *comeback girl group* Korea, dan saat banyak acara *dance cover competition* yang diadakan oleh beberapa pihak.

Grup *cross-dresser dance cover* yang berasal dari Yogyakarta ini juga sudah menorehkan beberapa prestasi yang didapatkan dari beberapa perlombaan *dance cover* yang telah ikuti. Berikut penghargaan yang mereka dapatkan dari lomba-lomba yang pernah mereka ikuti :

1. *Business Festival K-POP Cover Dance Competition*

GAMBAR 5

Penghargaan @warschool_dc 1



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance Warchool DC mendapatkan juara 2 dalam *Business Festival K-Pop Cover Dance Competition* yang diadakan oleh Universitas Kristen Duta Wacana di Gedung Agape UKDW pada Oktober 2016.

2. Universitas Kristen Duta Wacana *Cover Dance Competition*

GAMBAR 6

Penghargaan @warschool_dc 2



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance Warschool DC mendapatkan juara 1 dalam *cover dance competition* yang diadakan oleh Universitas Kristen Duta Wacana pada November 2016.

3. Ring Your Bell 2 *K-Pop Dance Cover Competition*

GAMBAR 7

Penghargaan @warschool_dc 3



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance Warschool DC mendapatkan juara 1 *dance cover competition* dalam acara *Ring Your Bell 2 K-Pop Desedance* yang

diadakan oleh *@userorganizer* pada Desember 2016 di Hartono *Lifestyle Mall* Solo Baru.

4. *TCM Dance Cover Competition*

GAMBAR 8

Penghargaan *@warschool_dc* 4



Sumber: Instagram *@warschool_dc*

Group dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 dalam acara *TCM Dance Cover Competition* yang diselenggarakan di Yogyakarta pada 31 Desember 2016.

5. *Happy Bee Dance Cover Competition*

GAMBAR 9

Penghargaan *@warschool_dc* 5



Sumber: Instagram *@warschool_dc*

Group dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 dalam *dance cover competition* yang diadakan oleh *HappyBee* dalam rangka pembukaan outlet di Lippo Mall Plaza Yogyakarta pada Januari 2017.

6. *Magelang K-POP Fest Vol. 2*

GAMBAR 10

Penghargaan @warschool_dc 6



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 pada acara *Magelang K-pop Festival* yang diadakan di Gedung Wanita kota *Magelang* pada Januari 2018.

7. *Spring Love In January Dance Cover*

GAMBAR 11

Penghargaan @warschool_dc 7



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 pada lomba *dance cover* yang diadakan oleh @Ispringlove8 dalam rangka acara *Spring Love in January* pada Februari 2017.

8. *Love Splash Dance Cover Competition*

GAMBAR 12

Penghargaan @warschool_dc 8



Sumber: Instagram @warschool_dc

Grup dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 pada *dance cover competition* yang diadakan oleh @lovesplashkfest dalam pada acara *Love Splash K-Pop Festival* pada Februari 2017.

9. *Market Festival K-POP Dance Cover Competition*

GAMBAR 13

Penghargaan @warschool_dc 9



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 *K-pop Dance Cover Competition* pada acara UNS Market Festival yang diselenggarakan di Hartono Lifestyle Mall Solo Baru pada Mei 2017.

10. K-POP Dance Festival Kateogri Sunbae

GAMBAR 14

Penghargaan @warschool_dc 10



Sumber: Instagram @warschool_dc

Group dance @warschool_dc mendapatkan juara 1 pada *KPDP Dance Festival* yang diselenggarakan oleh @galeriajogja dalam rangka acara ulang tahun ke-22 Galeria Mall Yogyakarta pada Desember 2017.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh terpaan konten *cross-dresser dance cover* terhadap persepsi dari *followers* akun Instagram *@warschool_dc*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan 100 orang *followers* sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden dalam penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan bantuan *software* statistik SPSS 25.0.

A. Temuan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas perlu dilakukan dalam sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana kemampuan suatu instrumen untuk dapat disajikan pengukuran pada sebuah variabel. Kegiatan uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS yang menghasilkan nilai r hitung. Suatu variabel dapat dikatakan valid jika memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel dalam penelitian. Nilai r tabel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,202, dengan tingkat toleransi atau taraf kesalahan sebesar 0,05. Hasil uji validitas yang dilakukan pada instrumen variabel X (terpaan konten media sosial) sebagai berikut.

TABEL 3
Uji Validitas Variabel X

ITEM	SIGNIFIKAN	R TABLE	KET
Item 1	0.711	0.202	Valid
Item 2	0.711	0.202	Valid
Item 3	0.710	0.202	Valid
Item 4	0.589	0.202	Valid
Item 5	0.614	0.202	Valid
Item 6	0.851	0.202	Valid
Item 7	0.540	0.202	Valid
Item 8	0.770	0.202	Valid
Item 9	0.437	0.202	Valid

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh instrumen dalam variabel X (terpaan konten *cross-dresser dance cover*) memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai r tabel penelitian, yaitu sebesar 0,202. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen variabel X dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat validitas instrumen dan dapat digunakan dalam penelitian.

Kemudian peneliti melakukan uji validitas pada variabel Y (persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc), hasil pengujian validitas pada variabel Y ditunjukkan pada tabel berikut ini.

TABEL 4
Uji Validitas Variabel Y

ITEM	SIGNIFIKAN	R TABLE	KET
Item 1	0.777	0.202	Valid
Item 2	0.759	0.202	Valid
Item 3	0.798	0.202	Valid
Item 4	0.734	0.202	Valid
Item 5	0.784	0.202	Valid
Item 6	0.777	0.202	Valid
Item 7	0.644	0.202	Valid
Item 8	0.691	0.202	Valid
Item 9	0.620	0.202	Valid
Item 10	0.618	0.202	Valid
Item 11	0.762	0.202	Valid
Item 12	0.799	0.202	Valid
Item 13	0.492	0.202	Valid
Item 14	0.663	0.202	Valid
Item 15	0.479	0.202	Valid
Item 16	0.683	0.202	Valid

Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel tersebut, seluruh instrumen dalam variabel Y (persepsi), yaitu sebanyak 16 instrumen memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan r tabel dalam penelitian, yaitu sebesar 0,202. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh

instrumen variabel Y dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas dalam sebuah penelitian digunakan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen cukup konsisten untuk dapat mengukur sebuah nilai pada suatu variabel. Pengujian realibilitas pada penelitian ini menggunakan uji *cronbach alpha*. Tolak ukur realibilitas akan didasarkan pada nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan. Suatu instrumen pada sebuah variabel akan dikatakan realibel ketika memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih tinggi dari 0,60.

Hasil pengujian realibilitas yang dihasilkan pada variabel X (terpaan konten media sosial) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

TABEL 5

Uji Realibilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
0,828	9

Sumber: Olahan Data Peneliti

Mengacu pada hasil yang diberikan pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan pada instrumen variabel X (terpaan konten media sosial) ialah sebesar 0,828. Nilai tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen variabel X dalam penelitian ini telah memenuhi syarat realibilitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil uji validitas variabel Y (persepsi) dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

TABEL 6

Uji Realibilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
0,919	16

Sumber: Olahan data peneliti.

Mengacu pada hasil tabel tersebut, diketahui bahwa nilai cronbach alpha pada pengujian realibilitas pada variabel Y dalam penelitian ini menunjukkan nilai sebesar 0,919. Nilai tersebut memiliki nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan syarat uji realibilitas, yaitu sebesar 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen pada variabel Y (persepsi) dalam penelitian ini telah memenuhi syarat realibilitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Linearitas

Pengujian linieritas pada sebuah model regresi dilakukan untuk mengetahui hubungan linear yang terjadi secara signifikan antar variabel. Hubungan yang linear pada suatu model regresi akan ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang memiliki besaran tidak lebih dari taraf kesalahan penelitian, yaitu sebesar 0,05. Hasil pengujian linearitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut ini.

TABEL 7
Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Persepsi Followers * Terpaan Konten Cross-dresser DC	Between Groups	(Combined)	7477,246	24	311,552	2,810	0,000
		Linearity	4555,503	1	4555,503	41,081	0,000
		Deviation from Linearity	2921,743	23	127,032	1,146	0,322
	Within Groups		7984,115	72	110,890		
	Total		15461,361	96			

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Berdasarkan Tabel 3 tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan pada model regresi dalam penelitian ini ialah sebesar 0,000. Nilai tersebut memiliki besaran yang lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai taraf kesalahan dalam penelitian, ini, yaitu sebesar 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear.

3. Distribusi Frekuensi

Berdasarkan hasil data temuan dari 100 orang responden, peneliti memberikan pertanyaan terkait frekuensi responden dalam menonton konten *cross-dresser dance cover*. Pertanyaan pertama terkait frekuensi ialah apakah responden pernah menonton konten *cross-dresser dance cover* di akun media sosial @warschool_dc. Berdasarkan jawaban dari 100 orang responden, sebanyak 97% (97 orang) menjawab pernah menonton konten *cross-dresser dance cover*, sedangkan sebanyak 3% (3 orang) menjawab mereka tidak pernah menonton konten *cross-dresser dance cover* di akun media sosial

@warschool_dc. Berdasarkan temuan tersebut, sebanyak 3 orang responden tidak diikutsertakan untuk menjawab instrumen-instrumen lainnya.

Kemudian peneliti juga menanyakan terkait frekuensi mereka dalam mengakses akun media sosial Instagram @warschool_dc. Berdasarkan data dari 97 orang responden, sebanyak 71 orang (73,20%) menjawab mereka mengakses akun tersebut sebanyak < 2 kali dalam satu minggu, kemudian sebanyak 25 orang (25,77%) responden mengatakan mereka mengakses akun tersebut sebanyak 2-3 kali dalam seminggu, sedangkan sebanyak 1 orang (1,03%) mengatakan mereka mengakses akun tersebut setiap hari.

Peneliti juga menanyakan terkait pengulangan dalam menonton konten *cross-dresser dance cover* di akun media sosial @warschool_dc. Berdasarkan temuan dari 97 orang responden, sebanyak 42 orang (43,30%) menjawab mereka menonton konten tersebut tanpa pengulangan, kemudian sebanyak 41 orang (42,27%) menjawab mereka melakukan pengulangan sebanyak 1 kali setiap menonton konten, sedangkan sebanyak 14 orang (14,43%) menjawab mereka melakukan pengulangan lebih dari 1 kali setiap menonton konten di akun media sosial @warschool_dc.

Peneliti juga menanyakan terkait seberapa sering responden menonton konten *cross drresser dance cover* di akun media sosial @warschool_dc. Berdasarkan temuan data dari 97 orang responden, sebanyak 75 orang (77,32%) mengatakan mereka kadang-kadang (rata-rata seminggu sekali) menonton konten di akun media sosial, kemudian sebanyak 20 orang (20,62%) responden mengatakan mereka sering (rata-rata semingggi 3 kali) menonton

konten tersebut, sedangkan sebanyak 2 orang (2,06%) mengatakan mereka selalu (sehari minimal 1 kali) menonton konten *cross-dresser dance cover* di akun tersebut.

4. Distribusi Frekuensi Dimensi Durasi

Peneliti kemudian menanyakan terkait seberapa lama responden mengetahui dan mengakses akun media sosial Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data dari 97 orang responden, sebanyak 36 orang (37,11%) menjawab mereka sudah mengetahui akun tersebut kurang dari 1 tahun, sebanyak sebanyak 36 orang (37,11%) juga menjawab mereka sudah mengetahui akun tersebut lebih dari 2 tahun, sedangkan sebanyak 25 orang (25,77%) menjawab mereka sudah mengetahui akun tersebut selama 1-2 tahun.

Peneliti juga bertanya terkait seberapa lama para responden mengakses akun media sosial Instagram @warschool_dc dalam sekali akses. Berdasarkan temuan dari 97 orang responden, sebanyak 46 orang (47,42 %) menjawab mereka mengakses akun media sosial tersebut selama 3-7 menit, kemudian 41 orang (42,27%) menjawab mereka mengakses akun media sosial tersebut selama 3 menit, sedangkan sebanyak 10 orang (10,31%) orang mengatakan mereka mengakses akun media sosial tersebut selama lebih dari 7 menit.

Kemudian peneliti juga menanyakan terkait seberapa lama mereka sudah mengikuti konten *cross-dresser dance cover* yang disajikan akun media sosial Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan dari 97 orang, sebanyak 42 orang (43,30%) menjawab mereka sudah mengikuti konten tersebut selama

kurang dari 1 tahun, kemudian sebanyak 30 orang (30,93%) menjawab mereka sudah mengikuti konten tersebut selama lebih dari 2 tahun, sedangkan sebanyak 25 orang (25,77%) lainnya mengatakan mereka sudah mengikuti konten tersebut selama 1-2 tahun.

3. Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi

TABEL 8
Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X1)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	53	54,6
Setuju	30	30,9
Netral	10	10,3
Tidak Setuju	4	4,1
Sangat Tidak Setuju	0	0

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen pertama pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait konten *cross-dresser dance cover* di akun media *online* yang selalu menarik perhatian responden. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 53 orang responden (54,6%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 30 orang responden (30,9%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 10 orang (10,3%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan 4 orang responden (4,1%) lainnya mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 9
Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X2)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	45	46,4
Setuju	38	39,2
Netral	11	11,3
Tidak Setuju	3	3,1
Sangat Tidak Setuju	0	0

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen kedua pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait rasa penasaran responden yang muncul terhadap isi konten ketika melihat video *cross-dresser dance cover* di media *online*. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 45 orang responden (46,4%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 38 orang responden (39,2%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 11 orang (11,3%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan 3 orang responden (3,1%) lainnya mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 10
Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X3)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	34	35,1
Setuju	39	40,2
Netral	17	17,5

Tidak Setuju	6	6,2
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen ketiga pada variabel terpaan konten media sosial adalah terkait responden yang selalu mengikuti konten video-video *cross-dresser dance cover* pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 39 orang responden (40,2%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 34 orang responden (35,1%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 17 orang (17,5%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 6 orang (6,2%) responden mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 1 orang responden (1%) lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 11

Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X4)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5,2
Setuju	19	19,6
Netral	12	12,4
Tidak Setuju	33	34
Sangat Tidak Setuju	28	28,9

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen ke-4 pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait responden yang mengaktifkan notifikasi dari akun Instagram @warschool_dc agar tidak tertinggal konten-konten mereka. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 33 orang responden (34%) mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 28 orang responden (28,9%) mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 19 orang (19,6%) responden mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 12 orang (12,4%) responden mengatakan mereka merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan 5 orang responden (5,2%) lainnya mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 12

Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X5)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	15,5
Setuju	43	44,3
Netral	27	27,8
Tidak Setuju	8	8,2
Sangat Tidak Setuju	4	4,1

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen ke-5 pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait responden yang lebih memilih akun Instagram @warschool_dc untuk menonton konten *cross-dresser dance cover* dibandingkan akun lainnya. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 43 orang

responden (44,3%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 27 orang responden (27,8%) mengatakan mereka merasa netral dengan pernyataan tersebut, sebanyak 15 orang (15,5) responden mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 8 orang (8,2%) responden mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 4 orang responden (4,1%) lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 13
Distribusi Frekuensi Atensi (X6)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	13,4
Setuju	36	37,1
Netral	33	34
Tidak Setuju	14	14,4
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen ke-6 pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait responden yang merasa mendapatkan mafaat ketika menonton konten *cross-dresser dance cover* di akun media sosial Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 36 orang responden (37,1%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 33 orang responden (34%) mengatakan mereka merasa netral dengan pernyataan tersebut, sebanyak 14 orang (14,4%) responden mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian

sebanyak 13 orang responden (13,4%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 1 orang responden (1%) lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 14
Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X7)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	48	49,5
Setuju	42	43,3
Netral	4	4,1
Tidak Setuju	1	1
Sangat Tidak Setuju	2	2,1

Sumber: Olahan Data Peneliti.

Instrumen ke-7 pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait responden yang menonton konten video cross-dresser dace cover di media tanpa adanya perasaan terpaksa. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 48 orang responden (49,5%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 42 orang responden (43,3%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 4 orang (4,1%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 2 orang (2,1%) responden mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 1 orang responden (1%) lainnya mengatakan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 15
Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X8)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18,6
Setuju	43	44,3
Netral	25	25,8
Tidak Setuju	9	9,3
Sangat Tidak Setuju	2	2,1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-8 pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait responden yang merasa memiliki keinginan untuk menonton setiap konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 43 orang responden (44,3%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 25 orang responden (25,8%) mengatakan mereka merasa netral dengan pernyataan tersebut, sebanyak 18 orang responden (18,6%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 9 orang (9,3%) responden mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 2 orang responden (2,1%) lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 16
Distribusi Frekuensi Dimensi Atensi (X9)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	13,4
Setuju	35	36,1
Netral	35	36,1
Tidak Setuju	9	9,3
Sangat Tidak Setuju	5	5,2

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-9 pada variabel terpaan konten media sosial ialah terkait responden yang memilih konten video-video cross-dresser dance cover di media dengan berbagai pertimbangan. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak masing-masing 35 orang responden (35,0%) mengatakan mereka setuju dan merasa netral dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 13 orang responden (13,4%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 9 orang (9,3%) mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 5 orang responden (5,2%) lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

5. Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi

TABEL 17
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y1)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	39	40,2
Setuju	44	45,4

Netral	8	8,2
Tidak Setuju	6	6,2
Sangat Tidak Setuju	0	0

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen pertama pada variabel persepsi adalah terkait responden yang merasa suka menonton konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 44 orang responden (45,4%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 39 orang responden (40,2%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 8 orang (8,2%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 6 orang (6,2%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 18

Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y2)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	28	28,9
Setuju	37	38,1
Netral	15	15,5
Tidak Setuju	15	15,5
Sangat Tidak Setuju	2	2,1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen kedua pada variabel persepsi ialah terkait responden yang sering menonton konten video-video cross-dresser dance cover pada akun

Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 37 orang responden (38,1%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 28 orang responden (28,9%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak masing-masing 15 orang (15,5%) responden merasa netral dan tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 2 orang (2,1%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 19
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y3)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	47	48,5
Setuju	36	37,1
Netral	10	10,3
Tidak Setuju	2	2,1
Sangat Tidak Setuju	2	2,1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ketiga pada variabel persepsi ialah terkait konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc sangat menarik. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 47 orang responden (48,5%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 36 orang responden (37,1%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 10 orang (10,3%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak masing-masing

2 orang (2,1%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 20

Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y4)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18,6
Setuju	36	37,1
Netral	17	17,5
Tidak Setuju	21	21,6
Sangat Tidak Setuju	5	5,2

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-4 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang suka mengikuti perkembangan akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 36 orang responden (37,1%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 21 orang responden (21,6%) mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 18 orang (18,6%) responden mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 17 orang responden (17,5%) merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 5 orang (5,2%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 21
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y5)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	47	48.5
Setuju	34	35.1
Netral	14	14.4
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	2	2.1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-5 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang senang menonton konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc karena senang dengan gerakan dance yang ada. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 47 orang responden (48,5%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 34 orang responden (35,1%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 14 orang (14,4%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 2 orang (2,1%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 22
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y6)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	57	58,8
Setuju	29	29,9

Netral	9	9,3
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	2	2,1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-6 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang merasa suka menonton konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc karena senang dengan background musiknya. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 57 orang responden (58,8%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 29 orang responden (29,9%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 9 orang (9,3%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 2 orang (2,1%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 23

Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y7)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	23	23,7
Setuju	54	55,7
Netral	18	18,6
Tidak Setuju	1	1
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-7 pada variabel persepsi ialah terkait kejelasan gambar dan suara yang memudahkan responden menikmati konten video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 54 orang responden (55,7%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 23 orang responden (23,7%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 18 orang (18,6%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak masing-masing 1 orang (1%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 24

Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y8)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	63	64,9
Setuju	22	22,7
Netral	8	8,2
Tidak Setuju	4	4,1
Sangat Tidak Setuju	0	0

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-8 pada variabel persepsi ialah terkait akun Instagram @warschool_dc ialah merupakan group dance yang menarik. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 63 orang responden (64,9%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 22 orang responden (22,7%) mengatakan mereka setuju dengan

pernyataan tersebut, sebanyak 8 orang (8,2%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 4 orang (4,1%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 25
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y9)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	36	37,1
Setuju	33	34,0
Netral	18	18,6
Tidak Setuju	10	10,3
Sangat Tidak Setuju	0	0

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-9 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang merasa mampu memberikan makna ketika menonton konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 36 orang responden (37,1%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 33 orang responden (34%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 18 orang (18,6%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 10 orang (10,3%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 26
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y10)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	41	42,3
Setuju	35	36,1
Netral	17	17,5
Tidak Setuju	3	3,1
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-10 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang mampu memahami isipesan dari konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 41 orang responden (42,3%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 35 orang responden (36,1%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 17 orang (17,5%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 3 orang responden (3,1%) mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 1 orang (1%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 27
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y11)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	68	70,1
Setuju	23	23,7

Netral	4	4,1
Tidak Setuju	1	1
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-11 pada variabel persepsi ialah terkait kegiatan cross-dresser dance cover yang dirasa unik oleh responden. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 68 orang responden (70,1%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 23 orang responden (23,7%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 4 orang (4,1%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak masing-masing 1 orang (1%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 28

Distribusi Frekuensi Indikator *Persepsi (Y12)*

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	55	56,7
Setuju	29	29,9
Netral	8	8,2
Tidak Setuju	4	4,1
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-12 pada variabel persepsi ialah terkait kegiatan cross-dresser dance cover yang dirasa menarik oleh responden. Berdasarkan temuan

data pada 97 orang responden, sebanyak 56,7 orang responden (56,7%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 29 orang responden (29,9%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 8 orang (8,2%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 4 orang responden (4,1%) mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 1 orang (1%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 29
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y13)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	39	40,2
Setuju	43	44,3
Netral	14	14,4
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-13 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang merasa tidak suka konten video-video cross-dresser dance cover karena dianggap menyimpang. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 43 orang responden (44,3%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 39 orang responden (40,2%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 14 orang (14,4%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan

sebanyak 1 orang (1%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 30
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y14)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	71	73,2
Setuju	17	17,5
Netral	7	7,2
Tidak Setuju	1	1
Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-14 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang merasa kegiatan cross-dresser dance cover memiliki arti kebebasan dalam berekspresi. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 71 orang responden (73,2%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 17 orang responden (17,5%) mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 7 orang (7,2%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak masing-masing 1 orang (1%) responden lainnya mengatakan mereka tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 31
Distribusi Frekuensi Indikator (Y15)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	15,5
Setuju	23	23,7
Netral	20	20,6
Tidak Setuju	18	18,6
Sangat Tidak Setuju	21	21,6

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-15 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang memiliki minat untuk mencoba dan belajar cross-dresser dance cover setelah menonton konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 23 orang responden (23,7%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 21 orang responden (21,6%) mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 20 orang (21,6%) responden merasa netral dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 18 orang (18,6%) responden mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 15 orang responden (15,5%) lainnya mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

TABEL 32
Distribusi Frekuensi Indikator Persepsi (Y16)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18,6
Setuju	31	32
Netral	17	17,5
Tidak Setuju	20	20,6
Sangat Tidak Setuju	11	11,3

Sumber: Olahan Data Peneliti

Instrumen ke-16 pada variabel persepsi ialah terkait responden yang sering mencoba gerakan yang dilakukan dalam konten video-video cross-dresser dance cover pada akun Instagram @warschool_dc. Berdasarkan temuan data pada 97 orang responden, sebanyak 31 orang responden (32%) mengatakan mereka setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 20 orang responden (20,6%) mengatakan mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 18 orang (18,6%) responden mengatakan mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, kemudian sebanyak 17 orang responden (17,5%) merasa netral dengan pernyataan tersebut, sedangkan sebanyak 11 orang (11,3%) responden lainnya mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

6. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dalam sebuah penelitian akan menunjukkan besaran pengaruh yang diberikan variabel bebas dalam model regresi terhadap variabel terikat jika dibandingkan dengan variabel lain di luar

model regresi atau yang tidak diteliti dalam penelitian. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

TABEL 33
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	0,295	0,287	10,714
a. Predictors: (Constant), Terpaan Konten <i>Cross-dresser</i> DC				

Sumber: Olahan Data Peneliti

Mengacu pada hasil tabel tersebut, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi model regresi dalam penelitian ini ialah sebesar 0,295 atau 29,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel terpaan konten media sosial dalam penelitian ini memberikan pengaruh sebesar 29,5% terhadap variabel persepsi responden. Sedangkan 70,5% pengaruh lainnya diberikan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

7. Uji F

Uji F dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui signifikansi pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Pengaruh signifikan akan ditunjukkan jika nilai signifikansi yang dihasilkan memiliki besaran yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf kesalahan penelitian, yaitu sebesar 0,05. Hasil pengujian F dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

TABEL 34

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4555,503	1	4555,503	39,683	.000 ^b
	Residual	10905,858	95	114,799		
	Total	15461,361	96			
a. Dependent Variable: Persepsi <i>Followers</i>						
b. Predictors: (Constant), Terpaan Konten <i>Cross-dresser DC</i>						

Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan pada uji F dalam penelitian ini ialah sebesar 0,000. Nilai tersebut memiliki besaran yang lebih kecil jika dibandingkan dengan taraf kesalahan dalam penelitian, yaitu sebesar 0,05. Jika dilihat dari kolom F menunjukkan hasil sebesar 39.683 memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dalam distribusi tabel F yaitu 3.939 ($39.683 > 3.939$). Sehingga berdasarkan hasil uji F menunjukkan data penelitian yang menyatakan jika H1 diterima H0 ditolak yang berarti bahwa terpaan konten *Cross-dresser Dance Cover* pada akun *@warschool_dc* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Persepsi masyarakat tentang *Cross-dresser Dance Cover*.

8. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana pada model regresi dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh yang diberikan terpaan konten media sosial terhadap persepsi responden. Hasil uji regresi sederhana dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

TABEL 35
Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19,465	6,708		2,902	0,005
Terpaan Konten <i>Cross-dresser</i> DC	1,241	0,197	0,543	6,299	0,000

a. Dependent Variable: Persepsi *Followers*

Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel tersebut, diketahui bahwa konstanta model regresi dalam penelitian ini ialah sebesar 19,465. Sedangkan koefisien dari variabel terpaan konten media sosial ialah sebesar 1,241. Secara matematis, persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

$$Y = 19,465 + 1,241 X + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi yang ditunjukkan, maka dapat diartikan sebagai berikut:

- (a) Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 19.465. tanda positif (+) berarti menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini berarti bahwa jika variabel independen yang meliputi terpaan konten *cross-dresser dance cover* (Variabel X) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai persepsi *followers* pada akun media sosial Instagram @warschool_dc (Variabel Y) adalah 19.465.

(b) Nilai koefisien regresi untuk variabel terpaan konten *cross-dresser dance cover* (Variabel X) yaitu sebesar 1.241. Nilai tersebut berarti berpengaruh positif atau memiliki pengaruh yang searah dengan persepsi followers akun media sosial Instagram (Variabel Y). Hal ini artinya jika Variabel X mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Variabel Y juga akan mengalami kenaikan sebesar 1.241. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap atau memiliki nilai yang sama tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan nilai dari kolom *t* menunjukkan hasil 6.299 lebih besar dari *t* tabel yang menunjukkan 1.660 ($6.299 > 1.660$) berarti hasil dari uji ini menyatakan jika terpaan konten *cross-dresser dance cover* (Variabel X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi *followers* akun media sosial Instagram *@warschool_dc* (Variabel Y). Sesuai dengan hasil dari kolom *t*, dilihat dari hasil nilai signifikansi menunjukkan nilai $0.000 < 0.005$ yang mendukung hasil dari kolom-kolom sebelumnya sehingga uji ini dapat menyatakan jika Variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Y.

B. Pembahasan

Penelitian ini adalah penelitian jenis kuantitatif dengan metode eksplanatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan hasil berupa angka-angka untuk diolah untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya. Sedangkan metode ekplanatif yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dan juga pengaruh variabel melalui hipotesis. Subjek dalam penelitian ini adalah

followers dari akun media sosial Instagram @warschool_dc yang secara keseluruhan total *followers* dijadikan sebagai populasi penelitian. Pengambilan *sample* dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana populasi yang dijadikan sampel dipilih dengan melalui kriteria tertentu yaitu *followers* yang masih aktif dan menonton setiap konten media sosial Instagram @warschool_dc.

Media sosial Instagram dipilih sebagai subjek dalam penelitian ini dikarenakan banyaknya pengguna Instagram di Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia terus mengalami peningkatan, bahkan hingga mencapai 90 juta pengguna di Indonesia per tahun 2021. Akun @warschool_dc memanfaatkan media Instagram ini sebagai platform untuk menarik penonton dan meningkatkan popularitas di masyarakat sebagai salah satu dari komunitas *dance cover* di Indonesia. *Dance cover* adalah salah satu bentuk kesenian tari modern dengan meniru tarian yang sudah ada dari grup yang telah memiliki nama. *Dance cover* menjadi marak dan digemari banyak orang karena adanya K-Pop yang disukai oleh banyak masyarakat. K-Pop adalah budaya musik Korea yang memadukan gerakan tarian dan juga nyanyian secara bersamaan. Banyaknya band-band K-Pop yang terkenal menjadi salah satu faktor meningkatkan popularitas *dance cover* di masyarakat.

K-Pop grup tidak hanya menampilkan *boy group* saja tetapi juga terdapat *girl group* yang tidak kalah populer di kalangan masyarakat. Meskipun cenderung banyak dari kalangan perempuan yang menyukai K-Pop, tidak sedikit pula dari kalangan laki-laki yang menyukainya. Anggota *cross-dresser dance cover*

@warschool_dc juga beragam, tidak hanya dari kalangan perempuan, tetapi juga laki-laki. Banyaknya kompetisi *dance cover* membuat komunitas ini tampil secara totalitas untuk menyerupai penampilan dari grup K-Pop yang asli termasuk dari cara pakaiannya. Grup *War School DC* sebagai komunitas *dance* tentunya menampilkan semua jenis tarian K-Pop termasuk menampilkan tarian dari *girl group*. Untuk menunjang penampilan, banyak penari laki-laki yang melakukan *cross dressing* atau menggunakan pakaian perempuan K-Pop untuk menyesuaikan dan menambah kesan dalam penampilannya.

Grup *War School DC* menggunakan media Instagram @warschool_dc sebagai alat komunikasi dan promosi untuk menunjang popularitas dari komunitas sehingga sering mengunggah setiap jenis *dance cover* yang dilakukan baik dari laki-laki ataupun perempuan. Instagram adalah platform yang sangat umum, dan setiap orang dapat mengaksesnya dengan menggunakan internet, sehingga seseorang yang aktif menggunakan Instagram akan lebih memungkinkan mendapatkan terpaan media untuk sering menemukan konten *dance cover* dari @warschool_dc. Menurut Tellis dan Amber (2007:113-114) terpaan media sebagai sebuah situasi yang terjadi pada masyarakat yang berkaitan dengan aktivitas melihat atau mendengarkan sebuah tayangan pada suatu media. Semakin sering seseorang menonton suatu media, akan memiliki respon yang berbeda dengan seseorang yang baru saja menonton melalui media. Terpaan media akan bergantung pada seberapa besar frekuensi seseorang menonton atau mengamati media. Dalam hal ini, terpaan media yang dimaksud adalah seberapa sering atau seberapa besar frekuensi seseorang dalam menonton tayangan *Cross-dresser*

Dance Cover pada platform Instagram @warschool_dc. Berkaitan dengan teori komunikasi SOR, terpaan media yang didapatkan oleh responden adalah bentuk stimulus yang terus menerus didapatkan dengan mempertimbangkan frekuensi dan durasi dari menonton tayangan konten *cross-dresser dance cover* pada akun Instagram @warschool_dc. Semakin tinggi dan banyaknya frekuensi dan durasi yang diterima oleh responden, maka terpaan media atau stimulus yang didapatkan juga semakin tinggi. Stimulus dalam hal ini terpaan media akan diterima oleh responden dan diolah untuk menjadi sebuah respon yang ditunjukkan oleh responden setelah mendapatkan stimulus tersebut.

Hasil penelitian ini didapatkan sebanyak 97 responden yang menjawab bahwa mereka pernah menonton tayangan *Cross-dresser Dance Cover* melalui media sosial Instagram. Jawaban responden tersebut menghasilkan jawaban pertanyaan lanjutan terkait dengan terpaan media pada responden. Sebanyak 71% responden menjawab bahwa mereka sering mengakses konten Instagram @warschool_dc kurang dari 2 kali dalam seminggu, yang artinya responden tidak terlalu sering untuk mengakses media sosial Instagram @warschool_dc. Sebanyak 42% responden menjawab bahwa mereka tidak melakukan pengulangan dalam menonton video konten @warschool_dc dan 41% mengaku melakukan satu kali pengulangan. Sebanyak 75% responden juga mengaku hanya kadang-kadang menonton konten *Cross-dresser Dance Cover* yaitu sekitar satu kali seminggu. Sebagian besar responden atau sebanyak 37% mengaku mereka mengikuti akun @warschool_dc sejak 1 hingga 2 tahun sehingga sudah sering menonton konten *Cross-dresser Dance Cover*. Sebanyak 46% responden mengaku menonton

konten *Cross-dresser Dance Cover* selama durasi 3 hingga 7 menit. Selain itu sebanyak 41% responden mengaku bahwa mereka menonton konten *Cross-dresser Dance Cover* melalui *feeds @warschool_dc* selama kurang dari 1 tahun. Hal ini membuktikan bahwa responden telah mengikuti dan mengamati unggahan Instagram *@warschool_dc* sehingga memungkinkan mereka untuk memiliki respon terhadap konten-konten *Cross-dresser Dance Cover* milik *@warschool_dc*.

Hasil kuisioner yang diberikan kepada responden, kemudian diolah secara analisis eksplanatif untuk mengetahui tingkatan yang paling banyak sesuai dengan responden penelitian. Hasil penelitian terhadap variabel X dalam penelitian ini yaitu “Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover*” sebanyak 54,6% responden menyatakan Sangat Setuju (SS) terhadap pernyataan “video mengenai *Cross-Dresser Dance Cover* di media *online* selalu menarik perhatian saya sebagai hiburan”, menyatakan bahwa responden menyukai konten *Cross-dresser Dance Cover* sebagai hiburan melalui media sosial Instagram. Sebanyak 44,3% responden menyatakan Setuju (S) terhadap pernyataan “saya memilih untuk menonton konten video *Cross-Dresser Dance Cover* dari akun media sosial Instagram *@warschool_dc* daripada akun lainnya”, menunjukkan bahwa *followers* dari *@warschool_dc* adalah mereka yang mengikuti dan menyukai setiap konten dari *@warschool_dc* dan merasa bahwa konten yang diberikan cocok dengan responden. Sebanyak 36,1% responden menyatakan Netral (N) terhadap pernyataan “saya memilih konten video *Cross-Dresser Dance Cover* di media dengan berbagai pertimbangan” yang menunjukkan bahwa dalam memilih

konten, responden memilih netral atau dalam menentukan konten yang akan ditonton terkadang mempertimbangkan namun juga terkadang hanya asal menonton konten yang ada. Sebanyak 34% responden menyatakan Tidak Setuju (TS) dan sebanyak 28,9% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap pernyataan “saya mengaktifkan notifikasi dari akun media sosial Instagram @warschool_dc agar tidak tertinggal video terbaru mereka”, yang menunjukkan bahwa meskipun responden mengikuti akun media sosial Instagram @warschool_dc, bukan berarti mereka selalu mengaktifkan notifikasi untuk mendapatkan informasi dengan cepat.

Hasil penelitian ini terhadap variabel Y yaitu sebanyak 73,2% responden menyatakan Sangat Setuju (SS) terhadap pernyataan “menurut saya kegiatan *Cross-dresser Dance Cover* memiliki arti kebebasan dalam berekspresi”, hal ini menunjukkan jika responden memberikan dukungan mengenai *Cross-Dresser Dance Cover* yang menganggap bahwa hal tersebut adalah bentuk kebebasan berkepresi terhadap suatu seni. Sebanyak 55,7% responden menyatakan Setuju (S) terhadap pernyataan “kejelasan gambar dan suara memudahkan saya dalam menikmati konten video *Cross-dresser Dance Cover* pada akun sosial media Instagram @warshool_dc”, hal ini berarti bahwa responden memberikan respon yang positif terhadap konten yang diunggah pada Instagram karena memiliki kualitas gambar dan suara yang baik sehingga responden dapat menikmati konten dengan baik. Sebanyak 20,6% responden menyatakan Netral (N) dan sebanyak 21,6% responden menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap pernyataan “setelah menonton konten video *Cross-dresser Dance Cover* di akun media sosial

Instagram @warschool_dc saya memiliki rasa minat untuk mencoba dan belajar kegiatan”, hal ini menunjukkan bahwa responden masih mempertimbangkan faktor lainnya untuk memulai mencoba dan belajar kegiatan *dance cover* sehingga memilih netral karena kondisi tersebut dapat berubah suatu waktu, sedangkan sebagian lainnya menyatakan sangat tidak setuju berarti responden tidak memiliki minat yang tumbuh untuk mencoba dan belajar kegiatan menari. Sebanyak 21,6% responden menyatakan Tidak Setuju (TS) terhadap pernyataan “saya suka mengikuti perkembangan akun media sosial Instagram @warschool_dc”, hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden tidak terlalu mengikuti perkembangan dari akun media sosial Instagram @warschool_dc karena memiliki waktu yang terbatas atau hanya sekedar ingin melihat kontennya saja.

Hasil uji statistika terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini menunjukkan hasil sebesar $0.322 > 0.05$ untuk nilai linearitas yang berarti terdapat hubungan yang linear antara terpaan konten *Cross-dresser Dance Cover* dengan persepsi *followers* @warschool_dc. Selain itu, dilakukan uji lanjutan dengan regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel terpaan konten *Cross-dresser Dance Cover* terhadap persepsi *followers* akun Instagram @warschool_dc yang menunjukkan hasil sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan konten *Cross-dresser Dance Cover* terhadap persepsi *followers* Instagram @warschool_dc. Selain itu, berdasarkan hasil koefisien determinasi, terpaan media memberikan pengaruh terhadap persepsi *followers* Instagram sebesar 29,5% sedangkan 70,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti. Hal ini sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawanti, dkk (2021:346) yang menyebutkan jika terpaan media (dalam penelitian tersebut menggunakan media Twitter) memberikan pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap persepsi profesi pramugari melalui *hashtag* yang digunakan. Penelitian lainnya mengenai terpaan media dilakukan oleh Rizki, dkk (2017:157-164) yang menyebutkan jika terpaan media sosial Instagram memberikan pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap citra destinasi Kampung Warna Warni Jodipan. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat memberikan makna jika terpaan media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi seseorang yang mengakses suatu media tersebut.

Persepsi merupakan 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 (Kotler dan Keller, 2012:161-162). Berdasarkan teori S.O.R, stimulus yang berikan kepada organisme dapat ditolak dan dapat diterima, 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 (Fisher, 2014). Berdasarkan hal tersebut, maka jika organisme memberikan sebuah respon, maka artinya stimulus yang diberikan efektif sehingga diteruskan untuk diolah dan memberikan sebuah tanggapan dari hasil respon yang ditunjukkan. Dalam

penelitian ini, stimulus berupa terpaan konten media diterima oleh organisme sebagai bentuk pengetahuan, dan kemudian diberikan response dalam bentuk persepsi.

Persepsi yang timbul adalah bagaimana respon *followers* terhadap konten-konten *Cross-Dresser Dance Cover*, Persepsi yang ditunjukkan oleh responden dapat berupa respon yang positif dan negatif. Terpaan media menjadi salah satu pengaruh bagaimana responden memberikan respon terhadap *Cross-Dresser Dance Cover*, karena semakin sering seseorang menonton atau terpapar konten yang sama, menganggap jika hal tersebut adalah sebuah pertunjukkan yang menarik. Namun, sebagian responden menganggap jika hal tersebut kurang sesuai dengan budaya yang ada di Indonesia. Respon-respon yang ditunjukkan dapat berbeda dari setiap responden.

Mulyana (2010:181-182) menyebutkan dalam menentukan atau membangun persepsi dapat melalui tahapan penginderaan, atensi, dan interpretasi. Penginderaan dalam penelitian ini adalah terpaan media yang dilakukan oleh responden seperti lamanya mengakses konten Instagram @warschool_dc, seberapa sering menonton dan mengakses konten di Instagram, serta seberapa sering menonton konten *Cross-Dresser Dance Cover*. Ketika seseorang menonton konten *cross-dresser dance cover* pada Instagram @warschool_dc, maka seseorang tersebut sedang melakukan proses penginderaan terhadap apa yang dilihat dan disaksikan, dari penginderaan tersebut mereka akan menerima informasi-informasi yang akan diterima dan diproses oleh otak sebagai bentuk stimulus untuk kemudian diberikan respon tertentu oleh penerima. Atensi dalam

penelitian ini adalah seberapa sering seseorang atau responden menonton satu video, apakah dilakukan pengulangan atau tidak dilakukan pengulangan dalam menonton video. Selain itu, responden juga dapat berfokus pada hal yang dilihat, kemudian menyimpan ke dalam ingatan untuk menunjukkan sebuah respon.

Sebanyak 73,2% responden juga sangat setuju bahwa kegiatan *cross-dresser dance cover* merupakan kegiatan yang unik. Meski demikian, sebanyak 16,6% responden menjawab ragu-ragu bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang menyimpang dari gender. Hal tersebut bisa disebabkan karena kurang sesuai dengan budaya yang ada di Indonesia.

Respon adalah bentuk akhir dari adanya pemberian stimulus kepada responden sebagai organisme. Respon akan ditunjukkan sesuai dengan dukungan dan juga lingkungannya yang memberikan efek tindakan yang ditunjukkan oleh responden (Fisher, 2014). Sehingga, berdasarkan teori S.O.R, maka respon yang ditunjukkan oleh responden dapat dipengaruhi oleh lingkungannya juga untuk responden dapat memberikan respon yang positif atau respon yang negatif. Ketika dalam lingkungan responden cenderung positif maka respon yang diberikan oleh responden juga lebih mengarah kepada hasil yang positif begitu juga sebaliknya jika negatif maka akan cenderung memberikan respon yang negatif.

Masyarakat Indonesia mayoritas berpegang teguh pada nilai sosial dan agama masing-masing dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai dalam kehidupan sosial dan agama bertolak belakang dengan budaya *cross-dresser dance cover*. Menurut pengamatan peneliti secara langsung di lapangan, peneliti telah beberapa kali mengikuti lomba *dance cover* baik sebagai peserta lomba, maupun panitia

lomba, dimana terdapat peserta yang melakukan *cross-dresser dance cover*. Usia dan kebutuhan juga dapat berpengaruh dalam pembentukan persepsi. Usia penonton maupun peserta lomba didominasi oleh remaja, dan keperluan mereka berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan tersebut adalah sebagai hiburan. Hal tersebut juga bisa saja menjadi pengaruh lain yang dapat mempengaruhi persepsi *followers* akun media sosial Instagram @warschool_dc atas terpaan konten pada akun Instagram @warschool_dc yang diterima, karena tidak semua usia memiliki kebutuhan mengakses konten-konten pada akun media sosial Instagram @warschool_dc untuk hiburan.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data yang telah dilakukan, hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terpaan konten media sosial pada akun Instagram @warschool_dc memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi *followers*. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi frekuensi, durasi, dan atensi saat menonton konten *cross-dresser dance cover* pada media sosial Instagram @warschool_dc, maka akan berpengaruh positif dalam pembentukan persepsi *followers* akun Instagram @warschool_dc.
2. Berdasarkan uji koefisien determinasi yang dilakukan, diketahui bahwa terpaan konten memberikan pengaruh sebesar 29,5% terhadap persepsi responden, sedangkan sebanyak 70,5% pengaruh lainnya tidak diteliti dalam penelitian ini, atau dapat diberikan oleh variabel-variabel lain, misalnya seperti lingkungan, budaya, agama, usia, kebutuhan serta kepentingan.

B. Saran

1. Saran Akademis

Saran akademis yang dapat diberikan peneliti ialah agar peneliti selanjutnya dapat meneliti terkait variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian *group dance cross-dresser cover* lain untuk membandingkan perbedaan pengaruh yang diberikan antara akun media sosial *group dance* satu dengan yang lain.

2. Saran Praktis

Saran praktis yang dapat peneliti berikan adalah untuk akun media sosial Instagram *@warschool_dc*, dengan adanya pengaruh signifikan yang mempengaruhi persepsi *followers*, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pembuatan konten *cross-dresser dance cover* atau konten positif lainnya agar dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada *followers* yang mengakses akun tersebut.

C. Batasan Penelitian

Batasan yang ada dalam penelitian ini menurut peneliti ialah terkait variabel bebas yang digunakan hanya 1 buah variabel, sehingga tidak dapat membandingkan besar kecilnya pengaruh yang diberikan variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu terpaan konten media sosial dengan

variabel-variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian terhadap persepsi responden mengenai *cross-dresser dance cover*.



DAFTAR PUSTAKA

- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Adilla, F. (2019). *Persepsi Gender di Media Sosial (Studi atas Persepsi tentang Konstruksi Peran Wanita dalam Akun Instagram @yogaarizona oleh Komunitas Feminis Jejer Wadon Solo*. Surakarta: Jurnal Kommas.
- Apsari, D. O. (2017). *Identitas CrossDress Davinchi Melalui Dance Cover K-POP*. Skripsi: Universitas Airlangga.
- Ardianto, E., & Lukiaty K. E. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azhar, Salsabila. (2019). *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme di Media Online Terhadap Persepsi Mahasiswa pada Pakaian Syar'i*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Basri, D. (2002). *Persepsi Guru Terhadap Implementasi Program Pendidikan Sistem Ganda Di Kotamadya Banjarmasin*. *Jurnal Balitbang-Depdiknas* Vol. 36 Tahun 2002
- Berliana, B. (2020). *Impression Management Profesi Penari Cross Dress Dalam Komunitas Kpop Dance Cover Surabaya*. Skripsi: Universitas Airlangga.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Damaledo, Y. D. (2020). *Indonesia Negara Kedua Terbanyak yang Putar Musik K-Pop di Spotify*. Diakses dari <https://tirto.id/eA2n> pada 12 November 2021 pukul 19.12.
- East, R. (2003). *The Effect of Advertising and Display: Assessing the Evidence*. New York: Springer Science Business Media.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fisher, Alec. (2014). *Berpikir Kritis: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hermawanti, Fritda., Prisant, Guntur F., Yulianto, Kresno., & Ruliana, Poppy. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari. *Jurnal Hubungan Masyarakat*. 7(1):346-356.
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Khadijah, U. L. S., Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2019). *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*. Bandung: Unpad Press.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Masyhuri dan M. Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Moriarty, N. D., Mitchell., & William D. W. (2014). *Advertising: Principles and Practice*. Melbourne: Pearson.
- Muhammad Mufid, M.Si. (2005). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. F., Suseno, N. S., dan Sujana, A. (2019). Model Komunikasi Tentang Presentasi Diri Grup K-POP *Cross Cover Dance* Grup EX(SHIT). *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*. 4(1), 49-62.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik. (Cet. I)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Penarik, Nur Halimah Asri BR. (2021). Analisis Framing Identitas Diri Penganut Crossdresser Dan Cross-Hijabers Melalui Media Online Detikcom. *Skripsi*. Universitas Islam Sumatra Utara.
- Pramestiasri, M. M. A., Nugroho, W. B., dan Mahadewi, N. M. A. S. (2019). Cover Dance Sebagai Bentuk Ekspresi Penggemar K-Pop Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*. 1(2), 1-8.
- Puspita, Y. (2015). *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. *Jurnal Pekommas*. 18(3).

- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rarasati, O. A. (2017). *Realita Belakang Panggung K-pop Cross Cover Dance (Studi pada Grup K-pop Cross Cover Dance "War School")*. Yogyakarta: Eprints UNY.
- Reuneker, J. (2014). *Persepsi Audience Terhadap Tokoh Ariel Dalam Iklan TVC Vaseline For Man (Studi Netnografi Ariel Noah dalam Iklan Vaseline For Man)*. Skripsi: UAJY.
- Riaeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-POP) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. *Communications Journal*. 1(1), 1-25.
- Rizki, Maharani Amalia., & Pangestuti, Edriana. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 49(2): 157-164.
- Sahertian, Farren. (2021). Daftar Negara Paling Banyak Tweet K-Pop di Twitter, Indonesia Urutan Berapa?. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparantech/daftar-negara-paling-banyak-tweet-k-pop-di-twitter-indonesia-urutan-berapa-1wEbic3V3cN/full> pada 12 November 2021 pukul 19.15.
- Scott, Linda M. & Rajeev Batra. (2003). *Persuasive Imagery A Consumer Response Perspective*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

- Shimp, Terence A. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications (8th Edition)*. Ohio: South Western Cengage Learnin.
- So, Won. (2020). Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country> pada 12 November 2021 pukul 19.12.
- Suleiman. (1985). *Media Audio-Visual untuk Pengajaran, Penerangan, dan Penyuluhan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Supriyanto, Acmad Sani dan Masyhuri Machfudz. (2010). *Metodelogi Riset. Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Malang Press.
- Tellis, G. J. & Tim Amber. (2007). *The SAGE Handbook of Advertising*. London: Sage Publications.
- Thoha, M. (2003). *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar, dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Tubbs, L. S. & Sylvia, M. (1996). *Human Communication : Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- W, Ika Chandra., & Sudarmanti, Rini. (2021). Pengaruh Pemberitaan Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat tentang Susu Kental Manis. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2): 80 – 89.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi

LAMPIRAN 1 Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Penelitian Kuisisioner

Saya Fransisca Jovinca sedang melakukan penelitian skripsi untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan jenjang srata 1, dengan judul Pengaruh Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover* Terhadap Persepsi *Followers* Akun Media Sosial Instagram @warschool_dc.

Berkaitan dengan hal tersebut saya mengharapkan bantuan Anda untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah saya ajukan dalam kuisisioner di bawah ini. Jawaban yang Anda berikan merupakan jawaban yang apa adanya dan penilaian pribadi sesuai dengan pengalaman atau pengetahuan yang Anda miliki.

Pertanyaan:

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama:

II. PERTANYAAN SELEKSI

1. Apakah anda pernah menonton *cross-dresser dance cover* pada akun Instagram @warschool_dc?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Jika ada menjawab “Ya”, maka lanjut ke pertanyaan berikutnya, jika anda menjawab “Tidak”, maka cukup sampai di sini saja mengisi kuisisionernya, terima kasih)

III. TERPAAN KONTEN *CROSS-DRESSER DANCE COVER* TERHADAP FOLLOWERS AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @warschool_dc

a. Frekuensi

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang disediakan.

1. Seberapa sering Anda mengakses @warschool_dc dalam 1 minggu?
 - a. < 2 kali dalam satu minggu
 - b. 2 – 3 kali dalam satu minggu
 - c. Setiap hari
2. Apakah ketika menonton video @warschool_dc, Anda menonton berulang kali?
 - a. Tanpa pengulangan
 - b. 1 kali pengulangan
 - c. Lebih dari 1 kali pengulangan
3. Seberapa sering menonton *cross-dresser dance cover* dalam Instagram @warschool_dc?
 - a. Kadang-kadang (Rata-rata seminggu sekali)
 - b. Sering (Rata-rata seminggu 3 kali)
 - c. Selalu (Sehari minimal 1 kali)

b. Durasi

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang disediakan.

1. Sejak kapan mengetahui dan mulai mengakses @warschool_dc?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 - 2 tahun
 - c. > 2 tahun

2. Berapa lama anda mengakses *cross-dresser dance cover* dalam Instagram *@warschool_dc*?
 - a. 3 menit
 - b. 3-7 menit
 - c. lebih dari 7 menit
3. Sudah berapa lama anda mengikuti video *cross-dresser dance cover* yang disajikan dalam fitur feed Instagram *@warschool_dc*?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 - 2 tahun
 - c. > 2 tahun

c. Atensi

Berikan tanda (V) pada kolom yang telah disediakan.

Tabel Kuisisioner Pertanyaan untuk *Followers* akun Instagram *@warschool_dc*

No	Pernyataan	Skala Likert				
		STS	TS	N	S	SS
	Atensi	STS	TS	N	S	SS
1.	Video mengenai <i>cross-dresser dance cover</i> di media <i>online</i> selalu menarik perhatian saya sebagai hiburan.					
2.	Saat melihat video <i>cross-dresser dance cover</i> di media <i>online</i> , saya penasaran dengan isi konten tersebut.					
3.	Saya mengikuti konten video-video <i>cross-dresser dance cover</i> pada Instagram <i>@warschool_dc</i> .					
4.	Saya mengaktifkan notifikasi dari Instagram <i>@warschool_dc</i> agar tidak tertinggal video terbaru mereka.					
5.	Saya memilih untuk menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> dari <i>@warschool_dc</i> daripada akun lainnya					
6.	Saya menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i>					

	di media karena mendapatkan manfaat dari kegiatan tersebut					
7.	Saya menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di media tanpa perasaan terpaksa					
8.	Ada keinginan dalam diri saya untuk menonton setiap konten konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di akun media @warschool_dc					
9.	Saya memilih konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di media dengan berbagai pertimbangan					

d. Persepsi

Berikan tanda (V) pada kolom yang telah disediakan.

Tabel Kuisisioner Pertanyaan untuk Followers Instagram @warschool_dc

No	Pernyataan	Skala Likert				
		STS	TS	N	S	SS
Persepsi		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya suka menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> yang diunggah di akun media @warschool_dc					
2.	Saya sering menonton video <i>cross-dresser dance cover</i> yang diunggah dalam akun Instagram @warschool_dc.					
3.	Menurut saya konten konten video <i>cross-dresser dance cover</i> akun media @warschool_dc sangat menarik					
4.	Saya suka mengikuti perkembangan akun media @warschool_dc					
5.	Saya menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> akun media @warschool_dc karena senang melihat gerakan dance yang ada					
6.	Saya menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> akun media @warschool_dc karena senang mendengar <i>background</i> musik dance yang ada					

7.	Kejelasan gambar dan suara memudahkan saya dalam menikmati konten video <i>cross-dresser dance cover</i>					
8.	<i>Group dance @warcshool_dc</i> menurut saya adalah grup yang unik dan menarik					
9.	Saya mampu memberikan makna ketika menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di akun media <i>@warschool_dc</i>					
10.	Saya mampu memahami isi pesan dari konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di akun media <i>@warschool_dc</i>					
11.	Menurut saya kegiatan <i>cross-dresser dance cover</i> adalah hal yang unik					
12.	Menurut saya kegiatan <i>cross-dresser dance cover</i> adalah hal yang menarik					
13.	Saya tidak menyukai kegiatan <i>cross-dresser dance cover</i> karena menyimpang dari gender yang dimiliki					
14.	Menurut saya kegiatan <i>cross-dresser dance cover</i> memiliki arti kebebasan dalam berekspresi					
15.	Setelah menonton konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di akun media <i>@warschool_dc</i> saya memiliki rasa minat untuk mencoba dan belajar kegiatan <i>cross-dresser dance cover</i>					
16.	Saya sering mencoba gerakan yang dilakukan dalam konten video <i>cross-dresser dance cover</i> di akun media <i>@warschool_dc</i>					